

**UNIVERSITATEA DE STAT „ALECU RUSSO” DIN BĂLȚI
FACULTATEA DE DREPT ȘI ȘTIINȚE SOCIALE
CATEDRA DE ȘTIINȚE SOCIO-UMANE ȘI ASISTENȚĂ SOCIALĂ
FILIALA BĂLȚI A ACADEMIEI DE ȘTIINȚE A MOLDOVEI**

Mohorea Efim, Ciobanu Elvira, Capcelea Valeriu

INTRODUCERE ÎN ȘTIINȚA COMUNICĂRII

Material didactic: pentru instituțiile de învățământ superior

Bălți - Indigou Color, 2018

Descrierea CIP a Camerei Naționale a Cărții din RM

Mohorea Efim.

Introducere în știința comunicării : Material didactic: pentru instituțiile de învățământ superior / Efim Mohorea, Elvira Ciobanu, Valeriu Capcelea ; Univ. de Stat "Alec Russo" din Bălți, Fac. de Drept și Științe Soc., Catedra de Științe Socio-umane și Asistența Soc., Filiala Bălți a Acad. de Științe a Moldovei. – Bălți : Indigou Color, 2018. – 192 p. : fig.

Referințe bibliogr.: p. 184-188 (135 tit.) și în subsol. – 200 ex.

ISBN 978-9975-3156-8-5.

316.77(075)

M 84

Redactor științific, doctor habilitat în filosofie, conferențiar universitar, Valeriu Capcelea, Filiala Bălți a Academiei de Științe a Moldovei.

CONȚINUTUL	pag.
Cuvânt înainte	5
Capitolul 1. ESENȚA ȘI PARTICULARITĂȚILE COMUNICĂRII	6-40
1.1. Etape ale dezvoltării comunicării umane	6-10
1.2. Comunicarea – fenomen pluridimensional	10-15
1.3. Semn, semnificație, mesaj	16-25
1.4. Perturbări în comunicare	25-29
1.5. Cunoașterea interpersonală și comunicarea	29-37
1.6. Comunicarea în contextul socio-cultural	37-41
Capitolul 2. TIPURI DE COMUNICARE	42-81
2.1. „Comunicarea” biotică (la animale și oameni)	42-50
2.2. Caracterul adaptiv al comportamentelor	50-53
2.2.1. Forme de comportament	53-75
2.3. Tipuri de comunicare socială	75-81
Capitolul 3. FUNCȚIILE ȘI „AXIOMELE” COMUNICĂRII	82-86
3.1. Funcțiile comunicării	82-84
3.2. Axiomele comunicării	84-86
Capitolul 4. SUBTIPURI ALE COMUNICĂRII UMANE	87-112
4.1. Comunicarea umană non-verbală	87-90
4.1.1. Comunicarea gestuală	90-97
4.2. Comunicarea verbală	97
4.2.1. Comunicarea verbală orală	97-108
4.2.2. Comunicarea verbală scrisă	108-112
Capitolul 5. ATITUDINE ȘI PERSONALITATE ÎN COMUNICARE	113-137
5.1. Analiza tranzacțională a comunicării	117-121
5.1.1. Tranzacții comunicaționale	121-123
5.2. Programarea neuro-lingvistică	123-126
5.3. Tipologii conversaționale	126-128
5.4. Sugestia	128-130
5.5. Persuasiunea	130-133
5.6. Manipularea	133-137
Capitolul 6. COMUNICAREA PE DOMENII	138-169
6.1. Comunicarea cu mass-media	138-143
6.2. Comunicarea didactică	143-148
6.3. Comunicarea științifică	148-152
6.4. Comunicarea în jurisprudență	152-160
6.5. Comunicarea managerială	161-165
6.6. Comunicarea medicală	165-169

Capitolul 7. ETICA COMUNICĂRII	170-178
7.1. Etica comunicării juridice	170-173
7.2. Etica comunicării manageriale	173-174
7.3. Etica comunicării în mass-media	175-176
7.4. Etica comunicării educaționale	176-177
7.5. Etica comunicării medicale	177-178
Capitolul 8. COMUNICAREA ÎN MANAGEMENTUL SITUAȚIILOR DE CONFLICT ȘI CRIZĂ	179-187
8.1. Considerațiuni generale despre conflict	179-180
8.2. Procesul conflictual. Surse de conflict	180-182
8.3. Managementul abordării conflictului	182-183
8.4. Strategii de rezolvare a conflictului	183-187
SURSE BIBLIOGRAFICE	188-191

CUVÂNT ÎNAINTE

Nevoia și capacitatea de comunicare sunt atribute, calități inerente ale ființelor umane. Comunicarea are variate înțelesuri ce corespund multor forme reale de manifestare a ei. Prin comunicare, omul se încadrează în procesul socializării sale. Interacțiunii prin semnalizare și semnificare, de care dispuneau strămoșii oamenilor, în decursul evoluției, i s-a adăugat comunicarea prin semne non-verbale și limbaj articulat. Trebuie menționat faptul că vorbirea nu este comunicarea propriu-zisă. Există diferențe esențiale, spre exemplu, între *a spune*, *a auzi*, pe de o parte, și *a comunica*, *a asculta*, pe de altă parte. Vorbirea și ascultatul sunt procese unilaterale, unidireționale, pe când comunicarea este un proces bilateral, bidirecțional care are loc între mai multe persoane și care presupune transfer de *mesaje*, *informație* în ambele sensuri, adică *retroacțiune*, *conexiune inversă (feed-back)*. Comunicarea se realizează prin *știre*, *veste*, *înștiințare*, *înțelegere*, *sens* etc.

Având în vedere faptul că semnificația mesajelor transmise de emițător la receptor reprezintă un fenomen ideal, fapt de conștiință, suntem nevoiți a recunoaște că însăși comunicarea se prezintă drept un fenomen rațional care, *de facto*, este nu altceva decât o *relație* între conștiințele comunicanților. De asemenea, autorii au reieșit din faptul că comunicarea verbală și non-verbală din diferite domenii ale activității omenești este un proces rațional, cognitiv, adică immanent doar ființelor umane. În privința la așa zisa „comunicare” animală, se remarcă că ea are la bază interacțiunea indivizilor biotici prin *semnale*, *semnificare*. Totodată, procesele informaționale *inconștiente* sunt incluse în actele reglatoare care le asigură indivizilor și speciilor din regnul animal acomodarea la mediul înconjurător, supraviețuirea în lupta lor pentru existență. În această lucrare, o atenție deosebită este acordată esenței și genezei comunicării umane, tipurilor și subtipurilor de comunicare, atitudinii de personalitate în comunicare și comunicării pe diverse domenii ale existenței sociale. De asemenea, autorii se referă la etica comunicării și la o problemă foarte actuală pentru contemporaneitate, la specificul comunicării în cadrul managementului situațiilor de conflict și criză.

Lucrarea de față se prezintă drept o cercetare întreprinsă de autori în domeniul comunicării și o generalizare a ideilor multor specialiști din sferă teoriilor comunicării. Ea are drept scop evidențierea esenței comunicării, care se manifestă prin variate tipuri și forme de procese semiotice care posedă multiple particularități. Specificul acestor procese se manifestă în actele de comunicare umană din diferite domenii: știință, drept, management, medicină, mass-media, educație etc.

Acest studiu poate fi de folos atât profesorilor care s-au specializat în domeniul comunicării, cât și celor care studiază științele comunicării (studenților, masteranzilor, cercetătorilor și colaboratorilor științifici). Totodată, el prezintă interes și poate fi util unui cerc larg de cititori, în mod special, pentru cei care vreau să cunoască și să pătrundă în esența comunicării umane, să înțeleagă funcțiile, axiomele, tipurile și etica ei, să conceapă specificul comunicării în diverse domenii ale vieții sociale și, în același timp, în situațiile de conflict și criză.

Capitolele 1-4 au fost scrise de *Efim Mohorea*, iar 5-8 – de *Elvira Ciobanu*. Compartimentul 6.3. a fost elaborat de *Valeriu Capcelea*. Totodată, *V. Capcelea* a avut un anumit aport la scrierea compartimentelor 6.2., 6.4., 7.1., 7.4., 7.5.

Capitolul 1. ESENȚA ȘI PARTICULARITĂȚILE COMUNICĂRII

1.1. ETAPE ALE DEZVOLTĂRII COMUNICĂRII UMANE

Oamenii nu sunt insule și nici Robinsoni. Ei trăiesc în societate și se află în permanentă comunicare. Comunicarea este „cheia” personalității spre societate, liantul dintre individ și colectivitate. Lipsa comunicării determină o îndepărtare iminentă față de familie, grup, echipă, clasă etc. **Bernard Voyenne** (1920-2003), jurnalist, profesor, scriitor francez, în lucrarea sa *La presse dans la société contemporaine* scria: „A trăi în societate înseamnă a comunica. Schimbul de informații, de idei, intercomprehesiunea sunt, pentru societate, tot așa de importante ca și respirația pentru organism”.

Comunicarea, chiar de la primele meditații teoretice, în antichitate, s-a aflat printre tematizările fundamentale, de rând cu cea a *realității* și a *cunoașterii*. Sofistul din Grecia Antică **Gorgias** (sec. V î.Hr.), creatorul unui nihilism epistemologic absolut, a formulat celebrul raționament: *nimic nu există; dacă există ceva, nu poate fi cunoscut; dacă poate fi cunoscut, acesta nu poate fi comunicat*.

Progresele obținute de specia *homo sapiens* în viața materială a depins nu numai de uneltele de muncă, materialele din care oamenii își construiau locuințele, armele, ci și de sistemele de comunicare pe care le-au dezvoltat și perfecționat.

Daniel Bounoux declară (probabil, în sens metaforic) că „omul descinde mai degrabă din semn decât din maimuță și că umanitatea sa ține de un anumit regim simbolic sau semnificant. Trăim mai puțin în mijlocul lucrurilor și mai mult în mijlocul unei păduri de simboluri ... și acestea fac ca lumea să ne fie familiară, interpunând între noi și ea o ordine a semnelor, mai ușor de mânuit și mai facilă decât cea a lucrurilor. Imperiul semnelor dublează astfel lumea noastră naturală; semiosfera (care înglobează cultura în general) conține biosfera (natura, lumea animală, vegetală etc.)”¹.

Mai aproape de adevăr sunt cei care consideră că *homo significans*, creatorul (nicidecum, creatul, adică produsul) de semne, trăiește în două lumi interdependente: în lumea *materială a lucrurilor* și în lumea *ideală a semnelor*.

Oamenii, indiferent de statutul lor social și de epocile istorice în care activează, sunt beneficiarii variatelor sisteme de semne (verbale și non-verbale) utilizate în calitate de mijloace de comunicare.

O istorie completă a existenței umane trebuie să facă referire și la etapele distinctive în dezvoltarea comunicării. Fiecare din aceste etape a contribuit la dezvoltarea vieții sociale (individuale și colective). **Melvin L. De Fleur** și **Sandra Ball-Rokeach** în lucrarea *Teorii ale comunicării de masă* au analizat principalele etape ale dezvoltării comunicării umane, considerând că fiecare dintre ele a avut consecințe profunde asupra vieții sociale individuale și colective. Aceste etape au contribuit la constituirea sistemelor sociale și la configurarea diferitelor culturi. Se pot distinge 6 epoci:

1. *Epoca semnelor și semnalelor*. Ea aparține ființelor „preumane”, incapabile, din punct de vedere fizic, de vorbire. La început, ființele umane comunicau prin sunete (mârâituri, mormăieli, țipete), semne cu mâna, prin mișcările și pozițiile corpului. Față de primatele de astăzi, comunicarea lor era complexă, dar simplă, în raport cu cea umană, și mult mai lentă, iar creierul, încă neevoluat, determina doar o memorie de scurtă durată.

¹ Bounoux, D. *Introducere în științele comunicării*. Iași: Ed. Polirom, 2000, p. 39.

Ea servea nevoilor biologice, proprii și lumii animale. Acest prim sistem de comunicare era limitat, astfel că mesajele transmise nu puteau fi decât foarte simple cu o eficiență a comunicării mică datorită ritmului scăzut de generare, transmitere a mesajelor.

2. *Epoca vorbirii și a limbajului.* Această nouă epocă este plasată în timp acum circa 40.000 de mii de ani, când oamenii de *Cro-Magnon* aveau structura craniană, limba și laringele ca și la oamenii contemporani. Aceste particularități anatomice le-au facilitat formarea vorbirii și limbajului, oferindu-le astfel un avantaj semnificativ față de oamenii de *Neanderthal*. Limba i-a ajutat să-și organizeze gândirea, să producă și să transmită mesaje din ce în ce mai complexe, astfel că oamenii își puteau planifica și coordona activitatea (munca, vânatoarea etc.) mult mai eficient, se puteau apăra mult mai bine. Ea le-a oferit posibilitatea de a transmite urmașilor noile invenții și modalități de preparare și conservare a hranei și tot ce era legat de supraviețuirea într-un mediu sever, astfel că acești oameni au avut mult mai multe șanse de supraviețuire. Pe măsură ce oamenii s-au răspândit în alte regiuni, modalitățile de vorbire s-au dezvoltat și diversificat.

3. *Epoca scrisului.* Istoria scrisului este cea a evoluției de la reprezentări pictografice convenționalizate la sisteme fonetice, de la reprezentarea ideilor prin imagini sau desene stilizate, la folosirea scrierii fonetice, adică a *literelor*. Sistemul pictografic reprezenta o *idee*, un *obiect*, o *fință*, ori un *concept* printr-un *simbol general*, ceea ce făcea dificilă reproducerea trăsăturilor specifice, adică a *particularităților*, a *nuanțelor* obiectelor reproduse. Scrierea fonetică reprezenta un sunet printr-un semn, iar un ansamblu de sunete – printr-un complex de semne. Crearea *alfabetului* a simplificat producerea și transmiterea mesajelor. Scrierea alfabetica se bazează pe un sistem de semne (litere) într-o ordine convențională, care redau sunetele de baza ale unei limbi. Primele mărturii ale unei scrieri integral alfabetice se afla pe insula Creta: semnele au fost preluate din alfabetul consonantic fenician, iar grecii au avut inițiativa folosirii unei serii de semne feniciene cu valoare consonantică pentru a transcrie vocale. În ciuda contactelor strânse dintre greci și romani, în prezent se admite că alfabetul latin nu se inspire din prototipul grecesc, ci din cel etrusc, el însuși a fost adaptat după modelul alfabetului grecesc, așa cum se va întâmpla mai târziu și cu alfabetul chirilic. Marele progres al epocii scrisului a fost eliberarea minții umane de necesitatea memorării unui enorm masiv de informații (date despre fapte istorice, valori culturale etc. ale popoarelor) și reproducerii lor în conștiința generațiilor care s-au succedat.

4. *Epoca tiparului.* Înainte de apariția tiparului, cărțile erau scrise manual și se considerau adevărate opere de artă. Se pare că tehnica tipăriturii era cunoscută chinezilor încă din sec. al V-lea î.Hr. Prima carte din lume a fost tipărită de chinezi în anul 868 î. Hr. În Europa, spectaculoasa invenție îi aparține lui **Johann Gutenberg** din Mainz, care, în anul 1456, a finalizat tipărirea *Bibliei* latine care avea câte 42 de rânduri pe fiecare pagină. În anii următori, arta tiparului s-a răspândit repede în Germania și în întreaga Europă. Sunt atestate tipografiile care au preluat tehnica lui Gutenberg, în Köln (1466), Veneția (1469), Paris (1470), Milano (1471), Londra (1480) și în alte orașe europene. Totuși apariția tiparului nu a revoluționat lumea orientală la fel de repede cum s-a întâmplat în Occident, deoarece folosirea tiparului a fost interzisă de autoritățile otomane. Tipografiile au apărut la început în marile centre ale ortodoxiei, Belgrad (1548) și Moscova (1558). Excepție face tiparul introdus de ieromonahul Macarie, care a imprimat la Târgoviște o carte liturgică ce este cunoscută astăzi ca *Liturghierul lui Macarie* (1508). Existența unei tipografii în Țara Românească, la o dată atât de apropiată de inventarea tiparului, dovedește că românii sunt printre pionierii artei tiparului în spațiul ortodox.

Inventarea tiparului a reprezentat o revoluție în comunicare, făcând posibilă o difuzare mult mai amplă, mai rapidă a informației, ceea ce a contribuit la progresul gândirii și cunoașterii. Alfabetizarea crescândă a oamenilor a modificat însăși evoluția umanității.

5. *Epoca mijloacelor de comunicare în masă.* Odată cu sec. al XIII-lea, influențată și stimulată de Marile Descoperiri și de spiritul Renașterii, începe să se dezvolte o informație cu adevărat universală, capabilă să susțină interesul crescut al oamenilor pentru știri și cunoaștere. Încă din timpul civilizațiilor antice, oamenii se adunau în agora, târgurile, piața, forumul sau templul pentru a afla știri noi. Noutățile zilei se afișau pe zidurile din piețele publice sau a forumurilor din Grecia și Roma – „Acta Publica, acta diurna”, „Acta Senatus” – spre informarea cetățenilor. Actul de naștere al presei periodice se semnează la începutul sec. al XVII-lea prin două împrejurări: perfecționarea tiparului și organizarea poștei ca serviciu regulat. Tipărirea ziarelor a marcat nu numai o cotitură în istoria comunicării de masă, dar a fost percepută și ca o inovație de factură socio-culturală ce a influențat întreaga societate umană. Odată cu începutul sec. al XIX-lea, ziarul a fost secondat de telegraf și telefon, iar la începutul se. al XX-lea, – de radio și televiziune. Datele de referință ale seriei de invenții și descoperiri ar fi următoarele:

- 1837, descoperirea telegrafului de către americanul Samuel F.B. Morse;
- 1857, a fost întins cablul telegrafic transatlantic care a legat două continente – Europa și America de Nord;
- 1864, scoțianul James Clark Maxwell pune bazele teoriei generale a undelor electromagnetice și a celor luminoase;
- 1876, Graham Bell depune brevetul la Washington pentru telefon;
- 1887, germanul Heinrich Hertz descoperă și produce undele electromagnetice;
- 1890, francezul Édouard Branly pune la punct primul radioconductor, un tub umplut cu pilitură de fier, legat în circuit cu un galvanometru și o pilă;
- 1894, italianul Guglielmo Marconi realizează la Bologna primele experiențe de comunicare la distanță, în alfabet morse, prin undele hertziene, transmitând la 400 și 2000 de metri distanță;
- La 24 (12) martie 1896, inginerul rus Alexandru Popov a demonstrat transmiterea primei radiograme la o distanță de 250 m, ce conținea cuvintele „HEINRICH HERTZ”.
- 1899, Marconi realizează prima transmisie peste Canalul Mânecii și transmite următorul mesaj: „Domnul Marconi trimite domnului Branly respectuoasele sale complimente prin telegrafia fără fir, peste Canalul Mânecii, acest frumos rezultat fiind datorat în parte remarcabilelor studii ale domnului Branly”.

Dezvoltarea cunoașterii și invențiilor tehnice au produs, mai ales, în sec. al XX-lea, noi revoluții care privesc nu numai transmiterea informațiilor, dar și schimbarea percepției asupra lumii, relațiile dintre indivizi și comunități.

- 1907, americanul Lee De Forest inventează lampa triodă, un amplificator care permite reconstituirea, la „sosire”, a vocii umane;
- 1907-1911 inventarea tubului catodic;
- 1908, De Forest realizează prima legătura între vocile umane între Turnul Eiffel (Paris) și Villejuif;
- 1910, Lee De Forest transmite pe o rază de 20 de km recitalul lui E. Caruso de la Metropolitan Opera din New York;

- 1917, radiodifuziunea intra în istorie când emițătorul de pe „Aurora” transmite trupelor din Sankt-Petersburg instrucțiunile Comitetului revoluționar;
- 1921, prima emisiune de radiodifuziune din Franța a Companiei generale de telegrafie fără fir (C.S.F);
- 1925, înființarea Uniunii Internaționale de Radiodifuziune pentru Distribuirea Frecvențelor;
- 1926, British Broadcasting Company devine British Broadcasting Corporation, statul preluând acțiunile fondatorilor;
- 1927, în USA, Vladimir Zworykin, considerat părintele televiziunii, pune la punct „iconoscopul”, un procedeu de analiză electronică a imaginii;
- 1929, în Franța, Renée Barthélémy și Henry de France pun la punct câteva procedee de reproducere și transmitere a imaginii, la scurt timp apărând și prototipurile televizoarelor;
- 1935, prima emisiune oficială TV în Franța;
- 1938 (31 oct.), dramatizarea radiofonică pentru CBS a cărții lui Orson Wells *Războiul lumilor*, care imaginează invazia marșienilor, ce creează panică în New York;
- 1940-1944 apariția radiotelefonului;
- 1948, inventarea tranzistorului în USA va permite dezvoltarea radioului mobil și individual.

6. *Epoca mijloacelor de comunicare computerizată.* Ceea ce s-a schimbat de-a lungul secolelor și, mai ales, în ultimele decenii, sunt modalitățile și amploarea cu care informația este produsă, colectată, prelucrată, păstrată și difuzată. Dacă adăugăm la toate acestea crearea calculatoarelor personale (1976), aplicarea calculatoarelor în telecomunicații, apariția Internetului (1990), observăm că comunicarea devine dependentă de o societate informațională. Sistemele informaționale sunt supuse astăzi unor importante schimbări tehnologice. Microelectronicii îi revine noi modalități și cantități enorme de prelucrare și păstrare a datelor, în timp ce telecomunicațiile se îndreaptă spre anularea distanțelor în comunicare. Triada *automatizare, informatizare, computerizare* se află într-un permanent proces al inovațiilor tehnologice. Internetul și mijloacele de comunicare asistate de calculator sunt privite tot mai des ca definind o nouă epocă în istoria comunicării sociale¹.

La finele sec. al XX-lea și la începutul sec. al XXI-lea, comunicarea a devenit un fenomen global. Unii specialiști spun că ne aflăm în *era comunicării*, alții vorbesc despre *imperialismul comunicațional* și *criza comunicării* în civilizația contemporană.

În prezent, există un număr considerabil de teorii și direcții ale comunicării (tehnice, psihologice, lingvistice, socio-culturale etc.) ce reprezintă un conglomerat de discipline, un „*compozitum*, construit din elemente disciplinare disparate”, lipsit de „un fundament epistemologic solid, unanim acceptat”².

Specialiștii din diverse domenii consideră că comunicarea nu este prerogativa ființelor umane. În realitate, spun biologii, tot ce este viu comunică: plantele comunică între ele, cântecul păsărilor este o formă de comunicare, ca și ultrasunetele mamiferelor marine, sunetele scoase de animale, dansul albinelor etc.

¹ A se vedea: Graur, E. *Tehnici de comunicare*. Cluj-Napoca: Ed. MEDIAMIRA, 2001, p. 10-12; 14-16.

² Părvu, Il. *Filosofia comunicării*. București: Ed. Facultății de Comunicare și Relații publice „David Ogilvy”, 2000, p. 17.

În timpul de față, comunicarea reprezintă domeniul unor cercetări interdisciplinare (filosofice, psihologice, culturologice, biologice, tehnice, lingvistice, politologice, sociologice), având ca obiecte de investigație procese *informaționale* ce se află la intersecție cu *semioza* (producerea și utilizarea semnelor).

Printre termenii de bază ale teoriilor comunicării se află „semnul”, „semnificația”, „mesajul”, „codul” și „comunicarea”. Având în vedere că acești termeni au diferite interpretări atât în teoriile comunicării, cât și în cele ale diverselor semiotici sau semiologii, este necesar de a preciza conținutul și sfera lor de aplicabilitate, cu scopul de a formula concluzii și concepte de maximă generalitate posibilă. Deci, o viziune generală a problemelor de bază a semioticii și teoriilor comunicării este necesară. Cu atât mai mult, că termenii acestor științe au pătruns în numeroasele teorii care au format chiar o nouă *direcție* în studiul fenomenelor și proceselor comunicării sociale. Această direcție poartă numele de *comunicologie* sau *comunicativistică*¹.

1.2. COMUNICAREA – FENOMEN PLURIDIMENSIONAL

Comunicarea este un atribut al omului ca ființă socială rațională (*zoon politicon*, cum spunea Aristotel). Ea „reprezintă una din activitățile umane pe care fiecare dintre noi o poate recunoaște, însă puțini o pot defini satisfăcător”².

Specialiștii constată că termenul „comunicare” este polisemantic, imprecis („volatil”, „tulbure”), deoarece nu are conținut, semnificație bine determinată și sferă, denotat, referent etc. precise; de aceea, spun ei, nici o definiție clasică, de tip *gen – diferență specifică*, nu poate fi aplicată acestui termen.

Cercetătorii americani **Frank Dance** și **Carl Larson** (1976) au adunat (limitându-se la cele mai semnificative) 126 de definiții ale comunicării propuse de diferiți autori din variate domenii (biologie, sociologie, științele informației, cibernetică, telecomunicații etc.)³. Iată câteva dintre diferitele definiții existente: „*Comunicarea umană este un proces prin care un individ (comunicatorul) transmite stimul cu scopul de a schimba comportamentul altor indivizi (auditoriul)*” (**C. Hovland, I. Janis și H. Kelley**).

„*Comunicarea este o acțiune a unui organism sau a unei celule care alterează modelele probabile de comportament ale unui alt organism sau ale altei celule, într-o manieră adaptativă pentru unul sau pentru ambii participanți*” (**Edward Wilson**).

„*În sensul cel mai general, se vorbește de comunicare de fiecare dată când un sistem, respectiv o sursă influențează un alt sistem, în speță un destinatar, prin mijlocirea unor semnale alternative care pot fi transmise prin canalul care le leagă*” (**Charles Osgood**).

Practic, nici una dintre definițiile propuse nu se potrivesc pentru a-i satisface pe toți specialiștii din domeniul comunicării.

În literatura de specialitate sunt analizate variate modele ale comunicării (până la 60), teorii, direcții, orientări etc. Spre exemplu, **John Fiske** evidențiază două mari

¹ A se vedea, spre exemplu: Шарков, Ф.И., *Коммуникология: Энциклопедический словарь-справочник*. Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2009; Шарков, Ф.И. *Коммуникология: социология массовой коммуникации. Учебное пособие*, Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2010.

² Fiske, Jh. *Introducere în științele comunicării*. Iași: Ed. Polirom, 2003, p. 15.

³ A se vedea, spre exemplu: Teodorescu, C.; Roșca, D. *Comunicare. Manual pentru învățământ cu frecvență redusă*. Universitatea din Craiova, Facultatea de inginerie electrică, Tipografia Universității din Craiova, 2012, p. 14-15.

orientări („școli”) în studiul comunicării: 1) a procesului de *transmitere a mesajelor*; 2) a producției și schimbului de *semnificații*.

Prima se preocupă de modul în care comunicanții (emițătorul și receptorul) codifică și decodifică mesajele, de felul în care transmițătorii utilizează canalele și mijloacele de comunicare, care este înțeleasă ca fiind „procesul prin care o persoană influențează comportamentul sau starea mentală a alteia”¹. Cea de a doua orientare „se preocupă de modul în care mesajele sau textele interacționează cu oamenii în scopul producției de semnificație – adică rolul pe care îl au textele în cultura noastră. Această orientare utilizează termeni precum semnificație și nu consideră că neînțelegerile ar fi neapărat dovezi ale eșecului comunicării – ele ar putea rezulta din diferențele culturale dintre emițător și receptor. Pentru ea, studiul comunicării reprezintă studiul textului și a culturii. Principala metodă de studiu este semiotica (știința semnelor și a semnificațiilor), acesta fiind și numele prin care vom identifica de acum respectiva abordare”².

Dificultățile definirii și interpretării comunicării mai sunt determinate și de faptul că există multiple raporturi dintre indivizii și colectivele umane, variate funcții ale comunicării. Spre exemplu, **Gerard Wackenheim** evidențiază, printre funcțiile comunicării în raport cu individul și cu grupul, următoarele:

1) *funcția de integrare a individului în mediul său*; ea permite individului alături și împreună cu alții să ia poziție față de alții, să se adapteze situațiilor noi, să țină seama de experiența altora, să asimileze o parte din ea;

2) *funcția de dezvoltare și autodezvoltare*; prin comunicare, individul se face cunoscut altora, dar și sieși, își corijează o serie de percepții și atitudini eronate, se introspectează și se poate înțelege mai bine;

3) *funcția valorizatoare*; comunicarea răspunde nevoii individului de a fi apreciat, prin intermediul ei individul atrăgând atenția altora asupra sa, implicit, afirmându-se;

4) *funcția reglatoare a conduitei altora*; comunicând cu alții, un individ își poate ameliora poziția în ierarhia grupului, îi poate determina pe aceștia să-și schimbe atitudinile, creează conflicte sau atmosfere destinsse în timpul unei conversații;

5) *funcția terapeutică*; comunicarea este un mijloc curativ, mărturie în acest sens fiind, spre exemplu, psihanaliza, psihoterapia;

6) *funcția productiv-eficientă*; ea permite realizarea sarcinilor, mai ales, în situația în care acestea implică un înalt grad de cooperare între membrii grupului, ajută „locomotivă” grupului spre atingerea scopurilor fixate;

7) *funcția facilitatoare a coeziunii grupului*; prin comunicare se naște și activează un grup; încetarea sau perturbarea ei se soldează fie cu descompunerea grupului, fie cu apariția unor disfuncționalități grave;

8) *funcția de valorizare a grupului*; ea este aproape identică cu cea întâlnită și la nivelul individului; prin comunicare grupul își afirmă prezența, se pune în evidență, își relevă importanța, originalitatea, își justifică existența;

9) *funcția rezolutivă a problemelor grupului*; comunicarea salvează onoarea grupului, iar când aceasta degradează, trece prin perioade dificile, poate fi utilizată drept

¹ Ibidem, p. 16.

² Idem.

mijloc terapeutic; sociodrama este poate cel mai bun exemplu în susținerea acestei funcții¹.

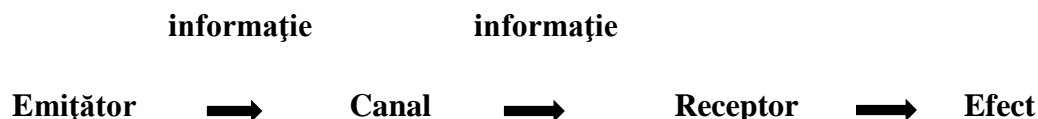
Esența comunicării constă în transmiterea informației de la un comunicant (participant la acest act) la celălalt. Acesta este cazul dialogului între (două sau mai multe) persoane care, alternativ, joacă rolul de emițător și receptor. Alteori (în cazul monologului, al cuvântărilor, al comunicării prin presă, radio sau televiziune) circulația informației poate avea loc în sens unic.

Prin urmare, comunicarea este un proces care, în conformitate cu știința comunicării, conține patru elemente: un emițător, un canal, informație și un receptor.

Într-o formă simplă, procesul de comunicare poate fi redat astfel²:



Comunicarea nu se încheie odată cu preluarea sau receptarea informației, care poate exercita o influență efectivă asupra opiniilor, ideilor sau comportamentului celor ce o receptează. Intenția, scopul urmărit în acest proces poartă numele de *efect* al comunicării. În acest caz, modelul elementar poate fi extins³



Așadar, pentru ca transferul de informație să devină comunicare, emitentul trebuie să aibă intenția de a provoca receptorului un oarecare efect. Așadar, *comunicarea poate însemna acel proces prin care un emițător, prin intermediul unui canal, transmite informația cu scopul de a produce receptorului anumite efecte*. Cercetătorii de la Universitatea din Amsterdam consideră că „*comunicarea devine un proces prin care un emițător transmite informație receptorului prin intermediul unui canal, cu scopul de a produce asupra receptorului anumite efecte*”⁴.

Mulți specialiști consideră comunicarea drept un fenomen informațional general pentru natura vie și societatea omenească. Există lucrări consacrate *limbajului animalelor, graiului celor care nu cuvântă*. Autorii acestor studii sunt convinși și încearcă să-i convingă și alții, că toate speciile animale comunică în lumea lor în cele mai variate moduri și prin diverse mijloace. Drept exemplu, poate servi informația din *Mica enciclopedie a graiului animalelor*, publicată de **Tudor Opreș**⁵.

Comunicarea, privită prin optica unei mulțimi, practic, nelimitate de lucrări din acest domeniu cu caracter interdisciplinar, ni se prezintă ca un fenomen extrem de variat și complicat. Cum am menționat mai sus, sunt cunoscute variate teorii și numeroase modele de comunicare din diferite științe. Spre exemplu, comunicarea poate fi tratată de

¹ A se vedea, spre exemplu: Ețco, C.; Moroșanu, M.; Goma, L.; Davidescu-Creangă, E. *Comunicarea pentru schimbarea comportamentală: Suport de curs universitar*. Chișinău: Centrul editorial-poligrafic „Medicina”, 2008, p. 19-20.

² A se vedea: Cuilenburg, J.J.; Van, Scholten, O.; Noomen, G.W. *Știința comunicării*. București: Ed. Humanitas, 1998, p. 23.

³ A se vedea: Ibidem, p. 24.

⁴ Idem.

⁵ A se vedea: Opreș, T. *Mica enciclopedie a graiului animalelor*. București: Ed. Virtual, 2011.

către psihologi, ca tip aparte de comportament, de către sociologi, ca factor decisiv de socializare, de antropologi, ca instrument de constituire și răspândire a culturii, de semioticieni, ca proces de configurare și reconfigurare a semnificațiilor semnelor etc.¹.

Una din cele mai dificile probleme este aceea că noi nu dispunem de un criteriu unitar formal pentru a determina în mod incontestabil numărul și natura „parametrilor” fundamentali ai comunicării. Dar, în pofida acestui fapt, majoritatea specialiștilor operează cu un număr limitat de „parametri” fundamentali (factori de bază) ai comunicării ca entitate ontică: *emitentul, receptorul, mesajul, codul, situația (repertoriul comunicanților), canalul de transmitere, interacțiunea comunicanților sau conexiunea inversă (feedback)* etc. Spre exemplu, **Gheorghe-Ilie Fârte** consideră că pentru a investiga procesul de comunicare sunt necesari următorii șase factori (variabile): emitentul (sau locutorul), receptorul (sau alocutorul), mesajul, codul, situația și canalul de transmitere. El menționează că există doar „trei constatări, ce par să asigure, totuși, o motivare suficientă: (a) nici una dintre variabilele enumerate nu poate fi redusă la celelalte; (b) nu există alte variabile care să aibă un impact major asupra comunicării și care să nu se regăsească, într-o formă sau alta, în câmpul celor șase variabile asumate; (c) antrenarea acestor variabile în analiza comunicării permite obținerea unor rezultate teoretice remarcabile”².

Esența procesului de comunicare, consideră majoritatea specialiștilor, constă în circulația, „transportul” unor „mesaje”, informații între doi poli: *emițătorul* (inițiatorul comunicării) și *receptorul* (destinatarul mesajului). În procesul comunicării interumane, receptorul și emițătorul sunt două persoane. Unii specialiști consideră, că există un asemenea tip de comunicare și în lumea animalelor, între sistemele cu „inteligentă” artificială.

Primele teorii ale comunicării au fost elaborate în legătură cu dezvoltarea tehnicii telecomunicațiilor. Se consideră că teoria contemporană a comunicării s-a născut odată cu apariția în anul 1949 a lucrării *The Mathematical Theory of Communication*, a americanilor **Claude Shannon** și **Warren Weaver**. Modelul tehnic al comunicării și schema canonică elaborată de acești autori s-a dovedit aplicabilă, practic, în toate domeniile comunicării. Uneori sub numele de *model telegrafic* schema *Shannon-Weaver* figurează în teoriile contemporane ale comunicării. Acest model tehnic „va fi decisiv chiar și în cadrul științelor umaniste, pentru definirea și înțelegerea a ceea ce reprezintă fenomenul comunicării”³.

Modelul *telegrafic* al comunicării reprezenta unul dintre modurile de comunicare care a fost frecvent utilizat până la finele sec. al XX-lea, în situații de urgență (naștere, deces, necesitate de a întâlni o persoană la tren, aeroport etc.). Din punct de vedere tehnic, *telegrafia* reprezintă forma telecomunicației ce constă în transmiterea prin *semnale* (electromagnetice, optice etc.) a unui *text scris* (telegramă). Morse, în 1844, a construit prima linie telegrafică, prin care se transmiteau texte cu ajutorul aparatelor electromagnetice inventate de el în 1837.

Modelul comunicării, creat de cercetătorii americani Shannon și Weaver, are o reprezentare lineară și, din punct de vedere structural, nu diferă de cel telegrafic. În acest model, a *comunica* înseamnă că un *emițător* sau *sursa* de informație conectată la

¹ A se vedea: Fârte, Gh.-Il. *Comunicarea. O abordare praxiologică*. Iași: Casa edit. Demiurg, 2004, p. 5.

² Ibidem, p. 5-6.

³ Lohisse, J. *Comunicarea: de la transmiterea mecanică la interacțiune*. Iași: Ed. Polirom, 2002, p. 31.

transmițător, printr-o *linie de comunicație* transmite semnale care ajung la *receptor* și sunt recepționate de *destinatar*. Unitatea de măsurare a comunicării este de natură binară (numită și digitală), adică de tipul *închis – deschis, da – nu, adevăr – fals, 1 – 0* etc. Noțiunile principale ale acestui model sunt cele de: *sursă* (plus emițător), *receptor, canal, cod* (dispozitive tehnice de codificare, transmitere și decodificare a informației).

Sursa este văzută ca acel factor care decide ce mesaj să trimită sau să aleagă dintr-o serie de mesaje posibile. Acest mesaj selectat este transformat apoi de *emițător* (anumit dispozitiv tehnic) în *semnale* care sunt trimise prin *canal* către *receptor*.

Zgomot (sau bruijaj) este ceva ce, neintenționat de sursă, *alterează* (distorsionează) semnalul în procesul transmiterii.

Informația, în acest model, este înțeleasă ca totalitatea semnalelor codificate, transmise de la emițător către receptor. În acest sens, informația nu se identifică cu *semnificația* a ceea ce este transmis.

Canalul este acel mijlocul fizic prin care sunt transmise semnalele. Principalele canale sunt spațiul fizic (prin care se răspândesc undele electromagnetice, acustice etc.), cablurile telefonice, sistemul nervos (la animale sau oameni) etc.

Emițătorul (mijlocul de comunicare) reprezintă acel obiect fizic sau tehnic prin care mesajul este convertit (transformat) în semnale ce pot să fie transmise prin intermediul unui canal. Proprietățile fizice ale mijloacelor de comunicare sunt determinate de natura canalului sau canalelor care îl folosesc. Mijloacele de comunicare pot fi clasificate astfel:

- mijloace prezentaționale: vocea, fața, corpul;
- mijloace reprezentative: cărți, picturi, fotografii, diagrame, arhitectură etc.;
- mijloace tehnice: telefon, radio, televiziune, teletext etc.

Meritul schemei Shannon-Weaver este că, deși concepută în vederea explicării unor aspecte specifice domeniului telecomunicațiilor, ea permite a înțelege mai bine esența oricărei comunicări care are la bază procese *reglator-informaționale* – biotice sau social-culturale. Dar, această schemă, conține unele elemente ce pot avea variate interpretări în teoria și practica comunicării, spre exemplu, distincția dintre *sursă* și *transmițător*.

Schema grafică elementară (primitivă) a procesului de comunicare este prezentată de mulți specialiști astfel:



Retroacțiune (conexiune inversă sau feedback)

Înlocuind termenii de bază cu majusculele lor, vom obține următoarele structuri elementare ale procesului comunicativ: a) E – C – M – D – R: b) R – C – M – D – E.

Trebuie să menționăm că, la ființele umane, comunicării propriu zise (ce se bazează pe *recunoaștere* și *interpretare*) îi precede un anumit grad, nivel de *cunoaștere*. Altfel spus, subiecții comunicării (emițătorul și receptorul) intră în actul comunicării având deja un bagaj de cunoștințe, denumit *repertoriul* comunicanților. *Eficiența* comunicării depinde de zona de intersecție a celor două repertorii (cunoștințe despre lume, limbaj comun, orientări valorice, principii, reguli etc.).

Interacțiunea dintre comunicanții umani (mai precis, conștiințele acestora) se obține nemijlocit sau la distanță – prin anumite *canale* de comunicare, prin care se transmit *semnalele codate* („*mesajul*”). În cadrul acestor *comunicații*, uneori intervin perturbații

(zgomot, bruijaj etc.) ce pot *altera* (modifica sau denatura) parametrii sau structura semnalelor emise.

În structura comunicării, un rol important îl joacă sistemul de *coduri* utilizat. *Codul* („cifrul”, „cheia”) este un obiect *semiotic* ce reprezintă *regulile* de utilizare ale semnelor. Stimulii (semnalele), prin care se produce comunicarea, sunt organizați într-un anumit mod, adică „cifrați”, „codificați” de către comunicanți sau sursele de informații. Adică informația, ce se conține în stimuli, are altă *semnificație* decât conținutul natural al acestora. Pentru ca „mesajul” să poată fi înțeles de comunicanți, este necesar ca aceștia să cunoască dinainte codurile respective (regulile sintactice, normele deontologice, principiile gândirii corecte etc.).

În cercetările consacrate comunicării interpersonale au fost elaborate și alte modele, mai complicate, decât cel menționat anterior, spre exemplu, modelul SMCR al lui Berlo. Acest model (apărut în 1960 în SUA) se ocupă de natura psihologică a comunicării¹. În el se pune accentul pe diferite componente, inclusiv pe *atitudini*, *intenții* și se precizează condițiile unei transmiteri *eficace*. Abreviatura SMCR denotă, respectiv, S – sursa; M – mesajul; C – canalul; R – receptorul.

Sursa are scopul de a transmite *ceva*, adică un *mesaj*. Transformările în mesaje ale anumitor idei, nevoi, intenții ale sale prin semnele necesare și comunicarea lor receptorului depind de anumiți factori. Printre aceștia se află:

- *abilitatea comunicatională* a sursei (aptitudini pentru codarea mesajului, spre exemplu, a ști *să scrie*; competența de a decoda evenimentul, spre exemplu, a ști *să vadă*; capacitatea de analiza rațional o situație, în funcție de obiective, spre exemplu, a ști *să convingă*);

- *atitudinile* sale, ce constituie predispoziția de a acționa în diverse situații (spre exemplu, atitudinea negativă, autoritară față de interlocutor, atitudinea de teamă în fața situației etc.);

- *cunoștințele* sale în legătură cu subiectul tratat, cu auditoriul etc.;

- *sistemul social și cultural* (de pildă, rolul pe care îl joacă sursa în societate).

Mesajul, alcătuit din *elemente* (cuvinte, fraze, imagini, idei) și *structura* (modul de organizare a elementelor), trebuie analizat.

Canalul trimite mesajul la simțuri (văz, auz, pipăit, miros, gust). *Receptorul* deține caracteristici asemănătoare cu ale sursei și acestea, de asemenea, influențează comunicarea.

Modelul lui Berlo, fiind dinamic și continuu, are și unele neajunsuri. Printre acestea, se observă următoarele lipse: a retroacțiunii dintre receptor și sursă și a relației dinamice între elementele ce formează modelul².

În literatura de specialitate, sunt analizate multe alte modele ale comunicării³. Toate aceste modele ale comunicației conțin triada termenilor fundamentali: *semn*, *semnificație*, *mesaj*. Divergențele conceptuale în interpretarea acestor termeni reprezintă una dintre „piedicile” ce stau în calea creării unei teorii bine determinate, coerente și consecvente a comunicării.

¹ A se vedea: Lohisse, J. Op. Cit., p. 72-73.

² A se vedea: Ibidem, p. p. 73.

³ A se vedea, spre exemplu: Lohisse, J. Op. Cit.; Pârvu, Il. Op. Cit.

1.3. SEMN, SEMNIFICAȚIE, MESAJ

În literatura de specialitate, se subliniază meritul lui *Aureliu Augustin* (354-430), care a fost printre primii cercetători ai semnului în calitate de *entitate universală*. Augustin a divizat semnele în două clase distincte – ale celor *naturale* și ale celor *artificiale (convenționale)*. Spre exemplu, *Thomas Sebeok* menționează că un pas major în studiul semnelor a fost acela făcut de către Sf. Augustin care printre primii a distins clar între „semnele *naturale* (simptome, semnale ale animalelor etc.) și cele *convenționale* (de factură umană) și a adoptat concepția potrivit căreia există o componentă *interpretativă* inclusă în totalitatea procesului de reprezentare”¹.

Teoria lui Augustin (a semnelor) i-a influențat pe mulți semioticieni. Din lucrările lor aflăm următoarele: Augustin considera drept natural acel semn, care ne permite să cunoaștem lucrul semnificabil (*res significabilia*), fără dorința sau intenția cuiva de a desemna ceva. Printre semnele naturale se enumeră *fumul* (semnul focului), *urmele animalelor*, *gesticulația neintenționată* și *mimica* ce indică starea sufletească ale oamenilor etc.

O analiză detaliată a fenomenelor naturale *semnificabile* (simptome, „comunicarea” prin semnale în lumea animalelor etc.), ne convinge că nu tot ce *semnifică* despre ceva, se realizează neapărat prin *semne*. Considerăm că ideea lui Augustin despre semne ca ceva „natural” contrazice definiției sale, a esenței semnului ca factor relațional *convențional* pentru *conștiințele* subiecților semiozei (producerii și utilizării semnelor).

Augustin acorda o deosebită atenție semnelor convenționale. El numea *convenționale* acele semne, cu ajutorul cărora *ființele vii comunică unele altora gândurile și sentimentele lor*. Spre exemplu, în opinia lui Augustin, semnele verbale, au fost *inventate de inteligența umană pentru a transmite gânduri și sentimente de la un om la altul*, altfel spus, *pentru a comunica*.

Din cele expuse anterior, constatăm că notele esențiale, care se conțin în actualele definiții ale semnului, au fost evidențiate de Augustin cu multe secole înaintea apariției științelor despre semn (semioticilor și semiologiilor contemporane). Spore exemplu, Th. Sebeok definește semnul astfel: „Un semn e orice *formă* fizică imaginată sau exteriorizată (printr-un mijloc fizic oarecare) pentru a ține locul unui obiect, al unui eveniment sau sentiment etc., numite *referent*, sau al unei clase de obiecte, evenimente, sentimente etc. similare (sau înrudite), numite *domeniu referențial*”².

Ch.S. Peirce (1839-1914), unul dintre clasicii semioticii contemporane, a caracterizat semnul astfel: *Semnul este ceva care stă în locul altcuiva pentru ceva în vreun aspect sau posibilitate. Semnul se adresează cuiva, creând în mintea acestei persoane un semn echivalent sau un semn mai dezvoltat. Un semn se referă la altceva decât la el însuși (obiectul) și este înțeles de cineva, acesta fiind efectul pe care îl produce în mintea receptorului (interpretant). Interpretantul nu este utilizatorul semnului, dar un concept mental produs atât de semn, cât și de experiența pe care utilizatorul o are despre obiect*.

Cercetând un mare număr de lucrări din domeniul semioticii, am putut constata că ele conțin următoarea idee, relativ, stabilă: *Semn poate fi orice*, adică funcția de *semn* poate fi atribuită *oricărui obiect perceptibil* (lucru, fenomen, relație etc.) ce ține *locul altui obiect* (de natură materială sau spirituală, denumit *desemnat, referent ș.a.*) pentru

¹ Sebeok, Th. *Semnele: o introducere în semiotică*. București: Ed. Humanitas, 2002, p. 21.

² Ibidem, p. 20.

subiecții semiozei (interpreți, comunicanți etc.) care, prin semne, realizează anumit scop, intenție (de a memoriza, informa, ordona, manipula etc.).

Considerăm că, la astfel de descrieri sau definiții ale semnului mai trebuie adăugate unele note esențiale ce au o mare importanță, din punct de vedere conceptual și metodologic. În primul rând, trebuie de avut în vedere că obiectul respectiv sau este creat de cineva anume pentru a îndeplini funcția semiotică, sau unui obiect real i se atribuie această funcție. În al doilea rând, nu orice obiect semnificativ este, în mod obligator, anume semn, adică are și semnificație. Printre obiectele care semnifică ceva oamenilor și, totodată, nu sunt semne, în sens deplin al cuvântului, se află indicii.

Practic, toți cercetătorii recunosc că indicii sunt fenomene naturale, rezultate ale manifestării legăturilor cauzale (cu transformări de energie și substanță – în lumea anorganică sau determinate de procese informaționale și reglare – în lumea organismelor vii). Spre exemplu, apariția mugurilor la pomi sunt indicii care, de regulă, ne semnifică că a venit primăvara. Semnele, dimpotrivă, sunt rezultate ale activității cognitive (gândirii prin noțiuni, judecări și alte forme raționale ca invenții ale minții), acte ale imaginației și fanteziei omenești care se introduc prin convenție sau apar în mod arbitrar. Spre exemplu, nu putem găsi o legătură naturală faptului că aceeași acțiune se denotă în limba română prin *a cosi*, iar în limba franceză – prin *fausher*. Simptomele, indicii, însemnele etc. sunt fenomene naturale „semnificabile” în baza determinărilor obiective (informaționale, reglatorii), legăturilor de tip cauză–efect, adică nu sunt produse în mod intenționat ca semne. Altfel spus, indicii au statut obiectiv (natural), în timp ce semnele au caracter intenționat, subiectiv, rațional (logico-gnoseologic, teleologic, pragmatic).

Prezintă interes, în contextul celor expuse despre coraportul dintre *semne* și *indicii*, concluziile la care a ajuns celebrul lingvist român de talie mondială **Eugeniu Coșeriu**, în lucrările consacrate problemelor semioticii generale. E firesc ca un savant – lingvist și filosof – să-și pună întrebarea: Ce este un semn? Tocmai această întrebare și răspunsul la ea le găsim în lucrarea lui E. Coșeriu *Semn, simbol, cuvânt*.

Obiectul problematizării filosofice, consideră E. Coșeriu, constă anume în a stabili modul de a fi al semnului, calitatea ca atare de a fi semn, cum sunt și cum funcționează semnele¹. Aceasta înseamnă însă că filosoful trebuie să realizeze o muncă dublă: să manifeste competență atât în domeniul filosofiei, cât și în cel al științelor particulare. Coșeriu distinge clar între calitatea de a fi semn, în sens propriu, de ceva ce nu are calitatea de a fi semn. De asemenea, el distinge între a fi semn pentru cineva (a avea valoarea de semn) și a fi semn în și pentru sine (a fi produs în calitate de semn) reprezintă două determinări diferite, iar, pe de altă parte, a indica spre altceva, a sta în locul a altceva și a avea semnificație nu sunt nicidecum expresii sinonime².

Definirea semnului drept acel lucru sau fenomen care indică altceva decât este el însuși, în materialitatea sa, nu se referă, strict vorbind, la semne, ci la un altceva, pentru care le folosim doar provizoriu denumirea *semn* din limbajul obișnuit. Aceasta se referă anume la acele „semne” care doar prin interpretare devin semne. Ele presupun intenționalitatea „interpretului care le interpretează drept indicii, făcându-le ca prin aceasta să fie indicii. Este vorba despre fenomene care se află într-un context existențial determinant, cunoscut sau doar presupus, cu alte fenomene, astfel încât, din constatarea unuia dintre aceste fenomene pe care le receptăm ca indicii, putem infera asupra

¹ A se vedea: Coșeriu, E. *Omul și limbajul său* / STUDII DE FILOZOFIE A LIMBAJULUI. TEORIE A LIMBII ȘI LINGVISTICĂ GENERALĂ. Iași: Ed. Universității „Alexandru Ioan Cuza”, 2009, p. 113.

² Ibidem, p. 115.

prezenței, respectiv existenței în același context, a celorlalte fenomene, corelate pe baza experienței. Astfel, interpretăm norii ca „semne” ale unei posibile ploii, febra ca „semn” de boală”¹.

Este cunoscut faptul că simptomele, indicii, însemnele etc. sunt fenomene naturale „semnificabile”, în baza determinărilor obiective (informaționale, reglatorii), legăturilor cauzale (de tip cauză–efect), însă nu sunt produse în mod intenționat ca semne. „Indicii joacă un rol foarte important în cadrul interpretării, în diferite domenii ale experienței și ale științei; este însă totuși foarte problematic să le putem include în universul semnelor”².

Suntem de acord cu specialiștii care consideră că nu există rațiuni suficiente ce ar permite să identificăm obiecte cu diferit statut real – *semnele* și *indicii* (simptome, însemne etc.). Ceea ce numim *indici* sunt fenomene *naturale*, rezultate ale manifestării legăturilor cauzale (cu transformări de energie și substanță – în lumea anorganică sau determinate de procese informaționale și reglare – în lumea organismelor vii). Spre exemplu, mișcarea frunzelor și a norilor sunt *indici* (dar nu semne) ale *vântului*. Vântul este *cauză*, iar mișcarea frunzelor și a norilor – *efectul* acestei cauze. În baza cunoașterii efectului tragem concluzia despre cauză. Astfel de fenomene se mai numesc *inferențiale*, fiindcă cunoștințele despre ele se deduc prin inferențe (raționamente). De aceea, într-un limbaj științific specializat, unele *simptome*, de pildă febra, ar trebui interpretate ca *indicatori* (dar nu semne) ale maladiei. Cauza maladiei o va stabili medicul (având în vedere simptomele) în baza pregătirii profesionale (a cunoașterii manifestării cauzalității în funcționarea organismului omenesc) și a rezultatelor unor investigații suplimentare. Faptul că în literatura științifică simptomele poartă numele de *semne* poate fi lămurit prin omonimia din limbajul natural (când obiecte diferite poartă același nume) sau prin tradiția seculară de a folosi termeni ce s-au constituit într-un anumit context profesional.

Medicii și biologii sunt conștienți de faptul că, vorbind despre simptome și numindu-le *semne*, ei le consideră drept *manifestări* ale maladiei și recunosc că acestea sunt *efecte* determinate de cauze și factori *obiectivi*, adică nu sunt fenomene *exclusiv subiective* și de natură pur *convențională*. Mulți dintre ei spun foarte clar că *simptomul* (*semnul*) este un fenomen de alterare morfologică și funcțională, manifestat de o ființă vie bolnavă (om sau animal).

În literatura de specialitate, întâlnim următoarele caracteristici ale manifestărilor maladiilor: *simptomele* sunt descrise de către pacient în prima fază a examenului medical, acestea provin din senzații și impresii subiective (semne funcționale), în faza a doua a examinării se identifică *semnele obiective* ale unei boli (examen fizic al pacientului). Analiza simptomelor și semnelor permit stabilirea diagnosticului. Semiologia medicală este anume acea disciplină care se ocupă cu descrierea și interpretarea *simptomelor* și *semnelor de boală*. În cadrul acesteia, „**simptomul** este o manifestare a bolii relatate de pacient în cursul anamnezei, ce are un caracter subiectiv și care este dependent de o serie de factori (percepție, cultură, nivel intelectual)... El se mai numește și **semn funcțional** și este descris de către pacient în cursul interogatoriului luat de către medic sau asistenta medicală... **Semnul** este o manifestare obiectivă a bolii, pe care examinatorul o evidențiază în cadrul examenului clinic prin propriile simțuri”³.

¹ Ibidem, p. 115-116.

² Ibidem, p. 116.

³ Vasile, M.; Moldoveanu, M. *Semiologie medicală pentru asistenți medicali*. București: ALL, 2015, p. 9.

De asemenea, este cunoscut faptul că în istoria filosofiei și psihologiei tendința de a interpreta senzațiile ca *semne* (simboluri, ieroglife etc.) a fost considerată inacceptabilă atât din punct de vedere metodologic, cât și teoretic. Evident, *simptomele* (desigur, nesimulate), mărturisite de bolnavi, sunt *senzații*, chiar dacă medicii le numesc *semne funcționale*.

Totodată, trebuie de menționat că problema coraportului dintre semn și simptom are cam aceeași interpretare în literatura medicală străină, spre exemplu, cea franceză. Dicționarul *Larousse Medical* notează diferența dintre semn și simptom și evidențiază patru tipuri de semne: 1) semn ca orice manifestare de afecțiune sau maladie, observate în mod obiectiv de medic; 2) semne funcționale sau simptome subiective, resimțite de pacient; 3) semne generale ce denotă manifestările maladii care afectează organismul în întregime; 4) semne fizice care sunt evidențiate de medic, după o examinare (investigație) clinică¹: „(1) *Signe*: Toute manifestation d’une affection ou d’une maladie contribuant au diagnostic et plus particulièrement, phénomène observé objectivement par un médecin, ... (2) *Les signes fonctionnels, ou symptômes subjectifs, couramment appelés symptômes*, sont des manifestations ressenties par le patient (douleur, essoufflement, anxiété, courbatures, maux de tête, etc.) ... (3) *Les signes généraux désignent les manifestations de la maladie, ... qui affectent l’ensemble de l’organisme, ... (4) Les signes physiques, couramment appelés signes*, sont décelés lors de l’examen clinique par le médecin, ...).

În multe dicționare, putem întâlni definiții de tipul: „Simptomul este un semn prezent la nivelul organismului ca reacție la o maladie. O maladie este în general responsabilă de multe simptome care pot fi identice de la o patologie la alta, de unde interesul de a recupa (confrunța) toate simptomele și de a le folosi pentru examinări, zise complementare, ce ar permite o cercetare mai precisă a acestora și a lor cauze suspectate (bănuite)” („Le symptôme est un signe présent au niveau de l’organisme en réponse à une maladie. Une maladie est en général responsable de plusieurs symptômes, qui peuvent être identiques d’une pathologie à l’autre, d’où l’intérêt de recouper tous les symptômes et d’utiliser des examens dits complémentaires pour permettre une étude plus précise de ceux-ci et de leurs causes suspectées”).

Vom încerca să argumentăm opiniile acelor autori care consideră a fi nepotrivită sintagma „*semn natural*” ca nume pentru *indicatorii* sau *indicii* naturali. Să analizăm, mai întâi, câteva exemple de astfel de „semne”.

În literatura consacrată problemelor semiologiei (semioticii) putem găsi enunțuri de tipul: 1) Dacă omul are febră, atunci el este bolnav. 2) Dacă frunzele se mișcă, înseamnă că este vânt. 3) Dacă plouă, atunci străzile sunt uzi. De asemenea, pretind a fi adevărate judecăți de tipul: Urmele lăsate de animal sau de om pe nisip sau pe zăpadă sunt semne produse de respectivii subiecți. La nivelul simțului comun oamenii spun: Febra *înseamnă* maladie, mișcarea frunzelor *înseamnă* vânt etc. Acest *înseamnă* este *indicatorul* unei situații naturale: în baza cunoașterii unei legături cauzale din *efect deducem cauza*. Altfel spus, efectul ne *semnifică* despre cauză. În cazul când omul are febră, aceasta *înseamnă* (adică semnifică, dă de știre) că el este bolnav. Rădăcina cuvântului *înseamnă* este *semn*. Există în limbajul natural multe cuvinte ce au rădăcina *semn*: *a însemna, a desemna, a consemna, a semnala, însemnat, semnificație, semnificat, semnificant* etc. Cunoașterea de către om a legăturilor cauzale din natură sau din activitatea practică a avut ca rezultat formularea unei structuri mintale care se numește *raționament* sau *inferență*. În logica

¹ A se vedea: *Larousse Médical*. Paris: Larousse, 2006.

contemporană această formă a gândirii se numește inferență *ipotetico-categorică* (alcătuită dintr-o judecată condițională și două judecăți atributive – una în premisă, iar a doua – în concluzie.). De pildă, dacă omul are febră, atunci el este bolnav. Studentul X are febră. Deci studentul X este bolnav. Sau: dacă marfa este de calitate înaltă, atunci ea este scumpă. Marfa X este de calitate înaltă. Deci marfa X este scumpă.

Încă din antichitate sunt cunoscute inferențele eliptice (prescurtate), în care lipsește sau una dintre premise, sau concluzia. Spre exemplu, studentul X este foarte bine pregătit pentru examen; înseamnă că studentul X va susține examenul (lipsește premisa „dacă studentul este foarte bine pregătit, atunci el va susține examenul”). Sau: această marfă este de calitate excepțională; înseamnă că această marfă este scumpă (lipsește premisa „dacă marfa este de calitate excepțională, atunci ea este scumpă”).

Fenomenele naturale *semnifică* în mod obiectiv (au importanță vitală) pentru animale (insecte, păsări, mamifere etc.). Această le permite să se acomodeze la mediu, să supraviețuiască. Spore exemplu, un iepure concret *semnifică* (aici și acum) hrană pentru o vulpe reală, iar această vulpea *semnifică* pericol pentru iepurele respectiv. Pentru om – ființă rațională – în binomul *cauză–efect*, una dintre contrarele complementare (în lipsa celeilalte) îi semnifică despre cealaltă. Spre exemplu, dacă se mișcă frunzele, pentru om înseamnă că este vânt, seism sau altă cauză obiectivă. Dacă este vânt, se va trage concluzia că se mișcă frunzele sau alte obiecte, de pildă, sunt valuri și nu se va duce la pescuit. Este necesar a sublinia acel fapt că în condiții reale (în sine și pentru sine) obiectele *semnifică* altfel decât în procesul *interpretării* a fenomenelor naturale de către subiecții raționali (printr-o explicație teoretică care nu corespunde stării de fapt, adică poate fi neadevărată).

Considerăm că pentru fenomenele aflate în relații cauzale *obiective* (fizice, chimice, biotice, sociale) se potrivesc termenii *indiciu*, *indicator*, *însemn* care *semnifică* fenomene naturale. Din contra, cuvântul *semn* se potrivește pentru situații de *semioză* care, în esență, au conținut *convențional*. În astfel de cazuri, obiectului ce poartă numele de *semn* i se atribuie această *funcție* (de semn) prin *acordul* comun (adică consens) al participanților la actul semiotic. Spre exemplu, o vază cu flori pusă pe un anumit pervaz pentru un interval de timp stabilit anterior de către două persoane secrete poate însemna că întâlnirea nu poate avea loc.

În privința semnelor în sens propriu („produse” anume în calitate de semne), pentru a fi receptate și interpretate ca atare, problema se pune altfel: „Aici avem de-a face cu o dublă intenționalitate, și anume cu o intenționalitate productivă deschisă la cel care produce semne și cu o intenționalitate „ne-producătoare-de-semne” la interpret, ultima reducându-se la disponibilitatea de a recepta semnul ca semn și de a-l interpreta. Această distincție este esențială pentru delimitarea universului semnelor. Căci propoziția „Orice poate fi semn” nu înseamnă același lucru în ambele cazuri”¹. În cazul indiciilor, *orice* înseamnă că orice poate fi „indiciu”: „orice lucru se află într-o corelație dată, posibilă sau presupusă și, de aceea, orice poate fi „indiciu”, adică prilej pentru o inferență”². În cazul semnelor în sens propriu, propoziția *Orice poate fi semn* înseamnă doar că „latura materială a semnului poate fi orice, că materia semnului este în principiu indiferentă. În acest caz, semne sunt însă numai acelea care sunt produse ca atare”³. Analiza problemei semnului propriu-zis ne permite să facem unele generalizări.

¹ Coșeriu, E. Op. cit., p. 116.

² Idem.

³ Ibidem, p. 117.

Metaforic vorbind, semnul este un fel de „emblemă” (cunoscută numai utilizatorilor, comunicanților) atașată unui obiect perceptibil căruia producătorii și utilizatorii (subiecții cunoașterii și comunicării) i-au atribuit o valoare *funcțională* – de a desemna, de a reprezenta alte obiecte (ale gândirii și ale comunicării) iar, prin funcția care i s-a atribuit, – să fie intermediarul ce leagă prin semnale (informație) subiecții respectivi și referenții, desemnații, adică obiectele gândirii și comunicării. Esențial pentru semne este caracterul lor *convențional și funcțional*. Adică conținutul material este doar corpul semnelor, iar semnalele (optice, fonice etc.), ce însoțesc semnele, conectează, pun în contact conștiințele subiecților gândirii și comunicării. Problema constă în aceea că conștiințele, fiind entități ideale, nu pot comunica, contacta nemijlocit. Pentru a materializa gândul și a face legătură între conștiințe este nevoie de a transforma gândurile în semnale (optice, fonice etc.) și de a deplasa semnalele respective, în cazul comunicării interpersonale, de la „emițător” către „receptor”. De aceea, oamenii (în practica lor istorică) au trecut de la gândirea și comunicarea prin *lucruri* la gândirea și comunicarea prin *semne*, ce *înlocuiesc* lucrurile.

Semnele ca realități cu suport obiectiv (corp material), fiind elemente distincte ale semiozei, sunt obiecte *unidimensionale*. Imaginile lor ideale (noțiuni *raportabile*, adică de *relație*) sunt reprezentate în conștiințele subiecților (gândirii și comunicării) ca un complex *tridimensional* ce include *obiectul* (desemnatura), *conceptul* (semnificatul) și *numele* (semnificantul). Trebuie de menționat, că în analiza noastră am făcut abstracție de la aspectele psiho-fiziologice ale semiozei – obiect de studiu al altor științe particulare despre semne.

Așadar, semnul este un obiect (în accepțiune gnoseologică) detașat (mîntal, prin abstractizare) de suportul (conținutul) său material, căruia producătorii și utilizatorii (subiecți ai cunoașterii și comunicării) i-au atribuit o valoare *funcțională* – de a desemna, de a reprezenta alte obiecte (ale gândirii și ale comunicării) iar, prin funcția ce i s-a atribuit, – să fie intermediarul ce leagă, prin informație, subiecții respectivi și referenții, desemnații, adică obiectele gândirii și comunicării. Esențial pentru semne este caracterul lor *convențional și funcțional*. Adică conținutul material este doar corpul semnelor, iar semnalele (optice, fonice etc.) codate, ce însoțesc semnele, pun în contact conștiințele subiecților gândirii și comunicării.

Unul dintre elementele esențiale ale semiozei este *semnificația*. În continuare, vom analiza succint, conceptul de „semnificație”.

În diverse pasaje ale dialogului lui Augustin *De magistro*, scrie E. Coșeriu, conținutul semnului este delimitat clar de obiectul pe care-l poate reprezenta semnul. Semnificația (*significatio*) nu se confundă cu lucrul, ci este mai degrabă *cognitio rei* „cunoașterea lucrului”, *scientia, quae per signum evenit*, „cunoașterea care provine din semn”. De altfel, cuvintele există pentru a semnifica lucruri, nu invers: „Cunoașterea unui lucru este preferabilă semnului cu ajutorul căruia o efectuăm, deoarece se știe că nu cunoașterea a fost dată pentru semn, ci semnul a fost instituit în scopul cunoașterii”¹.

Am mai remarcat anterior că anume comunicarea prin semne presupune existența unor subiecți, adică a celor care produc semnele (a adresanților) și a destinatarilor acestor semne (a adresaților).

Semnificația se produce prin conștientizarea de către ființele raționale a *relației* dintre două obiecte și anume – atunci când semnalele transmise prin semn actualizează în

¹ Ibidem, p. 175.

conștiință ideea despre *altul* (desemnat) și orientează conștiința către cel de al *doilea*. Așa se întâmplă, spre exemplu, atunci când combinația de semne grafice *s-â-m-b-ă-t-ă* generează în conștiință gândul: „A șasea zi a săptămânii”. Trebuie să menționăm că semnificația unui termen *general*, într-o conștiință *individuală* se specifică prin noțiunea *sens*. Spre exemplu, același cuvânt *sâmbătă* (având aceeași semnificație de *a șasa zi a săptămânii*) poate avea *sensuri diferite*: pentru o *gospodină*, un *peskar* sau un *elev*.

Actualizarea semnificației în formă de imagini senzoriale și generalizate în idei despre anumite obiecte (sau clase de obiecte) se produce sau nemijlocit, în baza percepției legăturilor naturale dintre lucruri, sau prin intermediul semnelor. De aceea, este important a distinge între două situații semnificative: 1) naturale, ce sunt determinate de factori obiectivi și legături cauzale (în lumea anorganică) sau reacții organice (la plante și animale); 2) convenționale („artificiale”), ce se realizează pe baza proceselor semiotice, gândirii discursive, adică prin construcții verbale și forme ale gândirii abstracte (noțiuni, judecăți, raționamente etc.). Strict vorbind, semnificația anumitor semne (verbale sau nonverbale) este o entitate ideală (fapt intrinsec de conștiință) imperceptibilă prin organele senzoriale și intransmisibilă nemijlocit altor persoane. Dar, atunci apare problema: cum are loc comunicarea, cum se transmit mesajele de la emițător la receptor și ce anume se transmite, dacă ideile, gândurile etc. ale comunicanților sunt ideale, imperceptibile și intransmisibile?

Problema constă în aceea că conștiințele, fiind entități ideale, nu pot comunica, contacta în mod nemijlocit. Pentru a face legătură între conștiințe este nevoie de a transforma gândurile în semnale (optice, fonice etc.) și de a deplasa („transporta”) semnalele de la emițător către receptor. **I.A. Richards**, critic literar britanic, în lucrarea *Principii ale criticii literare* (1928) scria: „Comunicarea are loc atunci când o conștiință acționează asupra mediului ei, astfel încât o altă conștiință este influențată și în această altă conștiință apare o experiență care este similară experienței din prima conștiință și este cauzată în parte de această experiență”. Grație creativității în sfera ideală a conștiinței, oamenii (în practica lor istorică) au trecut de la comunicarea prin *lucruri* la comunicarea prin *semne*, ce înlocuiesc lucrurile.

În tehnica telecomunicațiilor sursa produce „mesaje” în formă de semnale fizice pe care transmiiătorul le codifică și le îndreaptă (rămânând tot semnale fizice), prin canal, înspre destinatar. Termenul global „mesaj”, scrie savantul român **Mihai Dinu**, acoperă o mare varietate de realități, pe care le desemnăm în limbaj curent prin cuvinte ca: gânduri, sentimente, trăiri, idei, emoții, stări de a rămâne inaccesibile sistemelor noastre senzoriale. „Nici una dintre manifestările menționate ale psihismului uman nu poate fi sesizată direct de un dispozitiv material, fie acesta chiar atât de complex ca foarte sofisticatele noastre organe de simț. De aceea, entitatea emițătoare se vede obligată să procedeze prin substituție: ea încredințează unor semnale materiale, perceptibile senzorial, misiunea de a le reprezenta indirect, prin procură, produsele impalpabile ale conștiinței și afectivității. Înlocuirea nu înseamnă însă transport, așa încât acestea din urmă rămân și pe mai departe principial netransmisibile”¹.

Mesajul netranspus în semnal rămâne inaccesibil interlocutorului, care nu are cum sesiza o anumită prezență ce nu îi impresionează simțurile. Cum ființa umană nu dispune de mijloacele naturale necesare pentru a-și traduce direct gândurile în semnale perceptibile, „codificarea va avea de parcurs două etape. Cea dintâi va consta în

¹ Dinu, M. *Comunicarea: Repere fundamentale*. București: Ed. Științifică, 1997, p. 25.

transpunerea în cuvinte a intențiilor emițătorului, operațiune pe care, în calitate de prim transmițător, o poate efectua el însuși, pe când cea de a doua va trebui să o încredințeze unui sistem electronic specializat în traducerea discursului sonor într-unul electromagnetic, dispozitivul cu pricina jucând rolul unui transmițător secund, la fel de indispensabil, în cazul în speță, ca și cel dintâi”¹. Spre exemplu, o persoană care vorbește la telefon manifestă o primă codificare a mesajului sub formă acustică, urmând ca microfonul aparatului să transforme cuvintele pronunțate de emițător (ondulații acustice) în semnale electrice (unde electromagnetice), capabile să treacă prin firul de metal ce constituie canalul de comunicare utilizat. Cu alte cuvinte, ideea pe care emițătorul intenționează să o comunice la distanță receptorului, mai întâi, se codifică în semnale (orale, scrise sau de altă natură), apoi semnalele (în unele cazuri, acestea se transformă în alte forme de semnale – electrice, optice etc.) se transmit printr-un mijloc de comunicație (poștă, telegraf, telefon, telex, internet etc.) receptorului. Semnalele pe care le-a primit destinatarul mesajului, prin anumite decodificări, devin fapte de conștiință (idei, sentimente etc.) ale acestuia.

Din cele expuse mai sus conchidem, că în baza cunoașterii anterioare a obiectelor, are loc *recunoașterea, interpretarea* lor ulterioară prin semne atât în actele de gândire, cât și în procesele de comunicare.

În același timp, trebuie să menționăm faptul că nu exista un punct de vedere unanim acceptat cu privire la proprietățile esențiale ale mesajului, deși forma lapidară și cea mai frecvent întâlnită în teoriile comunicării este următoarea: Mesajul, spun unii autori, este „acea combinație de semne pe care emitentul o transmite receptorului”². Alți autori consideră că mesajul reprezintă acea informație pe care o primește receptorul de la emițător. Spre exemplu, Tatiana Slama-Cazacu susține ca mesajul material poartă cu sine și semnificația, astfel încât alocutorul primește o dată cu stimulii perceptibili și *germenii productivi ai sensului*³.

Nici acest punct de vedere nu poate fi într-un totu acceptabil. Desigur, atunci când formulează un mesaj, emitentul are o intenție de comunicare și corelează semnele din conținutul mesajului cu semnificațiile aferente. Însa, intenția de comunicare și semnificațiile în cauză nu intră în componența mesajului, pentru a-i forma conținutul. Dacă ar fi așa, atunci receptorul l-ar înțelege perfect pe emitent, preluând atât intenția de comunicare, cât și semnificațiile emitentului. Așadar, „receptarea corectă a mesajului nu presupune scoaterea la lumină a unui ipotetic conținut, ci asignarea, alocarea sau atribuirea „din afară” a unor semnificații, în conformitate cu practica de comunicare a comunității din care face parte receptorul”⁴.

Prin urmare, ceea ce se transmite este *semnal* și nu *semnificație* sau *sens*. Altfel spus, locutorul acționează în mod intenționat asupra alocutorului prin intermediul unui *complex de semnale* (pur material) și perceptibil, interpretarea acestuia, adică corelarea lui cu anumite obiecte materiale sau mentale, cu anumite sisteme și practici sociale, cu anumite comportamente etc. „fiind opera *exclusiva* a receptorului. Firește, aceasta informație „recreată”, deși aparține alocutorului, este pusă apoi, cu mai multă sau mai puțină îndreptățire, în seama locutorului, ca autor al mesajului primit”⁵.

¹ Ibidem, p. 27-28.

² Fârte, Gh.-Il. Op. Cit., p. 41.

³ Apud, Ibidem, p. 42.

⁴ Idem.

⁵ Idem.

Din cele expuse anterior, putem conchide, că *mesajul* produs este, firește, o *creație* a emițătorului. Dar fiind *exprimat* și *transmis* prin semnale, el nu mai este mesajul *inițial* (al emițătorului), ci reprezintă acum un *material* stimulator (ca factor reglator al semnalului codat primit de la emițător) pentru alt act de creație – *a semnificațiilor receptorului*. Actualizarea semnificației în formă de idei despre anumite obiecte (sau clase de obiecte) se produce sau nemijlocit, prin cunoașterea legăturilor naturale dintre lucruri, sau prin intermediul semnelor care, în baza unor date din cercetările neurofiziologie, conțin anumite „coduri universale” ce aparțin obiectelor cunoașterii sau *coduri universale obiectuale*, în viziunea lui N.I. Jinkin¹. Comunicarea, considera N. Jinkin, generează două limbi: a) limbă pentru sine, în interiorul sinelui și b) limbă comună, limbă pentru comunicanți².

Din cele expuse mai sus trebuie de atras atenția la următoarele idei principale:

1) *Semnul* reprezintă o funcție atribuită de către subiecții semiozei și „atașată” de către aceștia, prin convenție, unui obiect perceptibil (lucru, fenomen, proces, relație etc.), iar *semnificația* este fapt de conștiință (adică ideal). Semnificația este localizată în conștiință și niciodată nu „părăsește” creierul omenesc. Atunci când are loc „comunicarea” semnificațiilor, strict vorbind, nu are loc transmiterea lor. „Mesajul semiotic are ca rezultat actualizarea în capetele comunicanților a mesajelor egale sau aproape egale, și, de asemenea, – modificarea și apariția a noi semnificații”³.

2) Funcția semnului nu poate fi concepută fără semnificație. Semnul este obiect semnificativ doar în mod convențional prin faptul că producătorul semnului i-a atribuit unui obiect material funcția de *semn*. Deci „semnificitatea” semnului e determinată nu de conținutul și însușirile lui materiale. „Misiunea” semnului e determinată de însușirile lui ce permit transmiterea în mod stabil, durabil și invariabil a semnalelor (stimulilor), ce unesc într-un circuit informațional organele de simț ale subiecților care comunică. Așadar, obiectul-semn devine un fel de *liant* material „semnalizator” ce îi „conectează” pe participanții actului comunicării semiotice la desemnat (referent, denotat).

3) Nu există semn fără *semnificație*, însă există *semnificare* fără semn. Specialiștii în domeniul etologiei au demonstrat că în lumea insectelor și mamiferelor există semnificări cu conținut „prelogic” și fără limbaj articulat. Spre exemplu, a fost descoperit faptul că albinele interacționează („comunică”) prin semnale codificate numite „limbajul dansului”⁴.

4) Atributele ideale ale semnului, exprimate prin triada semiotică *desemnat – semnificat – semnificant* (elemente ale unui obiect de natură psihică, mintală) sunt „localizate” în *conștiințele* subiecților semiozei și nu reprezintă „laturi” imanente ale purtătorului material (obiect perceptibil) al semnului, această idee fiind contrară afirmațiilor unor specialiști în domeniul comunicării semiotice. *Corpul* semnului, prin ființa sa pur materială, rămâne un obiect *unidimensional* (chiar dacă se află în anumite relații cu subiecții comunicării și cu obiectul pe care îl înlocuiește), deoarece nu conține

¹ A se vedea: Жинкин, Н.И. *Речь как проводник информации*. Москва: Изд-во «Наука», 1982, с. 122.

² Ibidem, с. 127-128.

³ Никитин, М.В. *Курс лингвистической семантики: учеб. пособие*. Санкт-Петербург: Изд-во РГПУ им. А.И. Герцена, 2007, с. 24.

⁴ A se vedea: Dulcan, D.-C. *Inteligența materiei*, Ediția a 2-a, revizuită și adăugită. București: Ed. TEORA, 1992, p. 73-74; Sârbu, I.; Benedec, A.-M. *Etologie. biologia comportamentului animal și uman, suport de curs și seminarii*. Sibiu: UNIVERSITATEA „LUCIAN BLAGA” din Sibiu, 2016, p. 65-67.

nici desemnatul, nici semnificația, ci doar *semnalele* (stimulii) – cu „cod”, „cifru”, „cheie” etc. – introduse, prin convenție, sau produse în mod arbitrar, de către subiecții comunicării.

5) Comunicarea este procesul și rezultatul *interrelației conștiințelor subiecților* comunicării care, fiind asistate de factori semiotici și legături informaționale, bazându-se pe cunoștințe despre lumea externă și internă, nu atât *transmit*, cât *crează* mesaje (enunțuri, fraze, texte etc.) și le dau diverse interpretări conceptuale sau/și valorice.

Comunicarea efectivă este determinată de mulți factori, inclusiv, de calitatea canalului prin care circulă informația, de transmiterea nealterată a semnalelor, a codificării și decodificării corecte a „mesajelor”, a posibilităților perceptibile, calităților intelectuale ale comunicanților etc.

1.4. PERTURBĂRI ÎN COMUNICARE

Procesul comunicării poate fi perturbat de diverse fenomene. Dintre acestea, cele mai cunoscute sunt următoarele: *blocajul*, *filtrajul*, *bruiajul* și *distorsiunile*, determinate de cauze obiective (materiale) sau subiective (psihologice, intelectuale).

Blocajul reprezintă situația când canalul de comunicare este distrus sau defectat. În acest caz, comunicarea este întreruptă complet sau permanent.

Deplasându-se prin mediul dintre emițător și receptor (spațiul fizic, diferite canale), semnalele sunt permanent afectate de acțiunea factorilor perturbatori care pot distorsiona mesajul prin alterarea calității semnalelor. De rând cu sursele de poluare fonice („zgomotul”), în comunicarea interpersonală există și alte forme de perturbații – bruiaj *vizual* (spre exemplu, norii, ceața sau ploaia care îl împiedică pe conducătorul unui vehicul să „citească” corect semnele de circulație sau să ocolească obstacolele din cale), *tactil* (la degustătorii de vinuri, parfumuri ș.a.) etc. care pot se tulbura în mod considerabil comunicarea.

Autobruiajul psihologic (un fel de *lipsă de concentrare*) deseori afectează interacțiunea comunicativă a oamenilor. El reprezintă o barieră *perceptivă* datorată unei abilități, capacități superioare de *prelucrare* a informațiilor, de *procesare* a acestora și nicidecum a unor limite *intelectuale, organice sau funcționale* ale dispozitivelor umane de *recepție, prelucrare* a informațiilor recepționate din mediul înconjurător. Acest bruiaj se datorează diferenței dintre capacitate scoarței cerebrale omenești de a analiza un flux sonor de 800 cuvinte pe minut și debitul verbal (al unui om normal) de 200 cuvinte pe minut. Cu alte cuvinte, avem posibilitatea de a primi, prelucra și interpreta un volum mult mai mare de informații decât ne oferă persoana cu care vorbim. Diferența de 600 cuvinte pe minut poate fi utilizată în alte scopuri. Ea reprezintă o rezervă de procesare a informației, un avantaj, dar, în același timp, și un neajuns, ba chiar un *pericol* potențial: lăsându-se antrenată de alte asociații de idei, gândirea poate să se îndepărteze de subiectul comunicării și să provoace pierderea contactului cu el. Adesea, aceasta se întâmplă atunci când ritmul vorbirii emițătorului este foarte lent, ritmic și monoton, ceea ce favorizează autobruiajul psihologic al ascultătorului.

Spre exemplu, elevii și studenții care nu sunt atrași de învățatură sau visătorii și romantici din fire, fiind distrași de la subiectul lecției prin monotonia expunerii profesorului, devin victime ale autobruiajului psihologic descris cu măiestrie poetică de Mihai Eminescu în *Scrisoarea a II-a*:

„Amețiți de limbe moarte, de planeți, de colbul școlii,
Confundam pe bietul dascăl cu un crai mâncat de molii

*Și privind păienjenișul din tavan, de pe pilaștri,
Ascultam pe craiul Ramses și visam la ochi albaștri
Și pe margini de caiete scriam versuri dulci, de pildă
Către vreo trandafirică și sălbatecă Clotildă.
Îmi plutea pe dinaintea cu al timpului amestic
Ba un soare, ba un rege, ba alt animal domestic.
Scârțâirea de condeie dădea farmec astei liniști,
Vedeam valuri verzi de grâne, undoierea unei iniști,
Capul greu cădea pe bancă, păreau toate-n infinit;
Când suna știam că Ramses trebuia să fi murit”.*

S-a constatat că poate exista și situația de *dublu* bruiaj. De pildă, avem de a face cu un dublu bruiaj atunci când discutăm cu o persoană importantă, dar în timp ce ea vorbește, noi pregătim în minte răspunsul și îl repetăm pentru momentul în care îl vom pronunța. În același timp, suntem atenți la ceea ce face a doua persoană. În cazul acesta, gândim fiecare cuvânt, suntem atenți la fiecare răspuns, fiecare gest, pe care îl facem, îl corelăm cu cel al interlocutorului nostru. Dar, în același timp, încercăm ca răspunsurile, întrebările, discuția, gesturile noastre să fie și pe placul celei de a doua persoane. Aceasta creează un conglomerat de gânduri disparate pe care nu le mai putem controla și, în final, comunicarea eșuează.

Un neajuns al comunicării îl constituie *filtrarea mesajelor*, în sensul de a eluda ceea ce displace, nu convine sau cere un efort de înțelegere pe care oamenii nu sunt dispuși să îl facă. În realitate, tocmai mesajele aparținând acestor tipuri ar trebui ascultate cu mai multă prudență. În acest context, merită atenție următoarele idei și sfaturi: „De ideile care îți confirmă propriile convingeri te poți dispensa fără a pierde mare lucru, în timp ce cunoașterea argumentelor cuiva care gândește altfel decât tine îți-ar putea îmbogăți substanțial orizontul. Nu e vorba, firește, să accepți neapărat opiniile interlocutorului, ci să le iei în considerare, eventual pentru a le combate și a le consolida pe ale tale, printr-o motivare întemeiată pe un raționament mai solid. E o adevărată artă să știi să înveți chiar și de la cineva care îți este profund antipatic, sau să continui să ascuți cu atenție după ce interlocutorul a făcut o remarcă ostilă, ori a folosit la adresa ta o expresie care te-a jignit. Ca o regulă generală, ar fi de reținut că nu există conversație a priori neinteresantă, că din orice interacțiune cu o altă persoană se poate învăța ceva. Nimic mai regretabil decât manifestările de snobism comunicațional ale celor care împart oamenilor în unii cu care merită și alții cu care nu merită să stai de vorbă”¹.

Revenind la schema Shannon-Weaver, trebuie să specificăm că bruiajul nu este nici unica și nici cea mai importantă sursă sau cauză a necoincidenței dintre mesajul expedit și cel ajuns la destinatar. Sistemele de comunicare dispun de mijloace de atenuare a efectelor bruiajului, cel mai eficient dintre ele fiind *redundanța* codificării (diferență dintre nivelul optimal și cel minimal pentru ca un cod să ajungă la destinatar). Mult mai grave și mai greu de combătut sunt neînțelegerile intervenite ca urmare a *alterității* (non-identității) codurilor cu care operează transmițătorul, pe de o parte, și receptorul, pe de alta. Numai o simetrie perfectă dintre codificare și decodificare ar garanta fidelitatea transmisiei, însă într-un mare număr de cazuri, condiția dată nu este îndeplinită.

¹ Dinu, M. Op. Cit., p. 36-37.

Pentru a asigura reversibilitatea transformării mesaj-semnal, codul trebuie să fie conceput astfel încât „traducerile” pe care el le produce sau mijloacele să aibă un caracter univoc, lipsit de orice ambiguitate. Din acest motiv, se impune definiția riguroasă a *codificării* și a *codului* – noțiuni utilizate adesea într-o manieră inexactă.

Propunem un minimum elementar de cunoștințe pentru a înțelege ce înseamnă *cod* și *codificare*. Fiind date două mulțimi de obiecte **M** (de pildă, jucării diferite) și **S** (spre exemplu, copii), numim relație orice mulțime de perechi de elemente alcătuite astfel încât primul element al perechii să aparțină mulțimii **M**, iar cel de-al doilea – mulțimii **S**. Relația care pune în corespondență fiecare element dintr-o mulțime **M** cu, cel mult, un element al altei mulțimi **S** se numește *funcție*. Despre o funcție spunem că este *biunivocă* atunci când ea asociază, de asemenea, și fiecărui element din mulțimea **S**, cel mult, un element din mulțimea **M**. Spre exemplu, când fiecărei jucării din mulțimea **M** îi va corespunde un singur copil din clasa **S** și viceversa, atunci vom avea de a face cu o funcție biunivocă. Sau alt exemplu. Căsătoria monogamă reprezintă o asemenea funcție biunivocă, întrucât mulțimii **S** (femei căsătorite) îi corespunde în mod univoc mulțimea **M** (bărbați căsătoriți), întrucât ea interzice atât bărbaților să aibă mai multe soții cât și femeilor – mai mulți soți.

Un cod este, prin definiție, o funcție biunivocă stabilită între o mulțime **M** de mesaje și o mulțime **S** de semnale. Condiția de biunivocitate este obligatorie pentru asigurarea unei reversibilități perfecte între codificare și decodificare.

Comunicarea verbală presupune o codificare care pune în corespondența mulțimea **M** a conceptelor gândite de sursă, cu mulțimea secvențelor constituite de cuvintele limbii în care ne exprimăm **S**. (În cazul când folosim o limba străină, continuând să gândim în idiomul matern, între momentul elaborării mesajului și cel al formulării și emiterii lui, se interpune o ca mesajul să ajungă nealterat la destinatar, codul utilizat trebuie să fie, precum s-a spus, riguros biunivoc. Numai astfel am avea garanția că decodificarea s-ar prezenta ca o imagine fidelă a codificării, realizând în mod invariabil intențiile emițătorului. Așa se întâmplă, spre exemplu, când un text se transmite prin telegraf sau telex. Dar această condiție, evident, că nu se respectă, în cazul limbilor naturale, având în vedere, cel puțin, astfel de fenomene ca sinonimia sau omonimia care infirmă biunivocitatea relației de funcție. Dacă un același mesaj poate fi exprimat în două moduri diferite, înseamnă nu numai că funcția nu este biunivocă, dar și că ea nu e deloc o funcție în sensul definiției termenului de funcție. În plus, posibilitatea ca o aceeași secvență de semnale să reprezinte două mesaje diferite, adică existența omonimiei, creează, la decodificare alternative semantice incompatibile cu ideea de cod, chiar dacă multe dintre ele pot fi rezolvate cu ajutorul contextului. Dar nu acesta este obstacolul principal în calea spre a comunica cu semenii. Definiția, pe care am enunțat-o, leagă comunicarea de existența unui repertoriu de semnale împărțite atât de emițător, cât și de receptor, ceea ce ar presupune consensul asupra mesajelor elementare pe care aceste semnale le codifică. Este necesar să existe o listă a echivalențelor convenite dintre cuvinte și înțelesurile lor, completă, explicită și unanim acceptată.

Existența dicționarilor explicative presupune, în fond, un răspuns afirmativ. În linii mari, dicționarul se prezintă ca o listă de corespondențe care ne oferă cheia codificării lexicale a noțiunilor. Dar, chiar făcând abstracție de unele izomorfisme sau polimorfisme din sistemul limbii, cum ar fi sinonimia și omonimia, totuși nu putem vedea în dicționar expresia unui cod riguros, iar în limbă modalitatea practică, fiabilă și durabilă, de utilizare a acestuia în toate domeniile comunicării interumane.

Evident că raporturile dicționarului cu limba vorbită sau scrisă sunt de altă natură decât cele ale „alfabetului Morse”, cu telegramele codificate și transmise cu ajutorul acestuia. Limba vorbită este un sistem dinamic viu, creativ, care nu poate fi formalizat până la nivelul limbajelor de programare informațională. În cazul „alfabetului Morse”, codul este dat a priori, cunoscut și respectat întocmai de cei doi comunicatori. Privite prin prisma „codului” lingvistic al limbii aflate în proces de devenire, dicționarele parcă ne vorbesc, despre o limbă care parcă nu mai există.

În contextul celor expuse mai sus, ne raliem ideilor lui M. Dinu, că de fapt „problema dicționarilor, deși interesantă în sine, nici nu ar trebui să ne preocupe aici, întrucât experiența ne învață că ele nu fac decât să consemneze un uz lingvistic, eșuând, în schimb, sistematic atunci când încearcă să îl impună, adică să joace efectiv rolul de instrument de codificare a gândurilor vorbitorilor”¹.

Înțelesurile imensei majorități a cuvintelor pe care le folosim, nu se învață din dicționare, ci dintr-o experiență personală de comunicare, directă sau mediată (de lecturile părinților, bunicilor sau educatorilor) cu semenii noștri cuvântători. Cu excepția unor termeni foarte concreți, ai căror referenți pot fi arătați „la propriu”, cuvintele își conturează treptat, în mintea copilului, un semnificat dedus din contextul lingvistic și situațional în care au fost auzite. Ascultându-i pe ceilalți vorbind, aproximăm înțelesul anumitor secvențe sonore, ceea ce a făcut ca ideea pe care ne-am format-o despre semnificația cuvintelor să depindă de propria experiență lingvistică: „Or, această zestre ne aparține în exclusivitate. Nici un alt individ nu a avut, prin forța împrejurărilor, prilejul de a auzi de-a lungul vieții sale exact același repertoriu de fraze, și în aceleași circumstanțe, ca un altul, ceea ce înseamnă că, cel puțin la nivel conotativ, semnificațiile cuvintelor trebuie să difere de la o persoană la alta. Dacă există un oarecare acord asupra conținutului noțiunilor pe care le exprimă unitățile lexicale, acesta se limitează la sfera denotației, singura, de altfel, pe care încearcă să o circumscrie definițiile din dicționar. Dar nesfârșitele nuanțe în care se colorează cuvintele ca urmare a șirului irepetabil de întâlniri cu ele ale fiecărui vorbitor (și, mai ales, ascultător) în parte constituie un patrimoniu netransmisibil, o proprietate exclusivă, pe care mijloacele noastre de comunicare nu ne îngăduie să o transferăm minții și sensibilității interlocutorilor. Cuvintele constituie simple semnale fizice care nu transportă sensuri”².

Cuvintele auzite sau citite pot doar deștepta în conștiința receptorului un *înțeles*, dar aceasta numai dacă *înțelesul* se află deja acolo. Simplu vorbind, lucrurile decurg astfel: emițătorul dorește să comunice un gând, în sensul S_1 , pe care îl codifică, potrivit experienței sale lingvistice personale, prin îmbinarea de cuvinte C . Însă pentru destinatarul mesajului, C poate înseamnă puțin altceva. Mesajul primit se asociază în mintea receptorului cu un înțeles S_2 , care constituie, la rândul său, o rezultată a îmbinării de semnificații individuale ce vin din trecutul comunicațional al acestuia. Idiolectul („dialectul” individual), despre care ne vorbesc sociolingviștii, nu constă atât în repertoriul mijloacelor lingvistice de care dispune un locutor particular într-un moment determinat al vieții sale, cât în înțelesurile pe care le atribuie acesta cuvintelor în acel moment. Înțelegem sensul cuvintelor *dragoste*, *fericire*, *succes* în moduri diferite la 10, 20, 40 sau 60 de ani, din cauza acumulării în timp a experiențelor legate de acest complex

¹ Ibidem, p. 44.

² Ibidem, p. 44-45.

de concepte, sentimente, trăiri emoționale etc. Este exclus că vom putea întâlni cândva o persoană, pentru care aceste cuvinte să însemne același lucru ca și pentru noi.

Din acest punct de vedere, comunicarea verbală deține totuși o poziție privilegiată. În pofida dificultăților consemnate, există, totuși, convenții acceptate care limitează gradul de neînțelegere la valori cu mult mai mici decât în cazul comunicării non-verbale. Însăși existența dicționarelor, care consemnează accepțiunile curente, „normate”, ale semnelor lingvistice (cuvinte, fraze etc.), arată că un „pact” semantic minimal este posibil. O carte, un articol de ziar sau științific le „spun” tuturor oamenilor civilizați lucruri asemănătoare.

Să facem o scurtă generalizare a celor spuse mai sus. Omniprezența bruiajului și necoincidența dintre codul transmițătorului și cel al receptorului limitează în mod considerabil posibilitățile comunicării. Contrar celor învățate la liceu sau la facultate, potrivit cărora cuvintele au înțelesuri bine determinate, ele sunt, de fapt, lipsite de vreo semnificație intrinsecă. Secvența de sunete *cor, lac, lob, soc, toc, suc* înseamnă pentru român, francez, rus, latin lucruri diferite. Nici unul dintre aceste sensuri nu e conținut în cuvântul dat, deși atât vorbitorii obișnuiți, cât și lingviștii apelează curent la formule de genul „conținutul cuvântului”, „înțelesul vorbelor”, „semnificația termenului”, „sensul expresiei”. De fapt, cuvintele nu sunt altceva „decât simple semnale fizice, menite să reactualizeze în mintea receptorului concepte preexistente, idei conturate și fixate în trecut, pe baza generalizării experienței personale, atât lingvistice cât și extralingvistice”¹. Chiar dacă mesajele (adică suita de semnale transmise) ajung la destinatar în mod nealterat, decodificarea lor nu se produce invariabil, adică ceea ce a vrut să *spună* transmițătorul și ceea ce a *înțeles* receptorul nu sunt identice.

1.5. CUNOAȘTEREA INTERPERSONALĂ ȘI COMUNICAREA

În schema Shannon-Weaver emițătorul și receptorul comunică direct între ei, fără a se folosi de persoane intermediare. În practica comunicării, în multe cazuri, informațiile le primim nu direct de la sursă, ci de la intermediari, în primul rând, de la reprezentanții mass-media (jurnaliști, comentatori etc.), apoi de la secretare de birou, martori, cunoscuți, vecini, rude etc., care ne informează despre anumite evenimente sau fenomene.

Cercetătorii americani **Bruce H. Westley** și **Malcolm S. Mac Lean jr** au încercat să circumscrie *comunicarea intermediară* (gate-keeper) cu ajutorul unui model original al comunicării pe care l-au elaborat luând ca punct de pornire sugestiile conținute într-o lucrare a lui Thomas M. Newcomb. Vom expune esența acestui model, fără a folosi scheme sau grafice².

Să ne imaginăm următoare situație. Fie **X** un obiect sau fenomen perceptibil care posedă un anumit număr de *caracteristici* (1, 2, 3, ..., n). Vom prezenta procesul comunicării într-o forma abstractă (simbolică). Să notăm cu **X₁, X₂, ..., X_n**, aceste trăsături *perceptibile* și *transmisibile*. Fie **A** o persoană care poate face observații directe asupra obiectului **X**, unele dintre caracteristicile acestuia, de exemplu, **X₁, X₃** și **X₅** acționând asupra simțurilor lui **A** sub forma stimulilor **x₁A, x₃A** și **x₅A**. Fie că persoana **B** nu are acces direct la **X** din cauza unei bariere spațiale sau fiziologice (orbire, surzenie etc.). Aceasta percepe doar un număr mic de trăsături ale lui **X** (bunăoară, numai pe **X₁** sub forma stimulului **x₁B**).

¹ Dinu, M. Op. cit., 1997, p. 48.

² A se vedea în detalii: Lohisse, J. Op. Cit., p. 93; Dinu, M. Op. Cit., p. 63, 65; Fiske, Jh. Op. Cit., p. 54.

Pentru a se orienta în mediul său de viață, a-și satisface un anume fel de trebuințe, **B** își completează cunoștințele despre **X** cu ajutorul observatorului **A**. Acesta operează o selecție a impresiilor sale referitoare la **X** și formulează într-o manieră simbolică un mesaj **x'** adresat lui **B**. De exemplu, **B** observă fumul care iese pe fereastra casei vecine (stimulul **x₁B**) și, sunându-l la telefon pe **A**, care locuiește acolo, află de la acesta detalii despre incendiul ce a izbucnit la domiciliul său (mesajul **x'**). Cu sau fără voia sa, **B** reacționează cumva la auzul spuselor lui **A** (paraverbal, prin și exclamații, sau verbal, prin cuvinte de compătimire, surpriză etc.), producând o retroacțiune **fBA** pe baza căreia **A** își ajustează pe parcursul convorbirii planul relatării.

În cazul când nici obiectul **X** și nici observatorii lor nemijlociți **A** nu se găsesc în câmpul senzorial al lui **B**, intervine un agent **C**. Acestuia din urmă îi revine misiunea de a selecta informațiile culese atât de la diverșii **A**, sub forma unor mesaje **x₁**, cât și eventual, prin observarea directă a lui **X**, și de a comunica beneficiarului **B** datele necesare satisfacerii nevoii sale de informare (mesajul **x''**). Acest **C** este și el un intermediar. Prin serviciile sale, mediul înconjurător al lui **B** se extinde considerabil, cu condiția ca informarea pe care o realizează **C** să fie corectă. Garanția acestei corectitudini e dată de existența mai multor intermediari, în raport cu care **B** funcționează ca un selector de oferte. El va alege acel **C** care răspunde în mod optim cerințelor sale, condiția supraviețuirii lui **C** fiind tocmai adecvarea serviciilor la exigențele clientului său. Este clar de ce posibilitățile de dezinformare ale intermediarilor din țările cu economie de piață liberă, în care nu există un monopol al difuzării informației, sunt extrem de reduse, ceea ce nu se poate afirma despre statele cu sisteme totalitare de guvernare.

Cele expuse anterior le vom exemplifica. În cazul când **B** este o nouă angajată într-un birou pe care nu îl cunoaște încă, intermediarul la care se va adresa direct pot fi colegile dornice să i se confeseze. Și în acest caz, absența competiției dintre intermediari riscă să facă din **B** victima unei manipulări. Este, de aceea, recomandabil ca noua angajată să recurgă și la confruntarea informațiilor furnizate de mai multe persoane, pentru a-și face o părere cât mai justă asupra realității (atmosferei de lucru, interrelațiilor colegilor, opiniilor despre administrație etc.). Alt exemplu, este paralela cu publicul care încearcă să obțină informații cât mai obiective asupra evenimentelor politice curente, urmărind știrile difuzate pe mai multe canale mass-media chiar până la detalii.

Nu este însă obligatoriu ca **B** să fie o persoană sau un grup de persoane. Gama de **B**-uri posibile se întinde de la state și organizații suprastatale (observatorii ONU sunt intermediari care elaborează rapoarte de tipul **x''** rezultate ca urmare a colectării și selectării datelor provenite atât de la informatori de tip **A**, cât și din constatări directe, pe teren) până la niveluri sub-personale, precum cele de care depinde buna funcționare a sistemelor componente ale organismului uman. Structura etajată, ierarhică și centralizată a sistemului nervos, presupune prezența mai multor, intermediari, situați la diferite niveluri (al măduvei spinării, al trunchiului cerebral, al cerebelului, al diencefalului, al emisferelor cerebrale și, în fine, al cortexului), în raport cu care organele de simț joacă rolul informatorilor **A**, sensibili fiecare numai la anumite caracteristici ale obiectelor observate. Atât ochiul cât și urechea percep numai ondulații, vibrații. În plus, acestea se întind de-a lungul unor benzi de frecvență limitate (de la 16 la 20 000 Hz pentru auz și între 4×10^{14} și $7,5 \times 10^{14}$ Hz pentru senzațiile vizuale), iar pragurile de intensitate începând cu care stimulul excită terminațiile nervoase ale receptorilor sunt și ele destul de înalte. Potrivit unei legi de organizare și funcționare a sistemului nervos central, cunoscute sub numele de *regula convergenței*, fiecare dintre formațiunile amintite mai sus selectează și

comprimă informația venită de la periferia sistemului, jucând rolul de intermediar pentru etajul imediat următor. În ascensiunea sa către instanța supremă care este scoarța cerebrală, fluxul informațional se reduce astfel progresiv, fiecare formațiune reelaborând mesajul, după ce a rezolvat tot ceea ce intra în domeniul său de competență. Se obține, în felul acesta, o „eliberare” a cortexului de activitățile de rutină, oferindu-i-se condiții favorabile de a se ocupa de tot ceea ce ține de sfera conștiinței.

Explicând înțelesul notațiilor cu care operează modelul analizat mai sus, trebuie să menționăm că sub litera **X** se pot ascunde orice fel de lucruri sau fenomene observabile, neexistând în această privință nici o condiție limitatoare. În principiu, **X** poate să fie persoană, adică o entitate cugetătoare și cuvântătoare de aceeași natură cu **A** sau **B**. Întrebarea care se pune, în acest caz, este următoarea: în ce situații un individ trebuie considerat drept un **A** și în ce caz el se mărginește să fie un simplu **X**. Distincția dintre cele două statute (cel de **A** și cel de **X**) se bazează pe existența sau nu a *intenției* de comunicare. Să ne amintim de problema coraportului dintre *semnal* și *indiciu*. Ambele au calitatea de a semnala (informa). Adeseori aflăm mai multe lucruri de la și despre interlocutor prin intermediul indiciilor ce scapă controlului conștient al emițătorului decât din semnalele pe care acesta ni le transmite cu bună știință (intenționat). Teama de a fi mințiți ne determină să ne îndreptăm atenția asupra manifestărilor non-verbale, încercând să deducem din „graiul” indiciilor ce se ascunde în spatele cuvintelor. În orice comunicare interpersonală coexista cele două componente, cea intenționată și cea neintenționată. În cazul celei de-a doua, nu se poate vorbi despre o formulare a mesajului în vederea influențării receptorului. O sursă de informație, a cărei emisiune nu este deliberată, rămâne un simplu **X**, obiect de observație al cărui aspect și comportament ne „vorbește” fără voie. Pentru a accede la statutul de **A**, sursa de informație trebuie să urmărească în mod conștient un anumit obiectiv legat de destinatarul **B** sau **C** al mesajului pe care îl emite.

În cadrul schemei discutate, distincția dintre sursele de tip **X** și cele de tip **A** nu se rezumă însă la diferențele existente între indicii și semnale. Sfera intenționalității nu se suprapune exact peste cea a comunicării prin semnale. Spre exemplu, pentru intermediarul numit *televiziune*, trecătorii de pe stradă sunt **A**-uri când răspund la întrebările puse de reporter și **X**-uri în cazul în care conversațiile lor sunt înregistrate cu un aparat ascuns (microfon sau cameră video). După cum se observă, calitatea sa de **A** depinde nu de faptul de a face uz de un limbaj simbolic, alcătuit din semne de al căror înțeles emițătorul să fie conștient, ci de intenția de a se adresa unui anumit receptor, pentru a-i influența într-o măsură oarecare ideile, sentimentele sau comportamentul. Un anumit personaj, aflat într-un același context situațional se poate prezenta ca un **A** sau ca un **X**. Mai general, poziția emițătorului și, respectiv, a receptorului depinde și de ceea ce știi sau nu știi unul despre celălalt, orice proces de comunicare între oameni fiind condiționat de gradul lor de *cunoaștere interpersonală* și de *credibilitatea* lor reciprocă.

Problema *cunoașterii interpersonale* și a *credibilității* comunicatorilor o implică pe aceea a adevărului *comunicativ*. Să medităm puțin asupra acestui tip de adevăr, fără de care problemă comunicării nu poate avea o soluție științifică riguroasă.

Cercetând actele de comunicare, unii filosofi contemporani au formulat și au pus în circulație specii noi de adevăruri: *adevăr-consensual (convențional)*, *adevăr-veracitate*, *adevăr-justețe* ș.a. Printre autorii concepțiilor respective se află cunoscutul filosof german contemporan *Jürgen Habermas*.

Habermas analizează patru clase de pretenții originare de validitate: *inteligibilitatea, adevărul, justețea și veracitatea*; această conexiune prezintă specificul raționalității ce se manifestă în acțiunile, normele, actele de comunicare. Analizând conceptul de adevăr, el ajunge la concluzia că adevărul se referă nu numai la enunțuri, ci și la intenții, trăiri de certitudine ș.a. Susținerile, spune Habermas, pot fi examinate în discursul teoretic, normele – în cel practic. De aceea, consideră el, „o teorie consensuală a adevărului trebuie, în consecință, să se refere nu numai la adevărul enunțurilor, ci, de asemenea, la justețea ordinelor și a aprecierilor”¹. Un „joc de vorbire” în care se schimbă acte de vorbire coordonate este însoțit de un *consens tacit*. „Acest consens constă în reciproca recunoaștere a cel puțin patru pretenții de validitate pe care vorbitorii competenți le ridică reciproc cu fiecare dintre actele lor de vorbire: se pretinde inteligibilitatea exprimării, adevărul părții sale de conținut propozițional, justețea părții sale performative și veracitatea subiectului vorbitor”².

Jü. Habermas consideră că adevărul consensual trebuie să fie de altă natură decât cel *ontologic*. Conform teoriilor ontologice, scrie el, enunțurile sunt adevărate atunci și numai atunci când sunt conforme realității, redau realitatea sau chiar o oglindesc, sunt izomorfe realității. Dar termenului „realitate”, consideră Habermas, nu-i putem atașa un alt sens decât cel pe care îl implicăm în enunțurile adevărate asupra stărilor de fapt existente. Nu putem introduce conceptul de realitate independent de termenul „enunț adevărat”³. De aceea, continuă el, un răspuns neontologic la problema înțelegerii între comunicanți „îl îngăduie *teoria consensuală* a adevărului. Potrivit acestei teorii, îmi este permis să atribui un predicat unui obiect atunci și numai atunci când fiecare altul care *ar putea intra* într-o conversație cu mine *ar atribui*, de asemenea, același predicat aceluiași subiect. Pentru a deosebi enunțurile adevărate de cele false eu mă raportează la judecata altuia și anume la judecata tuturor celorlalți cu care eu aș putea purta o convorbire... Condiția adevărului enunțurilor este acordul potențial al *tuturor* celorlalți. Fiecare dintre ceilalți ar trebui să se poată convinge că eu atribui obiectului predicatul *p* în mod îndreptățit și ar trebui apoi să mă poată aproba”⁴. Așadar, îmi „este permis să susțin *p* despre *x*, dacă oricare alt om care judecă competent ar fi în această privință de acord cu mine”⁵. O *verificare adecvată*, în legătură cu problema în cauză, trebuie realizată, de asemenea, în discurs, al cărui rezultat depinde, la rândul său, de un consens al participanților. Observația, consideră filosoful german, este una dintre metodele alese „în mod neconvențional pentru verificarea observațiilor empirice și pentru constituirea unui consens asupra enunțurilor corespunzătoare”; interogația este o altă „metodă neconvențional aleasă pentru examinarea susținerilor empirice și pentru instituirea unui consens asupra valorii de adevăr a enunțurilor corespunzătoare”⁶.

În concluzie, un consens între partenerii de convorbire, care judecă adevărul enunțurilor, constituie astfel un criteriu suficient al adevărului, dacă partenerii de convorbire sunt judecători competenți, iar competenți sunt doar acei „raționali”. Habermas îi numește „raționali” pe toți aceia „care aleg căi necondiționale de verificare a

¹ Habermas, Jü. *Cunoaștere și comunicare*. București: Ed. Politică, 1983, p. 418.

² Idem.

³ A se vedea: Ibidem, p. 209.

⁴ Idem.

⁵ Ibidem, p. 211.

⁶ Ibidem, p. 212, 213.

susținerilor empirice, adică pe cei care sunt capabili de observație și interogație”¹. Dar „rațional”, continuă el, nu este o proprietate empirică (asemenea lui „roșu”, „gros”, sau „puternic”).

Pentru a caracteriza raționalitatea ce se manifestă în actele de comunicare, Habermas propune o valoare subiectivă a exprimărilor vorbitorului, pe care o vom numi *adevăr-veracitate*. Filosoful german scrie: „Consider că are pe deplin sens să mărturisim raționalitatea unui vorbitor prin *veracitatea exprimărilor sale*. Au atributul veracității exprimările unui vorbitor atunci când el nu îl înșală pe altul și nici pe sine. Veracitatea exprimărilor rezidă într-o altă dimensiune decât *adevărul enunțurilor*. Actele de vorbire pe care noi le-am introdus ca reprezentative se raportează la veracitatea exprimărilor. Cu ajutorul lor obținem distincția fundamentală dintre esență și fenomen și prevenim cu aceasta iluzia specifică pe care vorbitorul o întreține cu privire la sine și la alții, atunci când reifică sau volatizează în intangibil identitatea proprie sau a celui din fața sa”².

Analizând condițiile ce ar permite a califica o exprimare drept veridică, Habermas judecă astfel: „Un vorbitor se exprimă cu veracitate atunci când el gândește efectiv intențiile pe care le face cunoscute, când înfăptuiește actul său de vorbire, și nu înșală pe altul sau pe sine – atunci când, de exemplu, ține de promisiunea pe care el o dă sau vrea să apere o susținere pe care el o face, sau dă o avertizare, pe care o exprimă cu bune temeiuri și în intenția de a evita urmările dăunătoare”³. De aceea el propune a socoti că „o exprimare are atributul veracității atunci când vorbitorul urmează efectiv regulile care sunt constitutive pentru înfăptuirea unui act de vorbire, mai ales pentru datoria de a satisface, în cazul dat, condițiile de seriozitate implicite. Pentru a decide *veracitatea exprimărilor recurgem* așadar la *justețea acțiunilor*”⁴.

Așadar, ideea adevăratului consens „pretinde participanților la un discurs capacitatea de a distinge cu siguranță între ființă și aparență, esență și fenomen, a fi și a trebui, pentru a judeca competent adevărul enunțurilor, veracitatea exprimărilor și justețea acțiunilor”⁵.

În privința adevărului-justețe ar trebui efectuate cercetări mai profunde. Juste pot fi nu numai fapte, ci și hotărâri, judecăți evaluative (de valoare) ș.a. Spre exemplu, un contract între două persoane nu poate fi considerat *adevărat* (în sens de adevăr-corespondență), ci doar *just*, deoarece corespunde nu doar stării de fapt, legăturii cauzale, ci și cerinței legale (prevăzute de normele dreptului pozitiv).

Să revenim la problema cunoașterii interpersonale din cadrul comunicării. Cercetătorii americani, *Joseph Luft* și *Harry Ingham* au propus ideea simplă și ingenioasă de a reprezenta nivelul de cunoaștere reciprocă a persoanelor angajate într-o interacțiune comunicativă sub forma unui tabel, nominalizat, după prenumele aglutinate ale celor doi autori (*Jo- și Hary-*), „fereastra lui Johari”. Construcția acestuia debutează de la faptul că în fiecare dintre oameni există o zonă supusă controlului conștient și o zonă de umbră, la care ei înșiși nu au acces direct, dar despre care se poate afla câte ceva cu ajutorul semenilor, în măsura în care se poate obține o comunicare eficientă cu aceștia.

„Fereastra lui Johari” ne caracterizează, așadar, atât pe noi, cât și relația noastră cu interlocutorul, într-o anumită etapă a raporturilor reciproce. Am putea spune că fiecare

¹ Ibidem, p. 213.

² Ibidem, p. 215.

³ Idem.

⁴ Ibidem, p. 216.

⁵ Ibidem, p. 218.

individ posedă tot atâtea „ferestre” câte legături comunicaționale întreține cu alți oameni și că aspectul acestora suferă anumite schimbări, după fiecare nouă interacțiune (întâlnire, dialog etc.).

ZONA DESCHISĂ

(cunoscută sieși și
cunoscută celuilalt)

ZONA OARBĂ

(necunoscută sieși și
cunoscută celuilalt)

ZONA ASCUNSĂ

(cunoscută sieși și
necunoscută celuilalt)

ZONA

NECUNOSCUȚĂ

(necunoscută sieși și
necunoscută celuilalt)

Fiecare dintre panourile „ferestrei” corespunde unei mulțimi de informații privitoare la comunicatorul la care aceasta se referă.

Astfel: **ZONA DESCHISĂ** cuprinde datele (despre comunicator) aflate atât în posesia comunicatorului, cât și în cea a interlocutorului. Ele pot avea în vedere aspecte dintre cele mai variate – de la înfățișarea fizică, nume, vârstă, ocupație, sex – până la sentimente, atitudini, predispoziții, convingeri, idei etc. Nimic nu aparține însă, în mod necesar acestei zone. Putem să comunicăm cu cineva fără a-i cunoaște numele, fără să știm cum arată (dacă relația se stabilește telefonic sau prin corespondență) etc. Se observă însă următoarele fapte: cu cât zona deschisă are dimensiuni mai restrânse, cu atât comunicarea e mai dificilă. Cu noile cunoștințe ea are inițial un caracter impersonal tocmai din cauza absenței unor informații suficiente despre partenerul de discuție, pentru a putea aborda subiectele și strategiile conversaționale cele mai potrivite. Este cunoscută practica dialogului în fazele timpurii ale unei relații, dar ea reprezintă o soluție a problemei inițierii unei interacțiuni cu cineva despre care nu se știe încă mai nimic. Multe dintre contactele noastre cotidiene rămân impersonale, întrucât dimensiunile prea reduse ale „ferestrelor” interlocutorilor respectivi în raport cu noi nu ne permit să îi abordăm decât prin prisma statutului lor sau al rolului jucat în contextul cu pricina, iar nu ca entități individuale, dotate cu calități și defecte care îi particularizează printre ceilalți semeni ai lor. Poștărița, agentul de circulație, casierița de autogară, șoferul autobuzului cu care mergem la serviciu și mulți alții cu care venim zilnic în contact ajung rareori să ne fie cunoscuți suficient pentru a putea numi interpersonală relația pe care o stabilim cu ei. Cu cât ne simțim mai bine în tovărășia cuiva, este de așteptat să ne extindem față de el zona deschisă, ceea ce se realizează, de obicei, prin transferul de informații dinspre zona ascunsă. Confidențele diminuează aria acestei ultime zone și prezintă avantajul că invită la reciprocitate, care, la rândul ei, contribuie la amplificarea zonei deschise, de data aceasta pe seama zonei oarbe. Într-adevăr, un om cărui i-ai câștigat încrederea prin destăinuri revelatoare se va simți dator să răspundă cu un plus de sinceritate, îndrăznind să îți dezvăluie propriile sale constatări privitoare la unele aspecte ale personalității tale de care tu însuși nu ești conștient. Confesiunea devine astfel sursă indirectă de autocunoaștere. Procesul prin care datele înmagazinate în zona ascunsă sunt transferate zonei deschise, în literatura consacrată comunicării interpersonale, poartă, de regulă, numele de *autodezvăluire* (self-disclosure). Spre exemplu, practica spovedaniei creștine sau terapia psihanalitică, au demonstrat însemnătatea acestui demers pentru echilibrul

interior și sănătatea complexului psiho-somatic uman. Pentru omul dotat cu conștiință morală, redestăinuirea păcatului amplifică progresiv sentimentul de vinovăție, până la a-1 face insuportabil. De pildă, sunt cunoscute cazurile de asasini care se predau autorităților și își mărturisesc crima (în mod, aparent, paradoxal) după încetarea urmăririi penale.

În evaluarea foloaselor autodezvăluirii, trebuie să avem în vedere și faptul că ascunderea unor lucruri care „stau pe suflet” nu e o formă de inacțiune, ci un proces activ, care presupune un consum de energie deloc neglijabil. Mărturisirea face să înceteze această „măcinare interioară”, eliberând energiile blocate în cercul vicios al tănuirii. Aruncarea „măștii” ajută ca oamenii să redevină la ei înșiși și să recâștige încrederea celorlalți, care devin mai cooperanți, ceea ce favorizează comunicării cu semenii.

Din simpla enunțare a acestor beneficii, ar părea să rezulte că autodezvăluirea e dorită de toți oamenii, presupunere infirmată de experiența socială. În afară de faptul că există anumite structuri interioare refractare la spovedanie, ori măcar reticente în ceea ce privește exteriorizarea sentimentelor (introvertiții), se cuvine amintită existența unor obstacole psihologice în calea autodezvăluirii, dintre care merită a fi menționate:

1. *Teama de autocunoaștere*. Mărturisirea unor secrete de natură să nu pună în lumina imaginea cea mai bună ar putea face ca, din confruntarea cu reacțiile interlocutorilor, imaginea idealizată pe care oamenii și-au format-o să iasă diminuată, puțin știrbită.

2. *Teama de pedeapsă*. Nu e vorba atât de o sancțiune juridică (o atare eventualitate nu este exclusă), cât de diferite forme de respingere din partea grupului social căruia îi aparții, de la zâmbetele fățarnice și râsul răutăcios până la pierderea prietenilor, a poziției în ierarhia socială etc.

3. *Teama de „efectul de antihalou”*. Lucrările de psihologie socială numesc „efect de halou” tendința răspândită de a se atribui persoanelor care sau remarcat într-un domeniu o competență asemănătoare și în alte domenii. Părerile politice ale unui persoane publice (actor celebru, compozitor, poet etc.) sunt urmărite cu mai multă atenție decât cele ale unui anonim, de parcă talentul sau măiestria sa i-ar conferi o pricepere superioară în treburile politice, economice ale țării etc. Un mecanism similar stă la baza „efectului de antihalou”, prin care nepriceperea dovedită într-un domeniu se extinde abuziv asupra altora. Mulți oameni nu se destăinuie altora având teamă ca relevarea unor slăbiciuni sau greșeli cu caracter trecător să constituie argumente pentru o judecată globală asupra competenței sau valorii lor morale.

4. *Interiorizarea de către bărbați a unui anumit prototip uman popularizat de literatura și filmul de aventuri*. Având vechi rădăcini folclorice, ideea că reprezentanții „sexului tare” trebuie să fie închiși și taciturni, să-și asume responsabilități fără ca ceilalți să le afle, să refuze orice formă de asistență sufletească și să-și ascundă cât mai bine adevăratele sentimente, a prins în mentalitatea bărbaților rădăcini adânci pentru ca tipul confesiv, care își verbalizează emoțiile să fie disprețuit și ridiculizat. Există circumstanțe care favorizează producerea autodezvăluirii. Ea are loc mai ușor în prezența unui număr mai mic de persoane, ideală fiind relația diadică, între altele, și fiindcă reacțiile unui singur interlocutor sunt mai ușor de urmărit și, în funcție de acestea, se poate lua în orice moment decizia continuării sau întreruperii destăinuirii. Este, de altfel, destul de dificil de a aduna la un loc anume persoanele cărora s-ar putea dori să se confeseze.

Manifestările de reciprocitate generează un reacție pozitivă, încurajându-l pe cel ce se destăinuie să-și continue mărturisirea, în timp ce, dimpotrivă, absența oricărei deschideri din partea interlocutorului are toate șansele de a bloca procesul. O importanță

indiscutabilă o au natura subiectului abordat (vorbit cu mai multă ușurință despre gusturile sau opiniile personale, decât despre propriile vicii, despre nivelul real al veniturilor noastre etc.) și „valența” destăinuiri, pozitivă atunci când ne pune într-o lumină favorabilă și negativă, dacă ne compromite.

Sexul și vârsta joacă și ele un rol sesizabil. Se constată, spre exemplu, că băieții sunt mai deschiși cu colegii decât cu părinții, fetele prezintă un grad de intimitate mai ridicat în raport cu mama, decât cu tatăl sau cu frații.

Din perspectiva comunicării, este important ca autodezvăluirea să contribuie la îmbunătățirea acesteia, nu la blocarea ei. Destăinuirea antipatiei pe care o nutrești față de interlocutor nu are multe șanse de a mări receptivitatea acestuia la mesajele tale. În schimb, o atitudine empatică, de înțelegere a mobilurilor comportamentului tău va avea, cu certitudine, o influență pozitivă asupra interacțiunii cu acesta. Contează, de asemenea, să știi să alegi corect locul și momentul confesiunii, rezistând tentației, uneori presante, de a o face când nu este cazul. Efecte nedorite antrenează și exprimarea neclară. Dacă nu putem spune limpede ce avem de spus, e preferabil să nu o mai facem deloc, pentru a nu crea o stare de confuzie păgubitoare pentru bunul mers al relației. Mărturisirea trebuie gradată, „cântărită”, evitându-se situațiile de a-l șoca pe interlocutorul, la a cărui prietenie e de presupus că ținem, și să îl lipsim de posibilitatea de a-și exprima punctul de vedere cu privire la cele auzite. În fine, tot pe linia menajării receptorului, este cazul să ne întrebăm dacă facem bine împovărându-l pe acesta cu secretele noastre, de care noi ne-am eliberat prin autodezvăluire.

O chestiune controversată rămâne cea referitoare la tipul de relație care favorizează confesiunea. Unii consideră că intimitatea ușurează „deschiderea sufletului”. Cu toate acestea, se constată că, adeseori, oamenii preferă să le facă confidențe unor necunoscuți. Aceștia te ascultă cu atenție, știind prea bine că, după despărțire, pot face uz în orice fel doresc de informațiile primite, ignorând deliberat regula, atât de constrângătoare, a nedivulgării secretelor încredințate.

ZONA OARBĂ conține toate acele date despre noi înșine care îi sunt accesibile interlocutorului, dar pe care personal le ignorăm. Întâia oară când ne imprimăm vocea pe bandă magnetică suntem izbiți de discrepanța flagrantă dintre timbrul glasului nostru și ceea ce credeam până atunci despre el, având tendința să atribuim neconcordanța cu pricina imperfecțiunilor aparatului de înregistrare. Propriile ticuri verbale, modul cum umblăm, privim sau gesticulăm, mirosul personal ne sunt, în mare măsură, necunoscute. În plan moral, tindem să ne ignorăm greșelile, suntem prea puțin conștienți de defectele noastre, dar, în destule cazuri, și de calitățile pe care le posedăm.

Unii oameni pretind că ar fi reușit să suprimă zona oarbă, ajungând să știe totul despre ei înșiși. Aceasta este o iluzie. Alții susțin că doresc să o diminueze cât mai mult cu ajutorul celorlalți, că primesc cu recunoștință orice critică, dar, când li se aduce vreuna, contestă cu vehemență cusururile sau erorile care li se reproșează. Cel care dorește sincer să afle adevărul despre el însuși, nu va cere direct părerea interlocutorului, fiindcă sunt puține șanse ca acesta să fie cu el sincer, fie din dorința de a-l menaja, fie din teama de o reacție violentă. Informații din zona oarbă vor ieși treptat la iveală, pe măsură ce câștigăm, prin gesturi de autodezvăluire, încrederea partenerului de dialog.

ZONA ASCUNSĂ păstrează micile sau mai marile noastre secrete personale. Succint, am expus foloasele reducerii dimensiunilor acestui depozit de date confidentiale. Ar mai fi de adăugat că nici tendința de a-l suprima nu e sănătoasă. Sunt oameni capabili și dispuși să se destăinuie oricui, fără discernământ, de parcă nu ar exista deloc subiecte

tabu. Omul echilibrat și rațional știe, însă, cui și ce trebuie să mărturisească. O bună comunicare presupune autodezvăluitori selectivi.

Este știut faptul că, dincolo de toate excepțiile și accidentele locale, relația cea mai apropiată și mai deschisă dintre oameni este cea matrimonială. Și, cu toate acestea, chiar și în căsniciile cele mai fericite, soții pot să nu-și dezvăluie niciodată unul altuia un mare număr de păreri, amintiri plăcute sau dureroase, aspirații, griji, sentimente, disimulate, mai ales, din dorința de a-l menaja pe partener sau de a asigura stabilitatea cuplului. În această categorie se înscriu impresiile defavorabile despre părinții, rudele sau prietenii partenerului, informații legate de aspecte financiare ce ar putea genera tensiuni, unele chestiuni legate de copii, ca și date privitoare la unele vicii, ori la „păcate” aflate în curs și lista nu e nici pe departe încheiată. Alături de destăinuitorii lipsiți de discernământ, întâlnim și persoane care, de teama respingerii, a ironiilor, a „efectului de antihalou”, se închid în ei, refuzându-le celorlalți orice posibilitate de acces la zona lor ascunsă. Urmarea paradoxală, e adesea chiar respingerea pe care încercau să o evite, fiindcă un om care refuză sistematic să-și exteriorizeze adevăratele intenții și sentimente ajunge să inspire neîncredere celor cu care vine în contact. El este de două ori pedepsit, deoarece, pe de o parte, secretomania îl împiedică să se apropie de oameni și, pe de alta, ea îl lipsește de ușurarea sufletească pe care o procură confesiunea.

ZONA NECUNOSCUTA are un statut aparte. Însăși existența ei poate fi pusă în discuție, atât timp cât ea reprezintă un domeniu despre care nimeni nu are nici o știre. Nu dispunem decât de dovezi indirecte ale existenței acestei zone. Visul, halucinațiile produse de consumul de droguri sau de deprivarea senzorială scot la iveală informații ce nu pot proveni de altundeva decât din noi înșine, ceea ce sugerează (fără a demonstra totuși) existența unui stoc de date ce ne privesc și care nu se află nici la îndemâna noastră, nici la cea a observatorilor din afară. Tratamentul psihanalitic își propune tocmai extragerea din zona necunoscută a unor informații a căror refulare în subconștient este responsabilă de manifestările patologice ale pacientului.

1.6. COMUNICAREA ÎN CONTEXTUL SOCIO-CULTURAL

Practică comunicațională a fiecărui om este unică. Unicitatea ei rămâne întru totul valabilă și în ceea ce privește cadrul experienței senzoriale. Nu există și nu pot exista două persoane diferite care să fi fost supuse pe parcursul vieții aceluiași stimuli exteriori, să fi văzut, auzit, gustat etc. exact aceleași lucruri și în aceeași ordine temporală. Mai mult decât atât, nici măcar vreuna singură dintre senzațiile elementare ale unui anumit individ nu poate coincide cu una aparținând altcuiva, pentru motivele că receptorii senzoriali ai celor doi nu se pot afla concomitent în aceeași poziție în spațiu și că parametrii funcționali ai organelor de simț diferă și ei, de la un organism la altul. Dar, tocmai din asemenea date senzoriale unice și irepetabile se construiește imaginea noastră despre lume.

Realitatea la care are acces omul este lumea perceptibilă, dată în imagini senzoriale prin organele de simț. Existența lumii obiective („în sine și pentru sine”) rămâne a fi o problemă pentru știință și filosofie, care, în viziunea multor gânditori, prezintă o construcție mentală *inferențială* coerentă care, oricât le-ar părea de naturală, se prezintă categoric cu totul altfel dincolo de hotarele gândirii lor. Pe scurt, indiferent de modul în care lumea există în afara conștiinței noastre, ceea ce știm despre ea ni se prezintă ca un *model personal al lumii*, care rezultă din integrarea într-o structură coerentă a senzațiilor noastre, a ceea ce memoria ne-a permis să reținem din ele. Practic, există tot atâtea „lumi” perceptibile câte conștiințe individuale și, între alte paradoxuri ale comunicării, unul

dintre cele mai îngrijorătoare constă în eterogenitatea realităților despre care comunicăm. Abordând un anumit subiect, interlocutorii au impresia că vorbesc despre același lucru, când, de fapt, fiecare se referă la entități aparținând lumii sale proprii, la care celălalt nu va avea niciodată acces. Ceea ce cu adevărat este uimitor în comunicare, constă tocmai în faptul că oamenii reușesc să se înțeleagă, deși gândurile lor se referă la realități diferite și care, în plus, sunt traduse în semnale prin coduri strict individuale, deci numai parțial comprehensibile pentru interlocutor. Adăugând la acestea și discrepanța dintre conținutul inepuizabil al mesajelor (idei, stări, sentimente, gânduri și trăiri de tot felul), pe care comunicatorii le au de transmis semenilor și numărul limitat de semnale ce le stau la dispoziție (câteva zeci de foneme, grupate în câteva sute de silabe, care dau naștere la cel mult zeci de mii de cuvinte), am avea toate motivele să împărtășim opiniile acelor filosofi, începând cu sofistul Gorgias, care pun sub semnul îndoielii însăși posibilitatea de principiu a unei comunicări reale între oameni.

Teză comună multor gânditori, ideea *incomunicabilității* adevărilor ultime ale ființei noastre, a imposibilității de a transmite celuilalt elemente semnificative aparținând straturilor intime ale lumii lăuntrice, o întâlnim, după cum am remarcat deja, încă la începuturile filosofiei antice. Dar, în pofida limitelor sale inerente, miracolul comunicării există, el stă la temelia societății umane și îi determină evoluția. Un singur exemplu poate înlocui o întregă pledoarie: *progresul științei*, care s-a aflat întotdeauna într-o strânsă și hotărâtoare dependență de nivelul și calitatea comunicării dintre cercetători. Apariția anuală în lume a milioane de lucrări științifice reprezintă una dintre condițiile și, totodată, garanția acelei evoluții care a condus în ultimele decenii la (cel puțin) dublarea la fiecare zece ani a întregului volum de cunoștințe științifice pe care le deține omenirea.

Comunicarea este însă nu numai un imperativ de ordin pragmatic, impus de nevoia de eficiență a acțiunii umane, dar și unul de ordin moral. Cele două aspecte nu sunt însă întotdeauna într-o strânsă legătură. După cum observă **Harry L. Weinberg**, există deopotrivă comunicatori „eficienți, dar neetici” și comunicatori „etici, dar ineficienți”. Nu o dată politicienii și-au înșelat eficient alegatorii, unii lideri religioși i-au condus cu succes pe membrii comunității lor pe drumul ereziei, profesorii și-au indus efectiv în eroare discipolii. Însăși discuția referitor la caracterul moral al comunicării presupune situarea acesteia din urmă pe o poziție etică determinată, adică acceptarea unei anumite concepții filosofico-morale și respingerea altora, divergente. Depinzând de sistemul de referință, concluziile nu vor putea fi decât relative, astfel încât ceea ce trece drept moral într-un spațiu cultural să fie evaluat ca amoral într-un altul.

Pentru a elimina acest neajuns, Weinberg propune aplicarea unui criteriu transcultural, aplicabil, în opinia sa, oricărei societăți. El îl numește *time-binding*, sintagmă care traduce *ideea de transfer* al cunoștințelor dobândite de la o generație la alta. Pe lângă faptul că îl distinge pe om de animal, care acumulează și el, de-a lungul vieții, informații despre lume, dar nu e capabil să le transmită urmașilor, conceptul de *transfer în timp* sau *legătură temporală* îi permite autorului să reducă *moralitatea comunicării* la o anumită formă de eficiență a acesteia. El caracterizează drept etică orice comunicare ce contribuie la asigurarea, întărirea și dezvoltarea legăturii temporale. Odată fiind stabilit acest principiu, H. Weinberg formulează două comandamente morale ale comunicării, independente de vreun cadru etic de referință:

1. Fă astfel încât să te transformi într-un liant temporal cât mai eficient.
2. Procedează în așa fel încât să stimulezi și la ceilalți dezvoltarea capacităților de *time-binders* (*de transfer în timp*).

Importanța acestei teorii constă în aceea, că ea stabilește o anumită legătură între două noțiuni importante: *timpul* și *comunicarea*.

Concomitent, cu lucrarea lui Weinberg, într-o altă carte a antropologului **Edward T. Hali**, se pune în discuție, dintr-un alt unghi de vedere, implicațiile temporalității asupra comunicării interumane. Pentru Hali, timpul însuși poate fi un *semnal* purtător de mesaj. Caracterul semnificativ al întârzierilor la întâlniri, tratative, recepții, pe care Hali le analizează într-o perspectivă interculturală, demonstrează că și prin intermediul timpului se poate comunica, la fel cum o facem cu ajutorul spațiului, în cadrul variatelor strategii proxemice pe care le adoptăm în relațiile cu ceilalți. Cercetarea comparativă a însemnătății acordate timpului de reprezentanții unor grupuri umane, etnii sau rase diferite îi prilejuește autorului citat semnalarea marilor decalaje existente între oameni în ceea ce privește percepția subiectivă a temporalității. De aici, încearcă să pornească și considerațiile ce urmează.

O examinare atentă a noțiunii de timp pune în evidență structura polimorfă a acestei forme a realității (obiective sau subiective). Există un timp uniform și omogen cu care, cel puțin, până la apariția teoriei relativității, au operat astronomia, fizica și, în general, științele „pozitive”. Există, de asemenea, un timp biologic (mai precis, *biotic*, în sens ontologic), propriu proceselor vitale, având un *ritm* și o *dinamică* proprii și, în fine, o *durată* subiectivă, un timp al conștiinței individuale, ori colective, caracterizat prin fluctuații dintre cele mai neobișnuite. O întreagă populație poate să nu posedă cuvinte pentru anumite aspecte ale temporalității, cum se întâmplă, de pildă, cu unele triburi amerindiene studiate de E.T. Hali, care nu cunosc un echivalent al verbului *a aștepta*, deoarece modul lor de viață exclude impunerea de limite temporale pentru o activitate sau alta. În societățile de tip patriarhal, presiunea timpului asupra individului este departe de a atinge nivelul celei din civilizația industrială, unde valoarea timpului ajunge să se măsoare în unități monetare (*time is money*).

Percepția timpului variază de la o cultură la alta, de la un grup uman la altul, chiar și de la individ la individ, în funcție de vârstă, profesie, intensitatea activității, orientarea filosofică de viață a fiecăruia. Spre exemplu, timpul unui copil nu se scurge la fel cu cel al unui bătrân, timpul unui om de afaceri cu cel al unui paznic de noapte, timpul unui șef de stat cu cel al unui pensionar de aceeași vârstă. Chiar în existența unei aceleiași persoane, scurgerea timpului înregistrează fluctuații considerabile, în funcție de circumstanțele concrete ale vieții. Este bine cunoscut faptul că, în momente de excepție (examene, pericole, iminența morții etc.), accelerarea timpului psihic poate atinge valori nebănuite. În astfel de situații, într-un interval de durată neînsemnată se retrăiesc lungi perioade de viață sau este parcursă mental o vastă rețea de cunoștințe, realizându-se, practic instantaneu, un număr imens de operații mintale, în căutarea unei soluții la o problemă de examen sau de intervenție chirurgicală, ce se cer rezolvate urgent. Dimpotrivă, așteptarea, privarea de o plăcere dorită, încetinesc, adesea insuportabil, trecerea timpului. Varietatea senzațiilor, densitatea evenimentelor, caracterul favorabil al situațiilor par să constituie factori de grăbire a scurgerii timpului psihic, în timp ce monotonia, plictiseala, activitățile dezagreabile, generează efecte contrare. Altfel spus, există deosebiri importante între timpul „cronologic, măsurat de fenomene naturale (mișcarea astrilor) sau artificiale (ceasornicele), și perceperea, reproducerea lui în conștiință. În pofida acestor diferențe, cele două concepte temporale posedă în comun un element esențial și anume *liniaritatea*. Timpul se prezintă ca o *succesiune* ordonată de momente, în care există întotdeauna un „mai devreme” și un „mai târziu”, un trecut, un prezent și un viitor. Prezintă interes

problemele despre aceea, cum se constituie această ordine liniară, în virtutea cărui principiu un eveniment apare drept anterior sau posterior altuia?

Un răspuns posibil poate fi următorul: principiul ordonator al timpului este *cauzalitatea*. Principiul cauzalității proclamă anterioritatea absolută a *începutului* acțiunii cauzelor în raport cu cel al efectelor. Intervalul de timp dintre începutul unui eveniment și o consecință a acestui eveniment poate fi oricât de mic, dar nicicând și niciunde începutul efectului nu a precedat începutul cauzei care l-a produs. Această observație cu caracter general rămâne valabilă și în cazul timpului psihologic: o stare, o trăire personală, o emoție, un gând sunt resimțite drept anterioare altor fapte de conștiință similare numai în măsura în care au determinat cumva, în mod direct ori mediat, natura, aspectul, valoarea sau calitatea acelora. În organizarea temporală a lumii noastre interioare, copilăria precede vârsta adultă nu pentru că s-a petrecut într-o perioadă istorică anterioară, marcată convențional printr-o valoare numerică mai mică a anilor calendaristici ce i se asociază pe scara timpului fizic, ci fiindcă „a lăsat urme”, și-a pus amprenta asupra configurației noastre psihice de la maturitate. Starea actuală a *eului* nostru depinde, cu anumite variații, de fiecare dintre stările trecute, succesiunea acestora fiind dată de sensul legăturilor lor cauzale. Fiecare dintre noi este rezultatul acumulării acestor structuri temporale, sedimentate într-o ordine determinată și determinantă pentru starea actuală a profilului personalității noastre.

Însă, succesiunea constituie doar unul dintre raporturile în care se pot afla două evenimente fizice sau psihice: cel de al doilea tip de relație este *simultaneitatea*.

Simultaneitatea presupune, spre exemplu, că două evenimente sunt simultane dacă și numai dacă, în același sistem de referință, ambele încep în același moment (t_1) și se termină ambele tot în același moment (t_2), având aceeași durată ($t_2 - t_1$). Ea se poate defini și prin excludere: fiind date două evenimente distincte **A** și **B**, dacă nici unul dintre ele nu îl precede pe celălalt, vom afirma că **A** și **B** sunt simultane. Condiționarea ordinii temporale a evenimentelor de existența unei relații cauzale presupune asigurarea unui cadru adecvat pentru manifestarea practică, efectivă, a cauzalității.

În domeniul proceselor materiale, faptul că propagarea nici unui efect fizic nu poate avea loc cu o viteză mai mare decât cea a luminii în vid introduce o limitare obiectivă a posibilității de a se preciza în orice situație succesiunea temporală a două evenimente.

În relațiile interumane se întâlnesc atât asemenea situații de noninterferență între conștiințe istoricește contemporane, cât și de corelare și „contemporaneizare” a trăirilor unor indivizi umani ale căror vieți sunt despărțite, în ordinea cronologiei obiective, de veacuri întregi.

Astfel, starea de spirit a unui tânăr din zilele noastre, de pildă, a unui atlet, participant la o competiție de 100 m plat, poate avea trăiri sufletești analoge cu ale altui tânăr care a trăit cu 2000 ani înainte, presupunem, a unui elev care susține examen la geometrie, dacă reacțiile lor afective pot fi, întâmplător, asemănătoare în situațiile considerate, dar ele nu depind nicicum una de alta. După susținerea examenului, tânărul din antichitate își descrie stările traversate cu acel prilej unui poet. Impresionat, acesta le oglindește într-un poem care ajunge după 2000 de ani la cunoștința sportivului pomenit mai sus. Lectura acestui poem îl mișcă, participă la modelarea sensibilității atletului, se înscrie în textura sufletească a personajului și cum această lectură îi va influența indirect (sau chiar nemijlocit, dacă își amintește de ea exact în momentul startului) starea psihică din timpul cursei. Efectele, transmise pe filiera menționată, ale îndepărtatei cauze ce trebuie căutată în biografia necunoscutului din urmă cu 2000 de ani permit ordonarea

temporală a celor două evenimente interioare, pe care situațiile respective le-au declanșat. Tocmai în acest caz, avem dreptul să situăm emoțiile atletului contemporan în posteritatea celor ale elevului din antichitate, dar nu în acea concomitență potențială la care ne obligă absența oricăror puncte de tangență între viețile lăuntrice ale celor doi tineri.

Apare o întrebare firească: ce legătură au cele expuse în exemplul de mai sus cu comunicarea? Este ușor de observat că dacă, în cele din urmă, interferența dintre fluxurile temporale subiective s-a produs, ea este rezultatul comunicării: tânărul din antichitate și-a transmis, prin intermediul unui furnizor de informație, care este poetul contemporan lui, elementele de *transfer în timp (time-binding)* indispensabile pentru corelarea timpului său psihologic cu cel al tânărului sportiv de astăzi.

În lipsa comunicării, prin intermediul căreia stările unui subiect ajung să influențeze stările celuilalt, conștiințele noastre se situează în domenii disjuncte ale temporalității, faptul că suntem istoricește contemporani pierzându-și orice relevanță. Trăim într-adevăr în același timp fizic cu șapte miliarde și jumătate de oameni, dar absența comunicării nu-i face pe cei mai mulți dintre ei la fel de străini ca mulți alți semeni de-ai noștri care au trăit cu multe veacuri în urmă. Persoanele, a căror existență nu te poate influența, rămân simple abstracții și nu are de ce să ne surprindă indiferența cu care sunt tratate viețile lor de conducătorii politici sau militari, în viziunea cărora acestea nu reprezintă decât simple date statistice, adică cifre înscrise într-un registru, de unde pot dispărea fără a produce mari coșmaruri. Lupta corp la corp din războaiele trecute se ducea între contemporani, între oameni ale căror stări sufletești, gânduri, intenții, stratageme se influențau reciproc, aflându-se într-un dialog, inexistent în condițiile conflagrațiilor computerizate, în care apăsarea pe un buton produce nimicirea unor ființe umane la fel de puțin contemporane, în ordinea timpului subiectiv, ca luptătorii din războaiele din antichitate.

Este imposibil să-l iubești pe cineva cu care nu comunică și, din acest punct de vedere, dragostea pentru „apropiatul” abstract din „sfintele scripturi” sau umanitatea, în ansamblul ei, este considerată de unii oameni o himeră sau o frumoasă minciună. La fel, iubirea de patrie a cuiva, care nu a comunicat cu locurile pitorești, frumusețile ei naturale, nu-i cunoaște istoria, momentele de glorie, eroii, persoanele marcante, valorile culturii și civilizației sale, constituie o pură demagogie politică. Așadar, îndemnul biblic al iubirii (aproapelui tău), evident, se referă nu la oameni în general, ci la „aproapele” cu care ai conlucrat, la-i cunoscut, ai interferat, la semenul la al cărui apel ai răspuns, făcându-ți-l astfel contemporan.

În concluzie, funcția etică a comunicării, ca și responsabilitatea comunicatorului, apar astfel în adevărata lor lumină. În mod analogic, putem conchide și în privința răspunderii a celui ce mijlocește transmiterea informațiilor, provenind de la subiecți umani inaccesibili în mod direct către un destinatar doritor să le afle.

Capitolul 2. TIPURI DE COMUNICARE

2.1. „COMUNICAREA” BIOTICĂ (LA ANIMALE ȘI OAMENI)

Semnalizarea, legătura informațională în actele comportamentale ale reprezentanților regnului viețuitoarelor sau, în terminologia unor specialiști, „comunicarea”, „limbajul”, „graiul” animalelor sunt obiectele de studii ale etologiei. *Etologia*, știință comportamentului animal, a fost întemeiată pe la începutul sec. al XX-lea de biologul **Oskar Heinroth** (1871-1945) și discipolul său **Konrad Lorenz** (1903-1989). Ea conține printre principalele sale direcții de cercetare și formele specifice de „comunicare” dintre diferitele viețuitoare.

Etimologia termenului etologie provine din cuvântul grecesc „ethos” (ἦθος) cu semnificația de *caracter, obicei, deprindere sau manifestare* și „logos” („discurs despre”) – disciplină, știință. Etologia este disciplina care se ocupă cu studiul biologiei comportamentului animal și uman. **Is. G. de Saint-Hillaire** (1779-1853), la mijlocul sec. al XIX-lea, utilizează în premieră acest termen, ca „știința care se ocupă cu caracterul, obiceiurile și deprinderile animalelor și ale omului”, prima definiție apropiată de sensul actual al acestei discipline, dar care nu a fost unanim acceptată și nici singulară).

Etologii studiază modul de comportare al animalului în anumite condiții, felul prin care comportamentul contribuie la supraviețuirea și perpetuarea speciilor, cum apare și cum se dezvoltă el în decursul istoriei speciei, respectiv, al evoluției. Animalul este considerat un sistem dinamic plasat în trei dimensiuni: cea *ontogenetică* (care include fenomenele legate de creștere și dezvoltare, manifestarea diferențiată în timp a caracterelor comportamentale), *dimensiunea ecologică* (interacțiunea organismului cu mediul) și dimensiunea *filogenetică* (evoluția). „Comunicarea” reprezintă mecanismul biotic informațional reglator, cu funcții adaptive, ce îi permite animalului să se orienteze în spațiu și să supraviețuiască, deoarece finalitatea comportamentului „constă în faptul că acesta ajută animalul să supraviețuiască într-o lume ostilă” (Niko Tinbergen). În natură găsim „nu doar ce este util menținerii speciei, ci și tot ce nu îi dăunează atât, încât să pună în pericol dănuirea acesteia” (K. Lorenz).

Între organism și mediul ambiant se realizează, în permanență, un schimb bidirecțional de informații (semnale), prin care organismul „răspunde” (reacționează) adecvat la modificările factorilor de mediu. Aceste „răspunsuri” adecvate se reflectă la nivelul superior de organizare, rezultând adaptarea populației și – prin corespondență – a speciei. Prin urmare, orice act comportamental are și o funcție adaptativă (sinonime fiind expresiile: semnificare biotică, „valoare” de supraviețuire, direcționare, finalitate). Această funcție sau însușire este adeseori ascunsă cercetătorului, din cauza complexității pe care îl îmbracă fenomenul de adaptare. Relevarea funcției se poate face numai printr-o abordare atât fiziologică (a mecanismelor intime), cât și ecologică.

Domeniul „comunicării” biotice este extrem de complicat și bogat în forme, deoarece comportamentul animalelor are un caracter activ și selectiv. Oriunde există viață trebuie să fie și anumite procese informaționale, adică un analog al comunicării, chiar dacă savanții încă nu le-au descoperit, în toate cazurile, mecanismele. Având în vedere că această chestiune este puțin delicată și complexă, ne vom limita la a trata „comunicarea” în domeniul biotic, drept o *interacțiune prin semnale*, emiterea acestora presupunând o anumită formă de activitate selectivă, analogă cu *intenționalitatea*.

Ivan Pavlov (1849-1936) a introdus în fiziologie noțiunea de sistem de *semnalizare*. Animalele au un singur sistem de semnalizare – *reflexele* (condiționale și necondiționale),

care reprezintă reacții la *semnale* semnificative, utile organismului pentru adaptare la mediu și supraviețuire, pe când omul dispune de cel de al doilea sistem de semnalizare, cuvântul – „semnal al semnalelor”, fundament al *gândirii abstracte* și comunicării *semiotice* (prin semne).

Relația dintre comportament și adaptare, fiind determinată de procese *informațional-reglatorii*, comportă două aspecte esențiale: *cauzalitate* și *finalitate biotică*. Orice act comportamental trebuie abordat atât prin prisma *mecanismelor declanșatoare*, cât și a *finalității* (adică *de ce și pentru ce?*).

Cauzalitatea și mecanismul comportamentelor

Comportamentul este rezultatul prelucrării informațiilor primite, pe de o parte, din preajma (mediul exterior) animalului, iar, pe de alta, – din mediul său intern. El reprezintă o reacție ce depinde de stimularea externă (aceasta este spontană) și de factorii cauzali interni (motivaționali). Lorenz a propus analiza cauzală pe front larg, de la comportamentul obiectiv observabil până la nivelele: fiziologic, neurologic, biofizic și biochimic.

Reușita efectului de declanșare a comportamentelor este legată de existența unui suport endogen sensibil al motivației în care sunt însumați toți factorii determinanți ai manifestării, de la cele fiziologice, automate, până la cele „învățate” sau dobândite prin experiență. Motivațiile sunt rezultatele dezechilibrelor intraorganismice sau între organism și mediu.

Motivația trebuie înțeleasă ca o cauză primară, condiție premergătoare oricărei acțiuni. Factorii cauzali motivaționali pot fi grupați în trei mari categorii: *hormonii*, *stimulii senzoriali interni* (modificări ale mediului intern) și *factorii intrinseci ai sistemului nervos central* (în continuare SNC). Aceștia din urmă reprezintă capacitatea proprie anumitor neuroni sau sisteme neuronale din interiorul SNC de a produce spontan și automat serii de impulsuri nervoase care asigură capacitatea de automișcare.

Hormonii prezintă cea mai evidentă implicare în comportamentul de reproducere. Ei au un rol major în declanșarea comportamentului, dar acesta nu este absolut și nici singular. Are loc o interferență a acțiunii hormonilor cu factorii externi și nu se exercită direct, ci prin intermediul mecanismelor nervoase centrale.

Stimulii senzoriali interni sunt exprimați în limbaj curent prin senzații ca *sete* sau *foame*. De exemplu, setea este receptată prin intermediul osmoreceptorilor situați în hipotalamus. Aceștia informează SNC despre creșterea presiunii osmotice a sângelui, rezultând senzația de sete, și declanșând comportamentul specific de căutare a apei. Dar, dacă animalul ar bea până ar informa osmoreceptorii, ar bea prea mult, deoarece resorbția internă este foarte lentă. Însă, ca un mecanism de rezervă, senzația de sete depinde și de nivelul de umplere al stomacului care informează imediat prin senzori specifici atingerea unui anumit nivel de suficiență.

Factorii intrinseci SNC au o acțiune importantă și directă pentru explicarea multor cauze interne ale comportamentelor. *Erich von Holst* a demonstrat că unele părți ale SNC acționează și emit impulsuri nervoase independent de stări sau stimuli, chiar și izolate din animalul sacrificat. Există un automatism al SNC (unii consideră că este vorba de acumulări de neurohormoni) care asigură „spontaneitatea” multor comportamente (dintre cele mai simple, fiind respirația și locomoția).

Pregătirea internă, în vederea acțiunii, iau formele variabile ale unor stări, având „valoare” de supraviețuire, determinând ca animalul să nu aștepte pasiv locul și momentul

acțiunii, ci să caute activ stimulii, iar, odată aflat în situația spațio-temporală adecvată, să deruleze răspunsul comportamental corespunzător.

Punerea în fapt a motivației se face prin comportamentul *apetițional*. Acesta constituie o stare de disponibilitate internă și se exprimă printr-o tendință spre acțiune, evidențiată în, primul rând, prin neliniștea motrică a animalului. Astfel, animalul se află într-o stare de dispoziție pentru o anumită acțiune, prin care el este în căutarea unui excitant (din preajmă), ce se potrivește motivației, ceea ce va determina declanșarea comportamentului particular.

Comportamentul organizează în mod optim schimburile de materie, energie și informație dintre organism și mediu. Pentru aceasta, organismul trebuie să poată „recunoaște” sursele materiale și informaționale cu care vine în contact.

Preluarea informației din preajmă (în sensul de mediu specific) se realizează pe calea *extero-* și a *interoreceptorilor* care sunt sensibili la excitanți specifici; aceștia vor fi transformați în potențial de acțiune. Excitațiile sunt modificări energetice și informaționale care produc formarea unei stări comportamentale noi sau modulează una deja existentă. Pentru a fi creată o asemenea stare, este necesar ca excitantul să dețină o intensitate minimă, numită *prag minim* de excitabilitate. Sub această valoare, organismul nu reacționează la modificările din preajmă. După natura lor, excitanții sunt clasificați în *mecanici, termici, chimici, optici, acustici, electrici și magnetici*.

Stimulul este o parte din mediul înconjurător sau modificarea unei părți a acestuia, care fiind recepționată de către organism, determină un răspuns obiectiv observabil. Nici un animal nu răspunde în același timp și spațiu la toți stimulii potențiali (acele modificări care pot fi percepute), ci numai la un număr redus, care sunt denumiți *stimuli eficienți* sau *efectivi*, aceștia fiind modificările efectiv percepute la un moment dat.

Pentru a înțelege modul în care mediul extern este implicat în determinarea comportamentului animalelor, nu este suficientă cunoașterea capacităților perceptive ale organelor lor de simț. În mod experimental, s-a constatat că un animal nu reacționează la toți stimulii recepționați din mediu. Astfel, dacă se înregistrează (prin intermediul unor microelectrozi implantați în creier) activitatea auditivă la o pisică plasată într-o boxă în care bate un metronom, aparatul de înregistrare evidențiază atât perceperea zgomotului de fond cât și bătăile metronomului. Dacă în boxă este introdus un șoarece viu, care atrage un mai înalt grad al „interesului” pisicii, se constată dispariția curbelor ce indicau perceperea zgomotelor produse de metronom, ca și cum din ambianța perceptuală a animalului ar fi dispărut acest stimul. Dispariția curbelor ce indicau perceperea zgomotelor produse de metronom se constată și în cazul în care, în apropierea boxei este plasat un câine. În acest caz, pisica va exterioriza o postură specifică comportamentului de apărare-salvare¹.

Aceste experimente și altele similare demonstrează că organele de simț ale animalelor nu sunt simple organe de recepție a unor stimuli, ci *filtre active* care selectează numai o parte din totalitatea stimulilor potențiali recepționați, respectiv pe aceia care la momentul respectiv prezintă o importanță deosebită pentru animal. Filtrarea și selectarea stimulilor recepționați depinde de tipul de comportament care la momentul respectiv prezintă cea mai mare importanță pentru supraviețuirea individului. Prin urmare,

¹ A se vedea: Acatincăi, St. *Etologie: Comportamentul animalelor domestice*. Timișoara: Ed. EUROBIT, 2003, p. 17.

comportamentul activat într-o anumită situație determină, în ultimă instanță, care anume din stimulii potențiali sunt recepționați în calitate de stimuli eficienți (efectivi)¹.

Stimuli semnificativi. Din mulțimea stimulilor recepționați în calitate de stimuli potențiali, doar o mică parte se transformă în stimuli eficienți, respectiv doar aceia care se dovedesc capabili să determine la un organism „răspunsuri” (reacții) comportamentale specifice. Această transformare este posibilă numai dacă anumiți stimuli potențiali devin, pentru perioade variabile de timp, purtători de informație adaptativă, dobândind, în acest fel, semnificare biotică și, deci, calitatea de stimuli semnificativi. Spre exemplu, a fost cercetat comportamentul alimentar al *căpușei* (parazit ce se hrănește cu sângele unor mamifere). Căpușa femelă, odată fecundată, lipsită de văz (dar având un simț difuz al luminii prin intermediul tegumentului), se orientează spre lumina soarelui. Ea se cațără pe o creangă, loc în care se oprește, și rămâne nemișcată în așteptare până când pe sub pomul respectiv trece un animal cu sânge cald (mamifer). În momentul respectiv, căpușa percepe mirosul specific al acidului butiric emanat de secrețiile cutanate ale animalului și devine activă, se desprinde de creangă și cade pe animalul-gazdă. Ajunsă aici, căpușa se deplasează cu rapiditate printre firele de păr până când vine în contact cu o zonă a tegumentului lipsită de păr. La perceperea acestei zone, precum și a temperaturii degajate de corpul animalului-gazdă, căpușa se oprește, își introduce rostrul adânc în tegument și începe să se hrănească cu sânge. În fiecare din etapele acestui ciclu, un anumit stimul din mediul ambiant (lumina solară, mirosul acidului butiric, tegumentul neacoperit cu păr, temperatura degajată de corpul animalului-gazdă), devine purtător de semnificare biotică, declanșând și orientând un anumit comportament al căpușei².

Fiecare specie are o capacitate senzorială limitată; ambianța este „cunoscută” (de către reprezentanții speciei) individual și selectiv. Aceasta înseamnă, totodată, că specii diferite pot avea „reprezentări” diferite despre realitate. Animalele percep o fracțiune limitată a mediului eficient, trăind în propria lor lume perceptuală, care se numește și *lumea semnalelor*, alcătuită din ansamblul stimulilor potențiali. Semnalul este un osebit stimul ce reprezintă o anumită cantitate mică de energie sau substanță. Aceasta provoacă schimbări de mari proporții în distribuirea energiei sau substanței în sistemele biotice. Spre exemplu, masculul gândacului de bucătărie american este trezit la activitatea sexuală de o substanță secretă a femelei în cantitate de 30 de molecule. Un mascul cu masa de 2 grame, fiind stimulat de mirosul substanței femelei, se deplasează cu viteza de 4 cm/s. În acest caz, disproporția (sub aspect energetic) dintre cauză și efect este de 1015 ori.

La animale, transformarea stimulilor potențiali în stimuli eficienți se realizează treptat și în sens adecvat. Vor fi percepuți numai acei stimuli care au „valoare” la un anumit moment pentru animalul respectiv. Spre exemplu, perceperea prăzii este un stimul potențial pentru animalul sătul, dar devine un stimul eficient pentru cel flămând. Pe de altă parte, comportamentul activat într-o anumită situație poate determina care anume stimuli potențiali vor fi receptați în calitate de stimuli eficienți.

Stimuli-cheie. Studiarea comportamentului animalelor în condiții naturale de mediu a contribuit la identificarea precisă a situațiilor stimulatorii care au importanță vitală și o semnificație biologică normală pentru animal.

Excitanții care produc comportamente precise și doar pe acestea, numite *tipare fixe de acțiune*, poartă denumirea de *stimuli-cheie* sau *stimuli-declanșatori*. După Lorenz,

¹ Ibidem, p. 17-18.

² Ibidem, p. 18.

stimulul-cheie este reprezentat de un stimul extern a cărui semnificare nu a fost dobândită în cursul vieții animalului (în ontogeneză), ci în cursul evoluției speciei, reprezentând o adaptare *filogenetică* ce se păstrează în „memoria genetică” a speciei. Recunoașterea acestor stimuli de către animal este înnăscută, instinctivă.

În semantica celor doi termeni sunt cuprinse semnificații precise, astfel: *stimulii-cheie* provin din complexul mediului eficient, în timp ce *stimulii declanșatori* constituie informația transmisă de la congener la congener (sociosemnale), deci sunt semnale cu „valoare” intraspecifică, mai rar și interspecifică, fiind implicați în „comunicarea” interindividuală sau de grup. Exemple de *stimuli-cheie*: vizualizarea prăzii de către un prădător flămând, găsirea apei de către animalul însetat, scăderea temperaturii toamna pentru animalele care hibernează etc. Exemple de *stimuli-declanșatori*: apariția unui mascul rival în perioada de rut, strigătul de alarmă al unei păsări din cârd la percepția unui prădător etc. Stimulii declanșatori au cele mai felurite stări și forme, fiind deosebit de importanți pentru supraviețuirea indivizilor și, în ultimă instanță, a speciei. Ei au, totodată, semnificări importante pentru etologi, fiind implicați în explicarea mecanismelor înnăscute ale comportamentelor reunite sub denumirea generică de *instinct*. De exemplu, un stimul declanșator important pentru păsările limicole este propriul ou; dacă acesta este scos din cuib, astfel încât să poată fi văzut de către pasărea clocitoare, el va fi recuperat imediat prin declanșarea unui comportament specific: pasărea împinge cu falca inferioară oul mergând cu spatele către vatra cuibului, până când oul este aranjat în aceasta.

Existența stimulilor-cheie a fost pusă în evidență la mai multe specii de animale. (Stimulii declanșatori sunt frecvent utilizați. De pildă, proprietarii de câini cunosc efectele acestora: îndeosebi atunci când animalul mascul simte o femelă în călduri (care emite ergoni specifici) și dispare în căutarea sau urmărirea acesteia, fără să mai răspundă la chemările stăpânului).

Stimulii declanșatori pot fi de diferită natură. După natura lor, stimulii-cheie pot fi: *vizuali, auditivi, tactili și chimici*. Unii stimuli sunt recunoscuți olfactiv, alții gustativ sau prin organe speciale. În această categorie intră o gamă de substanțe foarte variate. De exemplu, atractantul sexual sau feromonul sexual la fluturele de mătase este *bombicolul* emis de femelă. Acesta este sesizat de receptorii de pe antenele masculului la un prag de stimulare de 3×10^{-6} micrograme. Individul sesizează substanța și zboară în direcția sursei, pe baza decodării gradientului crescător (retroacțiunii pozitive). În imediata vecinătate a femelei, unde nu mai există sprijinul gradientului pentru direcționare, masculul caută aleator spațiul până la identificarea femelei.

Cercetările etologice au demonstrat că există și combinații de stimuli-cheie care sunt percepute și de alte structuri senzoriale ale animalelor. Ca și cei vizuali, și acești stimuli-cheie au un caracter structural. În acest sens, pot fi amintiți: stimulii-cheie acustici (emisiile sonore ale păsărilor), stimuli-cheie chimici (feromonii, ca substanțe apelante trebuie să aibă o capacitate mare de difuzie, în timp ce substanțele utilizate pentru marcarea teritoriului trebuie să fie persistente)¹.

Stimulii-cheie sunt în general simpli: pe substratul ereditar nu s-a „cheltuit” multă informație pentru a codifica potențialul de recunoaștere a acestora. Existența stimulilor-cheie acustici a fost demonstrată cu ajutorul unui experiment simplu, inițiat de **G.H. Bruckner**. Astfel, Bruckner a plasat sub un clopot de sticlă antifonată un pui de găină legat cu o sfoară. Deși cloșca vede puilul care se agită, dar nu aude piuiturile de alarmă ale

¹ Ibidem, p. 22.

puiului, acestea fiind estompate de clopotul de sticlă, ea nu-i acordă nici o atenție, fiind preocupată de ceilalți pui. Dacă puiul este plasat în spatele unui panou opac, astfel încât cloșca să nu-l vadă dar să-l poată auzi, la țipetele de alarmă ale puiului cloșca va părăsi grupul de pui ocrotiți și încearcă să găsească puiul rătăcit¹.

Prelucrarea stimulilor se face primar la nivelul receptorilor (filtrarea stimulilor), apoi secvențial la nivelul SNC. Invers, acesta va elabora un răspuns adecvat care se va manifesta în preajmă sub forma *comportamentului elaborat*.

Mecanismul declanșator înnăscut

Conform definiției date de Lorenz, stimulul-cheie este reprezentat de un stimul extern a cărui semnificare animalele o „cunosc” fără ca această „cunoaștere” să fi fost dobândită prin învățare în cursul vieții animalului. Acest stimul-cheie determină, în condiții interne și externe identice, același răspuns comportamental.

În realitate, marea majoritate a răspunsurilor comportamentale nu sunt declanșate de un singur stimul-cheie, ci de o combinație formată din doi sau mai mulți stimuli cheie. Spre exemplu, un ghidrin mascul, întâlnind un rival în apropierea teritoriului său adoptă o poziție caracteristică, verticală cu capul în jos. Experimentele au demonstrat că acesta va ataca mult mai violent atunci când modelul stimulator cu care se confruntă este prezentat în această postură verticală, decât la prezentarea în oricare altă poziție. Reacția agresivă a ghidrinului mascul nu este determinată doar de culoarea roșie a abdomenului (semnal semnificativ), ci și de postura în care este prezentat modelul stimulator.

Constatând că o anumită combinație de stimuli-cheie determină în mod strict și repetat un anumit răspuns comportamental, etologii au ajuns la concluzia că animalele dispun de un mecanism neurosenzorial prin intermediul căruia acestea recunosc, localizează și selectează din mediul eficient respectiva combinație de stimuli-cheie, singura capabilă să determine acel răspuns comportamental. Acest mecanism a fost denumit, de Lorenz, *mecanism declanșator înnăscut* (în continuare MDÎ). El reprezintă un sistem neurosenzorial potențial ce funcționează după *principiul cheilor* (numai o singură cheie se potrivește într-o anumită broască) și cuprinde totalitatea proceselor responsabile de recunoașterea stimulilor și declanșarea comportamentelor specifice.

MDÎ s-a format în cursul evoluției speciei, prin adaptare. Caracterul înnăscut al mecanismelor declanșatoare este evident doar la animalele crescute în condiții de izolare, lipsite, deci, de posibilitatea de a „cunoaște” din experiențe proprii semnificarea stimulilor-cheie.

În natură se întâlnesc foarte rar MDÎ în stare pură. Selectivitatea MDÎ este perfecționată prin învățare. Prin procesul de învățare, ca rezultat al dobândirii (acumulării) de experiență, se realizează o creștere a selectivității MDÎ prin completarea acestuia cu un anumit număr de caractere suplimentare caracteristice configurației de stimuli cu valoare declanșatoare.

Spre exemplu, pentru a-și apăra teritoriul ocupat, un mascul de măcăleandru, crescut în condiții de izolare, va ataca un smoc de pene de culoare roșie montat pe o baghetă de sârmă și plasat în teritoriul măcăleandrului. După un prim contact cu combinația de stimuli-semnal reprezentați de modelul artificial (smocul de pene colorate), măcăleandru își va perfecționa (prin învățare) capacitatea de recunoaștere, iar atacurile la adresa modelului artificial vor fi din ce în ce mai rare și mai puțin violente. În natură, un măcăleandru mascul care are experiență în apărarea teritoriului său prin confruntarea cu

¹ Ibidem, p. 19-20.

indivizi din aceeași specie, rămâne indiferent la prezența montajului din pene colorate, deoarece a învățat să facă distincția între un intrus veritabil și un substitut artificial¹.

Mecanismul declanșator înnăscut, perfecționat prin diferite procese de învățare, poartă denumirea de *mecanism declanșator înnăscut modificat prin experiență* (în continuare MDÎE). Prin urmare, MDÎE reprezintă un MDÎ modificat în cursul vieții unui individ, printr-o adaptare ontogenetică la situații concrete. Altfel spus, peste MDÎ se suprapune un *mecanism de declanșare dobândit* (în continuare MDD) care modifică reacția instinctivă sub imperativul experienței (deci prin învățare), pentru a crește eficiența actului comportamental.

Modelul neurocibernetice al *mecanismului de declanșare* (în continuare MD) consideră comportamentul ca fiind determinat și reglat de SNC pe baza informațiilor (semnalelor) primite din mediul eficient și al setului de programe de care dispune².

Stimulii externi pătrund în organism prin *intrări* reprezentate de *receptori senzoriali*. Receptorii prezintă o serie de trăsături generale:

- *specializarea* (fiecare tip de organ de simț este sensibil la câte o categorie definită de fenomene energetice);
- *codificarea* (organul de simț funcționează ca un „traductor”, stabilind o relație calitativă și cantitativă între semnalul de intrare și frecvența semnalului nervos indus prin fibra nervoasă corespunzătoare).

Pentru a fi corect interpretat „mesajul” senzorial (seria de semnale) trebuie să conțină toate actele necesare identificării sale precise și complete, informând SNC despre *natura, intensitatea și organizarea spațio-temporală* a stimulării.

Recepționarea și filtrarea periferică a stimulilor, codificarea, transmiterea, înregistrarea, prelucrarea, compararea informațiilor la nivel SNC, reprezintă etapele necesare transformării stimulilor potențiali în stimuli eficienți, și formează *percepția*.

Caracterul organizat al percepției decurge din caracterul structural al stimulului. Pentru ca un stimul să declanșeze activitatea MD, el trebuie, în primul rând, să fie recunoscut, recunoaștere facilitată de câteva procese:

1. *Selectivitatea filtrării senzorio-perceptive*. Organismul este practic înconjurat și supus permanent unei sume nedefinite de stimuli potențiali, cei mai mulți lipsiți de vreo semnificație imediată pentru subiect, care alcătuiesc așa numitul „zgomot de fond”. Acesta perturbă recunoașterea stimulilor eficienți, motiv pentru care se impune o filtrare activă a excitanților la nivelul receptorilor. Fiecare receptor are o anumită specificitate, și se activează numai dacă stimulul are o intensitate care depășește o valoare prag. Pragul are și o funcție adaptativă, protejând animalul de impactul cu o masă de informații eterogene, care l-ar determina să emită răspunsuri inutile sau ineficiente.

2. *Amplificarea stimulului*. Dacă intensitatea stimulului eficient depășește cu puțin valoarea prag, sistemul senzorio-perceptiv are posibilitatea să amplifice selectiv aceste semnale. Neuroreceptorii posedă diferite sisteme de amplificare care permit centrului să identifice semnale generate de cantități reduse de energie.

3. *Accentuarea contururilor*. Una dintre proprietățile elementelor retinei este să discrimineze conturul elementului perceput mai bine decât fundalul și decât interiorul elementului. Efectul de contur a fost evidențiat și în cazul diferențelor de culoare între mediu și obiectul-stimul, precum și la nivelul percepțiilor acustice, respectiv tactile

¹ Ibidem, p. 23.

² A se vedea, spre exemplu: Sârbu, I.; Benedek, A.-M. Op. Cit., p. 22-25.

cutanate (se accentuează contrastul spațial, facilitând perceperea structurilor tridimensionale, de exemplu).

4. *Discriminarea și standardizarea configurațiilor.* În general, caracteristicile care permit discriminarea configurațiilor sunt, în funcție de specie: talia, conturul, luminozitatea relativă a figurii, compoziția cromatică sau de hașuri ale lor, rotația etc.

Stimulul eficient perceput, pentru a fi păstrat în memorie, este prelucrat astfel încât să poată fi recunoscut în viitor după un număr foarte redus de trăsături, astfel încât acesta se standardizează. Spre exemplu, broasca nu percepe o imagine fotografică a unui stimul eficient, ci un model standardizat, caracterizat prin: *contrast net, contururi, întunecare progresivă* și mai ales *mișcarea*. Aceste caracteristici au o mare valoare de *supraviețuire*. Astfel obiectele imobile nu au nici o semnificare pentru broaște. Obiectele mobile de dimensiuni mici, cu contururi convexe, care se deplasează, mai ales, pe direcția axei longitudinale și care contrastează cu fondul, sunt asimilate în general cu prada, iar obiecte mai mari, mobile, sunt evitate, de obicei prin deplasare și adăpostire, fiind asociate cu un dușman.

De cele mai multe ori, situația stimulatorie este recunoscută prin indicii ce aparțin mai multor canale senzoriale, rezultând în final o imagine *polisenzorială* a fenomenului sau a obiectului respectiv. Altfel spus, adesea stimulul eficient este recunoscut printr-o serie de „mesaje” identificate pe cale *vizuală, tactilă, olfactivă, auditivă* etc.

Secvența: *motivație - apetență - stimul eficient - MDÎ (MDD)* este urmată de comportamentul de consum al motivației care înlătură dezechilibrul intraorganismic.

Analizând comportamentul de hrănire al unui prădător în termenii acestui mecanism, distingem: motivația – foamea, care nu este altceva decât un dezechilibru intern, provocat de deficitul de rezerve energetice. Primul efect al foamei este agitarea animalului, trecerea dintr-o stare pasivă în una activă, respectiv, apetența. Acțiunea dezordonată sporește însă probabilitatea impactului biotic cu sursa de hrană. În momentul, în care animalul ia urma prăzii sau are un contact senzorial cu aceasta, prada devine stimulul-cheie care va determina orientarea acțiunii și va genera comportamentul de prădare. Răpunerea și hrănirea constituie comportamentul de consum al motivației. Odată deficitul înlăturat, motivația dispare și prădătorul intră în faza de neutralitate, când individul pradă nu mai prezintă o semnificare în acest sens, respectiv, nu mai declanșează comportamentul de prădare.

Există însă și situații când, din diferite motive, această secvență de etape nu se realizează. Un astfel de caz se întâlnește atunci când motivația este atât de puternică, încât se derulează un comportament specific și în absența unui stimul eficient din preajmă. Acesta este comportamentul în *gol* care se definește ca manifestarea iscată din supraliminaritatea apetenței, fără a mai fi necesară prezența vreunui stimul. Lorenz a descris la graur comportamentul de hrănire în gol.

Alte tipuri de comportamente, care nu se încadrează în modelul clasic al mecanismului expus anterior, sunt cele *ambivalente*, de *substituire* sau *reorientate*.

Există posibilitatea ca mai multe motivații să acționeze simultan și antagonic, cu intensități apropiate, generându-se o stare de conflict interior. Din inhibarea lor reciprocă, iese de sub control o stare ce nu are nici o legătură cu vreuna din motivații sau cu situația stimulatorie creată. Urmează un comportament ce nu rezolvă nici una dintre cele două motivații inițiale, generându-se comportamente: *reorientat* sau de *substituire*. Acestea sunt foarte greu de prevăzut și de explicat. Spre exemplu, adesea în disputele dintre doi cocoși, aceștia se opresc din actele agresive pentru a ciuguli semințe de pe sol. Este

evident că nu foamea îi motivează, ci frica, antagonică agresivității. Prin inhibarea celor două motivații opuse, apar aceste acte bizare, care nu au aparent nici o legătură cu rezolvarea conflictului. Un alt exemplu îl reprezintă cazul urșilor care au primit recipiente cu miere, în care s-a pus un medicament. Plăcut impresionat de aroma mierii, primul urs s-a îndreptat spre recipient, dar întinzând botul spre acesta, a fost izbit de mirosul medicamentului, fapt care s-a soldat cu o retragere și pufnituri. De la o oarecare distanță mierea iarăși își exercita atracția, dar din nou, la apropiere, medicamentul acționa în sensul unui stimul repulsiv. După repetarea acestor secvențe de câteva ori, ursul, fiind pradă unui conflict motivațional major, și-a atacat un coleg de celulă. Nu odată agresivitatea este cauzată de conflicte motivaționale care generează nervozitate sau stres.

În comportamentele redirecționate (deviate), una dintre activitățile dependente de o motivație aflată în conflict cu o alta, incomplet inhibată, este îndreptată asupra unui alt stimul decât cel care ar declanșa-o în mod normal.

În comportamentele de substituire conflictul este rezolvat prin încărcarea unui stimul, în mod obișnuit, fără semnificare adecvată, cu însușirile necesare stimulului căutat sau real, în scopul rezolvării unui conflict interior. Astfel, la multe viețuitoare (pescărușii argintii, macaci, paviani, cimpanzei) atunci când un individ este pus la „respect” de către un superior, primul își exprimă agresivitatea asupra vreunui „nenorocit”, aflat într-o poziție ierarhică inferioară.

2.2. CARACTERUL ADAPTATIV AL COMPORTAMENTELOR

Între organism și mediul ambiant se realizează în permanență un schimb bidirecțional de informații, prin care organismul „răspunde” întotdeauna adecvat la modificările factorilor de preajmă. Aceste „răspunsuri” (reacții) adecvate care se manifestă în mediul eficient, se reflectă la nivelul superior de organizare, rezultând adaptarea populației și, prin corespondență, a speciei. Prin urmare, orice act comportamental are și o *funcție adaptativă* (sinonime fiind expresiile: semnificare biologică, „valoare” de supraviețuire, direcționare, finalitate). Această funcție sau însușire este adeseori ascunsă cercetătorului, din cauza complexității pe care îl îmbracă fenomenul de adaptare. Relevarea funcției adaptive se poate face numai printr-o abordare atât *fiziologică* cât și *ecologică* a mecanismelor intime¹.

Intensivitatea și extensivitatea funcției adaptive

Toate comportamentele au funcție („valoare”) adaptativă, dar aceasta nu apare în toate cazurile ca o necesitate absolută, ci se manifestă cu o frecvență relativă, ca un fenomen stohastic (probabilistic). Pe de altă parte, sunt cunoscute comportamentele de transfer, de substituție care sunt elemente secundare, derivate, poate cu funcție de adecvare, dar adesea lipsite de „valoare” adaptativă.

Există și activități care sunt adaptative (deci folositoare speciei), dar, în parte, dăunătoare individului. De exemplu, coloritul nupțial la multe specii (pești, amfibieni, păsări) sporește șansa masculului în reproducere, dar crește și probabilitatea detectării acestuia de către prădător, deci șansa de a fi răpus. În aceste exemple, intră în contradicție strategiile de supraviețuire individuale cu cele ale speciei. Un alt „conflict adaptativ” îl constituie agresivitatea sexuală și comportamentul social gregar, foarte evident la păsări. Compromisul este realizat prin crearea spațiului familial în interiorul spațiului coloniei.

Nici o funcție comportamentală nu este absolută. Manifestările nu depind numai de informațiile din mediul extern (de stimuli), ci și de motivații (dispoziție interioară). Dacă

¹ Despre tipuri și forme adaptive a se vedea: Ibidem, p. 36-62; Acatincăi, St. Op. Cit., p. 44-56.

lipsește sau este diminuată una dintre aceste condiții, comportamentul se poate manifesta parțial sau nu se manifestă deloc, dar și această relativitate este o condiție esențială pentru supraviețuirea comunităților. Spre exemplu, dacă un prădător ar avea un comportament perfect adaptat, atunci prada ar dispărea, atrăgând, în ultimă instanță, și dispariția lui. Orice animal este numai relativ și suficient adaptat pentru a supraviețui în limitele unor condiții care variază permanent. În al doilea rând, adaptarea unei specii nu se bazează numai pe comportament, ci și pe structuri morfologice și funcții vitale. Aceste mecanisme se completează reciproc și se compensează, în funcție de necesități. Prin urmare, la analiza adaptării se are în vedere nu numai latura etologică, ci și aspectele morfologice și cele fiziologice. **Nikolaas Tinbergen** clasifică funcțiile adaptative ale comportamentului în două categorii (care pot fi uneori în contradicție): 1) în avantajul direct al individului; 2) în avantajul grupului, populației sau speciei. Din prima categorie vom menționa, comportamentul de *hrănire* și cel de *salvare*.

Comportamentele în avantajul grupului sau al speciei presupun cooperarea a cel puțin doi indivizi, funcția adaptativă fiind o proprietate a actului cooperativ în ansamblu. Din această categorie fac parte *biocomunicarea*, *comportamentul social*, *agresivitatea* și *comportamentul reproducător*.

Reglarea comportamentului. În mod permanent, animalul recepționează din mediul extern, precum și din interiorul organismului numeroase semnale de natură diferită. Semnalele care depășesc un anumit prag și durată și prezintă importanță (adică au o anumită semnificație biotică pentru organism) sunt transmise la sistemul SNC. Acesta elaborează semnale corespunzătoare pe care le transmite la efectori. Stimulii, care momentan nu prezintă importanță pentru animal, se sting fără ca efectorii să producă reacții. Din punct de vedere marfo-funcțional, sistemul nervos este unitar, dar conține două unități complementare: sistemul nervos *somatic* și sistemul nervos *vegetativ*.

Aceste subsisteme reglatoare interacționează, însă îndeplinesc funcții diferite. Sistemul nervos somatic asigură legătura dintre organism și mediul său de viață, iar sistemul nervos vegetativ coordonează activitatea și funcțiile organelor interne (inimă, pulmon, glande digestive, glande endocrine, mușchii netezi din vasele sanguine, viscere și piele).

Forma fundamentală de manifestare a activității SNC este *reflexul* (actul reflex). Reflexul reprezintă „răspunsul” (reacția) unui organ *efector* la o *excitație* (*stimulare*) primită de la un receptor prin intermediul unui arc reflex. Arcul reflex este substratul anatomic prin intermediul căruia se asigură transmiterea specifică a excitației. Arcul reflex constă din conexiunea elementelor specifice: receptor, neuron aferent, centru nervos, neuron eferent (motor sau inhibitor) și organ efector (grup de celule musculare sau glandulare).

Orice act reflex debutează cu stimularea unui receptor care transformă energia stimulului specific în energie de excitație sub forma unui influx nervos. De la receptor influxul nervos este transmis (prin intermediul nervului centripet) la corpul celular al neuronului aferent. Apoi în sistemul nervos central, printr-o serie de neuroni intermediari sau direct, influxul nervos ajunge până la neuronul centrifug (motor) și prin axonul său (nervul centrifug), ajunge la efector (mușchi sau glandă), determinând intrarea acestuia în activitate. Imediat după declanșarea unui act reflex, SNC este informat despre starea în care se află organul efector prin intermediul unor impulsuri care provin de la organul efector. Apoi, la nivelul sistemului nervos central se realizează compararea rezultatului

real cu rezultatul așteptat. Pe baza acestor comparații SNC trimite organului efector semnale de ajustare astfel ca, în final, rezultatul așteptat să corespundă cu rezultatul real.

La reglarea comportamentului animalului participă *analizatorii*. Aceștia reprezintă un sistem funcțional complex, alcătuit din trei segmente: receptor, calea de conducere (calea centripetă) și segmentul cortical (central). Receptorii (segmentul periferic) au capacitatea de a recepționa și codifica o anumite categorie (clasă) de stimuli (semnale, excitanți): fizici, chimici sau mecanici. Codificarea claselor de stimuli se face unitar, prin elaborarea unor impulsuri electrice modulate în amplitudine.

Calea centripetă este reprezentată de traseul nervos prin care se transmit impulsurile electrice de la receptori la centrii nervoși amplasați pe scoarța cerebrală. *Segmentul central* (sau cortical) diferențiază, stochează și sistematizează informațiile, elaborând „stări psihice”, respectiv *senzațiile și percepțiile*.

Sunt cunoscuți următorii analizatori **externi**: *gustativ, olfactiv, vizual, acustic, cutanat, kinestezic*¹. Analizatorul cutanat asigură simțul cutanat, care constă în perceperea a trei tipuri de sensibilitate: tactilă (de contact, de presiune), termică (cald, rece) și dureroasă superficială. Analizatorii externi, funcționând normal, informează organismul despre starea mediului, semnalizându-i efectiv despre factorii favorabili sau nefavorabili, contribuind la acomodarea la mediu și supraviețuire. Îmbătrânirea organismului ca proces fiziologic normal, bolile, traumatismele, afectează sensibilitatea tuturor analizatorilor. Astfel, odată cu înaintarea în vârstă a animalelor, pentru obținerea aceleiași reacții comportamentale, stimulii recepționați vor trebui să aibă o intensitate mai mare.

Analizatorii interni. SNS este în relație permanentă și cu mediul intern (umoral). Astfel, sistemul nervos central este informat direct și permanent de toate modificările intervenite în mediul intern (umoral). Toate aceste modificări (variații ale concentrației bioxidului de carbon în sânge, glucide și protide, temperatura corporală, starea de sațietate etc.) reprezintă stimuli senzoriali interni care sunt recepționați de structuri nervoase specializate (receptori interni) în receptarea și codificarea acestora. Aceste informații sunt apoi transmise SNC care dispune de zone specifice pentru controlul și reglarea mediului intern, astfel încât organismul să-și mențină *homeostazia* (stabilitatea funcțională).

Receptorii interni mai poartă denumirea de *interoreceptori* sau *visceroreceptori*. În funcție de tipul stimulilor interni recepționați, interoreceptorii pot fi clasificați astfel: *mecanoreceptori, baroreceptori, osmoreceptori și chemoreceptori*.

Mecanoreceptorii sunt specializați în recepția stimulilor mecanici, iar baroreceptorii pentru presiuni mecanice. Osmoreceptorii sunt specializați în recepționarea variațiilor presiunii osmotice a lichidelor din mediul tisular iar chemoreceptorii sunt specializați în recepția unor substanțe chimice.

Prin urmare, în categoria stimulilor interni pot fi incluse toate acele modificări ale mediului intern (adică al mediului de viață al celulelor), în măsura în care aceste modificări determină răspunsuri comportamentale. Declanșarea unui act comportamental specific (hrănirea, adăparea, comportamentul sexual, odihna etc.) este determinată de motivații interne asociate (foame, sete, libidou, oboseală etc.).

Declanșarea și încetarea unui act comportamental determinat de o motivație specifică are loc în mai multe etape. Astfel, un act comportamental determinat de o stare internă specifică se declanșează ca urmare a acțiunii unor stimuli interni sensibilizatori și

¹ Acatincăi, St. Op. Cit., p. 33-41.

încetează sub influența unor stimuli interni inhibitori sau consumatori. Stimulii sensibilizatori semnalează instalarea stării respective (spre exemplu, foame sau sete) și se inițiază activitatea de căutare și dobândire a substanței necesare organismului (hranei sau apei). Stimulii inhibitori (consumatori) semnalează, în urma efectuării de către animal a actului consumator, instalarea stării de saturație și determină încetarea comportamentului respectiv.

Fazele de desfășurare ale unui tipar comportamental

Un animal aflat într-o anumită stare motivațională internă se va comporta astfel încât să ajungă în situația de a-și satisface acea trebuință. În cele mai multe cazuri, condițiile necesare acestei rezolvări nu se găsesc în aria de percepere și acțiune a unui animal motivat. Din aceste motive, în natură, orice act comportamental debutează printr-o stare de neliniște și agitație motorie care cresc progresiv în intensitate și care se transformă într-o activitate de explorare activă a mediului înconjurător. Aceste acțiuni (care presupun efort și cheltuieli de energie din partea animalului) poartă denumirea de *comportament apetitiv*. Faza de căutare se finalizează doar atunci când animalul ajunge în prezența situației stimulatorii specifice și care, printr-un MDÎ, conduce la satisfacerea și anularea motivației activate. Faza ce urmează comportamentului apetitiv este actul consumator care se materializează prin efectuarea unor acțiuni ce au drept consecință dezactivarea stării de motivație internă și instalarea stării de saturație.

Comportamentul apetitiv de tip I este o fază de căutare *nedirecționată*, fază activată de o motivație internă specifică. Inițial, această fază are un caracter aleator (acțiunea de căutare se desfășoară la întâmplare) până în momentul în care apar primii stimuli externi ce indică animalului posibilitatea de a ajunge în situația ce-i va permite îndeplinirea actului consumator. Din acest moment, debutează comportamentul apetitiv de tip II, fază ce se materializează printr-o căutare *mai precis direcționată*. Trecerea de la faza A I la faza A II se realizează prin intermediul unor mecanisme declanșatoare (MDÎ, MDÎE). *Actul consumator* încheie comportamentul respectiv, rezolvând problema pusă de starea motivațională activată. Primele două faze ale comportamentului apetitiv (I și II) servesc pentru optimizarea comportamentului. În cazul în care strategia adoptată nu este cea optimă (nu satisface elementul de coincidență), aceste două faze se vor repeta, începând tot cu faza de căutare nedirecționată. Actul consumator este o fază cu un tipar fix, stereotip¹.

2.2.1. FORME DE COMPORTAMENT

Manifestările comportamentale sunt procese fiziologice complexe, corelate și integrate prin mecanisme nervoase și umorale. Mecanismele nervoase implică faza de recepționare a stimulilor din mediu, faza neurală (centrală) de analiză, selectare, integrare și acumulare a informațiilor actuale și anterioare pe baza cărora se produc reacțiile și faza de efectuare a manifestărilor comportamentale. Mecanismele umorale modifică reactivitatea animalelor într-o anumite direcție. Astfel, unele componente sanguine influențează comportamentul alimentar, hormonii sexuali determină comportamentul sexual și agonistic iar prolactina este implicată în comportamentul matern.

Formele de comportament caracteristice speciei asigură supraviețuirea indivizilor, proces condiționat de adaptarea acestora la mediul înconjurător. Sub presiunea unor factori (biotici și abiotici) ai mediului, fiecare specie și-a perfecționat comportamente caracteristice, menite să-i asigure nevoile de apărare, hrănire, îngrijire a descendenților și

¹ Ibidem, p. 42-43.

de integrare biosocială (inter și intraspecifică). Perfecționarea treptată a diferitelor tipare comportamentale s-a realizat numai în limita impusă de fondul genetic specific populațiilor și speciilor de animale.

Majoritatea reacțiilor comportamentale au caracteristici de reflexe necondiționate (instinctive, înnăscute) care se exteriorizează de la o anumită vârstă. Ele s-au format și perfecționat de-a lungul evoluției speciilor, se transmit ereditar și sunt caracteristice fiecărei specii. Comportamentele dobândite (învățate) se formează și se perfecționează în cursul vieții individului care, prin experiență și învățare, optimizează comportamentele înnăscute.

Comportamentul nutrițional sau trofic (de hrănire)

Hrana este o cerință absolută pentru oricare viețuitoare, manifestările legate de asigurarea echilibrului material și energetic, fiind de la cele automate, simple (asimilare directă, fagocitare etc.) până la cele mai complexe și implicând vânătoarea cu caracter social și strategii de grup. Comportamentul de hrănire diferă de la o specie la alta și presupune acțiuni complexe, integrate în timp și spațiu. După natura hranei consumate deosebim animale erbivore, carnivore și omnivore.

Starea motivațională de foame se instalează sub acțiunea unor influxuri nervoase ce pornesc de la anumiți centri nervoși din hipotalamus și care converg spre alți centri nervoși situați în scoarța cerebrală. În funcție de specie, vârstă, sex și nivel productiv, senzația de foame se instalează după perioade variabile de timp.

În hipotalamus se găsesc interoreceptori care percep modificările concentrației unor compuși sanguini cu rol nutritiv (glucide, lipide, aminoacizi), precum și a temperaturii mediului intern. Tot la hipotalamus ajung și stimuli interni gastrici care informează sistemul nervos central despre gradul de plenitudine al stomacului.

Reducerea concentrației unor substanțe și metaboliți în plasma sanguină și la nivel intracelular, reducerea temperaturii mediului intern, precum și contracțiile stomacului gol determină instalarea stării de foame. Ca urmare, se activează comportamentul apetitiv și actul consumator specific. Dimpotrivă, creșterea concentrației unor substanțe și metaboliți specifici, creșterea temperaturii interne și distensia stomacului plin acționează asupra centrului nervos al sațietății (saturației) din hipotalamus, diminuând treptat, până la anulare, starea de foame. De asemenea, comportamentul nutritiv este influențat și de stimulii proveniți de la furaje (olfactivi, gustativi, vizuali și tactili) care, prin intermediul exteroreceptorilor, sunt conduși la nivelul SNC, unde participă la reglarea ingestiei.

Indiferent de specie, comportamentul de hrănire presupune o fază apetitivă (motivată prin senzația de foame) și una consumatoare (căutarea, procurarea și ingerarea hranei). Realizarea contactului senzorial cu hrana implică căutarea și identificarea acesteia prin activitate locomotorie variabilă. La carnivore, atât faza apetitivă cât și cea consumatoare, sunt mai complexe, mult extinse în timp și spațiu, solicitând mai intens capacitățile senzoriale și locomotorii decât în cazul erbivorelor.

Hrana și dieta omului

Ce anume și cât mănâncă omul este extrem de variat, atât în interiorul fiecărei societăți, cât și între diferitele țări, etnii și grupuri sociale. Deși dieta este oportunistă și supusă influențelor culturale, există totuși anumite trăsături biologice de bază care guvernează similar diferitele aspecte legate de hrănirea speciei omenestii.

Fundamental, oamenii provin din specii omnivore, nișa trofică a cărei este centrată cel mai frecvent pe vegetale. Problema vegetalelor constă în aceea, că, prin comparație cu hrana de origine animală, ele totuși sunt nutritiv mai sărace. O caracteristică a dietei

vegetariene este că animalele trebuie să se hrănească o mare parte din timp, întreaga zi (sau noapte). Prin contrast, carnivorele se hrănesc mult mai rar, pauzele dintre mese fiind lungi (zile sau săptămâni, la nevertebrate uneori chiar perioade mult mai lungi). Carnea este mult mai bogată în nutrienți, fapt care nu necesită o hrănire permanentă, animalele având, prin urmare, mult mai mult „timp liber” ce poate fi folosit pentru alte activități.

Trecerea dietei umane de la un regim vegetarian către unul centrat pe proteine animale, a însemnat, pe de o parte, capacitatea de a dispune de mult mai mult timp, fapt care se reflectă în posibilitatea de socializare și comunicare, de exemplu. Răpunerea unei prăzi mai mari a însemnat, totodată, necesitatea agregării mai multor vânători, a coordonării acțiunilor și divizarea rolurilor pentru a mări șansa de succes. Aceasta nu se poate realiza fără existența unei comunicări pe măsură. În sfârșit, prada trebuia adusă la tabără, unde gătitul și împărțirea implicau o serie de obiceiuri și ritualuri, care se mai păstrează și astăzi în majoritatea societăților. Astfel, masa principală nu semnifică numai un mod de înlăturare a deficitului trofic individual, ci scena și decorul necesar pentru funcția rituală a socializării și măririi coeziunii de grup. Acest obicei al hrănirii rituale se regăsește și astăzi în societățile moderne; orice sărbătoare sau eveniment se aniversează într-un grup printr-o masă, de diverse complexități, dar implicând, în mod necesar, câteva feluri diferite, iar festivitățile se desfășoară cu implicarea unor alimente și băuturi.

Faptul că actualmente cei mai mulți dintre oameni nu mai sunt implicați în captura hranei, este derivat, susține Morris printr-o serie de activități compensatoare. Masculii, vânătorii originari, manifestă, în continuare, o serie de comportamente de substituție, care compensează vechile motivații și efecte ale organizării în vederea răpunerii unei prăzi. Astfel, munca și „vânătoarea” simbolică de bani, contracte, succese economice etc. a înlocuit vechile canale de descărcare a energiilor. În toate societățile, bărbații (masculii) tind, în continuare, să se agrege în grupuri sociale, găști etc., din care, cel puțin, în unele manifestări și perioade determinate de timp, femeile și fetele (femelele) sunt cu desăvârșire excluse. Cel mai adesea aceste manifestări sunt limitate în timp și exprimare, ca urmare a solicitărilor legate de viața familială și limitarea timpului ca urmare a serviciului, dar aproape toți indivizii necesită, cel puțin ocazional, o formă de tipul „a ieși cu băieții la distracție” (la o bere, pe stadion la un meci de fotbal etc.). Din cele mai vechi timpuri și până astăzi, cunoaștem nenumărate forme de agregări funcționale, cum ar fi cluburile sportive, sociale, sindicate sau simplele agregări adolescente, degenerate uneori în bande rivale. Toate acestea imprimă o puternică solidaritate și loialitate între masculii sau față de simbolurile și expresiile grupului. Apartenența la un anumit grup este frecvent semnalată prin ținută, haine, ticuri și expresii verbale sau nonverbale, insigne, uniforme etc. Aceste expresii sunt legate de rolul ancestral legat de impulsurile fundamentale asociate cu grupurile de vânători și spiritul de cooperare, precum și de asumarea a riscurilor.

Deși munca a înlocuit în bună parte vânătoarea, ea nu a eliminat complet formele mai primitive de exprimare ale acestei activități complexe. Nu, în ultimul rând, explică persistența vânătorii și în zilele noastre. Mulți dintre vânătorii chestionați nu pun pe primul loc al motivațiilor răpunerea efectivă a animalelor, ci spiritul de grup și senzațiile stârnite de apartenența la o societate. Vânătorii mai implică o doză oarecare de risc, care este necesar pentru mulți dintre indivizii țărilor dezvoltate, ca un refugiu de monotonia cotidianului, precum și caracterul de joc de noroc, care a supraviețuit într-o multitudine de forme de expresie și ritualuri până astăzi. Ca și vânătoarea primitivă, jocurile de noroc sunt practicate în mod primar de „masculi”.

Există o tendință evidentă a claselor sociale mai elevate de a se îndeletnici într-o proporție mai mare cu vânătoarea. Pe de o parte, explicația este legată de mijloace, de timp, dar și de acea „aură” corelată cu statutul social, care implică echivalența expresiilor ca parte integrantă a procesului de asimilare. În fond, acest atavism comportamental ar trebui eliminat din acțiunile oamenilor din țările civilizate. Omorârea animalelor pentru distracție, ca hobby, este o activitate lipsită de orice etică și nu face cinste speciei umane.

Actul uciderii prăzii este exprimat și astăzi într-o mare varietate de forme, relevante îndeosebi în sport. În cele mai multe sporturi, a marca înseamnă a ținti și a „răpune” coșul, plasa, poarta, echipa adversă, mergând, în box și diferite arte marțiale, la surclasarea directă a adversarului, care este asimilat cu o pradă. Impulsul de a răpune ceva este permanent imprimat în jocurile copiilor, și – deși supus unei puternice suprimări culturale – este exprimat pe parcursul vieții de adult, atât în profesie, cât și în diferitele forme de hobby sau de petrecere a timpului liber.

Vechile obiceiuri legate de mesele predominant carnivore s-au transmis până astăzi, deși mai răspândite sunt dietele vegetariene sau de altă natură, menite să asiste menținerea sănătății oamenilor sau sunt motivate de alte considerente (religioase, convingeri, etc.). Oamenii de pretutindeni tind să fie legați de ore de masă bine stabilite, să considere masa ca pe un eveniment cultural sau/și familial, mai degrabă decât o funcție de potolire fiziologică a foamei.

Un alt aspect interesant este continua tendință de a servi (cel puțin la prânz) o masă caldă. Există explicații pentru acest larg răspândit obicei. Pe de o parte, hrana caldă simulează „temperatura prăzii proaspăt răpuse”, ca dovadă a faptului că preferăm masa principală la acea valoare termică la care alți prădători consumă animalul homeoterm răpus. O a doua explicație este legată de faptul că dentiția noastră și întregul nostru sistem digestiv nu este de tip carnivor. Carnea fiartă poate fi mestecată și de o astfel de dentiție, pe când cea crudă este dificil să o măcinăm cu dinții. În sfârșit, prin creșterea temperaturii se relevă mult mai bine aroma hranei, care (când mai adăugăm o mare varietate de arome artificiale și condimente) ne leagă de dieta preferențială caracteristică trecutului nostru de primat. Maimuțele mănâncă mult mai variat, și hrană mult mai aromată decât carnivorele. Primele savurează hrana și sunt foarte sensibile la diferitele aspecte și nuanțe ale aromelor. Preferința celor mai mulți dintre oameni pentru dulce este de asemenea legată de trecutul biologic. În natură, dulcele este legat de valoarea nutritivă a alimentului. Și astăzi orice aliment sau băutură, chiar fără valoare sau cu efecte nocive, pot fi făcute atractive prin îndulcire artificială.

Varietatea hranei noastre și tendința de a descoperi sau introduce în dietă noi feluri de mâncare este un alt aspect care ne leagă de viața tipică de primată. Carnivorele mănâncă mai rar și alimente mult mai bogate în nutrienți, dar semnificativ mai puțin diverse decât o maimuță. Un babuin se hrănește cu aproximativ 200 de specii de plante, iar macacii japonezi consumă circa 119 specii, sub formă de muguri, lăstari, fructe, rădăcini dar și păianjeni, fluturi, etc. Este evident faptul că trecerea (și) la o dietă carnivoră, în pofida tuturor avantajelor legate de aceasta, nu a determinat renunțarea la o serie de trăsături ale dietei și obiceiurilor aferente omnivorelor sau ale speciilor predominant vegetariene. Chiar după ce omenirea și-a modificat stilul de viață din vânător-culegător în sedentari agricultori, aceasta a practicat o agricultură mixtă, în care cultivarea plantelor nutritive și creșterea animalelor domestice au mers în paralel. Și astăzi, vegetarienii își asigură un regim echilibrat pe baza unei largi varietăți de substanțe

din plante, ca și primatele tipice, cei mai mulți însă recurgând, cel puțin ocazional, și la proteine animale, dar prezente sub o altă formă decât carnea (ouăle, laptele sau mierea).

Reducerea sau eliminarea cărnii din unele zone ale globului sunt mai degrabă corelate cu suprapopularea și limitarea resurselor, respectiv, cu sărăcia, și nicidecum cu o alegere pe baza liberului arbitru.

Un adult mediu care duce o viață sedentară într-o țară cu climat cald-moderat, are nevoie de cel puțin 2000 cal/zi pentru acoperirea cheltuielilor energetice.

Un adult, care duce o viață ce solicită consum energetic sporit sau care trăiește într-un climat rece, necesită o dietă de 6000-7000 calorii pe zi. Dacă aportul este mai scăzut cu 10% decât necesarul mediu, indivizii sunt considerați subnutriți, iar la o reducere de 20% se consideră că subnutriția este accentuată. Astăzi aportul mediu global este de circa 2600 calorii/zi, dar cel puțin 1 miliard de oameni au mult mai puțin. Numărul cel mai mare de subnutriți se află în sudul și sud-estul Asiei și în Africa. În ultimul continent numărul celor subnutriți a fost dublu în 1999 (20 milioane oameni) față de 1960 (10 milioane), iar prognozele arată că în anul 2025 numai 40% din populația continentului va putea fi hrănită de ceea ce poate crește în regiune. Pe Glob, circa 40 000 de oameni mor zilnic din cauze legate de subnutriție.

Prin contrast, îndeosebi în Europa și America de Nord, există din ce în ce mai multe persoane supranutrite. În aceste arii media aportului este de 3500 calorii pe zi. Peste 1 miliard de adulți de pe Glob sunt supraponderali.

Țările avansate, cu standard ridicat de viață, mențin și se mențin printr-o dietă echilibrată bazată atât pe vegetale (moștenire din trecutul de primată) dar și de carne (moștenire a trecutului de vânător), iar menținerea populației stabile și controlul natalității este realizat prin mecanisme interioare care nu necesită nici un fel de măsuri drastice. Având o viață mult mai sigură și decentă, adulții preferă să investească mult într-un număr redus de urmași. Aceste mecanisme sunt produse prin educație, cultură și nivel social.

Comportamentele de salvare

Acest complex comportamental presupune o serie de acțiuni desfășurate de animal pentru a-și salva integritatea fizică în caz de pericol. Animalele posedă potențialul perceperii stimulilor cu semnificare de dușman, manifestând selectivitate față de aceștia. Reacțiile de salvare pot fi atât înnăscute, cât și dobândite. Ca orice stimul, dușmanul poate fi recunoscut după una sau două trăsături caracteristice (siluetă, formă, viteză de deplasare, colorit etc.). O specie poate avea reacții variate față de prădători diferiți. De exemplu, ciorile se pitulează nemișcate pe substrat când trece pe deasupra șoimul călător, care obișnuiește să se năpustească de jos asupra unei păsări situate în zbor la înălțime, pe când aceeași cioară se ridică în înaltul cerului când are de-a face cu uliul porumbar care obișnuiește să vâneze prada aflată pe sol.

Modalități de atac diferite pot determina acțiuni diferite de salvare din partea prăzii. La nevertebrate receptivitatea selectivă față de dușmani se bazează pe semnale specifice, îndeosebi tactile sau chimice.

La animalele superioare una dintre cele mai obișnuite reacții de apărare este *fuga*. **H. Hediger** (1934) a demonstrat ca un dușman declanșează reacția de fugă numai dacă este perceput sub o anumită distanță denumită „distanță de fugă”. Se citează că „distanța de fugă” este constantă pentru o specie, dar și variabilă, în funcție de experiența individuală, fiind modificabilă prin învățare. Influențează foarte mult tipul dușmanului, starea motivațională, natura spațiului, experiența etc. Când un animal se află în

imposibilitate de a fugi, el atacă violent dușmanul de îndată ce acesta depășește o anumită distanță denumită de Hediger „distanță critică”. Aceasta poartă numele de „reacție critică” și nu este altceva decât o reacție de apărare cu caracter de urgență. Reacția critică apare și la confruntarea cu un dușman care apare prin surprindere, fiind, totodată, unul dintre motivele principale pentru care se înregistrează atacuri ale unor animale soldate cu victime omenești. Relațiile de fugă, și în general comportamentele de salvare, sunt foarte variate. Și aici există convergențe adaptative, cum ar fi de exemplu fuga în zigzag a animalelor de stepă la atacul unui prădător.

Îndeosebi, la mamiferele mari s-au constatat numeroase „comunicări” (semnalizări) interspecifice, desăvârșite prin *coevoluție*. Adesea prada, la vizualizarea unui prădător, execută mișcări, atitudini sau deplasări impunătoare, rituale, prin care *semnalizează* faptul că este sănătoasă și puternică, „sugerând” prădătorului să caute o altă sursă de hrană. Unii prădători pot percepe acest „mesaj” și adesea procedează în consecință. De multe ori, aceste acțiuni spectaculoase sunt imitate de animale care, în realitate, sunt mult mai puțin apte, sub aspect fiziologic, să reziste la un eventual atac.

Alte reacții de salvare sunt: construirea de adăposturi, utilizarea unor refugii naturale, simularea morții, homocromia, mimetismul, autotomia, emisia de substanțe de camuflaj, substanțe toxice etc.

Comportamentele, în avantajul grupului sau al speciei, presupun cooperarea a cel puțin doi indivizi, funcția adaptativă fiind o proprietate a actului cooperativ în ansamblu. Mai jos, vom trata succint *biocomunicarea*, *comportamentul social*, *agresivitatea* și *comportamentul reproducător*.

Sociosemnalele și „biocomunicarea”

Multe manifestări în interiorul grupului presupun coordonarea activităților indivizilor de aceeași specie. În multe cazuri, între perceperea unui stimul (răpitor, de exemplu) și răspunsul adaptativ (apărarea grupului) se interpun o serie de semnale de „comunicare”, cu semnificări precise intraspecifice, numite *sociosemnale*. Majoritatea acestora provin din comportamente redirecționate sau de transfer, sau dintr-o motivație insuficient activată, cum este cazul mișcărilor de „intenție”. Treptat, aceste semnale au fost scoase din contextul lor original și înglobate în sfera altor activități instinctive.

Procesul prin care un anumit tipar comportamental își pierde utilitatea sa inițială, căpătând în decursul evoluției filogenetice o semnificare de semnal (o funcție expresivă) a fost denumit *ritualizare* (prima dată descris de J. Huxley, în 1914).

Prin ritualizare, sociosemnalul capătă rolul unui stimul, care declanșează la indivizii conspecifici un anumit comportament specific. Multe specii au dezvoltat sisteme de alarmare la perceperea unei amenințări. Emiterea unui semnal acustic este în defavoarea individului (de aceea speciile cu indivizi solitari nu emit sunete la apariția prădătorului), dar este în favoarea grupului.

„Limbajul” animal constă, în special, din expresia stărilor emoționale sau dispoziționale. „Biocomunicarea” reprezintă un schimb de informații prin intermediul sociosemnalelor, ce conțin coduri cu aceleași valori pentru sursă și receptor. Aceste semnale se exprimă prin caracteristici morfologice, structurale sau coloristice, emisiuni sonore, chimice, tipare motorii (comportament expresiv). Ele sunt extrem de importante în exprimarea comportamentului social. Sunt cunoscute mai multe tipuri de semnalizare¹. Multitudinea de semnalizare care servește animalelor să supraviețuiască, în conformitate

¹ Opreș, T. Op. Cit., p. 8.

cu unele generalizări ale specialiștilor, poate fi grupată în următoarele tipuri de semnalizare (exagerat denumite de unii specialiști *limbaj*):

- *Semnalizarea optică* („limbajul imaginilor”, adresat doar văzului), care include toate semnalele percepute *vizual*: mișcări, dansuri codificate, gesturi, posturi, culori, desene etc. Elementele motorii sunt extrem de variate, înglobând atitudini statice ale corpului (de impunere sau dimpotrivă submisive, poziția prietenoasă etc.), precum și expresii faciale (emit semnale de agresivitate, frică, plictis, salut etc.).

- *Semnalizarea acustică* (sonoră). Implică o mare varietate de sunete care sunt emise nu numai pe cale vocală, ci și prin alte structuri anatomice sau chiar prin executarea de zgomote artificiale. Peștii, de exemplu, emit sunete mecanice prin mișcări ale operculului, frecarea articulațiilor mobile ale craniului și coloanei vertebrale, rezultând o gamă largă de sunete în ultrasonor. Marcarea teritoriului grupului de cimpanzei se face adesea prin lovirea cu crengi rupte a trunchiurilor goale de copac.

Chiar și cele mai simple semnale pot fi modulate pentru a crea „mesaje” diverse. De exemplu, la greier se cunosc trei categorii de stridulații: apelul sexual, stridulația de curtare, respectiv cea de rivalitate. La lăcuste poate fi mai complicat: de exemplu, se decelează între stridulația de acceptare a femelei și o alta de refuz. Păsările sunt cele care excelează în sunete diverse, dar balenele și alte mamifere marine, probabil, emit unele dintre cele mai complexe și lungi „mesaje”.

- *Semnalizarea chimică*. Este extrem de diversă și cu implicații în numeroase categorii de comportament atât la nevertebrate, cât și la vertebrate, deopotrivă. Presupune existența unor organe care emit, controlat sau nesupus controlului sistemului nervos central substanțe cu „mesaje” precise și existența organelor de simț, cu rol de receptare, prin mecanisme gustative și olfactive (miros).

Dintre sociosemnalele chimice sunt: feromonii sexuali atractanți, dar folosiți și în marcarea olfactivă a teritoriului, substanțe de alarmă (spre exemplu, cele care sunt automat emise de furnica strivită, sau de peștele rănit, având rolul de a alerta pe ceilalți indivizi ai grupului), defecarea emoțională care produce mirosul de teamă etc. După tipul general al răspunsului generat, distingem feromoni de apetență (epagine) sau de evitare (revulsine). Eliberarea acestora se face printr-o mare diversitate de mecanisme: prin marcarea cu urină, prin glande speciale (situat la baza coarnelor, în labe, glande uroanale etc.). Uneori individul se „parfumează” pe el însuși pentru a exprima o *automarcare*, alteori execută depunerea substanței pe alți indivizi, conspecific, *heteromarcare*. Șobolanii realizează permanent în interacțiunile lor schimburi atât de „mesaje” tactile (sunt animale de contact, atingerile având rolul de a contribui la coeziunea socială), dar și de semnale olfactive, mirosul fiind criteriul final după care un individ oarecare este recunoscut sau nu ca membru al grupului particular.

- *Semnalizarea tactilă* este foarte complicată, deoarece în expresia acesteia intervin și alte semnale, în afară de cele mecanice, cum sunt cele chimice, vizuale etc. „Mesajele” transmise pe cale tactilă sunt importante în organizarea socială și menținerea ierarhiei.

Foarte multe „biocomunicări” se realizează pe căi variate, utilizând sociosemnale emise și receptate prin mai multe canale senzoriale, purtând informații, de la cele mai simple (ca strigătul de spaimă transformat prin ritualizare în semnal de avertizare, declanșând fuga grupului) sau extrem de complicate, cum este, de pildă, dansul albinelor (care codifică calitatea, direcția și distanța până la resursa trofică).

Unele sociosemnale au valoare și interspecifică, cum ar fi strigătul unei limicole dintr-un grup multispecific care staționează la marginea unui lac, sau sunetul liniar, scurt și elevat al paseriformelor de pădure la perceperea unui potențial dușman.

• *Semnalizarea gestuală*. Se întâlnește la insecte și este bine cunoscută, grație rezultatelor senzaționale și mult mediatizate ale cercetărilor laureatului Premiului Nobel pentru fiziologie și medicină (1973) **Karl von Frisch**, asupra „dansului” albinelor. Ceea ce le-a părut apicultorilor timp de milenii o manifestare „coregrafică” s-a dovedit a constitui un sistem complex de „comunicare”, prin intermediul căruia albinele își transmit unele altora un set întreg de date privitoare la sursele de hrană pe care le-au descoperit în cursul zborurilor lor exploratorii. O dată reîntoarsă la stup, albina-cercetaș începe să „danseze” descriind în zbor o traiectorie fie circulară, fie în formă de 8. Primul caz corespunde situației în care distanța este mai mare, ea recurge la zborul în 8 (opt), dar cum indicația aceasta e mult prea sumară pentru a le servi suratele sale, aduce precizări suplimentare prin varierea vitezei de deplasare. Un număr de 35-40 de parcurgeri ale traiectoriei într-un minut corespunde unei distanțe de cea 100 m, în timp ce pentru distanțe de 1 sau 10 km, frecvența ciclurilor scade la 5 și, respectiv, 1,2 pe minut.

Planul traiectoriei dansului este vertical în interiorul stupului și orizontal în afara acestuia, iar orientarea porțiunii comune a celor două elipse care alcătuiesc „optul” oferă informații asupra direcției în care trebuie să se deplaseze albinele pentru a găsi sursa de hrană. Când dansul este vertical s-ar părea, la prima vedere, că el nu are cum să indice direcția, dar albinele rezolvă ingenios problema printr-o congruență unghiulară: axa de simetrie a traiectoriei face cu verticala locului un unghi egal cu cel dintre direcția soarelui și cea în care se află sursa de hrană. În plus, când parcurge această axă, albina își pune abdomenul în vibrație cu o frecvență proporțională cu concentrația în zahăr a sursei.

Există schimb de informații (semnale) și între regină și colectivitate, prin eliberarea de feromoni, principalul „mesaj” fiind că nu trebuie să îi pună viața în primejdie și, implicit, nici pe aceea a stupului.

Dacă se întâmplă ca unele albine tinere să se rătăcească, cele din interior eliberează un „parfum” dintr-o glandă specială (glanda lui Nasonov) și încep bătaia din aripi „de chemare”, fixându-și puternic picioarele pe faguri. Curenții creați răspândesc parfumul și albinele rătăcite regăsesc drumul înspre casă.

De unde vine acest comportament atât de ordonat al albinelor? Evident că nu poate fi învățat în scurtă perioadă de ontogeneză, ci se nasc cu această „zestre” genetică excepțională, perfectă, valabilă pentru majoritatea albinelor de milioane de ani. Acest sistem de reglare a comportamentului prin *semnalizare* (gestuală, olfactivă etc.) a fost codificat și transmis, prin ereditate, în procesul îndelungat al evoluției, ceea ce le-a permis acestor ființe să supraviețuiască, în lupta lor pentru existență.

Parada „amoroasă” a păsărilor reprezintă poate forma de exprimare gestuală cea mai riguros codificată din întreaga lume animală. O culme a „coregrafiei” cu finalitate erotică o constituie „dansul” cocorului-cu-gât-negru, inspirator al poezilor și pictorilor de stampe japonezi. Figurile, foarte complicate, ale acestui „pas de deux” sunt în totalitate înnăscute. **St. Keith**, care a studiat acest „dans”, arată că, la numai cinci zile după ieșirea din ou, un cocor ținut departe de alți reprezentanți ai speciei este capabil să execute toate „figurile” de o manieră ireproșabilă.

Valențe estetice prezintă și ceremonialul înfruntării rivalilor la unele specii de pești, păsări sau șerpi. Mexicanii organizează spectacole publice cu dueluri de șerpi specia *Crotalus atrox* (șarpele texan cu clopoței). Luptele acestea nu sunt sângeroase și, pe

parcursul lor, adversarii își iau pauze în timpul cărora se odihnesc culcându-se unul peste celălalt ca să se încălzească.

În organizarea ierarhică foarte strictă a colectivităților de maimuțe, poziția socială a unui individ pare să depindă hotărâtor de capacitățile sale de exprimare mimică și gestuală. Un experiment efectuat de **C.E. Izard** este foarte semnificativ, în acest sens. Cercetătorul a secționat nervul facial al unei maimuțe din specia *Rhesus*, punând-o în imposibilitatea de a-și mai folosi resursele mimice. În scurtă vreme, el a avut ocazia să constate o deteriorare sensibilă a raporturilor sociale ale maimuței operate. Deși aceasta aparținea unei categorii dominante, ea a început să fie tratată ca o maimuță subordonată. Comportamentul gestual al maimuțelor care se întâlnesc întâmplător respectă reguli de etichetă precise, condiționate de stătutul lor social. Doi indivizi de rang egal se îmbrățișează și se bat pe umăr prietenește, în timp ce un individ subordonat trebuie să-și exprime considerația față de superiorul său prin genuflexiuni și temenele. Surprins în junglă de o gorilă furioasă, etologul **Peter Schaller** a reușit să scape cu bine din situația dificilă în care se afla, bazându-se tocmai pe cunoștințele dobândite în studiul comunicării gestuale a maimuțelor. El a recurs de îndată la gesturile ritualului de supunere și nebeligeranță, specific gorilelor subordonate, câștigându-și în numai 10 minute de „dialog” gestual simpatia agresorului, care s-a îndepărtat liniștit, fără a-i face vreun rău.

Cel mai clar indiciu al conviețuirii pașnice dintre maimuțe este însă țesălatul reciproc. Operațiunea durează până la trei ore pe zi și e practică de toți membrii tribului, conform unor foarte precise reguli de subordonare și cooperare. Șefii sunt țesălați de supușii lor (la babuini, bunăoară, se poartă pieptănatul cu cărare), femelele se țesală între ele, dar nu îi uită nici pe pui. Deși are toate aparențele unui ritual gestual, acest „comportament de toaletă” îndeplinește un rol legat de o altă formă de „comunicare”: cea chimică (olfactivă). Rostul său este, între altele (fiindcă, desigur, nici funcția de îndepărtare a paraziților nu e de neglijat), și acela de a-i impregna pe toți membrii tribului cu un miros comun. Cu ajutorul acestuia, care reprezintă *semnal de identificare*, se recunosc chiar și în întuneric și pe baza lui are loc depistarea și eliminarea intrușilor, chiar dacă aceștia aparțin aceleiași specii.

Comportamentul social

Nu orice acțiune, care implică participarea mai multor indivizi conspecifici, poate sau trebuie să fie încadrată la socializare. La fel cum există structuri de diferite complexități, situate pe variate trepte ale evoluției, la fel și fenomenul de socializare a cunoscut numeroase expresii și forme, fiind, de asemenea, supus selecției naturale.

Gruparea sau cârduirea este unul dintre cele mai eficiente elemente biosociale. Ea este avantajoasă pentru apărare, exploatarea mediului, hrănire, mai ales că toate acestea sunt combinate și cu inducția simpatetică.

Inducția simpatetică este o caracteristică înnăscută, larg răspândită în natură, și constă în faptul că orice individ al grupului tinde instinctiv să reproducă un anumit comportament exprimat la un moment dat de către ceilalți membri. De exemplu, pe stadion în timpul unui meci de fotbal sau în timpul unui miting, toți oamenii, indiferent de educație sau stare motivațională tind să se exprime la fel. Un alt exemplu, este găina hrănită până la saturație, dar care începe din nou să ciugulească, atunci când este pusă într-o curte, alături de alte semene, care tocmai mănâncă. Adesea inducția simpatetică are însă profunde sensuri adaptative, mai ales, când este implicată în comportamentul de salvare. Este benefic pentru indivizii unui grup să execute extrem de sincron și rapid

reacția de fugă sau zbor, atunci când fie și numai un individ al grupului a sesizat primejdia și acționează în consecință.

Agregările sau *mulțimile* sunt concentrări de indivizi de aceeași specie, determinate de prezența unui factor ecologic atractant, cum ar fi o sursă trofică, habitat favorabil sau chiar întâmplarea, și nu intră în domeniul de analiză a socializării.

În ierarhia evolutivă a categoriilor de societăți, redată mai jos, sunt utilizate ideile din lucrările lui Lorenz. *Ceata anonimă deschisă* este cea mai des întâlnită formă de socializare și, totodată, cea mai primitivă. Aceasta se întâlnește la multe grupuri sistematice de nevertebrate (caracatițe, multe insecte), dar și la vertebrate (inclusiv la om, în anumite perioade de panică, stres, pericol, război). „Ceată” nu înseamnă o agregare întâmplătoare sau declanșată de factorii externi, ci faptul că indivizii reacționează cu interes unul față de celălalt, fiind ținuti laolaltă prin comportamente declanșate de unul sau mai mulți dintre conspecifici. De aceea, pentru edificarea unei cete este caracteristic ca mai mulți indivizi să reacționeze similar sau să se miște în formație strânsă în aceeași direcție. Termenul „anonim” semnifică faptul că indivizii sunt interschimbabili; ei nu reacționează diferențiat la prezența unuia sau altuia dintre membri, existând, prin urmare, o atitudine identică față de oricare alt individ (deci nu există identități recognoscibile). „Deschisă” înseamnă că oricine poate intra sau ieși, indiferent, câtă vreme aparține aceleiași specii.

Un fenomen care apare în mod caracteristic, începând cu această formă de socializare este cel de „mobbing”. În esență, acesta semnifică agregarea strânsă a indivizilor, la apariția unui prădător, adesea urmând atacarea compactă și sincronă a dușmanului. Prin mobbing, nu odată prada, vulnerabilă la nivel individual, devine extrem de puternică în grup, și alungă sau chiar elimină prădătorul.

Fenomenul de mobbing apare adesea și la animalele domestice. Lorenz amintește un caz în care câinele de vânătoare a fost asimilat cu un prădător de către un grup de porci domestici, care au declanșat o reacție de mobbing, având ca efect cățărarea stăpânului într-un copac cu câinele sub braț. O altă poveste pe care a experimentat-o chiar Lorenz a fost o baie voluntară efectuată în apele Dunării împreună cu un câine, care a declanșat, de asemenea, o reacție de mobbing la o turmă de vaci.

Adesea maimuțele mici, urmăresc cu un scandal imens câte un leopard sau un tigr, „hăituindu-l” din copacii înconjurători, ba chiar aruncând cu resturi vegetale în el. Un asemenea răpitor are puține șanse să mai treacă neobservat, ceea ce înseamnă probabilități sporite să rămână flămând, dacă scapă de urmăritori.

Asocierea unor pești sau păsări mici în grupuri uriașe diminuează considerabil șansa de reușită a unui răpitor. Este greu pentru un atacant să se fixeze asupra unui obiect când acestea împânzesc tot câmpul vizual. Nici un răpitor, oricât de specializat ar fi, nu atacă niciodată centrul cârdului, din cauza evidentă a pericolului de accidentare, ci încearcă să izoleze un individ, înainte de a ataca. Graurii, la apariția unui șoim călător, formează grupuri dense și închegate, executând mișcări sincrone. Șoimul care poate zbura cu 240 km/h este extrem de vulnerabil la impact. Șansa lui este să simuleze atacul până când 1-2 indivizi se desprind de grup, și abia atunci se produce atacul real.

Practic, nu există nici o specie, care trăiește în ceată și care, la apariția unui pericol, indivizii să nu se strângă rapid unii împreună cu alții.

Mulți sociologi cred că familia este baza coeziunii sociale. Acest lucru este discutabil, eventual posibil la om și la unele primare, dar în majoritatea cazurilor prima formă de socializare, considera Lorenz, este ceata anonimă.

Mișcarea unui grup (direcția, criteriul de schimbare al acesteia și viteza) este o funcție de intensitatea stimulilor și de numărul indivizilor implicați în acțiune, prin urmare, un efect primar cantitativ.

Adesea, coeziunea turmei și agresivitatea specifică care acompaniază necesitatea delimitării spațiului individual sunt în conflict, dar cele două elemente trebuie să coexiste pe fondul unui regim de toleranță. În cazurile generale și tipice, animalelor de ceată le lipsește complet comportamentul de agresivitate, acestea fiind animale de contact, fără pretenții la spații individuale. La multe specii de păsări care formează cupluri numai în perioada de cuibărit, problema se rezolvă prin delimitarea spațiului familial (cuibul și o zonă situată în jurul acestuia; adesea distanța dintre două cuiburi vecine este impusă prin două distanțe-limită la care ajunge un individ cu ciocul în extensia maximă a gâtului, ceea ce permite vecinilor să se amenințe, dar fără să se atingă decât dacă părăsesc vatra cuibului). La multe dintre acestea legătura partenerială dispare după perioada de cuibărit și revin pentru restul anului la ceata anonimă (berze și altele).

„*Ordine socială fără dragoste*” – socializare prin relații de cooperare nepersonalizate (metafora aparține lui Lorenz). Este un tip de socializare care amintește de relațiile dintre oamenii de afaceri care colaborează, dar nu au nimic personal unul cu celălalt. Relațiile apar pe baza unei întreprinderi comune. Spre exemplu, *O. Heinroth* definea, în acest sens, „cășnicia locală” la gușter. La această specie masculii și femelele ocupă teritorii independent unii față de ceilalți, fiecare apărând teritoriul exclusiv împotriva indivizilor conspecifici și de același sex. Masculul și femela care ocupă independent același teritoriu, împart mai frecvent aceleași adăposturi și copulează mai des între ei, decât cu alții.

La berze soții nu se recunosc în afara teritoriului de cuibărit. Un exemplu, în acest sens, a fost cazul unui mascul care vine primăvara mai devreme la cuib și începe să-l repare. După câteva zile sosește o femelă (alta decât partenera lui din anul precedent), amândoi se salută cu întregul ritual, după care aceasta i se alătură în activitatea constructivă. În sfârșit, apare vechea parteneră care trece imediat la admonestarea intrusei, pe care, în cele din urmă, reușește cu argumente forte să o gonească. Masculul, care așteaptă pasiv rezultatul ostilităților, se vede față în față cu vechea lui „soție”, pe care o salută din nou cu tot ceremonialul, după care cei doi reiau munca întreruptă la cuib.

Un caz intermediar a fost redat de *O. Koenig*, care a arătat că la stârcul de noapte soții se recunosc până la un punct față de cuib. La distanță mai mare se luptă pentru cel mai bun loc de pescuit sau altă resursă, fără să se recunoască. În zborul pentru pescuit au un comportament de ceată anonimă.

O altă formă a fost evidențiată la cichlidele din oazele africane. Masculii recunosc vecinii și îi tolerează într-un oarecare grad, dar atacă străinii necunoscuți: *semnal* al apariției unei prime legături. Selectivitatea agresivității este funcție de gradul de „cunoaștere” și vechimea vecinătății.

Ceata anonimă închisă

Cazul cel mai tipic sunt șobolanii, care sunt organizați în comunitate familială, aflată în luptă cu indivizii din alte comunități. Ei nu se cunosc reciproc, personal, ci pe baza mirosului comun, propriu tuturor indivizilor dintr-o ceată (asemănător ca la furnici, albine, termite, care alcătuiesc familii uriașe, descendenți ai unei singure femele). La șoareci și șobolani nu există ierarhie; ceata atacă în grup prăzi mai mari, iar membrii cei mai puternici au parte de cea mai mare cantitate de hrană. În interiorul cetei nu există lupte serioase, cel mult mici frecșuri care se rezolvă cu labele din față și din spate, fără

mușcători. Aici nu există distanțe individuale, adică sunt animale de contact. Ceremonia de contact se realizează prin strecurare pe dedesubt sau trecere pe deasupra. Transmiterea de informații se face extrem de rapid, propagarea unei stări de la un individ la altul realizându-se cu mare viteză. Informația câștigată este perpetuată la generațiile descendente prin menținerea și „comunicarea” pe calea tradiției, a experienței dobândite. Dacă ceata se confruntă cu o hrană nouă, primul care se hotărăște să mănânce, va determina dacă grupul va mai mânca sau nu. Dacă mai mulți indivizi s-au apropiat de momeala otrăvită și nu mănâncă, nimeni nu o mai face. Marcarea momelii otrăvite se face cu fecale și urină, care servesc ca semnale de avertizare pentru toți. „Cunoașterea” se transmite din generație în generație – puii nu mai mănâncă, deși cei care au experimentat, deja au murit (aceasta fiind totodată problema principală cu combaterea șobolanilor). Orice individ, străin de ceată, este atacat imediat de întregul grup.

Grupul individualizat (eusocietatea)

Apare odată cu legătura personală, respectiv, prin coeziunea obiectiv constatabilă. Această coeziune se realizează prin reacții pe care membrii le declanșează la alții, ele fiind strâns legate de individualitățile membrilor grupului. Indivizii reacționează selectiv la individualitatea altuia din grup. Adevăratul grup este caracterizat prin independența de amplasament: oriunde se întâlnesc membrii, ei se recunosc. Recunoașterea personală este premisa oricărei alcătuirii a unei societăți.

În ordine filogenetică, primele grupuri individualizate apar la unele specii de pești (bibani colorați, pești-fluturi etc.). Legătura personală este relaționată de existența agresivității. La speciile, care au relații sociale numai în perioada de cuibărit sau de reproducere, cele două elemente pereche (relația interpersonală și agresivitatea) apar împreună. Curios, dar nu poate exista prietenie sau dragoste fără o doză serioasă de agresivitate. „Poate iubi numai cel care poate urî, și invers” (Lorenz), aceasta fiind funcția adaptativă a agresivității. Legătura s-a format foarte posibil din agresivitate, pe calea ritualizării unui atac sau a unei amenințări reorientate. Forma originară, filogenetică, a legăturii personale este coeziunea perechii care se îngrijește în comun de progenitură.

Agresivitatea

Se referă la ansamblul manifestărilor și „intențiilor” violente ale animalelor în situații conflictuale. În sens etologic, agresivitatea se referă numai la manifestările combative care apar în interiorul speciei și nu are nici o semnificație în relațiile dintre specii diferite, deoarece manifestările violente dintre acestea sunt încadrate la alte comportamente (de apărare, evitare a factorilor perturbatori, prădare sau hrănire etc.).

După cum afirma **D. Morris**, animalele se luptă între ele pentru trei motive clare: pentru a-și stabili dominația într-o ierarhie socială, pentru a-și stabili „drepturile” teritoriale ale grupului și pentru „dreptul” teritorial al familiei în cadrul unui grup mai mare. Prin contrast cu părerea populară, adânc înrădăcinată că „masculii se luptă pentru femele”, în fapt această sintagmă este înglobată în noțiunile de ierarhie și teritorialitate, care implică și participarea preponderentă la reproducere a indivizilor dominanți.

Nu întotdeauna găsim toate aceste trei condiționări ale agresivității: unele specii sunt pur ierarhice, fără teritorii fixe. Altele, au comportament de teritorialitate, dar nu au probleme de ierarhizare. La cele mai multe specii, organizarea în familii nu există, deci nu există nici agresivitatea corespunzătoare. Dintre speciile puține rămase, omul este cel care manifestă, cu preponderență, agresivitate.

Menținerea sub control a agresivității se face și prin stabilirea ierarhiei care este o formă a organizării sociale. Ierarhia poate fi liniară: există un individ dominant *alfa*, un

beta care îl urmează și așa mai departe, până la cel dominat de toți, denumit individul *omega*. Uneori această ordine îmbracă formă secvențială, în sensul manifestării numai între niveluri strict învecinate (la stâncuțe, de exemplu). Ierarhia poate fi în caste (babuini); există un grup al masculilor dominanți (liderii supremi), înconjurați de masculii aflați în putere (a doua castă), după care se ordonează o castă a femelelor și puilor. Se cunosc și ierarhii de tip harem (la gorile, spre exemplu), în care există un mascul *alfa*, sub care sunt femelele subclasate în caste, într-o ordine liniară sau pur și simplu sunt amplasate pe același nivel.

La primate, ierarhia socială este extrem de bine dezvoltată. Există întotdeauna un „tiran”, care cea mai mare parte a timpului este moderat și tolerant, impunându-se numai atunci când apare ceea ce nu poate fi împărțit, când apar forme de revoltă sau încăierări. La încălcarea liniei subțiri care desparte calmul de agresivitate, aceasta se manifestă în numeroase forme, având o gamă largă de modele comportamentale implicate.

Agresivitatea se asociază cu modificări fiziologice importante. Întregul organism se pregătește pentru acțiune prin sistemul nervos autonom. Acesta este constituit din două subsisteme care acționează antagonic pentru păstrarea echilibrului: cel *simpatic* și cel *parasimpatic*. Primul pregătește organismul pentru acțiunea violentă, iar al doilea are rol în conservarea și refacerea resurselor interne. În mod normal, cele două subsisteme mențin organismul individului sub control, dar dacă motivația agresivă este extrem de puternică, organismul „ascultă” numai de imperativul sistemului simpatic. La activarea acestuia se produc o serie de fenomene *reglatoare*: adrenalina pătrunde în sânge, inima bate mai repede, crește tensiunea arterială, se opresc procesele de digerație și de depunere a hranei, crește viteza de producere a eritrocitelor, se reduce timpul de coagulare a sângelui, scade salivarea, se eliberează glucide în mari cantități, se intensifică activitatea respiratorie, se ridică părul etc.

Toate acestea pregătesc animalul pentru o maximă acțiune. Oboseala dispare și energiile sunt concentrate. Animalul poate începe „războiul”, dar există o piedică specială: lupta poate duce la o victorie prețioasă, dar poate implica și o vătămare serioasă a individului. Dușmanul provoacă teama, la fel cum induce și agresivitatea. Prin urmare, în decursul evoluției s-au perfecționat atât agresivitatea, cât și teama ca procese antagoniste, care țin sub echilibru reacțiile violente.

Starea de conflict interior, creat prin aceste două procese, poate găsi căi diferite de expresie: dacă predomină teama, animalul se poate retrage, inclusiv prin fugă, respectiv exprimă poziția de învins prin diferite tehnici. Dacă predomină agresivitatea, probabilistic apare atacul și lupta propriu-zisă. Dacă conflictul se menține nerezolvat, apar comportamente reorientate, de substituție, ambivalente. În sfârșit, în cazul în care echilibrul este oscilant, există întotdeauna un arsenal de ritualuri.

Să revenim la ritualizare, care este extrem de interesantă și cea mai utilă speciei în dispozițiile agresive. Atunci când există un echilibru între agresivitate și teamă, dacă un spectacol impunător este suficient pentru intimidarea adversarului, iar acesta bate în retragere, atunci este foarte benefic și pentru individ și pentru specie.

Specia capabilă să rezolve situațiile conflictuale prin manifestări de acest gen, împiedicând vărsarea de sânge și pierderea de membri, nu are decât de câștigat. La toate animalele superioare, capabile de agresivitate, există totodată și o tendință puternică în direcția ritualizării.

Ritualul de amenințare constă în semnalizarea dispoziției agresive, la care participă cel mai frecvent ambii indivizi, care, practic, „comunică” prin stimuli de tipul

sociosemnalelor, demonstrând puterea și „intențiile”. Partenerii au la dispoziție multe semnale: poziții de impunere și intimidare, desfacerea penajului, expunerea unor părți indicatoare a stării agresive, mișcări sacadate, scoaterea colților, mârâitul, sunete stridente, urlete, ruperea de către primată a unui copac sau a unei creangi etc.

Sistemul de semnalizare a amenințării este o bogată și benefică sursă de informații. Individul care exprimă postura de stăpân al teritoriului, va înștiința prin semnalele sonore, chimice sau de altă natură, pe potențialii rivali, nu numai asupra existenței sale, dar totodată și asupra dimensiunii, eventual a vârstei, a puterii și dispoziției de a apăra aria (inclusiv poziția lui ierarhică), respectiv femelele. Indivizii conspecifici, care trec prin apropiere de teritoriu, sunt înzestrați cu capacitatea de a percepe („înțelege”) aceste semnale și descifrează („calculează”) dacă au șanse sau nu într-o eventuală dispută pentru rang și teritoriu. În acest fel, se poate evita conflictul direct în cele mai multe cazuri.

Dacă aceste schimburi informaționale au succes, este benefic, din punct de vedere comportamental, dar apare frecvent o altă problemă pe plan fiziologic. Organismul este pregătit pentru o mare eliberare de energie, dar care nu mai are loc: sistemul parasimpatic reacționează violent și pendulul autonom oscilează în ambele sensuri. Ies de sub control mișcări bruște nedirecționate, apare salivația excesivă, contracția intestinelor poate ceda și se produce defecația, eliberarea de urină, întreruperea respirației etc.

Dacă amenințarea și răspunsul (contrasemnalizarea agresivă) au dat greș, indivizii implicați ajung la lupta propriu-zisă. Toate speciile cu comportament agresiv au manifestări specifice și arsenale caracteristice de luptă: dinți cu care mușcă, coarne care și le încheștează, picioare cu care lovesc etc. Dar chiar și în caz de luptă se întâmplă extrem de rar ca un combatant să-lucidă pe celălalt. Imediat ce dușmanul este înfrânt într-o suficientă măsură, el nu mai reprezintă o amenințare și este ignorat.

Prin urmare, chiar dacă lupta se produce, aceasta are un profund caracter ritual, prin care partenerii stabilesc cine este cel mai puternic, motiv pentru care există nesfârșite inhibiții intraspecifice pentru menținerea sub control a agresivității.

Foarte interesant este comportamentul învinsului. Când un beligerant nu mai poate să-și mențină poziția, el trebuie să se retragă urgent. Fuga este benefică, dar adesea imposibilă, deoarece mulți indivizi trebuie să rămână în cadrul sistemului social. În acest caz, el trebuie să semnalizeze învingătorului că nu „intenționează” să continue disputa și nu mai reprezintă o amenințare. Învingutul are două categorii de tehnici la dispoziție: fie oprește semnalele care alimentează agresivitatea celuilalt, fie emite activ semnale submisive, neagresive. Primele servesc la calmarea animalului dominant, celelalte modifică activ starea psihică a acestuia. Din prima categorie fac parte tehnici de inactivitate, ghemuire la pământ în atitudine umilă, schimbarea direcției privirii, astfel încât să nu fixeze învingătorul, mișcări antagonice celor de provocare, expunerea fără apărare a regiunilor vitale (care inhibă agresivitatea la cele mai primejdioase animale).

Emiterea semnalelor active operează ca mijloace de *remotivare*. Pentru aceasta învingutul dispune de trei căi:

- Adoptarea poziției juvenile, în special, cerșitul mâncării (mai ales femelele care sunt atacate de masculi). Este o tehnică frecventă la unele păsări, la care faza formării perechii implică multă agresivitate.
- Adoptarea de către femelă sau masculul mai slab a posturii sexuale caracteristic femelei. Animalul dominant încetează lupta și are loc frecvent o pseudoacuplare.
- Stârnirea dorinței de a îngriji sau de a fi îngrijit. Deși această tehnică este folosită și în alt context decât cel al agresivității, trebuie de menționat că nu este vorba de o

simplă curățire reciprocă, ci un mecanism prin care indivizii socializează și se perpetuează coeziunea grupului, manifestarea fiind denumită „grooming social” (de la engl. *groom* = a îngriji).

Agresivitatea în interiorul speciei trebuie inhibată și ținută mereu sub control. Sensul pozitiv este cel de împărțire „judicioasă” a resurselor, accesul celor mai dotați la reproducere, selecția intraspecifică și asigurarea coeziunii societății prin organizare. În sensul negativ, când scapă de sub control, se transformă în „adevăratul rău” și pune în primejdie specia sau chiar o scoate de pe scena lumii.

Cu cât specia este mai capabilă săucidă, pentru a supraviețui, cu atât trebuie să fie mai puternice inhibițiile care împiedică utilizarea tehnicilor distructive și să facă mai puțin uz de arsenal în lupta intraspecifică.

Expresiile comportamentului uman asociate cu agresivitatea, sunt similare cu ale multor alte viețuitoare. Putem să lovim de frică, să ne înroșim de mânie sau să ne albim de furie. În toate cazurile, culoarea albă este cheia activității, fiind determinată prin sistemul nervos simpatic. Dacă se combină cu alte manifestări care semnalizează atacul, este indicatorul („semnul”) unui mare pericol (D. Morris). Adversarul roșu la față este încă inhibat de teamă, dar cel alb nu experimentează aceasta. Comportamentele de ritualizare sunt extrem de variate și sunt folosite cu preponderență atunci când inhibiția este prezentă. Pe primul loc, se află sociosemnalele de semnalizare și contrasemnalizare agresivă, desprinse din eșafodajul manifestărilor ritualizate și redirecționate: poziția de impunere, expunerea forței, mișcări intenționale violente, însoțite de o gamă variată de semnalizări verbale ale atitudinii etc.

O componentă esențială a manifestărilor, care însoțesc agresivitatea, este mimica. Regula de bază se aplică și la specia umană: cu cât impulsul de a ataca domină pe cel de retragere, cu atât fața iese mai în evidență (sprâncene adunate, frunte netedă, colțurile gurii adunate în față, gura încordată, buze subțiate etc.). Când teama este dominantă, toate detaliile feței sunt trase înapoi (încrêțirea frunții, colțurile gurii retrase, dinții vizibili etc.).

La oameni, toate aceste expresii sunt comune cu maimuțele. Dar oamenii manifestă o serie de mimici și tehnici de aplanare a conflictelor, dezvoltate pe cale culturală, poate și din cauza faptului că tot pe cale culturală și-au sporit într-o măsură excesivă posibilitățile agresive. Există o gamă variată de atitudini defensive sau de subordonare: aplecare sau înclinare (corp, cap), reverențe, îngenunchere, ridicarea pălăriei sau, în forma mai subtilă, dusul mâinii la bor sau la cozorocul chipiului, în armată, simulând mișcarea de descoperire a capului. Stimulul declanșator sau sociosemnalul semnificativ este micșorarea înălțimii corpului prin comparație cu individul dominant, dar un altul la fel de important este coborârea sau ferirea privirii. Privirea directă este tipică celor mai multe atitudini agresive. Numai un individ dotat agresiv poate privi pe alții în ochi oricât de mult, tehnică la care maeștrii în inhibare (șefi, directori etc.) recurg pentru a câștiga o poziție mai dominantă în relație cu alții. Privirea directă creează un sentiment de nesiguranță sau chiar de teamă. Purtarea ochelarilor de soare face ca fața să fie și mai agresivă: în primul rând, lărgeste accidental șablonul privirii fixe (stimul supraliminal), iar în al doilea, rezultă nesiguranța legată de locul fixării privirii – cel vizat se simte tot timpul ținut sub observație. Acesta este un motiv biologic foarte bun care explică de ce personajele de tip mafiot poartă, în filme, atât de des ochelari de soare.

Prezentăm metodele de retragere și redirecționare în cazuri conflictuale, iar acțiunile de transfer sau substituție joacă și aici un rol important. De exemplu, în orice interacțiune socială dintre indivizii unui grup mic, membrii pot fi asociați cu gradul de

subordonare și după frecvența mișcărilor de redirecționare (Morris); șeful apelează rar la asemenea mișcări, iar când o face, înseamnă că autoritatea lui este amenințată de cineva.

Câtă vreme metodele de atac și apărare au permis apropierea în raza vizuală a inamicilor și s-au subordonat cauzelor primare ale agresivității animale, acestea au stat sub incidența regulilor etologice, care au fost perfecționate în așa-zisul „cavalerism” sau luptă rituală. Pe măsură ce s-a ajuns la distanțarea adversarilor și la crearea inamicului invizibil, impersonal, agresivitatea a devenit fatală speciei umane. După cum am mai afirmat, scopul agresivității în lumea animală este supunerea și nu uciderea individului conspecific. Dacă atacul se face de la o distanță care nu permite perceperea semnalelor biologice de supunere, atunci agresivitatea face ravagii.

O altă problemă este scopul agresivității. La animale, conflictele au ca „scop” ocuparea sau menținerea unei poziții ierarhice mai bune, „dreptul” teritorial al grupului și „dreptul” teritorial al familiei în cadrul unui grup mai mare. Nu este obligatoriu ca animalele să fie agresive, iar dacă sunt, rar întâlnim toate cele trei forme ale agresivității. Omul a supus obiectivele naturale unor țeluri și mobiluri dintre cele mai diverse pentru declanșarea și întreținerea agresivității, cum ar fi cele politice, economice și etnice, precum și sporirea bazei agresive prin educație și instrucție.

Pentru a avea succes, în declanșarea (fără limite) a agresivității intraspecifice, oamenii trebuie să fie convinși de:

- 1) rolul, misiunea sau unicitatea grupului lor (etniei, populației);
- 2) faptul că grupul lor este amenințat de un altul sau mai multe, care sunt, evident, diferite și le vor numai răul;

- 3) ceilalți sunt dezumanizați, adică dezbrăcați de toate idealurile și însușirile specifice, creându-se o imagine și o percepție de apartenență la o altă specie biologică.

Marii dictatori și multe curente politice au demonstrat că pe acest fundal se pot manevra milioanele și pot fi întreținute, până la epuizare completă, orice acțiuni agresive.

Aceste *inoculări* (introduceri în minte a anumite idei) sunt realizate de oameni care știu să manevreze masele, exploatând o motivație fundamentală a oamenilor: cea de coeziune socială precum și apartenența la o organizare exprimată printr-o ierarhie. Oamenilor le place să aibă subordonați, dar, conștient sau nu, cei mai mulți dintre ei au nevoie și de conducători sau de un individ *alfa*, de referință. Sigur, nu trebuie generalizată această abordare, filosofii moderne insistă, din ce în ce mai mult, pe poziția autonomă și forța individuală, iar, în al doilea rând, mult contează și educația, respectiv, cultura indivizilor, care îi poate face mai apti să reziste manipulării prin înregimentare.

Morris oferă o altă serie de soluții alternative pentru evitarea sau menținerea sub control a agresivității:

- 1) dezarmarea masivă reciprocă (cu regret, practic, imposibilă);
- 2) depatriotizarea sau desocializarea membrilor diferitelor organizații, grupări sociale sau etnice (la fel imposibilă, dar interesantă, din punct de vedere teoretic);

- 3) promovarea și găsirea unor înlocuitori simbolici și inofensivi pentru război (comportamente de substituție; cu regret, insuficient în probleme de ordin politic sau social, dar cu o bună valoare de adecvare în interiorul unei societăți);

- 4) perfecționarea controlului intelectual și cultural asupra agresivității (mai posibil și la nivel de individ și de societate; legătura interumană dintre grupe rivale este esențială în „umanizarea” inamicului și activarea inhibițiilor antiagresive);

5) depopularea masivă (supraaglomerarea fiind una dintre principalele cauze declanșatoare ale agresivității, care stresul și tensiunile sociale, acționând împotriva perfecționării controlului intelectual și sporind probabilitatea exploziei emoționale).

Alte aspecte ale agresivității umane sunt legate de teritoriu și poziția ierarhică.

Teritoriul este aria sau volumul pe care o persoană o consideră ca fiind a sa, ca o prelungire a trupului. Fiecare individ are un teritoriu personal în care sunt incluse casa (apartamentul), eventual terenul din jur până la gardul care delimitează cu mare grijă proprietatea, apoi un teritoriu mobil reprezentat de mașină, eventual locul de parcare, spațiul de la slujbă, peste care se suprapune inclusiv un „spațiu aerian”, care îl înconjoară ca o bulă de aer. Distanța față de un alt individ, la care percepția este favorabilă, definește diferitele arii sau zone. Orice încălcare a acestora de către persoane care nu aparțin zonelor permise, va contribui la un sentiment nefavorabil, neplăcut, creșterea stresului, respectiv declanșarea de comportamente de evitare.

Un aspect al comunicării nonverbale este *spațiul personal* – distanța pe care oamenii o mențin între ei atunci când poartă o conversație sau într-un alt tip de interacțiune și care este considerat confortabil pentru membrii unei culturi¹. În timp ce unele culturi, ca de pildă, cea japoneză, s-au obișnuit cu aglomerația, altele preferă spațiile largi și le plac să mențină distanța. În urma unor studii realizate pe oameni crescuți în culturile occidentale (Australia, Noua Zeelandă, Anglia, America de Nord și Canada), s-au identificat o serie de distanțe zonale distincte:

1. *Zona intimă* – între 15 și 46 cm. Dintre toate distanțele zonale este cea mai importantă; omul își apără această zonă ca pe o proprietate a sa. Permite pătrunderea în această zonă numai personalelor de care ne simțim apropiați afectiv: iubitul/iubita, soțul/soția, copiii, părinții, prietenii și rudele apropiate. Există și o sub-zonă care se întinde până la 15 cm de trup, în care se poate intra doar în cursul contactului fizic. Aceasta este zona intimă restrânsă. Se mai citează zona „intimă restrânsă” (sub 15 cm). Dacă teritoriile sunt încălcate de cine nu trebuie, apar imediat o serie de modificări fiziologice, asociate cu reacția de alarmare din teoria stresului.

2. *Zona personală* – între 46 cm și 1,22 m. Aceasta este distanța pe care o păstrăm față de alții la întâlniri oficiale, ceremonii sociale și întâlniri prietenești.

3. *Zona socială* – între 1,22 m și 3,60 m. Această distanță o păstrăm față de necunoscuți, față de instalatorul care ne repară țevile, de factorul poștal, vânzătorii din magazine, de noul angajat și față de toți cei pe care nu-i cunoaștem prea bine.

4. *Zona publică* – peste 3,60 m, este distanța corespunzătoare de fiecare dată când ne adresăm unui grup mare de oameni. În SUA, o distanță de 45-60 cm este acceptată. Scandinavii preferă o distanță mai mare, în timp ce popoarele din Orientul Mijlociu, Europa de Sud și America de Sud acceptă o distanță mai mică. La locuitorii albi din suburbiile Angliei și Americii de Nord, aceste zone sunt definite după cum urmează (după A. Pease): zona intimă (15 cm - 0,5 m); zona personală (0,5 - 1 m); zona socială (1 - 4 m); zona publică (mai mare de 4 m).

Influențele culturale joacă și aici un rol important. Atunci când intrăm în contact cu oameni din culturi diferite observăm diferențele care există în privința spațiului personal. Spre exemplu, japonezii (obișnuiți cu spațiile mai mici și supraaglomerarea) au zone individuale mai mici decât europenii, care au în general zone mai reduse decât

¹ A se vedea: Rusu, El.-Cl. *Psihologie cognitivă*, Ediția a II-a. București: Ed. Fundației România de Măine, 2007, p. 253-254.

australienii. Alt exemplu: un profesor american a vizitat Venezuela și a observat că așteptările lui culturale intrau în conflict cu cele ale oamenilor din această țară. El a observat că realiza adesea un „dans” comic: în timpul unei conversații cu o persoană din Venezuela, profesorul se retrăgea în timp ce persoana avansa spre el. În cadrul unei culturi, o proximitate mare indică în general că: 1) oamenii se consideră într-o relație strânsă; 2) oamenii participă într-o situație socială unde se permite violarea „bulei de aer” pe care o reprezintă spațiul social, cum ar fi un dans apropiat; 3) cel care intră în „bula de aer” domină interacțiunea.

În cadrul oricărui teritoriu se disting o serie de subteritorii, față de care individul are reacții afective și emoționale variate. De exemplu, la soție poate fi bucătăria, iar la soț mașina sau șopronul cu scule. Autoturismul și locul de parcare trezesc vii reacții de apărare și agresivitate teritorială, adesea spațiul fiind marcat sau mărit exagerat – până la zece metri în fața și în spatele mașinii.

La servicii, biroul personal este marcat și spațiul delimitat, cu o serie de mascote și obiecte personale, utile sau nu, iar unul dintre cele mai mari afronturi care se poate aduce unui coleg este amplasarea unui nou marcaj sau reșezarea celor originale.

Ierarhia și dominația socială sunt efecte dar și expresii ale agresivității rituale, reprezentând totodată o modalitate de organizare socială. În timpul de față nu mai are loc decât rar un aspect de confruntare directă, dar se menține la nivelul semnalelor de amenințare. Statutul social al individului cu o poziție ierarhică oarecare trebuie menținut și chiar îmbunătățit, dar acest lucru se face cu precauție, astfel încât să nu se pericliteze relațiile de cooperare (D. Morris). Din cauza acestor contradicții se ajunge la un grad foarte subtil pentru a comunica poziția și hotărârea de menținere a acesteia: de exemplu, dimensiunea și culoarea diplomatului, forma nodului la cravată, nuanțări ale accentului vocii, clișee și expresii selectate cu mare grijă etc. Sigur, aici intră ca variabile educația, cultura și sistemul valoric al individului, iar lucrurile nu sunt atât de simple pe cât par.

Comportamentul de selecție și exploatare a mediului

Pentru asigurarea succesului reproductiv, pentru supraviețuire și integrare în nișa ecologică specifică, animalele trebuie să selecteze și exploateze adecvat spațiul lor vital. Coexistența mai multor specii în același habitat este explicată, pe de o parte, de eterogenitatea mediului, respectiv a resurselor, a capacității acestora de exploatare diferențiată a lor, dar și a unor adaptări morfo-anatomice și etologice diferite. Preferințele animalelor pentru diferitele habitate sunt, pe de o parte, active, adică sunt rezultatul acțiunilor acestora, iar, pe de alta, sunt corelative, reprezentând efecte ale acțiunii unor factori externi. De asemenea, aceste aspecte sunt atât rezultate ale unor adaptări filogenetice, cât și parțial efecte ale învățării. Acestea din urmă sunt limitate, depind de unele perioade ale ontogeniei, când intervin dispozițiile înnăscute de învățare preferențială.

O formă de modificare adaptativă, care, probabil, deține un rol important, este imprimarea. Preferințele multor insecte parazite pentru anumite gazde sau hrană, revenirea la zona de depunere a pontei și reproducere la multe specii (somon, broaște țestoase, foci etc.) pot fi explicate prin fidelitatea pentru habitatul în care a început ciclul lor biologic, fapt învățat prin mecanismul de imprimare. La speciile sociale selecția biotopului poate fi un efect analog tradiției, generat de tendința de căutare a indivizilor conspecifici. Astfel selecția habitatului poate fi transmisă de la o generație la alta, pe calea „învățării sociale”.

Se cunosc și cazuri în care existența populațiilor în anumite habitate este dictată de factori externi, cum ar fi, de exemplu, prezența sau absența unor prădători.

Corelația cu anumite condiții ale habitatului poate fi o altă explicație. Spre exemplu, la anumite specii de păsări care cuibăresc în apropierea mării, culoarea puilor este similară cu cea a substratului pe care se amplasează cuibul. Astfel, la aceeași specie, pe plaje cu culori mai deschise predomină puii mai deschiși, iar pe plajele cu nuanțe închise predomină puii mai închiși la culoare. Evident, nu puii, ci părinții fac această alegere, probabil, corelată cu condițiile de viață. La aceasta se adaugă și răpirea preferențială a puilor discordanți cu mediul, fiind mai vizibili, de către prădătorii locali care astfel acționează ca factori de selecție, întărind comportamentul de selecție a habitatului.

Comportamentul teritorial

Habitatul selectat nu adăpostește oriunde și oricând reprezentanții unei anumite specii, ci indivizii, grupurile sau cuplurile și utilizează diferențiat anumite subdomenii ale habitatului, separat în spațiu și timp. Adesea aceste zone sunt, mai mult sau mai puțin, precis delimitate, marcate și semnalizate ca fiind proprietatea exclusivă a unui individ, familie sau grup. Teritoriul este un spațiu, ocupat un anumit interval de timp, individual sau colectiv care este luat în stăpânire și apărat împotriva indivizilor conspecifici (ocasional și al celor din alte specii). Teritorialitatea a fost descrisă și studiată la foarte multe grupe de viețuitoare dintre cele mai diverse (grupe de nevertebrate și vertebrate, inclusiv la om).

Teritoriile pot fi clasificate astfel: teritorii individuale (urs, râs, tigr), ale unor cupluri, numite *antropomorf* și teritorii *familiale* (privighetoare, lebede), ale grupurilor sau teritorii colective (gorile, cimpanzei etc.). Un alt sistem de clasificare are la bază criteriul funcțional, fiind inițial aplicat pentru păsări, dar ulterior recunoscut ca valabil și pentru alte grupe de vertebrate. Astfel, după *Nice*, categoriile sunt următoarele:

1. *Teritorii de acuplare, nidificare și hrănire a puilor*. Este cel mai comun teritoriu, reprezentativ pentru multe paseriforme. Masculul delimitează și apără o arie de dimensiune variabilă, împotriva oricărui individ conspecific de același sex. Mai mult, chiar și la speciile migratoare, masculii încearcă pe parcursul vieții să ocupe aceleași teritorii. Femela adoptă aria luată în stăpânire de mascul, ajutându-l uneori la apărare. Ea revine frecvent la același teritoriu (și implicit la același mascul). Cea mai mare parte a hranei destinată puilor este capturată în interiorul limitelor teritoriale.

2. *Teritorii de acuplare și cuibărire, dar nu și de hrănire*. Apar la numeroase specii coloniale, cum ar fi corcodeii, lebedele, stârcii de noapte etc. Aceste teritorii sunt caracteristic mai mici și mai dens distribuite în habitat. Uneori se distinge și o categorie aparte, și anume acele teritorii care sunt limitate la împrejurimile imediate ale cuibului.

3. *Teritorii de acuplare*. Se întâlnesc la specii la care masculii delimitează o arie în care invită, prin mesaje sonore și vizuale, femelele care (în cazul unei acuplări cu succes) vor fi singure responsabile de construirea cuibului și creșterea puilor. Păsările de acest gen sunt caracteristic nidifuge (puii cărora pot părăsi imediat cuibul).

4. *Teritorii de iernare*. Apar la speciile migratoare care ocupă o arie diferită anume în perioada iernii decât în anotimpurile mai calde.

5. *Teritorii de odihnă*. Unele specii revin în timpul nopții la anumite locuri de repaus, fiecare individ având tendința de a ocupa mereu același spațiu.

6. *Teritorii colective sau comunitare*. La unele specii există zone apărate de grupuri de indivizi. Acestea au fost descrise la diferite păsări, dar și la unele primare.

Indiferent de tipul teritoriului, comportamentul general este strict legat de agresivitate, fiind fixat prin factorii selectivi ai evoluției naturale, având ca finalitate supraviețuirea speciei. Comportamentul agresiv de teritorialitate poate avea ca funcție apărarea resurselor alimentare, a partenerilor, a locurilor de acuplare, cuiburilor, puilor etc., deci toate elementele necesare reproducerii cu succes.

Se stabilește astfel un echilibru între „valorile” **pozitive** și cele **negative** care implică consum energetic, de timp, riscul de a fi rănit în lupte etc. Acest echilibru este supus unei mari varietăți de fenomene și factori care determină existența multor tipuri de teritorii, a zonelor neutre sau al domeniilor vitale.

Teritoriile și comportamentul generat corespunzător nu sunt fixe, deci nu au granițe și dimensiuni rigide. Delimitarea teritoriilor este legată de capacitatea animalelor de a dezvolta comportamente spațio-temporale cu caracter agresiv care sunt legate de însușirile și caracteristicile individuale sau de grup, adică sunt dependente de vârsta și starea fiziologică. Mecanismul comportamental al delimitării teritoriale se bazează pe faptul că agresivitatea posesorului atinge valoarea maximă spre centrul acestuia, în sensul de zona în care se îndeplinește activitatea esențială pentru tipul de teritoriu respectiv și descrește pe măsură ce animalul se îndepărtează de punctul respectiv, pătrunzând într-un mediu din ce în ce mai străin și ostil.

De exemplu, la ghidrini, masculii nu arborează haina nupțială, până când nu au luat în stăpânire un teritoriu stabil. Odată acest fapt împlinit, apare o evidentă culoare roșie în zona ventrală, iar toți masculii din apropiere sunt atacați. Agresivitatea este cu atât mai intensă, cu cât distanța dintre masculi este mai mică.

În general, conflictele teritoriale sunt rare, fiind menținute sub control sau ritualizate prin mecanismele de semnalizare ale agresivității, în mod special, cele legate de marcarea teritoriilor. Indivizii diferitelor specii teritoriale manifestă instinctiv o gamă largă de comportamente de evitare a teritoriilor străine, fapt facilitat prin inhibiții legate de recunoașterea valorii marcajelor altora. Acest fenomen a fost demonstrat și la oameni.

În interiorul teritoriului diferitele activități ale animalului se desfășoară în anumite zone precis localizate și într-o anumită succesiune temporală, ceea ce Hediger numea „sistemul spațiu-timp”. Perioadele de timp, de exemplu, orele de plecare în căutarea hranei, cele de întoarcere, schimbul părinților la cuib, somnul etc. sunt respectate cu o mare precizie. Animalul este încadrat într-un sistem de coordonate spațio-temporale care îi reglementează destul de rigid activitățile. În acest sistem sunt incluse variațiile comportamentale dictate de ritmurile circadiene, dar și cele sezoniere sau multianuale.

Teritorialitatea este un efect al evoluției prin selecție naturală, având un caracter adaptativ evidențiat prin mai multe funcții:

1. Asigură repartizarea eficientă a resurselor naturale (hrană, spațiu etc.).
2. Contribuie la sporirea securității indivizilor și a progeniturii acestora. Numai în interiorul teritoriului eficiențele comportamentale ale unui individ sunt maxime. Când este scos forțat din acesta, multe animale sunt incapabile să vâneze sau să supraviețuiască eficient, manifestând adesea în situații critice trăsăturile caracteristice stadiilor de stres, sau chiar de șoc.
3. Atenuază agresivitatea, permițând tolerarea multor alți indivizi conspecifici în apropiere, ceea ce este util pentru apărare și „biocomunicare”.
4. Oferă condiții propice pentru creșterea, protecția și îngrijirea puilor. În cazul speciilor cu organizare socială în familie sau de grup, crește coeziunea cuplului, asigură

cadrul spațial pentru manifestarea comportamentelor sociale, generând posibilități de protecție a animalelor dominate ierarhic.

5. Previne suprapopularea unui habitat, opunându-se astfel efectelor negative ale acestuia (stres, epizootii, supraexploatarea mediului, a resurselor etc.).

Rolul adaptativ al teritoriului apare cel mai evident în cazurile când acesta este distrus din variate motive. Așa cum distrugerea biotopului duce la dispariția speciei, la fel distrugerea teritoriului poate determina anihilarea individului, a familiei sau grupului. Un asemenea fenomen se constată la suprapopulare, ca urmare a înmulțirii exagerate la unele specii de rozătoare. Ca urmare dispare comportamentul de teritorialitate și se prăbușește organizarea spațială și funcțiile acesteia. Rezultatul este haos, declanșarea de boli infecto-contagioase la scară largă, mortalitate în masă, leziunile constatate la indivizii morți fiind caracteristice bolii de șoc din teoria stresului.

Comportamentul de reproducere

Acesta este poate cel mai complex, cu exprimare mai pregnantă și cu mecanisme mai laborioase decât toate celelalte categorii. În etologie, această temă merită mai multă atenție din cauza variabilității și diversității extraordinare a mecanismelor de exprimare și manifestări asociate. În reproducere, agresivitatea sexuală are o evidentă valoare pentru specie, deoarece ea asigură repartizarea „judicioasă” și adecvată a elementelor indispensabile: spațiu, partener și hrană. Asigurarea „dreptului” teritorial și accesul la reproducere a indivizilor dominanți (cei mai bine înzestrați) este de o evidentă valoare pentru viabilitatea progenerării speciei.

Accesul la reproducere se poate face prin cele mai simple manifestări (simpla întâlnire urmată de acuplare), până la cele mai complexe ritualuri nupțiale. Când există fenomene de socializare, tipul organizării, de asemenea, este corelat cu exprimarea ritualurilor. Chiar dacă există eusocietăți, reproducerea poate apare în cadru monogam, poligam sau poliandrin (poliandric), uneori și combinate.

Durata unor perechi se limitează la perioada acuplării, alteori la câteva luni (un sezon de reproducere), sau toată viața. Formarea cuplului se poate datora unei reacții comune de selectare a mediului, ambele sexe stabilindu-se în același loc pentru reproducere. Alteori masculul delimitează teritoriul și atrage în mod activ femela. În foarte multe cazuri femela este cea care alege masculul pe baza unor variate „considerente”. De regulă, zona în care se stabilește cuplul sau haremul este delimitată și luată în stăpânire ca teritoriu, fiind semnalizat și apărat (de obicei de mascul, dar posibil și de femelă) împotriva intruziunii indivizilor conspecifici.

Pentru ca împerecherea să se desfășoare cu succes, comportamentul indivizilor implicați trebuie să se sincronizeze progresiv, proces care se desfășoară în trei etape. În prima, are loc o sincronizare generală cu ritmurile naturii, ca de exemplu cu cel sezonier (cazul animalelor din zonele temperate care se reproduc de obicei primăvara). În etapa a doua, se sincronizează maturarea glandelor sexuale ale partenerilor, cu ajutorul unor hormoni și a funcțiilor stimulative ale unor sociosemnale. În cea de-a treia etapă, sunt sincronizate perfect dispozițiile și actele propriu-zise ale acuplării partenerilor. Aici intră variatele manifestări legate de comportamentul de curtare sau parada nupțială. În paradă, agresivitatea joacă un rol important și sunt implicate în ritualuri numeroase acte derivate sau redirecționate. Frecvent (și îndeosebi la păsări) se aduc ofrande alimentare sau de altă natură, se execută lungi secvențe de mișcări sincrone sau prin alternanță, sunt emise sunete variate etc. La mamifere ritualul este, adeseori, mult mai simplu. În forma cea mai uzuală, masculii pur și simplu copulează cu femela aflată în vârful perioadei de estru.

Curtarea, atunci când apare, are numeroase funcții: diminuează agresivitatea, asigură un surplus de motivație sexuală și mărește șansa acuplării eficiente. Pe de altă parte, are un rol extrem de important în menținerea izolării reproductivă, deoarece aproape întotdeauna numai indivizii conspecifici recunosc elementele paradei și ignoră spectacolele susținute de alte specii. În acest fel, partenerii își recunosc apartenența conspecifică și taxonul lor se menține izolat.

Îngrijirea progeniturii prezintă un proces comportamental complex, cu o mare varietate de manifestări. Există puține cunoștințe despre mecanismele (declanșatorii) care determină comportamentul de îngrijire al puilor. În mare parte sunt implicate comportamente instinctive (transmise prin ereditate), iar reacția selectivă față de ouă sau pui poate să depindă numai de mecanisme de declanșare innăscute, peste care se suprapun mecanisme dobândite. Spre exemplu, pescărușii argintii acceptă până la vârsta de 5 zile pui străini, nu însă și mai târziu, deoarece au reușit performanța să învețe între timp cum arată urmașii proprii. Lorenz și alții au arătat că unele rațe și fazani acceptă ouă străine, darucid pui după ecloziune. Prin contrast, cele mai multe găini și găște acceptă și cresc pui străini. La unele păsări, Lorenz a presupus că recunoașterea puilor este un mecanism innăscut al cărui stimul declanșator este tiparul coloristic al capului.

De asemenea, comportamentele de recuperare și îngrijire sunt declanșate de stimuli acustici și/sau vizuali. Comportamentul de hrănire este declanșat la păsările *nidicole* (care nu pot părăsi imediat cuibul) de stimuli declanșatori foarte simpli. De exemplu, ciocul larg deschis este un stimul care determină părintele să introducă hrana în deschiderea prezentată; mai mult cu cât este mai larg deschis ciocul, cu atât puilul cu pricina este hrănit cu precădere sau mai frecvent – în detrimentul celorlalți. Acesta este un caracter adaptativ: cine deschide ciocul mai larg, este cel mai puternic și viguros pui, deci cu cele mai bune șanse de supraviețuire. Dacă este hrană destulă, vor căpăta și ceilalți și poate mai mulți vor ajunge să părăsească pe forțele lor cuibul. Dacă hrana este mai puțină, va supraviețui numai cel care este hrănit cu precădere.

Părinții sunt dotați cu *sociosemnale* care declanșează și direcționează procesul de ingerare a hranei. Spre exemplu, pata albă de pe fruntea lișiței determină pui să-și orienteze gâtul și ciocul. Puii hrăniți artificial acceptă hrana numai dacă pe vârful pensetei se află o bucată de hârtie albă care imită forma și mărimea petei de pe fruntea mamei.

În lumea biotică există multe alte fenomene comportamentale reglatorii ce nu au fost analizate în lucrarea de față, dar care merită atenția specialiștilor din domeniul comunicării, spre exemplu, comportamentele: dipsic, de odihnă și somn, ludic ș.a.¹

Reproducerea amănunțită a datelor speciale din etologie am făcut-o conștient, cu scopul de a înțelege esența „conviețuirii”, activității și interacțiunii, prin semnalizare, a indivizilor biotici de diferită natură, mod de organizare (insecte, păsări, mamifere).

Semnalizarea în regnul animal ca „protocomunicare” (formă elementară de interacțiune informațională) este destinată „comunicării” în sens de *comunitate* prin care se realizează acomodarea la mediu, supraviețuirea indivizilor și speciilor de viețuitoare.

Din analiza proceselor comportamentale biotice (de diferite tipuri și forme), putem conchide: comunicarea reprezintă, mai întâi, viața în *comun*, comportament prin interacțiune (a indivizilor, în cadrul speciilor, sau între specii), iar procesele de *semnalizare* și *semnificare* în regnul animal (eronat interpretate în unele lucrări de specialitate drept forme autentice de *comunicare*) sunt atribute ale sistemelor

¹ A se vedea: Acatincăi, St. Op. Cit., p. 46-54.

informațional-reglatorii, menite să asigure doar *existența* (acomodarea la mediu ambiant, supraviețuirea indivizilor și a speciilor) acestor reprezentanți ai lumii vii. S-a constatat că mecanismul esențial de menținere a vieții constă nu atât în realizarea schimburilor de substanță și energie dintre organism și mediu (caracteristice și materiei anorganice), cât în organizarea și optimizarea acestor schimburi: „Organizarea și optimizarea acestor schimburi se realizează pe baza recepționării din mediu a informațiilor semnificative, ceea ce permite recunoașterea de către animal a surselor de materii și energie din mediu, care să asigure suportul capacității de acțiune a organismului”¹.

Prin faptul că în aceste procese informaționale lipsesc factori de conștiință (gândire abstractă, intenție, scop, retrospectivă, perspectivă, evaluare, interpretare etc.), ele rămân la nivel de *semnalizare* și *semnificare naturală* (cât de complicate n-ar fi ele, sub aspect biotic), înscriindu-se în procesele de cauzalitate informațional-reglatoare *inconștientă*.

Indicii natural, procesele de semnalizare, semnificare sunt imanente, de asemenea, și oamenilor, fiind prezente prin toate formele de manifestare ale corporalității lor (emoții, sentimente, trăiri sufletești etc.). Dar, *semnalizarea* nicidecum nu poate acoperi întregul conținut al proceselor de comunicare omenească despre obiectele și fenomenele trecutului, prezentului și viitorului, exprimate prin limbaj articulat, discursuri cu conținut etic, estetic, științific, religios etc.

2.3. TIPURI DE COMUNICARE SOCIALĂ

Având în vedere comunicarea în sensul plinar al termenului, care presupune *intenționalitate*, *conștiință* etc. a participanților la dialog, în literatură de specialitate, se recunoaște că, în funcție de numărul participanților și tipul de relație dintre ei, există următoarele cinci tipuri de comunicare:

1. *Comunicarea intrapersonală* în care *emițătorul* și *receptorul* sunt reprezentați de *aceeași* persoană (prin *ego-ul* și *alter-ego-ul* acesteia). (Unii teoreticieni ai comunicării susțin că gândirea *neexteriorizată* trebuie socotită comunicare intrapersonală, întrucât ea poate fi asociată cu acel caz-limită de acțiune semiotică în care distanța socială dintre emitent și receptor este nulă). Ea reprezintă consilierea individului uman cu sine însuși, atunci când ascultă „vocea interioară”. Deși cazul nu presupune existența unor comunicatori distincți, dialogul interior pe care îl poartă înșiși oamenii este un autentic proces de comunicare. (Într-un vechi banc, se spune că un bărbat permanent vorbea cu el însuși. La întrebarea unui om curios: „De ce vorbești singuri?” a urmat următorul răspuns: „Am plăcerea să vorbesc cu un om deștept!”). În acest proces, poate avea loc chiar falsificarea informației, având în vedere inducere în eroare a interlocutorului. Ego-ul și alter-ego-ul nu întotdeauna se află în deplină armonie. Există situații, destul de frecvent întâlnite, când oamenii se induc în eroare, ba chiar se mint, în mod conștient, pe ei înșiși. Este problema a ceea ce se *dorește* și a ceea ce *trebuie* se soluționează prin dialogul *intrapersonal*. Dialectica *ispitei* și a *remușcării* „se întemeiază tocmai pe această sciziune lăuntrică a personalității noastre, generatoare de conflicte, dar și de dezbateri interioare ce se pot dovedi productive în planul gândirii și al conștiinței morale”².

Spre deosebire de celelalte tipuri de comunicare, cel intrapersonal nu presupune codificarea și decodificarea mesajelor, întrucât ele nu trebuie să treacă printr-un spațiu fizic sau printr-o linie artificială de comunicație, ci exclusiv printr-o rețea mentală, adimensională și subiectivă. Cu sine însuși, oamenii pot sta de vorbă prin vorbirea

¹ Idem.

² Dinu, M. Op. Cit., p. 77.

internă, dar și rostirea cuvintelor. Nu numai copii mici vorbesc cu ei înșiși, ci și maturii duc dialoguri interne în activitatea lor creativă (științifică, muzicală, literară etc.).

Problema comunicării intrapersonale este legată și de coraportul dintre gândire și vorbire care este departe de a fi soluționată de științele adiacente (psiholingvistica, psihologia cognitivă, psihiatria, neurolingvistica ș.a.). De asemenea, trebuie să specificăm că limba are două funcții distincte (dar nu și total independente): cea de reprezentare conceptuală, manifestare a gândirii și cea de comunicare a acesteia. Prima, este exclusiv *endopsihică* și *endonotică*, adică de spiritualitate și inteligență internă, pe când cea de a doua, are o orientare preponderent exterioară, rămânând totuși în lumea activităților interne ale conștiinței (drept dovadă avem prezența elementelor verbale în comunicarea intrapersonală). Oricum, promptitudinea unor decizii ale oamenilor, întemeiate pe „deliberări intrapersonale, denotă faptul că gândirea se poate dispensa de limbă și că, în asemenea cazuri, ne aflăm în fața unei comunicări *sui-generis*, în care sursa și destinatarul sunt conectați nemijlocit, fără obișnuitele instanțe intermediare însărcinate cu codajul și decodajul”¹.

2. *Comunicarea interpersonală*, ce are la bază dialogul (între două sau mai multe persoane), ocupă un loc aparte printre tipurile de comunicare. Ea este nu doar un simplu liant informațional al comunicanților, ci reprezintă un mijloc efectiv de a influența gândurile, opiniile, atitudinile, credințele, orientările valorice și comportamentele ale oamenilor. Nu întâmplător majoritatea mesajelor religioase sunt difuzate cu precădere „de la om la om”, căci nimic nu poate influența mai efectiv decât discursul ce este destinat nemijlocit persoanei individuale. Cu acest scop, în unele secte religioase contemporane, în dialog se prezintă doi „emițători” contra unui singur „receptor”.

Obiectivele comunicării interpersonale sunt următoarele:

a) *persuadarea (convingerea) interlocutorului;*

b) *autocunoașterea;* după cum rezultă din modelul „ferestrei lui Johari”, ea presupune dirijarea de către emițător a interacțiunii cu comunicanții în așa mod, încât să-i determine pe aceștia ca ei să-i destăinuie emițătorului acele constatări pe care ei le-au făcut în privința trăsăturilor și manifestărilor ce scapă propriei capacități de observare;

c) *descoperirea lumii exterioare:* multe cunoștințe oamenii le capătă prin schimbul de informații cu interlocutori umani direcți (rude, colegi, profesori, consultanți, experți etc.) ocupând în loc important în tezaurul lor informațional. Cunoștințele din cărți, spectacole, expoziții, călătorii sunt altfel asimilate, după ce au fost comentate cu cineva, schimbul de idei contribuind la o memorare mai durabilă;

d) *stabilirea și menținerea de relații semnificative cu alte ființe umane:* sociopsihologii au constatat că printre factorii determinanți ai comportamentului comunicațional al oamenilor se află *nevoile interpersonale*.

Una dintre acestea este nevoia de *incluziune* care se manifestă sub forma aspirației de a obține de la ceilalți recunoașterea propriei valori. Oamenii doresc să fie acceptați într-un anumit grup de referință, pe baza măcar a unei calități care poate să-i distingă pozitiv de ceilalți. Nevoia de incluziune îi determină pe oameni să se comporte în așa fel, încât să fie remarcați, să iasă în relief.

A doua nevoie interpersonală este nevoia de *control*, expresie a dorinței de a impune celorlalți propria voință, de a-i conduce ori măcar influența. Prin cercetări

¹ Ibidem, p. 79. ; Despre specificitatea comunicării intrapersonale, suplimentar, a se vedea: Fârte, G.-II. Op. Cit., p. 136-138.

empirice s-a demonstrat, că nu există o corelație obligatorie între nevoia de incluziune și cea de control. Se constată cazuri de coexistență a unei slabe nevoi de incluziune cu o foarte pronunțată nevoie de control. Dimpotrivă, unii se străduiesc să ajungă în poziții de comandă nu pentru a exercita controlul, ci din dorința de a fi în atenția celorlalți.

A treia, este nevoia de *afecțiune*. Unii oameni sunt calzi și prietenoși în toate relațiile lor, chiar și în cele cu totul trecătoare. Ei așteaptă un comportament asemănător și din partea celorlalți, deoarece nevoia lor de afecțiune e mai mare decât a altora. Când această nevoie este mai estompată, avem de-a face cu persoane care preferă să își țină semenii la distanță, evitând intimitatea, ceea ce poate să le creeze renumele de oameni încrezuți, orgolioși sau snobi. O atare atitudine provoacă interlocutorului o stare de disconfort, care îngreunează considerabil comunicarea. Pentru desfășurarea unui dialog autentic este necesară o anumită deschidere afectivă. Ea dovedește că este posibil a comunica cu succes și fără ca să însemne numaidecât o relație de dragoste cu partenerii.

e) Ajutorarea semenilor reprezintă motivația și obiectivul unei clase largi de comunicări interpersonale. A ajuta pe cineva e posibil prin sfaturi bune, consolându-l într-un moment greu, acordându-i asistență profesională etc. Comunicarea în scopul ajutorării este obiectul unor profesii distincte, precum cea de medic, preot, asistent social etc.

f) Jocul și distracția implică și o comunicare interpersonală. Trebuie recunoscut faptul că jocul ocupă în viața oamenilor un loc mult mai important decât îi acordă simțul comun. O trăsătură specifică a comunicării interpersonale este importanța retroacțiunii, dată fiind promptitudinea răspunsului ce caracterizează acest tip de comunicare. Replicile sunt, de regulă, imediate și nu au o formă verbală. Mimica, privirea, gesturile, ținuta receptorului îl informează pe emițător cu privire la efectul mesajelor sale și îi îngăduie să-și dirijeze discursul încât să-i asigure maximum de eficacitate.

Războiul și justiția, filosofia și poezia, retorica și artele sunt, într-o anumită măsură, datoare *spiritului ludic* (înclinației omului către joc). Psihologii văd în acesta numai o compensație acordată copilului din noi, dar lucrurile sunt mult mai complicate și încărcate de semnificații. Având în vedere că este vorba despre comunicare, merită a fi menționată, măcar succint, prezența manifestărilor spiritului ludic în procesul comunicării. Spre deosebire de minciună, în spatele căreia se ascunde întotdeauna un interes personal, *păcăleala* (jocul de-a păcălitul) este un joc comunicativ gratuit, fără altă finalitate decât satisfacția (plăcerea) ludică, situată în afara distincțiilor valorice de genul adevăr-neadevăr, înțelepciune-prostie, bine-râu, frumos-urât etc. La fel, jocul de cuvinte, care pune în valoare, între altele, funcția meta-comunicațională a discursului verbal.

O trăsătură specifică a comunicării interpersonale o constituie *retroacțiunea*, care se manifestă prin promptitudinea răspunsului ce caracterizează acest tip de comunicare. Atunci când vorbim, ne auzim vorbind, când scriem, avem în fața ochilor rândurile înserate anterior, ceea ce creează condiții pentru controlul și ajustarea diversilor parametri ai comunicării, de la cei vocali (tonul, ritmul vorbirii) sau vizuali (caligrafie, ortografie), până la aspecte de conținut (claritatea ideilor, logica argumentării).

3. *Comunicarea de grup* este o altă ipostază a comunicării interpersonale, ce presupune mai mult de doi participanți. Limita superioară variază de la caz la caz, dar, în general, sunt considerate tipice pentru această formă de comunicare grupurile „mici”, cu cel mult zece participanți, în care legătura interpersonală a fiecăruia cu fiecare nu are nici un fel de îngrădiri. Când numărul membrilor crește mult peste această valoare, grupul are tendința să se fragmenteze în subgrupuri, care, deși rămân interconectate, îngreunează schimbul de replici între oricare dintre participanți.

În general, formarea grupurilor este determinată de dorința de cooperare în vederea atingerii unui scop comun: proiect profesional, o acțiune de întrajutorare, joc de societate etc. Proximitatea spațială, de asemenea, este o trăsătură definitorie a grupurilor. Evoluția tehnologică a permis însă și reunirea într-un grup de lucru a unor persoane aflate fizicește la mari distanțe una de alta, cum se întâmplă în cazul teleconferințelor.

Comunicarea de grup, cel mai mult studiată, în ultimele decenii, este cea din cadrul echipelor de profesioniști angajați într-un proiect comun. Modalitățile optime de definire a problemelor de rezolvat, stabilirea criteriilor pentru evaluarea soluțiilor, identificarea, selectarea și testarea acestora fac obiectul unor cercetări amănunțite, având drept scop prioritar eficientizarea activității grupurilor de lucru.

Din multitudinea rolurilor jucate de membrii grupului de lucru, potrivit unor clasificări, cel căruia i s-a acordat cea mai multă atenție, este rolul de lider. Activarea și menținerea interacțiunii comunicative dintre participanți, asigurarea pentru fiecare a satisfacției psihologice de natură să-i motiveze continuarea colaborării, crearea condițiilor interne pentru îmbunătățirea activității grupului, pregătirea materială, psihologică și informațională a întâlnirilor ce urmează sunt doar câteva dintre sarcinile liderului, pe care acesta le poate duce la bun sfârșit, adoptând, în funcție de împrejurări, tactici și stiluri diferite (stilul autoritar, stilul democratic, stilul „laissez-faire”).

4. *Comunicarea publică* implică prezența unui emițător unic și a unui mare număr de receptori. Nici o altă formă de comunicare interumană nu s-a bucurat, de-a lungul timpului, de o atenție comparabilă cu cea acordată acesteia. Disciplină mai mult decât bimilenară, retorica, socotită deopotrivă știință și artă, își propunea tocmai să stabilească principiile și regulile comunicării publice eficiente din perspectiva a ceea ce astăzi teoreticienii numesc „teoria țintei”. Termenul desemnează, cronologic, prima dintre concepțiile care au dominat succesiv demersul teoretic al științelor comunicării.

Teoria acțională („a țintei”) absolutizează rolul emițătorului, nutrind ideea naivă că succesul comunicării depinde exclusiv de abilitatea acestuia, receptorul jucând rolul unui simplu receptacol pasiv. Oratorul este văzut drept un arcaș care, adăugând înzestrării naturale un antrenament corespunzător, va lovi drept la țintă, adică va obține efectul dorit indiferent de trăsăturile de personalitate, predispozițiile aperceptive, ideile sau starea psihică a destinatarului. Chiar și vorbitorul care obține, prin discursul său, un efect persuasiv mediocru, rămâne tributار acestei viziuni depășite. Recunoașterea rolului interlocutorului a dat naștere unei noi concepții despre comunicare, denumită astăzi, convențional, teoria interacțională sau „a ping-pong-ului”. Aceasta pornește de la observația că o trăsătură esențială a comunicării este caracterul ei *cooperativ*. Printre numeroasele definiții ale comunicării figurează și cea a profesorului spaniol *Jose Aranguren*: „Comunicarea este o transmitere de informație la care se așteaptă răspuns”¹. Deși nu poate fi negată existența unor procese de comunicare ce exclud posibilitatea ca emițătorul să mai primească replica celui căruia acesta i se adresează (operele postume), în intenția inițiatorului ei, comunicarea este întotdeauna cooperativă. Spre exemplu, naufragiatul, care aruncă în mare sticla ce conține mesajul adresat prezumtivilor salvatori, nutrește întotdeauna speranța unui răspuns la apelul său. Asemenea lui, radioastronomii lansează în spațiu mesaje destinate eventualelor ființe extraterestre inteligente.

Alternarea replicilor, ce se prezintă ca succesiuni stimul-răspuns, presupune inversarea neconținută a rolurilor de emițător și receptor, proces care amintește de

¹ Apud, Dinu, M. Op. Cit., 1997, p. 86.

schimbul de mingi din partidele de tenis de masă, de unde și denumirea teoriei. Comportamentul comunicațional al participanților depinde, în fiecare moment, de răspunsul dat de interlocutor la replica precedentă, ignorat de teoria țintei, devenind astfel unul dintre factorii fără de care mecanismele comunicării ne-ar rămâne neînțelese.

Aprofundarea, în ultimele decenii, a cercetărilor comunicării non-verbale a condus la o nouă schimbare de perspectivă. Odată cu recunoașterea valorii comunicative a comportamentului, nu se mai poate vorbi de asumarea alternativă a rolurilor de emițător și receptor, ci de două fluxuri informaționale continue și simultane, orientate în sensuri contrare. Ipoteticului schimb de acțiuni și reacțiuni i se substituie acum ideea concomitenței sistematice a „replicilor”, descoperire cu urmări profunde, mai ales în ceea ce privește modurile de manifestare a cauzalității. Prin renunțarea la teoria ping-pongului, explicația simplă potrivit căreia riposta unuia dintre comunicatori își află sursa în replica anterioară a celuilalt își pierde mult din credibilitate. Reprezentanții școlii Palo-Alta au demonstrat convingător că, în comunicarea interpersonală, o segmentare obiectivă în cauze și efecte este principial imposibilă. Acumulările încetează de a mai fi discrete, edificiul comunicării înălțându-se continuu, prin contribuția greu discernabilă a tuturor participanților, în aceasta constă esența abordării moderne, cunoscute sub numele de teoria tranzacțională sau „a spiralei”.

Evoluția concepțiilor despre comunicarea publică a urmat și ea traseul schițat mai sus. În raport cu străvechea retorică, subordonată teoriei țintei, noile cercetări pun un accent deosebit pe rolul interacțiunii, pe contribuția răspunsului, continuu și pluriform, al auditoriului la succesul sau eșecul comunicării. Aceasta nu înseamnă că principiile retoricii clasice ar fi fost abolite. Dimpotrivă, ele își confirmă valabilitatea odată cu fiecare tentativă de a fi înlocuite cu altele sau excluse.

În ceea ce privește structurarea discursului, singurele contribuții notabile ale teoriei moderne a comunicării publice privesc speciile alocuțiunii informative (prelegeri, cursuri, conferințe, comunicări științifice, rapoarte, dări de seamă). Multe dintre problemele pe care le ridică acestea, ca, spre exemplu, cele legate de modalitățile de îmbinare a comunicării verbale cu recursul la surse audiovizuale (diapozitive, postere, înregistrări pe bandă magnetică) nici nu aveau cum să se pună pentru creatorii retoricii. În plus, obiectivul principal al acestora nu era transmiterea cu maximă acuratețe și obiectivitate a unei informații corecte dintr-un domeniu dat, ci persuasiunea, câștigarea publicului pentru o teză, poate nu întotdeauna ireproșabilă sub raportul valorii ei de adevăr.

Așa se face că printre scopurile retoricii, care, după *Cicero*, constau în a dovedi, a încânta și a emoționa, comunicarea strict informativă nu își află locul. *Aristotel* și exegeții săi urmăreau atingerea celor trei obiective menționate: 1) printr-o argumentație cât mai solidă – *logos*; 2) prin seducerea publicului cu ajutorul etalării unor calități morale ireproșabile – *ethos*; 3) prin manipularea sentimentelor auditoriului – *pathos*.

Logosul este modul în care se apelează la simțul *rațiunii* al celorlalți oameni – de unde și termenul de „logică”. Liderii contemporani se folosesc de principiile, legile și regulile gândirii corecte, capacitatea de a rezolva probleme și abilitățile de gândire analitică și în felul acesta ei exprimă idei în termeni clari și convingători pentru a influența rezultatele pe care le obțin prin comunicare.

Etosul este, în esență, credibilitatea, adică motivul pentru care oamenii cred în ceea ce spune vorbitorul. În unele cazuri, etosul provine doar din „rangul” pe care-l deține vorbitorul într-o organizație. Totuși, în cele mai multe cazuri, liderii contemporani construiesc etosul într-un mod mai eficient, demonstrând că dețin o experiență tehnică

într-un domeniu specific și manifestând niveluri înalte de integritate și caracter ce le permite să-i convingă pe oameni de faptul că sunt sinceri și onești.

Patosul înseamnă a stabili o conexiune emoțională, ceea ce, în esență, este motivul pentru care oamenii cred că lucrurile care li se spun contează pentru ei. Faptul că li se acordă atenția, interesul activ care se manifestă față de fiecare membru al echipei, precum și entuziasmul atât față de progresul organizației, cât și al persoanelor care îl fac posibil, toate acestea sunt modurile în care liderii stabilesc o conexiune emoțională cu oamenii.

5. *Comunicarea de masă* presupune prezența obligatorie a *intermediarului*, al cărui rol l-am definit anterior. În cazul de față, el se prezintă ca un producător *instituționalizat* de mesaje adresate unor destinatari necunoscuți. Deși se înfățișează prin variate forme (producție de carte, presă scrisă, emisiuni de radio sau televiziune), acest tip de comunicare se caracterizează în toate cazurile printr-o slabă prezență a conexiuni inverse, incomplete și mult întârziate comparativ cu cel din domeniile comunicării interpersonale sau publice. Exista, firește, posibilitatea unei conexiuni inverse (poșta redacției, telefoanele puse la dispoziția publicului), dar amploarea și impactul retroacțiunii rămân modeste. În plus, persoanele care se adresează organizațiilor mass-media nu sunt, adesea, cele mai reprezentative pentru preferințele și opiniile masei de consumatori, ci, pur și simplu, cele care dispun de cel mai mult timp liber.

Urișa forță de influențare, pe care a dovedit-o mijloacele de comunicare în masă, a făcut din ele vedete ale vieții publice și obiect predilect de cercetare pentru sociologia contemporană. Urmarea directă a acestui interes deosebit este o imensă literatură consacrată analizei rolului mass-media în plan social, cultural, economic etc.

Ne limităm doar pentru a specifica că în mai toate clasificările figurează următoarele funcții ale mass-media:

a. *Funcția de informare*, ce satisface o incontestabilă trebuință umană, dar și provoacă receptorului, prins în joc, un adevărat „șoc” informațional, al cărei efect poate fi estomparea discernământului, ce poate conduce la pasivitate, apatie, paralizie a voinței de a înțelege și acționa.

b. *Funcția de interpretare* ce se manifesta atât explicit, prin producții jurnalistice de genul editorialului sau al comentariului, primul exprimând punctul de vedere oficial al organului de presă, pe când cel de al doilea face cunoscute publicului numai opiniile personale ale autorului său, cât și într-o manieră implicită (dar nu mai puțin eficace), constând în selectarea informației transmise și în stabilirea unor priorități, percepute de receptori drept adevărate ierarhii de importanță. Cercetările psihologice arată că oamenii sunt înclinați să valorizeze mai pozitiv o persoană ale cărei trăsături le sunt prezentate începând cu calitățile decât pe una descrisă printr-o succesiune de caracteristici ce debutează cu defectele. Astfel, ne formăm o imagine mai favorabilă despre cineva caracterizat drept inteligent, harnic, voluntar, încăpățânat și invidios, decât despre un altul, zăgrăvit (în ordine inversă) ca invidios, încăpățânat, voluntar, harnic și inteligent.

c. *Funcția instructiv-culturalizatoare* se referă atât la furnizarea explicită de cunoștințe cultural-științifice, ca în cazul unor filme documentare sau pagini de popularizare a științei din publicațiile periodice, cât și la promovarea, într-o formă mai puțin evidentă, dar cu atât mai persuasivă, a valorilor, normelor, modelelor de comportament ce țin de paradigma culturală a societății, la a cărei stabilitate contribuie astfel, într-o măsură deloc neglijabilă.

d. *Funcția de liant* derivă din cele precedente, căci indivizii, care posedă un bagaj de informații asemănător, sunt preocupați de aceleași probleme ale actualității și

împărtășesc valori morale și culturale comune, se vor simți mai apropiați unul de celălalt și se vor solidariza, la nevoie (cum s-a întâmplat adesea, în caz de calamități naturale sau antropice), dincolo de frontierele naționale, religioase, politice sau rasiale, mobilizându-se în favoarea unor cauze nobile, percepute ca fiind ale întregii umanități.

e. *Funcția de divertisment* răspunde dorinței de relaxare a omului stresat de solicitările profesionale și setei de evadare într-un univers imaginar a neadaptatului. Dar, ea a invadat conținutul mass-media într-atât, încât tinde să devină o a doua natura a lor. Nu numai că, procentual, emisiunile sau paginile dedicate relaxării și amuzamentului sunt în continuă creștere, dar, mai mult decât atât, se constată o orientare tot mai marcată către tratarea în termeni de spectacol a tuturor subiectelor abordate de mass-media. Primejdia de ordin moral a acestei atitudini rezidă în riscul de a cultiva la receptor o anume „detașare estetică”, în raport cu problemele grave ale realității, nepercepute în dimensiunile lor veritabile, tocmai din cauza prezentării lor pe coordonatele spectacolului, modalitate ce tinde să estompeze granițele dintre realitate și ficțiune.

La cele expuse, putem adăuga caracterul *manipulativ* al mass-media, în care activează specialiști de înaltă pregătire profesională (politică, economică, psihologică), care nu întotdeauna sunt interesați de a prezenta publicului larg știri adevărate, opinii juste, poziții imparțiale. Manipularea se „înscrie” organic în conținutul comunicării, devine un atribut al acesteia. Recomandăm a utiliza în cercetările teoretice și practica comunicării, definiția științifică a manipulării, riguros formulată de *Septimiu Chelcea*, care este „*acțiunea de schimbare a opiniilor, atitudinilor și comportamentelor prin expunerea la mesaje a persoanelor și grupurilor umane în vederea atingerii unor scopuri dorite de altcineva (persoane sau organizații), fără aplicarea constrângerilor fizice și fără conștientizarea discrepanței dintre scopurile îndepărtate ale persoanelor și grupurile-țintă și scopurile îndepărtate ale celor care exercită influența*”¹.

În formă poetică, modelul clasic al manipulării este prezentat de *Jean de La Fontaine*, în fabula „Corbul și vulpea”:

*Jupânul Corb, pe-o creangă cocoțat,
Ținea în clonț un boț de caș furat.
Ademenită de mirosul cașului,
Cumătra Vulpe-i spuse-așa borfașului:
Să ne trăiți mulți ani, Măria Voastră,
că sunteți zău, ca din cutie scos!
Iar de-ați avea și glasul mlădios
Pe cât v-arată penele frumos –
Mă prind c-ați fi vreo Pasăre Măiastră!
Ci corbul, auzind-o, pe gânduri nu mai șade.
Deschide ciocul. Prada cade.
Și vulpea, înghițind-o, îl dăscălește: - Bade,
Lingușitorii-nu știi, se pare –
Trăiesc pe seama cui le dă crezare.
Dar lecția pe care o-învățași
O fi făcând cât boțul tău de caș! □
Înmărmurit, crocanul juratu s-a cumplit
Că n-o să se mai lase de-acum păcălit.*

¹ Chelcea, S. *Manipularea comportamentală: delimitări conceptuale*. În: *Manipularea în posttotalitarism / Mihai Șleahțișchi (coord.)*. Chișinău: Ed. GUNIVAS, 2008, p. 20.

Capitolul 3. FUNCȚIILE ȘI „AXIOMELE” COMUNICĂRII

3.1. FUNCȚIILE COMUNICĂRII

Primele preocupări legate de definierea funcțiilor comunicării s-au ivit în contextul retoricii antice. Aristotel, în *Retorica* sa (teorie a argumentării și persuasiunii) a întreprins o primă clasificare a *comunicării publice* ce poate îndeplini una dintre trei funcții: 1. *funcția deliberativă*, prin care discursul stabilește oportunitatea sau inoportunitatea unei acțiuni cu caracter public; 2. *funcția judiciară*, ce constă în argumentarea justiției unor fapte deja petrecute, pe care le aprobă sau le incriminează; 3. *funcția demonstrativă*, axată pe elogierea sau blamarea unor personalități, evenimente etc.

În discursurile moderne, funcția persuasivă (de a convinge) nu mai este predominantă. Discursul pornește de la o analiză a componentelor procesului de comunicare și identifică funcțiile acestuia. **Karl Bühler**, în *Teoria limbii* (1934), definește actul comunicării linguale prin analogie cu transmisia radiofonică (atunci la modă), ceea ce l-a determinat să adopte, pentru prima oară, termenii de *emițător*, *mesaj* și *receptor*. El constata că vorbirea poate fi concepută astfel: *expresie* (în raport cu emițătorul), *reprezentare* (în raport cu mesajul) și *apel* (în raport cu destinatarul). În consecință, el distinge funcțiile *expresivă*, *reprezentativă* și *apelativă*.

Roman Jakobson (1960) a completat schema tehnică a comunicării, elaborată de Shannon și Weaver, adăugând elemente noi. Propunem o variantă simplă a acestei scheme, în următoarea înfățișare:

EMITĂTOR (destinator)	context	RECEPTOR (destinatar)
	mesaj	
	Contact	
	Cod	

În varianta lui Jakobson, comunicarea verbală conține și noi funcții. Cele 6 funcții ale comunicării verbale se prezintă, schematic, astfel:

expresivă (emotivă)	referențială	impresivă (conativă)
	poetică	
	Fatică	
	Metalingvistică	

1. Funcția *expresivă* (emotivă) a comunicării constă în evidențierea stărilor interne ale emițătorului. Valorile emotive sunt redade prin *interjecții*, expresii de genul „*Doamne păzește*”, „*păcatele mele*”, *epitete* și multe alte *mijloace stilistice*, prin care sunt exprimate reacțiile și stările sufletești ale emițătorului, la contactul cu o anumită realitate.

2. Funcția *conativă* (persuasivă sau retorică) este îndreptată către destinatarul comunicării, de la care se intenționează a se obține un anumit tip de răspuns. Pe lângă interjecții expresive, există și alte forme verbale cu funcție conativă. Forma verbală conativă este modul imperativ, care prevede *ordine*, *porunci* etc. Ideea de funcție conativă nu reprezintă ceva absolut nou pentru teoria comunicării. În calitatea sa de artă a

discursurilor persuasive, retorica avea în vedere anume valorificarea potențialului conativ al comunicării interumane.

3. Funcția *poetică* e centrată pe mesaj. În limbajul științific, se accentuează conținutul mesajului, despre *ce* se vorbește, iar pentru limbajul poetic important este *cum* se spune. Mesajul științific accentuează ideea, conținutul, gândul exprimat în mesaj, adică *semnificatul*, iar cel poetic – aspectul verbal, modul de a fi exprimat, adică *semnificantul*.

Prezentăm un exemplu de text științific: „Dragostea, acel sentiment unic de euforie care determină oamenii să aibă un comportament irațional, a fost îndelung studiată. S-a analizat atent creierul în timp ce o persoană este îndrăgostită. Un studiu renumit aparține antropologului **H. Fisher**. Folosind rezonanța magnetică, a analizat mai mult de 3000 de scanări ale creierului, care aparțineau unui număr de 18 studenți recent îndrăgostiți. Imaginile indicau zonele din creier irigate de sânge. Când o parte a creierului este activă, se optimizează circulația sângelui spre acea zonă, pentru a furniza oxigen. (mai mult sânge înseamnă o acțiune mai intensă). Astfel, în funcție de zona în care acțiunea se petrece, neurologii pot spune cu exactitate care sunt cele mai importante substanțe chimice eliberate atunci când subiectul este îndrăgostit”. Exemplu de text poetic:

„N-o să mai iubesc”, zisese
Biata-mi inima naivă,
Dar văzându-te pe tine,
A căzut în recidivă.
Supărările iubirii
Sunt ca ploile cu soare:
Repezi, dar cu cât mai repezi
Cu atât mai trecătoare”.
(G. Topârceanu. *Catrene*)

Specificul (distanțele) textelor științifice și a celor poetice este descris de M. Dinu astfel: „Îndărătul cuvintelor dintr-un text științific se văd înțelesurile pe care ele ni le dezvăluie, pe când cuvintele unui poem sunt, în mare măsură, opace, ele reținând atenția cititorului asupra aspectului lor concret, ceea ce face ca orice încercare de a le înlocui cu sinonime să distrugă poeticitatea textului”¹.

4. *Funcția referențială* acoperă cealaltă latură a „reprezentării” (în sensul lui Bühler), dar pe lângă *referința* mesajului, ea vizează (în concepția lui Jakobson), și *situația* în care are loc transmiterea acestuia. Ideea de a trata împreună aceste două aspecte apare din intenția de a separa componentele *semantică* și *pragmatică* a mesajului.

5. *Funcția metalingvistică* se manifestă în acele cazuri când, în cadrul comunicării, se atrage atenția asupra *codului* utilizat. Sferei metalingvisticului aparțin: explicațiile care intervin și precizează *sensul*, în care trebuie înțeles un termen, *gesturile* care însoțesc mesajul, *tonul* (spre exemplu, binevoitor sau satiric) ș.a. sunt pentru receptor un fel de *cheie*, prin care poate fi *decodificat* mesajul.

6. *Funcția fatică* are în vedere caracteristicile *canalului* de comunicare și controlul bunei funcționări a acestuia. Spre exemplu, „alo”-ul, „da-urile” din timpul unei convorbiri telefonice exprimă doar faptul că unul dintre comunicanți este atent la spusele celuilalt și nu indică nimic privitor la interlocutori, mesaj și nici la cod. Ele marchează deschiderea canalului, ajută la stabilirea și menținerea stabilă a contactului dintre interlocutori.

O funcție asemănătoare o au *gesturile* sau *formulele de salut*. Multiple *semnale fatică* însoțesc comunicarea interpersonală. Ele reprezintă confirmări verbale sau prin

¹ Dinu, M. Op. cit., p. 97.

mişcări ale capului („da-urile din timpul unei conversații nu semnifică acordul receptorului cu emițătorul). Un important rol fatic îl are „jocul privirilor”, prin care se reconfirmă mereu păstrarea contactului.

Cele șase funcții pe care le-a definit Jakobson, coexistă, practic, în orice act de comunicare. Diferă de la caz la caz numai ierarhia lor de importanță, stratificarea rezultată constituind un criteriu de clasificare a evenimentelor verbale. În acest context, el sublinia: „Deși distingem șase aspecte fundamentale ale limbii, am putea totuși cu greu să găsim mesaje verbale care să îndeplinească numai o funcție. Diversitatea constă nu în monopolul uneia dintre aceste câteva funcții, ci în ordinea ierarhică diferită a funcțiilor. Structura verbală a unui mesaj depinde, în primul rând, de funcția predominantă”¹.

Unul dintre meritele acestui model al comunicării este acela că el are caracter universal, poate fi aplicat la toate modalitățile de comunicare și la cele *nonverbale*.

Cu deosebire de aspectele care lipseau la Bühler (cele legate de controlul canalului și de recursul la metalimbaj), au câștigat în însemnătate odată cu aprofundarea studiului non-verbalității de către cercetătorii din cadrul *Institute of Mental Research*, întemeiat în 1959, de către psihiatrii **Paul Watzlawick** și **Don D. Jackson** în localitatea Palo Alto, situată la câțiva kilometri, la sud de San Francisco.

3.2. AXIOMELE COMUNICĂRII

Paloaltiștii și-au organizat cercetările pe coordonatele fixate de **Gregory Bateson**. Ei au pornit de la următoarea idee: pentru a cunoaște profund mecanismele proceselor de comunicare, trebuie de studiat situațiile de comunicare *patologică*, adică în care acestea manifestă *dereglări* sau *blocaje*. Cercetările, care au fost întreprinse de paloaltiști în domeniul schizofreniei, le-au permis să formuleze câteva importante *principii* ale comunicării interumane (nominalizate de ei drept *axiome*), care vor fi prezentate mai jos. Pentru denumirea principiilor comunicării propuse de paloaltiști, le vom reda prin ghilimele, având în vedere că pentru ele nu prea se potrivește semnificația științifică riguroasă a termenului *axiomă*.

„**Axioma**” 1. „*Comunicarea este inevitabilă*” sau, într-o altă formulare, „*non-comunicarea este imposibilă*”. Acceptăm acest principiu, în sensul, că ființele umane nu pot exista fără a nu comunica. Însă, noi nu împărtășim ideea că orice comportament are o anumită valoare comunicativă, că *indiciile* (starea exterioară a oamenilor, percepută de oricine prin organele de simț), în orice situație, anume *comunică* (în sens plener al termenului). Poziția corpului, colorația obrazului, strălucirea sau opacitatea și orientarea privirii, expresia gurii și alte indicii, unele aproape insesizabile, ne oferă indicațiile necesare pentru a putea descifra, în unele cazuri, semnificația reală a stării psihice a anumitei persoane. Dar, aceste cunoștințe au fost obținute de acei din jur în bază practicii lor cognitive, dezvoltate pe parcursul vieții lor. În caz contrar, spre exemplu, am putea spune că și Soarele ne „comunică” căldură, iar față nebărbierită a vecinului meu (pe care, de regulă, îl întâlnesc bărbierit) îmi „comunică” că astăzi el nu a avut lecții la universitate.

E adevărat, după cum afirmă M. Dinu, că un observator atent nu va confunda o tăcere *admirativă* cu una *plictisită*, tăcerea *meditativului* cu cea a *mâniosului* aflat pe punctul de a exploda, tăcerea *stingherită* a celui ce nu știe ce să spună, cu cea *încăpățânată*, sfidătoare a omului care nu te consideră demn de un răspuns, tăcerea *primei întâlniri cu cea din sala de așteptare a tribunalului*, dinaintea pronunțării

¹ Apud, Ibidem, p. 98.

divorțului etc.¹. Dar, nu considerăm că aceasta ar fi rezultatul unei *autentice* comunicări. Tot ce emite semnale în jur, iar acestea sunt percepute și prelucrate de organele senzoriale și analizate de rațiune, nu comunică, în sensul deplin al termenului „comunicare”, ci există și acționează asupra mediului, indiferent dacă cineva percepe aceste semnale. Am mai remarcat faptul că *semnele și indicii*, pe de o parte, și *semnificația și semnificarea*, pe de altă parte, nu sunt identice. Iar principiul logic al *identității* interzice de a identifica diversitatea și a diversifica identitatea. Ne subscriem doar ca la o *metaforă* la cuvintele lui Freud că „cel care își ține buzele lipite, vorbește și cu vârful degetelor”.

„Axioma” 2. *„Comunicarea se desfășoară la două niveluri: informațional și relațional, cel de al doilea oferind indicații de interpretare a conținutului celui dintâi”.* Aceeași informație poate fi transmisă pe un ton amabil sau supărat, dar este clar că interacțiunea dintre emițător și receptor nu va continua în același fel, în ambele situații. Vorbitorii acordă planului relațional o importanță decisivă, iar dacă neînțelegerile de ordin informațional pot fi aplanate prin apelul la surse (cărți, dicționare, persoane competente etc.), cele ce se referă la relație, pot genera adesea conflicte. Atunci când subalternul îi aruncă șefului o privire răutăcioasă, iar ultimul a perceput-o, aceasta poate avea pentru subaltern, în viitor, consecințe neplăcute. Una dintre descoperirile cercetătorilor de la Palo Alto este tocmai aceea că relațiile încordate dintre interlocutori amenință comunicarea. Când mecanismele înțelegerii reciproce funcționează bine, atunci și perceperea și prelucrarea informației se produce mai rapid și mai efectiv.

„Axioma” 3. *„Comunicarea e un proces continuu, ce nu poate fi tratat în termeni de cauză-efect sau stimul-răspuns”.* Unele procese de comunicare se produc în formă de „spirală”. Watzlawick și colaboratorii săi, prin exemple simple, redau sensul acestei „axiome”. De pildă, un patron își supraveghează excesiv salariații, argumentând că altminteri aceștia comit greșeli, în timp ce ei se plâng că greșesc tocmai pentru că sunt prea insistent supravegheați. Efectul unei comunicări depinde de conținutul comunicărilor anterioare. Se comunică cu întregul trecut și cu atât mai mult, cu cât există și o intertextualitate a comunicărilor.

„Axioma” 4. *„Comunicarea îmbracă fie o formă digitală, fie una analogică”.* Termenii provin din cibernetică, unde un sistem este considerat *digital* atunci când operează cu valori *binare* („1” sau „0”, „da” sau „nu”, o statuie este ecvestră, adică călare, sau pedestră) și *analogic*, în cazul utilizării unei logici cu o *infinitate* de valori. Spre exemplu, la întrebarea colegului (care a lipsit de la lecție) „despre ce s-a vorbit la lecție?”, este dificil de a răspunde, folosind fraze doar cu alternative de tipul *da* sau *nu*, *înțeles* sau *neînțeles* etc. Tot preponderent analogice sunt și gesturile. E adevărat că unele dintre ele transmit o informație digitală (ca, de exemplu, confirmarea sau negarea prin mișcări ale capului), dar și în asemenea cazuri conotațiile ce însoțesc sensul de bază sunt rediate prin variații mult gradate ale parametrilor mișcării (amplitudine, viteză de execuție etc.), care joacă aici rolul intonației din cazul comunicării verbale.

„Axioma” 5. *„Comunicarea este ireversibilă”.* Orice comunicare, fiind receptată, produce un efect *ireversibil* ce nu poate repetat, în aceleași condiții, asupra celui ce a primit-o. Dacă recunoaștem oricărei comunicări capacitatea de a ne influența, vom putea afirma că, după fiecare act de comunicare, mesajele următoare, ce ni se adresează, află în noi un receptor diferit de cel dinainte. Orice act de comunicare este ireversibil tocmai în sensul că, odată produs, el declanșează un mecanism ce nu mai poate fi dat înapoi. După

¹ Ibidem, p. 100.

ce l-am ofensat pe interlocutor, zadarnic declarăm că „ne retragem cuvintele”. Efectul spuselor noastre s-a produs, iar scuzele sunt tardive, întrucât acum nu se mai adresează partenerului inițial de discuție. Aici se desprinde concluzia: să nu avem iluzia că vom reveni la mesajele transmise, că vom putea anihila efectele lor. Se recomandă a avea în vedere următoarea observație: *Căința ușurează sufletul, dar nu anulează natura ireversibilă a comunicării.*

„Axioma” 6. *„Comunicarea presupune raporturi de forță și ea implică tranzații simetrice sau complementare”.* În principiu, egalitatea participanților la interacțiune constituie una dintre condițiile comunicării eficiente. Afișarea superiorității, neacordarea dreptului la replică, snobismul comunicațional minează procesul de comunicare și îi diminuează valoarea socială și umană. Deci, realizarea unei egalități veritabile rămâne un deziderat, practic, irealizabil. Există două tipuri principale de interacțiuni: *tranzacționale* și *personale*. În cele dintâi, rolurile participanților rămân neschimbate pe întreg parcursul comunicării. Spre exemplu, profesorul și studentul (la curs), medicul și pacientul (la consultație), vânzătorul și cumpărătorul (la negocierea prețului), se mențin unul față de altul în raporturi fixe, ce elimină posibilitatea realizării egalității în comunicare.

Simetrice sunt actele de comunicare în care răspunsurile sunt de același tip cu stimulii: suspiciunea produce suspiciune, generozitate este urmată de generozitate etc. Valoarea simetriei depinde de parametrii psihologici la care se referă: e de la sine înțeles că nu la fel vor arăta comunicarea dintre doi oameni calmi și cea dintre două persoane supărate. Același lucru se poate afirma și relativ la complementaritate: stimulii și răspunsurile sunt de tipuri opuse. Comunicarea nu e ajutată de faptul că unul dintre participanți vorbește cu însuflețire, iar celălalt e apatic, dar poate fi influențată pozitiv, dacă iritării i se răspunde cu tact și calm.

„Axioma” 7. *„Comunicarea presupune procese de ajustare și acomodare”.* Am specificat faptul că semnificația cuvintelor se află în mintea vorbitorului, iar semnificantul (semnalul acustic sau optic) al semnificatului este doar un simplu stimul senzorial. El poate fi evocat receptorului numai în măsura în care acesta îl posedă deja. Unicitatea experienței de viață și verbale a fiecăruia om atrage după sine necoincidența sensurilor pe care locutori diferiți le conferă aceluiași cuvinte. Pentru ca, totuși, înțelegerea să se realizeze, este necesară o „ajustare” a sensurilor, al cărei studiu face obiectul *praxematicii*, disciplină lingvistică inițiată de **Robert Lafont**. Se știe ce loc ocupă disputele terminologice în tratativele politice, în confruntările dintre filosofi sau dintre teologi. *Să ne acordăm instrumentele* („*Accordons nos violons*”), spun francezii, când simt că cei din jur vorbesc fiecare pe „limba” sa. Ajustarea la care se referă „axioma” reprezintă tocmai acest *acordaj* indispensabil unei comunicări adevărate. El este cu atât mai dificil de obținut, cu cât interlocutorul ne este mai puțin cunoscut, cu cât între „repertoriile” noastre există deosebiri esențiale. Spre exemplu, conflictul dintre generații va rămâne probabil, cât lumea, o constantă a existenței umane. El depinde de mulți factori, dar unul, deloc neglijabil, este asimetria în ceea ce privește experiența de viață. Nu se poate ameliora comunicarea dacă nu se ține seama de diferențele dintre oameni, dacă nu se încearcă să se acomodeze cu codurile de exprimare ale celorlalți, cu deprinderile lor de a vorbi, adică, în termeni sociolingvistici, cu *idiolectul* lor. „Rodajul” (ajustarea) în prietenie și în relațiile conjugale constă, între altele, și în învățarea comportamentului comunicațional al partenerului, cu respectivele implicații ce decurg din aceasta (sub raport verbal sau non-verbal).

Capitolul 4. SUBTIPURI ALE COMUNICĂRII UMANE

4.1. COMUNICAREA UMANĂ NON-VERBALĂ

Omul, în procesul evoluției sale istorice ca specie biosocială, și-a creat modul de comunicare, *limbajul articulat*. Aceasta nu l-a împiedicat să continue utilizarea mijloacelor *non-verbale*. Deși pentru a comunica, organismul uman nu dispune de posibilități fizice comparabile cu cele ale unor animale (de exemplu, comunicarea luminoasă, electrică, ultrasonoră sau cromatică), ingeniozitatea umană a compensat „zgârcenia” naturii. Omul și-a creat sisteme și dispozitive artificiale, ce transmit astăzi informații, până și în cele mai îndepărtate colțuri ale lumii prin telecomunicații, ce asigură 24 de ore din 24, legăturile dintre sute de milioane de locuitori ai planetei.

Fiind inferiori în raport cu viețuitoarele care interacționează prin semnale de lumină (spre exemplu, licuriciul), oamenii au creat mijloacele tehnice de producere a luminii artificiale, care, începând cu străvechiul foc de semnalizare a pericolelor și sfârșind cu transmisiile prin fibre optice, și-au găsit aplicații minunate în comunicare.

În fond, omul este în stare să-și creeze mijloace, prin care să poată acționa asupra fiecărui organ senzorial prin semnale potrivite simțurilor respective. Spre exemplu, oamenii continuă să primească de la semenii lor „știri” prin semnale *cromatice*. Această formă de *semnalizare* rămâne a fi prezentă și, în general, necontrolată conștient, prin fenomene ca schimbarea culorii obrazului în cazul unor emoții puternice (de pildă, spaima, mânia sau rușinea) ori a unor boli (spre exemplu, hepatita care nu este unica diagnosticare prin semnale cromatice, în semiologia medicală).

Domeniul *semnificării* prin culoare s-a extins prin introducerea unor coduri explicite, ca în heraldică, în semnalizarea navală cu fanioane, în semaforizare sau chiar în asocierea dintre sentimentul național și culorile drapelului de stat, ori implicite, cum se întâmplă, mai cu seamă, în domeniul vestimentar, al artelor decorative, al machiajului.

Deseori întâlnim codificări cromatice în îmbrăcăminte. Culoarea veșmintelor ne permite să identificăm apartenența la o anumită categorie sau la un grup: a militarilor, călugărilor din diverse ordine religioase, membrilor sau suporterilor unor echipe sportive, persoanelor în doliu, miresei etc.

Posibilitățile de a comunica pe cale *chimică* sunt și ele limitate, dar importanța acestui canal rămâne mare, în ciuda repertoriului redus de semnale ce pot fi transmise prin intermediul lor. Această problemă nu s-a marcat prin interesul cuvenit din partea cercetătorilor, dar moartea în arenă a unor dresori de fiare sălbatice ca urmare directă a emisiei feromonilor de spaimă, prompt recepționați de animale, merită atenție. Tot semnale *olfactive* joacă un rol important în simpatia sau antipatia spontană pe care le resimțim, inclusiv, în atracția sexuală. Și aici, omul ajută natura prin producerea de epagine artificiale, feromoni atractanți de tipul parfumurilor și al altor cosmetice odorifere atrăgătoare.

De asemenea, importantă este și semnalizarea *sonoră* non-verbală. Potrivit rezultatelor obținute de A. Mehrabian circa 38% dintre semnalele („mesajele”) transmise în interacțiunile personale sunt de ordin vocal, fără a fi cuvinte. Ele aparțin fie parametrilor „muzicali” ai limbajului (timbrul, intonația, ritmul, pauzele, tonul, înălțimea, intensitatea vocii), fie repertoriului de sunete nearticulate pe care omul este capabil să le emită. Acestea din urmă îndeplinesc funcții diferite (de la „oftatul” expresiv și până la tusea semnificativă, ce semnalează necesitatea citirii mesajului într-o cheie deosebită).

Un loc aparte printre mijloacele de comunicare sonoră non-verbală îl ocupă *fluieratul*. El este bine cunoscut ca mijloc de codificate în sport, în activitatea poliției și în domeniul militar. Dar fluieratul s-a putut dezvolta ca limbaj alternativ, atunci când distanța dintre emițător și receptor era prea mare. O populație din insulele Canare are obiceiul de a conversa prin fluierături până la distanțe de cea 5 km.

Merită a fi menționată importanța deosebită pe care a dobândit-o la om, *comunicarea tactilă*. Deși statele avansate din lumea de astăzi nu sunt „societăți tactile”, atingerea dintre indivizi continua să reprezinte un însemnat liant social. Oamenii civilizați continuă să-și strângă mâna când se întâlnesc, îndrăgostiții contemporani, ca și cei de altă dată se îmbrățișează, iar mamele dezmierdă odraslele îndrăgite. *Stanley Jones* și *Elaine Yarbrough*¹ au încercat să clasifice funcțiile comunicării tactile, delimitând cinci clase principale:

1. *Atingeri care transmit emoții pozitive*. Mama care alăptează, adultul care mângâie un copil înlăcrimat pentru a-l liniști, șeful care te bate pe umăr spre a te încuraja (într-un moment dificil), omul care îți strânge mâna cu căldură dând astfel glas gratitudinii sale față de un gest făcut în favoarea lui, iubita sau soția care te sărută sunt numai câteva exemple de legături tactile ce exprimă sentimente afectuoase.

2. *Atingeri în joacă*. Înzestrate cu un pronunțat potențial metacomunicativ, acestea ușurează interacțiunea, fără ca, totodată, să angajeze răspunderea celui ce atinge pentru actul, adesea greu de consecințe, al atingerii. Dezmierdarea sau pălmuirea în glumă posedă cu totul alte conotații decât aceleași gesturi făcute cu toată seriozitatea, ceea ce nu înseamnă că ar fi lipsite de valoare comunicativă, ci doar că transmit altceva, de multe ori un sentiment de apropiere, de solidaritate camaraderească pe care marile gesturi „serioase” sunt mai puțin capabile să îl comunice.

3. *Atingeri „de control”*, vizând dirijarea comportamentelor, a atitudinilor sau, chiar, a sentimentelor persoanei atinse. Un mic semnal tactil îi poate atrage atenția interlocutorului să ne privească, după cum îl poate îndemna să se dea la o parte, să se grăbească sau, dimpotrivă, să stea locului.

În majoritatea cazurilor, atingerea de control implică o relație de dominare și, ca atare, ea nu poate fi efectuată decât unidirecțional. Persoana cu statut social mai înalt sau cea care joacă rolul superiorului în situația de comunicare dată este universal recunoscută, în toate culturile, drept mai îndreptățită decât cealaltă să își atingă interlocutorul. Muncitorul bătut pe umăr de patronul său se va simți, în general, flatat de această atenție tactilă, în timp ce același gest venit, de data aceasta, din partea celui dintâi va fi privit drept cel puțin deplasat. Nu trebuie să ne gândim prea mult pentru a putea răspunde la întrebarea: „Care dintre membrii cuplurilor profesor-elev, medic-pacient, polițist-delinvent, director-secretară are căderea să îl atingă pe celălalt?” (În cazul din urmă, componentei sociale i se adaugă specificul relației tactile bărbat-femeie, care este și ea pronunțat asimetrică: bărbatului îi este îngăduit să atingă femeile în cursul diferitelor activități zilnice, pe când atingerea bărbaților de către femei este pretutindeni interpretată drept o invitație sexuală. E ușor de observat că această a doua regulă e mai puternică decât prima, deoarece nu e suficient să fii șef pentru a-i putea atinge pe bărbații aflați în subordine, fără a fi bănuț de „hărțuire sexuală”).

4. *Atingerea „rituală”*. Cea mai cunoscută și mai frecvent utilizată este strângerea mâinii în semn de salut la întâlnire și la despărțire. Gestul are mai multe implicații decât

¹ A se vedea: Ibidem, p. 211-214.

pare și îmbracă nenumărate forme. Atitudinile de dominare, egalitate sau supunere sunt comunicate prin intermediul poziției mâinii celui ce inițiază gestul de salut, palma fiind orientată în jos, lateral în cel de al doilea și în sus în ultimul. Forța cu care se strânge mâna constituie și ea un parametru semnificativ: persoanele agresive îți trosnesc cu brutalitate degetele, în timp ce firile slabe, lipsite de voință, apatice, întind o mâna flască, fără vlagă, în stilul supranumit „pește mort”. Implicarea emoțională e subliniată prin participarea și a celeilalte mâini, care poate să colaboreze cu dreapta în prinderea în sistem „mănușă” a mâinii partenerului, ori să strângă antebrațul sau brațul acestuia într-o poziție cu atât mai înalta cu cât se dorește să se transmită un sentiment mai intens de apropiere, solidaritate sau compasiune. Oamenii politici practică stilul „mănușă” chiar și atunci când se afla la prima întâlnire, ceea ce între indivizii obișnuiți poate părea nepotrivit sau suspect, cel tratat astfel putând bănuși o intenție ascunsă în spatele acestui gest, prea cordial pentru un prim contact. Scuturarea mâinii e și ea prezentă în întrevederile oficiale. Se poate presupune că provine din străvechiul obicei al sărutului mâinii: atunci când ambii participanți încearcă să-i sărute mâna partenerului și, în același timp, se opun tentativei similare a acestuia, rezultatul este o mișcare ritmică de felul celei prin care astăzi se adaugă un plus de căldură gestului de bun-venit.

Răspândirea și însemnătatea socială a sărutului mâinii ca semn de considerație și supunere scade pe măsură ce ne deplasăm dinspre Orient, unde, încă din cele mai vechi timpuri s-a practicat și sărutarea picioarelor persoanelor sus-puse, către Europa Centrală și America, unde chiar tradiția ca bărbații să sărute mâna femeilor e practic dispărută, gestul fiind astăzi interpretat în termeni de agresiune sexuală. În schimb, sărutul pe obraz la întâlnirea dintre persoane apropiate este încă în uz. E drept însă că el tinde să se transforme într-o simplă atingere a pomeților opuși, „țocăitul” buzelor făcându-se în aer, obicei datorat probabil femeilor rujate care nu sunt dispuse să își deranjeze machiajul.

Firește, sărutarea pe obraz la întâlniri este o practică comună cunoștințelor apropiate, rudelor și îndrăgostiților, dar cei din urmă, se disting net de ceilalți printr-un detaliu ce ține de instinctul teritorial. Distanța fizică dintre doi oameni, care interacționează, se află într-o strânsă legătură cu tipul de relație ce s-a stabilit între ei. În acest sens, zona percepută drept cea mai intimă și în care condițiile de pătrundere sunt foarte strict „legiferate” este cea care se întinde pe o rază de cea 15 cm în jurul corpului nostru. Observând cu atenție modul în care se sărută pe obraz îndrăgostiții, pe de o parte, și persoanele apropiate (rude, prieteni), pe de alta, vom constata că, deși un contact fizic al epidermelor are loc în ambele situații, în cel de al doilea caz bazinele participanților se mențin, în timpul sărutului la distanța „canonică” de 15 cm, adică în afara zonei rezervate raporturilor de intimitate maximă.

Sărutul dintre îndrăgostiți a făcut, de altfel, obiectul unor cercetări speciale. **A. Kendon**, care a filmat în parcuri, cu camera ascunsă, comportamentul cuplurilor tinere a ajuns la concluzia că ritualul sărutului este controlat și dirijat de femeie, care, printr-o emisie nuanțată de semnale mimice stimulează sau descurajează tentativele de apropiere ale bărbatului. Acesta nu încearcă să își sărute partenera până când nu primește din partea ei „permisul de liberă trecere” reprezentat de așa-numitul *sourire fermé* („surâs închis”), o postura facială specifică în care sprâncenele se află în repaos, ochii sunt deschiși, iar gura închisă, cu buzele strânse, dintre care cea superioară e ușor retractată, ca în timpul unui surâs, de unde și denumirea expresiei. În schimb, atunci când ea încrunta sprâncenele, surâzând cu gura întredeschisă și își arată dinții, el nu are voie să o sărute. Dacă însă închide ochii, ridică sprâncenele și întredeschide gura, cu colțurile buzelor îndreptate

puțin în jos, este de așteptat să urmeze un sărut lung și pasionat, dovada că partenerul, care pare a avea inițiativa în acest domeniu, nu face decât să se supună invitațiilor sau comenzilor non-verbale ale iubitei).

5. *Atingerea în alt scop decât comunicarea propriu-zisă.* Ea poate îmbrăca o multitudine de forme, de la susținerea unei persoane care urcă sau coboară dintr-un vehicul, la atingerea frunții pentru a evalua temperatura unui bolnav, ori a încheieturii ca să îi luăm pulsul. Chiar dacă obiectivul urmărit este altul, în majoritatea acestor cazuri se transmit și informații afective, deoarece gesturile ce presupun contactul fizic implica mai întotdeauna și prezența unui sentiment, fie el pozitiv (grijă față de aproapele, respect, sollicitudine), fie negativ (ostilitate ascunsă sau fâțișă).

Canalul tactil își demonstrează superioritatea asupra celui olfactiv și prin posibilitatea de a se transmite prin intermediul său nu numai informație afectivă (exemplele de mai sus s-au referit la sentimente pozitive, dar e de la sine înțeles că și ura sau disprețul pot fi comunicate tactil, bunăoară prin palmuire sau prin diferite procedee ale luptei corp la corp), ci și orice altceva, cu ajutorul unui cod la fel de precis ca și scrisul. Nevăzătorii au astăzi acces la cunoștințele din toate domeniile și se pot dedica unei cariere științifice sau didactice: cunoscutul matematician rus L.S. Pontreaghin a predat topologia la Universitatea din Moscova, compozitorul Joaquin Rodrigo – istoria muzicii la cea din Madrid.

Inventarea scrierii pentru orbi e pusă în legătură, de obicei, cu numele profesorului francez **Louis Braille** (1809-1852), care a rămas de timpuriu fără vedere (urmare a unui accident din copilărie), dar se cuvine de relevat faptul că acesta doar a perfecționat sistemul propus de profesorul de caligrafie **Valentin Hauy** (1745-1822), autor al lucrării de referință *Essai sur l'education des aveugles*, Paris, 1786. Metoda Braille presupune o codificare binară a literelor și cifrelor, ideea fiind întrucâtva asemănătoare cu cea a vechii scrieri celtice. Originalitatea procedurii consta acolo în folosirea unui singur fel de semne, absența acestora contând drept semnul complementar. Similar, în alfabetul Braille, o mică proeminență practică pe o foaie rigidă și care poate fi „citită” cu ajutorul degetelor reprezintă unul dintre cele două elemente ale codului binar, cel de al doilea fiind lipsa semnului respectiv în poziția așteptată. Practic, fiecărei litere sau cifre îi sunt alocate câte 6 poziții dispuse sub forma unui dreptunghi cu baza mică orizontală.

Oricare dintre pozițiile marcate poate fi ocupată de o proeminență, realizându-se astfel, un număr de $2^6 = 64$ de combinații posibile, suficiente pentru codificarea literelor, a cifrelor, a semnelor de punctuație și a altor câtorva semne utile (Braille are, între altele, și meritul de a fi introdus o notație lesne de utilizat pentru partiturile muzicale).

4.1.1. COMUNICAREA GESTUALĂ

Primii teoreticieni care au subliniat importanța comunicativă a mimicii și a gesturilor au fost profesorii de retorică și marii oratori ai Antichității. În concepția lui **Cicero**, „gesturile sunt un limbaj pe care îl înțeleg și barbarii” și „ca atare, când vorbim în fața unui public, absolut toate mișcările sufletului trebuie însoțite de mișcări ale trupului”. El recomandă, de aceea, oratorilor să-și utilizeze toate resursele corporale, de la mișcări ale ochilor și degetelor, până la bătăi din picior în momentele culminante ale discursului. La rândul său, renumitul avocat, retor și pedagog **Quintilian** acorda atâta importanță efectului persuasiv al gesturilor încât a luat inițiativa de a întocmi, în scopuri didactice, un dicționar al semnificației acestora. De-abia în zilele noastre putem vorbi de o încercare de reînnoare cu acel îndepărtat început.

Noua eră a studiului gestualității debutează cu cercetările lui **Ray Birdwhistell**, care, începând cu cursul ținut la Universitatea din Toronto în anul 1944-1945, pune bazele unei noi discipline din sfera științelor comunicării: *kinezica*. Obiectul de studiu al acesteia îl constituie modalitățile de comunicare prin intermediul *gesturilor* și al *mimicii*.

Teza principală a lucrărilor lui Ray Birdwhistell de kinezică este că gestualitatea reprezintă un fel de instanță intermediat între cultură (în accepțiunea antropologică a termenului) și personalitatea umană. Mișcările trupului merită să rețină atenția sociologilor, în aceeași măsură, cu instituțiile sau cu alte forme consacrate de manifestare a interacțiunii sociale. Pornind de la o taxinomie socială simplă, în conformitate cu care societatea americană contemporană lui era alcătuită din trei straturi („clase”) principale, susținea că apartenența la una sau alta dintre aceste categorii determină un comportament non-verbal specific, și că, prin urmare, un observator avizat poate să deducă din mimica și gesturile unei persoane din care strat și, respectiv, substrat face parte aceasta. După orele de curs, în cuprinsul cărora, punându-și la contribuție remarcabilele aptitudini actoricești, le prezenta studenților particularitățile conduitelor non-verbale celor mai caracteristice, obișnuia să se deplaseze împreună cu ei la baruri sau discoteci, unde le cerea să recunoască statutul social al unor clienți bazându-se exclusiv pe interpretarea manifestărilor gestuale ale acestora. Demersul evidențiază perspectiva, în esență, behavioristă, împărtășită și de echipa de psihiatri de la *Mental Research Institute* din Palo Alto, potrivit căreia tot ceea ce ține de lumea lăuntrică a individului constituie o cutie neagră, inaccesibilă investigației și, ca atare, singurul lucru pe care îl poate face cercetătorul este să încerce să deducă, din aspectul *output-urilor* (reacțiilor), câte ceva din modul de funcționare a mecanismelor psihice care le-au provocat.

Tratarea foarte amănunțită a unor manifestări gestuale particulare l-a condus la dorința de a defini elementele minimale ale comunicării kinezece. Problema nu era deloc simplă, având în vedere multitudinea de ipostaze pe care le poate îmbrăca un același gest, fapt ce obligă la introducerea unor criterii de reducere a variantelor, chestiune cu care, câteva decenii mai devreme, se confruntaseră fondatorii fonologiei. În aceste condiții, apăsarea drept perfect naturală și legitimă adoptarea unui model de inspirație fonologică, ceea ce Birdwhistell a și încercat să realizeze în cartea sa *Introduction to Kinesics* din 1952. Terminologia folosită este relevantă în această privință. Unitățile gestuale elementare lipsite de semnificație sunt denumite *kineme*, prin asimilare cu fonemele, iar gesturile semnificative, analoge morfemelor din comunicarea lingvistică, poartă numele de *kinemorfeme*. Astfel, de exemplu, închiderea accidentală a unui ochi reprezintă un *kinem*, dar ea devine *kinemorfem* atunci când „*facem cu ochiul*”. Două gesturi diferite vor fi considerate drept variante ale unei aceleiași unități semnificative în cazul în care înlocuirea unuia cu celălalt nu modifică mesajul transmis și drept ipostaze ale unor invariante distincte, atunci când substituția afectează înțelesul comunicării. Așadar, în principiu, dar, cu regret, numai în principiu, repertorierea unităților de bază ale limbajului gestual s-ar putea face cu ajutorul unui procedeu analog celui pe care fonologii îl numesc *metoda comutării*. Practic însă, diversitatea formală cvasi-infinită și dificultatea definirii sensurilor mesajelor gestuale au făcut ca acest program ambițios să rămână în stadiul de simplu deziderat. Ca și în comunicarea teatrală, unde în urmă cu 2-3 decenii se mai spera încă să poată fi identificate unitățile de limbaj minimale, iluzie astăzi aproape total spulberată, fenomenele s-au dovedit și aici mult prea complexe pentru a suporta încadrarea procustiană în granițele rigide ale modelării fonologice.

Etapa sintezelor este, probabil, mai departe decât se credea; în schimb, se acumulează neconținut date noi, de natura să ofere o fundamentare mai temeinică viitoarelor concluzii.

O primă problemă ce se cere clarificată este aceea referitor la caracterului *arbitrar* sau *motivată* al *semnului gestual*. În ceea ce privește semnul lingvistic, *Ferdinand de Saussure* a atribuit acestuia statut *arbitrar*, principiu care se confirmă prin însăși diversitatea limbilor: odată ce e aceeași realitate, este desemnată în limbi diferite prin complexe sonore diferite, este clar că între cuvânt și lucrul pe care acesta îl denumește nu există o legătură naturală, ci o pură convenție. (E drept, că unele cercetări pun sub semnul îndoielii adevărul acestui principiu. În acest caz, este vorba de prezența, în limbă, a *formațiunilor onomatopeice*, al căror caracter imitativ le conferă un anumit grad de motivare, fără a face din ele simple reproduceri mecanice ale unor sunete naturale).

Dar care este, din acest punct de vedere, situația semnelor gestuale?

Pe de o parte, interpretarea diferită dată aceluiași gest în zone geografice diferite (desenarea unui cerculeț cu degetele mare și arătător unite la vârf înseamnă „O.K.” în America, „zero” în Franța, „bani” în Japonia ș.a.) și posibilitatea exprimării aceleiași idei prin gesturi neasemănătoare (în locul semnului de O.K., rusul ridică degetul mare în poziție verticală, francezul își duce la buze arătătorul și degetul mare unite la vârf, brazilianul își strânge între degete lobul urechii), pledează pentru prezența arbitrariului și în acest domeniu. Pe de altă parte, însă existența unor gesturi universale nu poate fi negată. Pe toate meridianele, nedumerirea se exprimă prin ridicarea din umeri, tristețea sau veselia sunt semnalate prin modificări fizionomice asemănătoare. Totuși, încercările de a găsi explicații biologice unor gesturi foarte răspândite nu reușesc întotdeauna, dovadă falsul argument al alăptatului invocat în literatura americană de specialitate pentru a se justifica exprimarea negației prin mișcări orizontale ale capului: tentativa sugarului sătul de a înlătura sânul matern, iar mai târziu lingura cu supă, s-ar fi transformat cu timpul în formă abstractă de comunicare a refuzului. Pentru cine cunoaște însă situația din zona balcanică, unde nu numai bulgarii, ci și turcii europeni și grecii din Macedonia confirmă gestul tocmai prin mișcarea menționată, este clar că, în ciuda aparenței ei naturale, explicația specialiștilor nu rezistă.

O altă problemă îndelung dezbătută, este cea a clasificării gesturilor. Majoritatea cercetătorilor iau drept punct de pornire raporturile gestului cu cuvântul. Încă din 1949, *H. Wespî* împărțea gesturile în *substitutive*, *completive* și de *însoțire* a discursului verbal. Astăzi se consideră că în relația cu planul lingvistic, comunicarea non-verbală poate îndeplini funcții de *accentuare*, de *completare*, de *contrazicere*, de *reglaj*, de *repetare* sau de *substituire*.

O clasificare mult citată este cea datorată cercetătorilor americani *Paul Ekman* și *Wallace V. Friesen*, potrivit căreia gesturile pot fi: *embleme*, *ilustratori*, *manifestări afective*, *gesturi de reglaj* și *adaptori*¹.

1. *Emblemele* sunt mișcările substitutive, ce țin loc de cuvinte și pot, la nevoie, să se constituie într-un limbaj de sine stătător. Așa se întâmplă în cazul surdo-mușilor, dar și în diverse alte situații, în care distanța prea mare dintre emițător și destinatar, suprapunerea unui bruij foarte puternic, aloglotia interlocutorilor, un tabu religios sau o convenție artistică împiedică recurgerea la cuvânt.

¹ Ibidem, p. 229-242.

Astfel, reprezentanții populației *Aranda* din Australia, posesori ai unui limbaj gestual alcătuit din peste 500 de mișcări semnificative, comunică, pe măsura creșterii distanței dintre ei, mai întâi cu ajutorul degetelor, apoi cu cel al mâinilor și, în fine, prin gesturi ample ale brațelor și înclinări ale părții superioare a corpului. Marea diversitate lingvistică a idiomurilor vorbite de unele triburi africane sau amer-indiene generează spontan dialoguri gestuale, ce nu sunt străine nici celor care, locuind într-un oraș vizitat de mulți străini, au fost puși măcar o dată în situația de a explica unui aloglot cum se ajunge în anumit loc.

Printre mișcările emblematică se află *pantomima*, spectacol teatral apreciat încă în Roma Antică. Acest gen de spectacol, romanii îl aveau în așa măsură încât, în vremea imperiului, pantomima a început să înlocuiască treptat, în preferințele publicului, teatrul vorbit și a ridicat limbajul gestual la un grad înalt de perfecțiune artistică. Reprezentațiile oferite de aceștia par să fi diferit însă, în cel puțin câteva puncte esențiale, de spectacolele moderne de pantomima.

Imboldul dat de filmul mut a determinat teatrul să reînnoiască tradiția spectacolelor de pantomima, domeniu în care a excelat renumitul interpret și pedagog francez *Marcel Marceau*.

a. *Bastoanele* sunt mișcări verticale ale mâinii menite să accentueze anumite cuvinte și să atragă atenția ascultătorului asupra elementelor esențiale ale discursului. Sunt larg folosite, mai ales, în comunicarea publică și sunt considerate, în general, drept *indicii* ale agresivității și dorinței de dominare, întrucât reprezintă o variantă stilizată a amenințării cu nuiua, practică, spre exemplu, în învățământ de câteva milenii.

b. *Pictografele* desenează în aer forma unor obiecte despre care se vorbește (minge, paletă de tenis, silueta unei doamne etc.).

c. *Kinetografele* descriu o acțiune sau o mișcare corporală pe care emițătorul socotește insuficient să o redea numai prin cuvinte. Se povestește, de pildă, cum cineva s-a frânt de mijloc la apropierea șefului și, pentru a „zugrăvi” mai convingător scena, se apleacă însuși într-un mod asemănător.

d. *Ideografele* descriu și ele o mișcare, dar, de data aceasta, una abstractă, mișcarea gândului propriu, traiectoria unui raționament. Urmărind „pas cu pas” desfășurarea logică a unei demonstrații, se fac gesturi, care să transpună în termeni spațiali mersul în etape al considerațiilor respective. Cursurile și prelegerile academice sunt mai întotdeauna însoțite de atari ideografe, ce nu-și găsesc o justificare exterioară, ci se explică numai dacă sunt privite ca incorporări gestuale ale unor evenimente din planul gândirii.

e. *Mișcările deictice* indică obiecte, locuri, persoane. Când se referă la acestea din urmă, ele pot produce iritare din partea celor vizați. Din acest motiv, recurgerea la ele este limitată de reguli de politețe (încă din primii ani de viață suntem învățați să nu arătăm cu degetul). Tabuul gestual nu este însă suficient de puternic pentru a bloca total mișcarea deictică și ea e preluată de alte componente corporale sau fizionomice, care o rafinează, dându-i o aparență mai puțin agresivă: chiar și adultului celui mai bine crescut i se întâmplă să indice o persoană printr-o mișcare deictică a privirii.

f. *Mișcările spațiale* descriu raporturile de poziție dintre obiectele sau persoanele despre care se vorbește. Nefăcând nici o referire la forma ori la deplasările acestora, ele se constituie într-o categorie distinctă de cea a pictografelor sau kinetografelor.

g. *Mișcările ritmice* reproduc cadența unei acțiuni. O propoziție ca: „M-a tocat, uite-așa, mărunț” poate fi însoțită de un gest rapid și repetat al mâinii, cu degetele strânse și îndreptate în jos ca pliscul unei ciocnitori.

h. *Ilustratorii emblematici* sunt embleme utilizate în prezența cuvântului căruia ele i se substituie în mod normal. Degetele arătător și mijlociu dispuse în formă de V reprezintă de mult timp (de când primul ministru britanic *Winston Churchill* le-a folosit pentru prima dată cu acest înțeles) semnul *victoriei*. Gestul constituie o emblemă numai atâta vreme cât cuvântul „victorie” nu e rostit. Când însoțește însă strigătul de biruință, aceeași mișcare este un ilustrator emblematic, la fel ca și semnul crucii însoțit de formula sacramentală.

3. *Gesturile de reglaj* dirijează, controlează și întrețin comunicarea. Funcția lor este expresivă și fatică, deoarece relevă atitudinea participanților față de interacțiune și oferă asigurări din partea receptorului privind continuitatea contactului, iar emițătorului îi permit să-și ajusteze, prin retroacțiune, parametrii enunțării, în funcție de reacțiile interlocutorului. Confirmarea „din cap” cu care îi sunt întâmpinate spusele îl încurajează pe vorbitor să „o țină tot așa”, în timp ce o grimasă abia perceptibilă, exprimând nemulțumirea sau îndoiala, îl poate determina să își reconsidere total strategia discursivă.

4. *Mișcările afective* exprimă (nu *comunică*, cum consideră unii autori) stările sufletești prin care trece emițătorul. În termenii lui Jakobson, funcția lor este emotivă și ele se prezintă precumpănitor sub formă de *indicii* și numai în subsidiar ca semnale. „Omul abătut merge cu umerii căzuți și capul plecat, având întipărită pe față o expresie de amărăciune, fără intenția de a-și dezvălui starea, ci numai supunându-se spontan unei reguli universale de corespondență psihosomatică, potrivit căreia aspectul exterior tinde să urmărească îndeaproape avatarurile interiorității”¹. Trebuie de menționat, că exteriorizarea *liberă* a emoțiilor este însă adeseori îngădită de „cenzura” socială și personală. Societatea nu-și încurajează membrii să-și manifeste durerile în public prin hohote de plâns ori gesturi de disperare, ci, dimpotrivă, îi învață să se abțină de la acele expresii ale suferinței proprii care i-ar putea deranja pe ceilalți. Cu cât o cultură este mai veche și guvernată de reguli mai stricte, cu atât gradele de libertate ale manifestării publice a sentimentelor sunt mai reduse. Spre exemplu, reprezentanților aristocrației britanice sau nipone le sunt îngăduite mult mai puține exteriorizări ale unor sentimente violente decât membrilor unor societăți caracterizate printr-o codificare comportamentală mai redusă.

Grija față de aproapele, dar și teama de autodemascare pot sta la baza inițiativelor individuale de falsificare a informației afective. Acestea se manifestă, de regulă, în trei forme diferite: a. *inhibarea reacției*; b. *exagerarea reacției*; c. *mimarea reacției contrare*.

Blocarea pornirii de a-ți dezvălui stările lăuntrice prin mișcări afective constituie, probabil, modalitatea cea mai răspândită de ascundere a reacțiilor emoționale. Dar nu toți parametrii fizici sunt la fel de ușor de stăpânit. Ne putem controla mușchii feței și, în același timp, să ne dăm în vileag sentimentele prin indicatori corporali rămași nesupravegheați tocmai din cauza atenției acordate celor dintâi. *S. Freud* spunea (considerăm, metaforic, cum deja am comentat mai sus alt citat al cunoscutului psihiatru): „Cel care are ochi de văzut și urechi de auzit constată că muritorii nu pot ascunde nici un secret. Cel ale cărui buze tac, pălăvrăgește cu vârful degetelor, se trădează prin toți porii”.

O analiză mai atentă evidențiază faptul că nici controlul facial nu poate fi perfect. *E.A. Haggard* și *K.S. Isaacs* au demonstrat în mod experimental existența a ceea ce ei numesc *expresii faciale micromomentane*, reacții afective de durată extrem de mică, produse ca efect al spaimei sau surprizei și care sunt atât de prompt reprimite încât nu pot

¹ Apud, Ibidem, p. 235.

fi sesizate cu ochiul liber. Filmarea cu viteză sporită și proiectarea ulterioară cu încetinitorul a mimicii unor persoane confruntate cu situații neașteptate a permis punerea în evidență a unor expresii ce reprezintă reacția sinceră, necontrafăcută, la evenimentele respective, dar care nu durează decât circa 0,02 secunde, după care subiectul își inhibă brusc manifestarea afectivă spontană din primul moment.

Simularea stării contrare poate avea la bază delicatețea sau orgoliul, după cum este vorba de o încercare de a-i menaja pe ceilalți, ascunzându-le un fapt ce i-ar putea afecta, ori de manifestările de mândrie ale celui ce nu suportă să fie compătimit.

Cunoașterea înțeleșurilor diferitelor mișcări afective datorează experienței multimilenare a artelor spectacolului. Din acest punct de vedere, teatrul a reprezentat un veritabil laborator de cercetare a gestualității, dar și a comunicării interumane, în general. Un cercetător contemporan al fenomenului teatral îl caracteriza drept „o comunicare despre comunicare realizată prin intermediul unei comunicări”. Definiția se justifică prin faptul că spectacolul dramatic ne vorbește despre trăsăturile proceselor comunicaționale cu ajutorul comunicării către spectatori a conținutului comunicării dintre personajele piesei de teatru.

Recunoaștem aici, cel puțin, două acte comunicative distincte: comunicarea *internă* dintre eroii de ficțiune întruchipați de actori și comunicarea *externă*, prin care mesajul piesei ajunge la conștiința publicului. Rațiunea spectacolului, rezidă în aceasta din urmă, dar ea nu e posibilă fără cea dintâi. Cele trei categorii de participanți la actul de comunicare, *personajele piesei*, *actorii* și *spectatorii*, prezintă un complex de raporturi uni- sau bidirecționale. Astfel, comunicarea dintre personaje apare drept indispensabilă, întrucât ea constituie însăși substanța textului dramatic. Comunicarea personajului cu actorul care îi dă viață și cu spectatorul cărui i se adresează este principial necooperativă, deoarece ultimii nu dispun totuși de posibilitatea de a-l însufleți în vreun fel pe cel dintâi.

Oricum, relația comunicativa de bază rămâne cea dintre personaje și spectatori, iar eficiența ei depinde, în mare măsură, de mijloacele kinezice și proxemice la care apelează interpretii. Indicațiile scenice datorate autorului însuși, constituie o veritabilă partitura verbală a comportamentului non-verbal al actorului.

Dar, oricât de minuțios ar trata dramaturgul kinezica spectacolului, actorul rămâne suveran în exprimarea prin *mișcări afective* a trăirilor personajului. El poate fi considerat și cel mai vechi cercetător al domeniului, fiindcă profesiunea l-a obligat să analizeze comportamentul mimico-gestual al semenilor săi, pentru a-și subordona jocul de scenă unui cod al expresiei faciale și corporale accesibil publicului în condiții socio-istorice și culturale determinate.

Ultimele decenii au modificat în mod radical optica oamenilor de teatru asupra rosturilor gestualității. După ce timp de secole gesturile au fost tratate, în spiritul observației lui Cicero, drept simple *însoțitoare* ale discursului verbal (de multe ori redundante în raport cu conținutul informațional al acestuia), ele au început să-și făurească un statut independent.

5. *Adaptorii* constituie clasa de gesturi cea mai puțin legată de comunicare. Ea include mișcările ce răspund unor necesități umane și pot fi efectuate atât în prezența, cât și în absența observatorilor. Sub numele de *alter-adaptori* sunt cunoscute gesturile de manipulare a obiectelor într-un scop practic: cusutul, bătutul la mașină, maturatul și toate celelalte mișcări pe care le presupune îndeplinirea unei munci manuale. *Auto-adaptorii* se referă la nevoile propriului nostru trup și ei pot satisface trebuințe de îngrijire, curățenie sau orice alte necesități trupești, de la cele excretorii până la cele autoerotice.

Gesturile din familia *alter-adaptorilor* dobândesc valoare comunicativă atunci când sunt efectuate în scop didactic („Iată, așa se mânuiește coasa!”). Altminteri, ele pot transmite informații despre cel care le săvârșește numai în calitate de indicii, nu și de semnale. Putem astfel să deducem din ele nivelul de competență, de îndemânare sau trageră de inimă a „emițătorului”, fără ca acesta să fi dorit să ne transmită mesajele respective.

Cât privește *auto-adaptorii*, regulile vieții sociale limitează serios (atunci când nu interzic chiar cu totul) manifestarea lor în public. Sunt total interzise gesturile auto-adaptive considerate indecente, iar unei bune părți a celorlalte li se estompează trăsăturile, în speranța de a le face să treacă neobservate. Spre exemplu, în prezența unor persoane străine, unele gesturi le efectuăm în alt mod, decât când suntem singuri sau în anturajul obișnuit (ne suflăm nasul mai discret decât în singurătate, evităm pieptănatul sau alte gesturi de toaletă).

O poziție aparte o ocupă așa-numiții *adaptorii obiectuali*. Ei reprezintă gesturi care fac uz de obiecte, dar nu în scopul căruiia îi sunt destinate acestea. Pixul nu a fost confecționat pentru a bate cu el în masă, ori pentru a-i ține coada în gură și totuși mulți îi dau asemenea întrebuințări. Jocul cu un obiect aflat la îndemână (pipa, brelocul cu chei etc.) produce un efect de liniștire întrucâtva similar cu cel al sugerii pixului, chiar dacă motivația nu este la fel de clară, în aceste cazuri, ca în cel din urmă (unde obiectul de scris apare, fără dubiu, ca un substitut al mijloacelor de calmare).

Cercetătorii sunt unanimi în a-i recunoaște *privirii* statutul de cel mai important mijloc de transmitere a semnalelor non-verbale. Atât calitatea de dezvoltatori ai stărilor interioare (ochii – „oglinda sufletului”), cât și puterea de influențare a sentimentelor și voinței (este de ajuns să ne gândim la efectele atât de spectaculoase ale hipnozei) asigură ochilor o poziție privilegiată, deopotrivă ca emițători și ca receptori de semnale interpersonale.

Forța recunoscută a privirii limitează dreptul de a o folosi oricum și oricât, societatea stabilind reguli nescrise de restrângere a libertății privitorului. Studii minuțioase au pus în evidență faptul că durata medie a privirii aruncate unei persoane necunoscute trebuie să fie de 1,18 secunde pentru a nu fi interpretată ca un act de agresiune. Privirile insistente majorează această valoare medie la 2,95 secunde și ele pot irita până a da naștere unei riposte violente.

Dacă pe durata unei conversații participanții se privesc, în general, cam jumătate de timp, îndrăgostiții o fac în schimb mult mai mult decât atât, semn că persoana interlocutorului îi interesează în mai mare măsură decât conținutul spuselor sale. (E drept că și oamenii aflați pe punctul de a sări la bătaie se privesc în ochi vreme îndelungată, dar aici semnificația gestului e cu totul alta: privirii i se atribuie valențe de franchețe și curaj, ceea ce antrenează concluzia că cel care pleacă primul ochii și-ar demonstra prin aceasta falsitatea sau poltroneria. Există, de altfel, un criteriu obiectiv pentru distingerea între privirea insistentă încărcată de simpatie sau dragoste și cea care denotă ostilitate: evoluția dimensiunilor pupilei).

Se știe că diametrul pupilei este variabil pentru a permite reglajul fluxului luminos ce ajunge la retină, în condițiile unei intensități adesea foarte diferite a luminii ambiante. Când însă privim pe cineva plasat într-un context spațial de intensitate constantă, mărirea pupilei nu rămâne, cum ne-am așteptat, neschimbata, ci ea suferă modificări legate de sentimentele pe care le încercăm în legătură cu persoana respectivă. Spre exemplu, îndrăgostiții care se privesc în ochi, se stimulează reciproc urmărindu-și

dilatarea progresivă a pupilelor. Dimpotrivă, adversarilor care se înfruntă, li se contractă pupilele, ceea ce justifică expresia „1-a privit cu niște ochi mici și răi”. Atracția, interesul, pofta pot produce creșteri spectaculoase ale mărimii pupilelor.

În viziunea unor cercetători, funcțiile mai importante ale comunicării vizuale ar fi următoarele:

1. *Cererea de informație*. Privirea joacă un rol determinant în realizarea legăturii retroactive, ea constituind principalul mijloc de reglare a interacțiunii. Uneori doar prin privire se pot pune întrebări, fără a rosti și cuvinte. Spre exemplu, la examen, profesorul a găsit în banca studentului o fițuică, se uită în ochii studentului, iar acesta, fără ca profesorul să mai spună ceva, înțelege, că trebuie să dea un răspuns.

2. *Informarea altor persoane că pot vorbi*. Într-o comunicare de grup, selectarea vorbitorului următor poate fi făcută pe căi verbale sau prin orientarea deictică a privirii. De pildă, înainte de a învăța numele elevilor, profesorii folosesc curent procedeul de a le da cuvântul „din ochi”. Fără a-i spune nimic, învățătorul așteaptă răspuns de la un elev anume.

3. *Indicarea naturii relației*. Sentimentele pozitive sau negative sunt transmise prin intermediul privirii. Dar orientarea și durata acesteia se pot asocia nu numai cu interesul sau ostilitatea, cu dragostea sau ura. Ele pot semnala și existența unui raport social de un tip anume: în spațiul cultural european, emițătorul își privește partenerul de dialog mai mult decât o face receptorul, însă lucrurile se pot inversa în cazul șefilor care caută să își domine subalternii privindu-i insistent în timp ce le vorbesc și, dimpotrivă, evitând să-i urmărească cu privirea când aceștia iau cuvântul, pentru a sublinia că nu acordă mare importanță opiniilor lor.

4. *Compensarea distanței fizice*. Interceptarea privirii cuiva aflat la distanță, într-un loc aglomerat, ne face să ne simțim mai apropiați de el, chiar dacă, practic, rămânem departe unul de altul. În paralel cu proxemica corporală, la care ne-am referit, privirea instaurează așadar și o proxemică vizuală, ce poate intra în contradicție cu cea dintâi. Înconjurat de o mulțime de oameni care îți sunt mai mult sau mai puțin indiferenți, poți întreține o relație strânsă cu o persoană aflată în celălalt colț al unei săli, exclusiv prin mijlocirea privirii.

De natura relației depinde și amplasamentul punctului către care ne ațintim privirea. Într-o convorbire oficială, se vizează, în cea mai mare parte a timpului, un loc situat în mijlocul frunții interlocutorului. O conversație amicală coboară „punctul ochit” undeva între ochi și gură. În dependență de situații, educație, tradiții etc., contactele vizuale pot avea diverse orientări spațiale.

4.2. COMUNICAREA VERBALĂ

4.2.1. COMUNICAREA VERBALĂ ORALĂ

Comunicarea verbală este forma principală a comunicării interumane și reper teoretic pentru analiza altor forme ale comunicării.

În psihologia cognitivă s-a stabilit că există, cel puțin, șase proprietăți ale unei limbi, utilizarea unor mijloace organizate de combinare a cuvintelor în scopul de a comunica¹:

¹ A se vedea: Rusu, El.-Cl. *Psihologie cognitivă*, Ediția a II-a. București: Ed. Fundației România de Măine, 2007, p. 228.

1. Limba ne permite să comunicăm cu unul sau mai mulți oameni care ne împărtășesc limba.

2. Limba creează o relație arbitrară între un simbol și referentul său – o idee, un lucru, un proces, o relație sau o descriere.

3. Limba are o structură regulată; numai secvențele specifice ale simbolurilor (sunete și cuvinte) au sens. Secvențe diferite cer sensuri diferite.

4. Structura limbii poate fi analizată pe niveluri multiple (ex. fonemic și morfematic).

5. În ciuda limitărilor impuse de structură, utilizatorii limbii pot produce noi expresii; posibilitățile de a genera expresii noi sunt virtual nelimitate.

6. Limba evoluează continuu.

Limba presupune *comprehensiunea verbală* (capacitatea de a înțelege stimulul lingual, scris și vorbit, precum cuvintele, propozițiile și frazele) și *fluența verbală* – capacitatea de a produce un output lingvistic.

Pentru înțelegerea aspectelor ce țin de particularitățile comunicării verbale, orale și scrise trebuie de avut în vedere, între altele, mecanismele *neurofiziologice* (specifice ființei umane și absente la indivizii animalii), ce asigură funcționarea limbajului. Cercetările de natură neurofiziologică permit realizarea și perfecționarea programelor de intervenție, metodele, tehnicile, instrumentele, ce asigură obținerea rezultatelor importante în ceea ce privește corectarea tulburărilor de limbaj și a disfuncțiilor legate de comunicare care decurg din acestea.

Funcționarea limbajului are la bază mecanisme nervoase reflexe. Acest proces începe întotdeauna cu stimularea neuronilor *eferenți* (motorii) sub influența impulsurilor *afereente* (auditive, vizuale, kinestezice, tactile etc.) la nivelul scoarței cerebrale. Neuronii verbo-motorii stimulați trimit impulsuri spre musculatura organelor verbale, care realizează respirația, fonația și articulația sunetelor verbale.

Controlul și reglarea mișcărilor complexe efectuate de variatele organe și segmente ale aparatului verbal periferic se realizează pe baza semnalelor trimise de centrii nervoși corticali pe calea „aferenției inverse” (conexiunii inverse sau retroacțiunii), despre modalitatea de execuție a mișcărilor verbale. Aferența inversă cuprinde impulsuri nervoase variate care circulă mai ales pe canalul auditiv, dar și pe alte căi. De o mare importanță sunt impulsurile aferente proprioceptive (kinesteziile verbale), care apar în urma contracției mușchilor verbali și ajung la cortex. Toate aceste semnale aferente inverse se confruntă cu „modelul” mișcărilor verbale învățate (acceptorul acțiunii) și dacă mișcarea efectuată (adică rezultatul acțiunii) nu coincide cu modelul, centrul nervos trimite impulsuri aferente.

Cercetările de neurofiziologie a limbajului au pus în evidență un localizaționism dinamic și diferențial, după cum urmează:

1. Actul vorbirii reclamă zonele motorii din lobul frontal („centrul Broca”) și zonele adiacente). **Pierre Broca** (1824-1880), în anul 1861, a demonstrat că în emisfera stângă a creierului există o arie care contribuie la vorbire, ce astăzi poartă numele „aria Broca”. Această arie a fost identificată în lobul frontal stâng și este răspunzătoare de procesul *articulării* cuvintelor, de elaborarea lor și de înțelegerea constructelor gramaticale. Ca urmare a lezării acestor zone, se ajunge la o afazie expresivă ce constă în subminarea capacității subiectului de a produce independent limbajul oral. Este interesant că oamenii care prezintă leziuni în aria Broca, nu pot vorbi fluent, dar își pot folosi vocile pentru a cânta și striga.

2. Pentru percepția limbajului oral sunt solicitate zonele auditive din lobul temporal („centrul Wernicke”). Cercetător german **Karl Wernicke** (1848-1905) a studiat pacienți cu probleme de limbaj și a atribuit limbajul verbal emisferei stângi. El a descoperit în anul 1874 că leziunile produse într-o anumită arie cerebrală, determină afazia receptivă; astăzi ea poartă numele „aria Wernicke”. Această arie răspunde de blocarea porțiunii posterioare și inferioare din lobul temporal stâng și este „interesată” în funcționalitatea *înțelegerii* și *elaborării* vorbirii – prin transformarea notelor perceptivă și de gândire în elemente de *semnificație* a cuvintelor (afazia Wernicke). Persoanele cu afazie Wernicke nu pot comunica, au un deficit de elaborare a vorbirii, dar și un deficit de înțelegere a acesteia. Aceștia nu pot să scrie și să citească, nu au cum să comunice cu semenii lor. Afazia senzorială, rezultată din lezarea acestor zone, duce la tulburarea decodificării în recepția vorbirii celor din jur.

3. Actul citirii antrenează zonele primare și asociative din lobul occipital și a celor motorii și vizuale din lobul frontal. Tulburările de lectură rezidă din leziuni la nivelul acestor zone;

4. Scrierea (reproducerea semnelor grafice) este legată de zonele motrice din lobul frontal. Trebuie subliniat că nu orice tulburare de limbaj este localizată în zonele menționate mai sus. Spre exemplu, în unele cazuri de cecitate (orbire), surdo-cecitate, unele zone menționate mai sus nu funcționează și totuși activitatea verbală se realizează.

În general, se consideră că majoritatea funcțiilor verbale sunt localizate în emisfera dominantă (stânga pentru dreptaci, dreapta pentru stângaci). Se citează însă și cazuri de bilateralitate, în care funcțiile limbajului rezultă din emergența ambelor emisfere. Merită reținută marea variabilitate individuală a bazei neurofiziologice aferente limbajului. Numai zonele mari sunt identice la mai mulți indivizi, elementele de detaliu variază în limite apreciabile (de exemplu, leziuni având aproximativ aceeași localizare și întindere dau – în planul limbajului – efecte perturbatoare diferite).

Neil R. Carlson (1991) a adunat datele existente despre cele două arii de când au început să fie studiate și a ajuns la concluzia că acestea sunt inseparabile, fiind aflate în interconexiune în substanța albă care trece prin lobul parietal inferior. „Acest bloc neuronal este absolut necesar pentru recunoașterea cuvintelor rostite (limbajul vorbit), înțelegerea și elaborarea structurii gramaticale și articularea cuvintelor. Se înțelege că aceste arii nu pot funcționa izolat: recunoașterea cuvintelor este o latură, un aspect al procesului, iar înțelegerea o altă latură. În același timp, trebuie înțeleasă și cealaltă parte a comunicării: articularea cuvintelor este parte a procesului, exprimarea fluentă se realizează când articularea este posibilă. Comunicarea înseamnă, de fapt, un *bloc verbal*, un *bloc auditiv*, un *bloc de percepere a mișcărilor* (secvențe motrice), un *bloc de percepere vizuală* (când apare scris/cititul), dar și un fel de supervisor al *înțelegerii* care depinde de existența *memoriei*. Aceste *elemente mnezice* se referă la denumiri de obiecte, acțiuni, dar și la relațiile complexe din realitate”¹.

De rând cu mecanismele neurofiziologice, există factori de ordin psihologic, care asigură realizarea actelor comunicaționale.

Psiholingvistica este știința care se ocupă cu studiul psihologic al limbajului, cu analiza mecanismului psihic al acestuia, disciplină care cercetează limbajul ca pe o formă de manifestare a psihicului uman.

¹ Ibidem, p. 63.

Particularitățile subiecților umani sunt în strânsă legătură cu *codarea* și *decodarea* semnalelor, adică cu maniera în care ia naștere actul de comunicare.

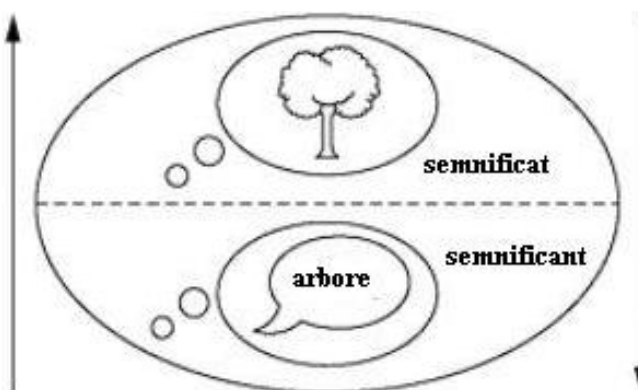
Am remarcat anterior că comunicarea prin limbajul articulat se realizează prin finalitatea celor două aspecte, *emiterea* și *receptarea*. Interlocutorii trebuie să manifeste încercarea de adaptare la necesitățile comunicării. Prima condiție este cea de folosire a unui cod comun (o limbă comună), ținând însă seama de faptul că limba devine o manifestare concretă în faptul lingvistic individual – mesajul, care este rezultatul selecției și combinării lexicale individuale. În fond, există condiții psihice generale, care participă la realizarea procesului de comunicării prin limbaj: *intențiile* și *dorințele* comunicanților, obținerea *comportamentelor dorite*, *atenția*, ce asigură *reglajul* actelor sau activităților interlocutorilor, *voința*, ca formă superioară de reglaj psihic a proceselor, determinate de *motivele comunicării*, *atenția*, *memoria* de scurtă și de lungă durată etc.

Printre problemele de ordin lingvistic se află distincția dintre *limbă* și *vorbire*, fără de care nu poate fi înțeleasă esența comunicării nu numai verbale, dar a comunicării, în general. Pentru lingvistul genevez **Ferdinand de Saussure** (1857-1913), limba constituie un sistem de semne (existent în mod virtual în conștiința unei comunități umane), determinate, sub forma unui ansamblu de reguli și convenții acceptate de membrii societății, care le permite acestora manifestarea facultăților limbajului. În viziunea lui Saussure, actualizarea limbii (*langue*) se produce sub forma vorbirii (*parole*), ce constituie latura concretă, de manifestare practică a posibilităților linguale ale indivizilor. În prelegerile sale *Curs de lingvistică generală*, Saussure, *de facto*, a exclus atât subiectul vorbitor, limba fiind independentă de individ, cât și orice formă de context, care nu ar avea un alt loc decât într-un studiu aparte al *lingvisticii vorbirii*. Din această concepție saussuriană, constată specialiștii, s-a „născut”, mai târziu, *teoria codului*.

Semnul lingvistic, în concepția lui Saussure, reprezintă o entitate ideală *binară*, alcătuită din *semnificat* (*concept* ce corespunde unui obiect, spre exemplu, *arbore*) și *semnificant* (*imaginea acustică* a obiectului, același *arbore*). Fr. de Saussure spunea clar că semnul lingvistic nu unește un lucru și un nume, ci un *concept* și o *imagine acustică*: „Semnul lingvistic nu unește un lucru și un nume, ci un concept și o imagine acustică. Aceasta din urmă nu este sunetul material, lucru pur fizic, ci amprenta psihică a acestui sunet, reprezentarea pe care ne-o dă mărturia simțurilor noastre; Ea este senzorială și o numim „materială” numai în acest sens și în opoziție cu celălalt termen al asocierii, conceptul, în general mai abstract”¹. Schematic, aceasta poate fi redată astfel:

Unitatea dintre *semnificat* și *semnificant* este inseparabilă, considera Saussure, aidoma celor două pagini ale unei coli de hârtie.

Materialele originale din *Scieri de lingvistică generală* confirmă poziția filosofică și lingvistică a savantului (prezentată de discipolii lui Fr. de Saussure în *Curs de lingvistică generală*). Saussure scria: „Dualismul profund care scindează limbajul nu rezidă în dualismul sunet – idee sau fenomen vocal – fenomen mental;... și



¹ Saussure, Fr. *Scieri de lingvistică generală*. Iași: Ed. Polirom, 2003, p. 85.

nicidecum în dualitatea faptului „fizic” reprezentat de sunet în opoziție cu faptul „mental” reprezentat de semnificație. Avem, așadar un prim domeniu, interior, psihic, unde există și semnul, și semnificația, unul indisolubil legat de cealaltă; și mai avem un al doilea domeniu, exterior, unde nu mai există decât semnul, dar în acest moment semnul, redus la o succesiune de unde sonore, nu mai merită, în opinia noastră, decât numele de figură vocală”. „Este așadar absolut iluzoriu să stabilim vreo opoziție între semn și semnificație, ce reprezintă două forme ale aceluiași concept spiritual, dat fiind că semnificația nu există în absența unui semn, ea nefiind decât experiența inversă față de semn, așa cum nu putem decupa o foaie de hârtie fără a tăia ambele fețe ale hârtiei din aceeași mișcare a foarfecelui”¹.

Mai târziu, începând cu apariția *Introducerii în lingvistică* (1951), E. Coșeriu a demonstrat că *unica realitate concretă* a limbii o constituie vorbirea individului uman, iar limba este sistemul de *izoglose* (invariante linguale), ce aparține unei comunități de vorbitori. Coșeriu scria că, în formă concretă „nu există *limbi*, ci numai *acte lingvistice* de expresie și comunicare, diferite de la un individ la altul și diferite, de asemenea, la același individ în funcție de circumstanțe. Nici un semn lingvistic nu are exact aceeași formă și aceeași valoare (semnificat) la toți indivizii care îl utilizează și în toate momentele când este folosit. În limbaj există identitate între intuiție și expresie, deoarece fiecare individ care vorbește exprimă integral, pentru sine însuși, conținuturile conștiinței sale, dar nu există identitate între expresie și comunicare, între expresie și receptare, între expresia unui individ **A** și intuiția pe care același lucru o produce la individul **B**. Fiind întotdeauna expresie a unei intuiții inedite și unice, actul lingvistic este act de creație, act singular care nu reproduce exact nici un act lingvistic anterior și care, numai prin limitele pe care i le impune necesitatea intercomunicării sociale, „seamănă” cu acte lingvistice anterioare, aparținând experienței unei comunități. Adică, actul lingvistic este, prin natura sa, act eminent individual, însă determinat social prin însăși finalitatea sa, care este aceea de „a spune cuiva ceva despre ceva”². Orice individ „crează acte lingvistice după modele pe care le păstrează în memoria sa, altfel spus, recrează acte lingvistice anterior experimentate și, recreându-le, le modifică într-o anumită măsură în forma lor ori conținutul lor sau, de asemenea, în ambele aspecte”³. Conceptul general de limbă („limba în general”), consideră E. Coșeriu, este o abstractizare a noastră. O limbă nu este decât „ansamblul de acte lingvistice practic identice ale unei comunități de indivizi, un sistem de izoglose stabilit convențional, care însumează ceea ce este comun expresiilor unei comunități sau chiar unui singur individ în epoci diferite”⁴. Limba „se manifestă și ca ansamblu de acte lingvistice comune virtuale: în conștiința fiecăruia dintre noi există limba ca sistem, ca model, și același model există, de asemenea, deși nu în formă total identică, la celelalte persoane care aparțin comunității noastre”⁵.

Având în vedere că limba (sistem lexical și reguli sintactice etc. utilizate de indivizii umani) este fapt de conștiință (adică ideal), iar vorbirea, fiind fenomen material (semnale acustice) și examinând schema canonică a comunicării (Shannon-Weaver), trebuie, categoric, să distingem, pe de o parte, *semnificația* (mesajului) de *semnal* (purătorul material al mesajului), iar pe de altă parte, *semnificatul* de *semnificant*, din

¹ Ibidem, p. 102.

² Coșeriu, E. Op. Cit., p. 25.

³ Ibidem, p. 29.

⁴ Ibidem, p. 31.

⁵ Ibidem, p. 32.

teoria lui Saussure. Că o identificare a termenilor respectivi este posibilă o dovedește însăși faptul că ea a fost făcută de mulți teoreticieni ai comunicării. (Aceasta se întâmplă, printre altele, din cauza că se confundă aspectul *ontic* al semnului lingvistic, legat de exponentul material al acestuia, cu cel *logico-gnoseologic*, redat prin semnificat și semnificant). La unii autori putem citi, spre exemplu, următoarele: Văzut ca un *semn lingvistic care acționează ca sinteză a conceptului cu imaginea fonică și cea gramaticală*, în procesul comunicării *cuvântul* este constituit din semnificant, adică *învelișul sonor* și semnificat, adică *conținutul*. Altfel spus, autorii acestor lucrări unesc într-un întreg două entități de diferită natură: cuvântul (*învelișul sonor*) ca fenomen *material* (semnal acustic) și *conținutul* sau *semnificația* cuvântului ca fenomen de conștiință, adică *ideal*).

În ceea ce privește *mesajul* (privit doar ca acele gânduri pe care emițătorul dorește să le transmită receptorului) și *semnificatul*, analogia este justificată, întrucât ambele reprezintă, în fond, un *înțeles* pe care emițătorul dorește ca să parvină receptorului. În schimb, între *semnal* și *semnificant* există o diferență radicală: cel dintâi se prezintă ca un factor material, susceptibil de a fi detectat de receptorii senzoriali ai destinatarului, pe când cel de al doilea constituie, ca și perechea sa, semnificatul, un fenomen psihic imperceptibil, pe care (tocmai pentru a evita o înțelegere greșită) Fr. Saussure îl numește nu complex sau secvență sonoră, ci *imagine acustică*. Așadar, raportându-ne la schema Weaver, trebuie să observăm că semnul lingvistic este prezent ca integritate duală, în conștiința emițătorului, pe când semnalul reprezintă nu o componentă a semnului, ci o realitate materială ce i se substituie. „Nimic mai diferit decât semnul și semnalul și totuși cel dintâi își pierde, în absența celuilalt, una dintre cele două funcții ce constituie titlurile sale de glorie: capacitatea formulării gândurilor și cea a transmiterii lor”¹.

Într-adevăr, dispariția transmițătorului (de semnale), care exprimă mesajele (semne lingvistice) în semnale (optice, acustice, tactile etc.), zădărnicește comunicarea, chiar dacă nu-l împiedică pe emițător să exprime într-o formă verbală ideile, sentimentele și trăirile sale. Dacă se întâmplă că își pierde capacitatea de a „performa”, adică de a-și materializa gândurile, de a le formula prin vorbe, individul își păstrează *competența comunicativă*, continuând să stăpânească *limba*, nu însă și *vorbirea*.

În contextul celor expuse mai sus, M. Dinu confirmă următoarele: „Dihotomia astfel stabilită ar trebui să poată servi la trasarea frontierei dintre domeniile lingvisticii și teoriei comunicării. Cel dintâi s-ar limita la studiul limbii ca atare, adică al anatomiei și fiziologiei sistemelor de semne lingvistice, fără referire la rolul jucat de acestea în procesele de interacțiune concretă dintre locutori, pe când cel de al doilea ar avea în vedere tocmai acest ultim aspect. Lucrurile nu sunt însă atât de simple, fiindcă lingvistica actuală se arată tot mai atrasă de teritoriul și problematica *pragmaticii*, disciplină semiotică ce a evoluat considerabil ca arie de interes, obiective și metode de cercetare din momentul definirii sale de către Charles Morris, în 1938, și până astăzi. Pragmatica însăși întâmpina dificultăți în a-și preciza locul în raport cu sociolingvistica și cu psiholingvistica, cu care are multe puncte comune”².

Revenind la comunicarea verbală, este necesar de subliniat caracterul ei *simbolic*, ce o deosebește categoric de toate sistemele de *semnalizare sonoră* din lumea animală. Acestea din urmă, reprezintă o expresie directă a reacției la schimbări concrete din mediul exterior sau din propriul organism. „Graiul” („vorbitul” prin variate semnale) animalelor

¹ Dinu, M. Op. Cit., 1997, p. 315.

² Idem.

nu posedă acel sistem *convențional* de semne *arbitrare*, pe care o are vorbirea articulată omenească. Numai aceasta din urmă se dovedește a fi capabilă să obțină posibilitatea de a se referi la obiecte și persoane *absente* sau la situații trecute (câinele latră, semnalând apariția unui străin, dar nu îl înștiința pe stăpân că a venit necunoscutul de altădată).

O altă trăsătură ce caracterizează comunicarea verbală este *productivitatea* (se folosește și termenul de *creativitate*). Conceptul se referă la capacitatea oricărui vorbitor de a enunța fraze alcătuite de el însuși, în clipa rostirii lor. Evident, există și formule pe care le reproducem în situații fixe (de exemplu, cuvintele de salut sau de despărțire), dar, în general, vorbitorul construiește de fiecare dată secvențe „originale”, ale căror autor autentic este. Acest lucru nu ar fi posibil fără existența unei gramatici interiorizate (adică a unui sistem de reguli implicite), care, acționând asupra unui vocabular memorat, să îi permită să elaboreze enunțuri inteligibile pentru orice interlocutor ce dispune, la rândul său, de un mecanism asemănător pentru a produce mesaje verbale.

Faptul că utilizatorului poate construi orice fel de enunțuri dorește, cât și pe cea de a relata despre evenimente și situații în absență, creează un câmp liber pentru manifestarea unora dintre cele mai neplăcute produse ale comunicării umane, spre exemplu, *minciuna*.

Minciuna răspunde unor necesități de ordin personal sau social. Se poate minți în vederea obținerii unor avantaje materiale, dar și pentru a forța pătrunderea într-un mediu social râvnit (grupul de referință), pentru a prelungi o relație, sau, dimpotrivă, pentru a o întrerupe, pentru a crește în ochii celorlalți, ori chiar, paradoxal, în ochii proprii, în măsura în care o minciună reușită poate crea mincinosului un anumit sentiment de satisfacție sau de superioritate cinică. Nu întotdeauna însă se minte din rațiuni egoiste. Într-o lucrare nepublicată, citată de *Joseph De Vito, Camden, Motley și Wilson*, analizând un corpus de 322 minciuni, au ajuns la concluzia că din 75,8% dintre ele avea de câștigat mincinosul, în timp ce de 21,7% profita cel mințit și de 2,5% o terță persoană. Oameni de o onestitate exemplară pot minți „din motive binecuvântate”, pentru a-l feri pe interlocutor de șocul aflării unui adevăr dureros, ori, pur și simplu, din politețe.

Consecințe însemnate asupra comunicării verbale are și caracterul *arbitrar* al semnului lingvistic, dovedit de însuși faptul că un același semnificat este redat în limbi diferite (sau, în cazul sinonimelor, chiar într-o aceeași limbă) prin semnificații diferiți. Odată ce între aspectul cuvântului și înțelesul său nu există o legătură naturală, forma sonoră sau grafică (semnalul) nu poate transmite semnificația dorită, ci trebuie să o producă sau o poate doar reaminti, reproduce în mintea interlocutorului, cu condiția ca ea să se afle deja acolo cumva. Înțelegerea dintre vorbitori, depinde de măsura în care ei acordă aceleași semnificații cuvintelor, deziderat, în mod plener, irealizabil, dar către care trebuie să se tindă prin eforturi conștiente (reamintim că „axioma 1” recomandă acomodarea cu codul partenerului de dialog), cum recomandă și psihologii.

Din acest punct de vedere, rolul lingvisticii nu trebuie supraestimat, deoarece, ocupându-se de ceea ce este comun, de elementele care conferă unitate limbii, privilegiază *denotația* în detrimentul *conotației*, norma academică abstractă în defavoarea varietății modurilor de exprimare individuală. Nu e deloc surprinzător faptul că domeniul predilect de analiză al lingvisticii îl reprezintă textele scrise, întrucât scrisul implica formulări definitive, care exclud negocierea sensurilor între emițător și receptor, pe când oralul este domeniul retușabilului și al sensurilor negociabile între parteneri coprezenți.

Tocmai sub presiunea acestei tradiții, s-a născut și răspândit prejudecata că oralitatea ar constitui o abatere de la norma lingvistică, pe care numai comunicarea scrisă este îndreptățită să o reprezinte. În realitate, însă, nu există nici un motiv de a plasa

comunicarea orală pe o poziție inferioară în raport cu cea scrisă, ba dimpotrivă, dacă ne gândim că cea dintâi este primordială și incomparabil mai eficace ca liant social, decât cea de a doua. Așadar, oralitatea prezintă un sistem propriu de reguli și norme, nu mai puțin decât înscrisul, doar că sensibil mai bogat și mai complex, datorită intervenției factorilor *extra-* și *paralingvistici* și a influenței decisive a cadrului situațional. Tot ceea ce pare absurd, din punct de vedere sintactic și a semanticii limbii scrise (repetiții, ezitări, elipse etc.) se dovedește justificat și legitim în contextul unei interacțiuni orale.

Într-adevăr, comunicarea orală, privită numai în latura ei pur verbală, creează o indiscutabilă impresie de sărăcie și imprecizie. E suficient să reascultăm, înregistrată pe bandă magnetică, o conversație cu prietenii care nea încântat prin spontaneitate și umor, pentru a realiza exact însemnătatea contextului comunicațional, cu abundența sa de semnale de alte naturi decât cea sonora. Și mai șocantă este transcrierea textului înregistrat, în care absența elementelor vocale non-verbale (intonație, pauze, ritm, înălțime, „ton”, timbru etc.) risipește și ultima rămășiță de coerență și farmec a unei întâlniri memorabile. Componenta strict verbală a interacțiunii își dovedește astfel incapacitatea de a trăi prin ea însăși, independent de formele de comunicare ce o însoțesc și completează. Concluzia observatorului superficial ar putea fi aceea că, față de exprimarea scrisă, logică și suficientă sieși, oralitatea e doar o formă primitivă, săracă și incoerentă a comunicării interumane.

Or, totul, în viață, în societate, în istorie, contrazice o atare absurditate. Cuvântul rostit acționează incomparabil mai puternic, pătrunde mai adânc în sinea ascultătorului, posedă un magnetism, generator nu o dată de efecte impresionante. Spre exemplu, hipnoza, indusă în condiții de laborator scrupulos controlată, de asemenea, se realizează prin intermediul canalului verbal. Metodele la care recurg hipnoterapeuții sunt variate, dar ele se bazează, în primul rând, pe acțiunea sugestivă a cuvintelor. Analizând succesiunea fazelor instalării stării hipnotice, specialiștii subliniază faptul că, în cele din urmă, cuvintele hipnotizatorului trebuie să devină singurele semnale de comunicare, iar toți ceilalți stimuli să reprezinte „zgomotul de fond”, cum s-a mai definit această situație. Evident, în asemenea cazuri nu este vorba de efectul cuvântului, în general, ci al cuvântului rostit, înzestrat cu puteri neasemuit mai mari decât ale celui scris.

Beletristică ne prezintă mostre exemplare de oralitate pură, după cum ocaziile oficiale îi determină adesea pe vorbitori să opteze pentru o organizare a discursului de o factură înrudită cu cea a comunicării scrise.

O analiză mai nuanțată l-a făcut pe cercetătorul *Martin Joos* să distingă un număr de cinci trepte ale comunicării orale, ce constituie tot atâția pași ai îndepărtării acesteia de rigorile exprimării scrise¹:

1. *Stilul rece (Frozen Style)* caracterizează formele de comunicare necooperativă, în care emițătorul nu își cunoaște receptorul, iar acesta din urmă nu e în măsură să influențeze în vreun fel discursul celui dintâi. E cazul unor emisiuni de radio sau televiziune, cu texte atent elaborate tocmai pentru că se știe că inexistența retroacțiunii face imposibilă ajustarea lor pe parcurs.

2. *Stilul formal (Formal Style)* corespunde adresării către un auditoriu numeros, ale cărui reacții sunt, de data aceasta, perceptibile pentru vorbitor. Discursul prezintă un nivel înalt de coerență, frazele fiind construite cu grijă (deseori plănuite dinainte) dintr-un

¹ Ibidem, p. 322-324.

material lexical cât mai variat. Se evită sistematic repetițiile, recurgerea la expresii argotice sau prea familiare, elipsele și lăsarea în suspensie a unor propoziții începute.

Atunci când destinatarul este un singur individ, folosirea stilului formal corespunde intenției de a marca o distanță în raport cu persoana acestuia. De la caz la caz, poate fi vorba de o distanță a deferenței sau de una a disprețului și sfidării. Când părintele își invită copilul să ia loc și i se adresează în stilul formal, acesta din urmă își dă seama încă de la primele cuvinte că urmează o strașnică muștruluială.

3. *Stilul consultativ (Consultative Style)* e cel al discuțiilor cu caracter profesional, de afaceri, al negocierilor și tratatelor. Participarea interlocutorului la dialog este aici activă. Nu se mai poate vorbi de un plan detaliat al comunicării, ci numai de o informație de bază, îmbogățită pe parcurs, în conformitate cu solicitările partenerului de discuție. Absența unei preelaborări a discursului determină apariția unor elemente lexicale parazite (*decî, nu-i așa, da*), a ezitărilor și reluărilor, a unor exprimări semigramaticale (anacolutul), ori chiar a dezacordurilor.

4. *Stilul ocazional (Casual Style)* e specific conversațiilor libere între prieteni. De data aceasta, a dispărut chiar și baza informațională minimală pe care ar urma să se construiască dialogul. Participanții trec fără restricții și preconcepții de la un subiect la altul, într-o manieră decontractată, dar și mai neglijentă decât în stilurile precedente. „Defectele” apărute în stilul consultativ se multiplică și se accentuează. În plus, își fac apariția expresiile eliptice și folosirea unor termeni în accepțiuni speciale, cunoscute interlocutorilor din interacțiuni verbale anterioare. Apelul la elemente de argou este și el destul de frecvent. Spre deosebire de stilul precedent, unde politețea sau interesul îl obligă pe emițător să-i creeze receptorului condiții pentru a-și formula propriile opinii, des se întâmplă ca cel dintâi să acapareze discuția, monologând, fără ca totuși interlocutorul să se simtă jignit sau discriminat, fiindcă raporturile amicale exclud, în general, ambiția de a împărți perfect egal timpul de emisie, în schimb, poate părea ofensatoare tocmai propunerea unei teme de discuție, demersul putând fi interpretat ca o încercare de impunere a unui subiect în care inițiatorul este mai informat decât partenerul său.

5. *Stilul intim (Intimate Style)* se caracterizează prin recurgerea la un cod personal, care nu mai are drept obiectiv comunicarea unor date exterioare, ci oferă informații despre stările și trăirile intime ale subiectului. Așadar, funcția referențială este cu totul pusă în umbră de funcția expresivă (emotivă) a comunicării. Extrem de lacunar, dacă îl privim prin prisma exigențelor logico-gramaticale cu care ne-au obișnuit stilurile din prima parte a clasificării, limbajul este împănât și de semnale nearticulate (de la oftat la chicotit), cu o bogată încărcătură afectivă.

Susceptibilă, poate, de corecții, clasificarea propusă de **Martin Joos** are meritul de a semnală „anormalități” (deformări) verbale ce caracterizează comportamentul nostru, în împrejurări diferite, în contexte sociale și psihologice diferite, când vorbim „limbi” diferite, cunoscute tuturor membrilor grupului social, dar alternate, după necesități. Ceea ce distinge lingvistica de sociolingvistică este tocmai faptul că cea dintâi se ocupă de studiul unei limbi unice și unitare, limba literară standard a textelor scrise, în timp ce a doua are în vedere o multitudine de modalități paralele de comunicare verbală. Dacă lingvistica pune accentul pe unitatea limbii, sociolingvistica insistă, cu precădere, asupra diversității, determinate atât de varietatea statutelor locutorilor (vârsta, sex, profesie, nivel cultural etc.), cât și de contextul în care se desfășoară interacțiunea.

În cadrul unui nivel determinat al piramidei stilurilor, variațiile de exprimare verbală de la un vorbitor la altul sunt reflectate prin intermediul conceptului de *idiolect*,

care reprezintă inventarul deprinderilor verbale ale unui individ într-o anumită perioadă a vieții sale. Precizarea finală este indispensabilă, întrucât, după cum se știe, o aceeași persoană își schimbă de-a lungul vieții felul de a se exprima, ceea ce înseamnă că utilizează idiolecte diferite. Fenomenul nu poate fi trecut cu vederea, deși un lingvist de talia lui Jakobson a pus la îndoială însăși utilitatea noțiunii de idiolect, argumentând că „în limbă nu există proprietate privată: totul este socializat”. Observația sa nu face decât să sublinieze încă o dată deosebirea de viziune dintre cercetătorii faptelor de limbă, pentru care numai ceea ce este comun prezintă importanță și teoreticienii comunicării (din rândul cărora fac parte și sociolingviștii), atenți mai cu seamă la elementele ce diferențiază comportamentul comunicațional al indivizilor și grupurilor sociale.

La nivel de grup, echivalentul idiolectului este *sociolectul*, definit de **Joshua Fishman** ca o varietate a limbii semnificativa pentru grupul considerat¹ și care integrează trăsăturile comune ale idiolectelor membrilor acestuia. Opoziției dintre idiolect și sociolect îi corespunde, pe alt plan, opoziția dintre psihologie și sociologie. Al treilea termen este *dialectul*, obiect al geografiei lingvistice (deși în concepția lingviștilor americani sfera noțiunii de dialect cuprinde, pe lângă varietățile regionale ale unei limbi și pe cele sociale, de genul argoului sau al limbajelor profesionale). În concluzie, dacă denumim varietate orice ipostază concretă a limbii comune, idiolectele desemnează varietăți individuale, sociolectele – varietăți sociale și dialectale – varietăți regionale.

Diversitatea situațiilor de comunicare dă naștere altor distincții, mai fine, între modurile de adresare orală. Din această categorie fac parte registrele de exprimare, ce corespund rolurilor pe care vorbitorii le joacă într-un context dat. Provenit din teatru, conceptul de rol ocupă o poziție aparte în sociologia contemporană, el stând la temelia unei întregi viziuni dramaturgice asupra comportamentului social, a cărei expresie de maximă coerență este dată de teoria dezvoltată în lucrările lui *Erwin Goffman*. Acționând într-un cadru cu caracteristici date, indivizii adoptă atitudini și comportamente (îmbrăcăminte, gesturi, discurs verbal etc.) deduse din practica interacțiunii sociale, pe care le alternează după împrejurări. De-a lungul unei singure zile, putem juca, pe rând, rolul de fii (în raport cu părinții), de părinți (în raport cu copiii), de subalterni (față de șefi) sau de șefi (față cu subalterni), de pacienți (cu un medic), de cumpărători, de spectatori, de prieteni, de petiționari, de pietoni etc. Fără precizarea relației de rol dintre persoanele care interacționează, alegerea varietății lingvistice adecvate întâlnirii, adică a registrului comunicării, are de suferit. Rolul este, prin urmare, factorul determinant în stabilirea registrului, pe care îl selectează din mulțimea modurilor de exprimare diferite învățate de individ pe parcursul vieții. Confundarea sau amestecul registrelor poate constitui o sursă de neplăceri, pericol cu atât mai mare atunci când abordăm o limbă străină, în care pentru a se ajunge la stăpânirea tuturor registrelor este necesară o practică îndelungată. Unii autori au observat, spre exemplu, că turiștii americani călători în străinătate sunt adesea luați în râs fiindcă, necunoscând decât (cel mult) o singură varietate a limbii din țara pe care o vizitează, se adresează în același fel unui copil, unui profesor, unui lustragiu, ori unui comerciant, dezvăluind astfel, nu numai faptul că sunt străini, ci și pe cel că nu cunosc căile adecvate de semnalare a relațiilor de rol locale.

De asemenea, s-a remarcat, că societățile tradiționale sunt caracterizate printr-o strictă compartimentare a rolurilor, în contrast cu cele moderne, unde democratizarea relațiilor sociale a antrenat și o fluiditate mai mare a acestora. De fapt, caracterul stabil

¹ Ibidem, p. 325.

sau variabil al rolurilor depinde, într-o măsură hotărâtoare, de natura tranzacțională sau personală a interacțiunii. Primul tip se asociază situațiilor în care obiectivele urmărite de participanți sunt precis delimitate: cumpărarea unui obiect, consultarea unui medic, solicitarea unei servicii etc. În acest caz, comportarea comunicatională se conformează întru totul statutului social, drepturilor și obligațiilor ce revin fiecăreia dintre persoanele implicate în negociere. Așa stau lucrurile în cazul raporturilor profesionale patron – angajat, profesor – elev, sau al tranzacțiilor vânzător – client, unde inversarea rolurilor pe parcursul comunicării este din principiu improbabilă, dacă nu chiar imposibilă. În schimb, interacțiunea personală presupune manifestări comportamentale mult mai libere, cu schimbări frecvente ale raportului de forțe dintre participanți, în context cu cea de a șasea „axiomă” a comunicării.

Terminăm această parte a capitolului cu unele concluzii. Forma verbală a comunicării este extrem de importantă. Ea se deosebește esențial și de comunicarea gestuală a oamenilor. Semnalele corporale, fiind indicii, completează considerabil limbajul verbal. Dar indicii, fiind utilizați în calitate de *semne*, adică în mod *convențional*, uneori pot înlocui propoziții, fraze întregi din limbajul verbal, texte din limbajul scris etc. Prin urmare, toate formele comunicării sunt complementare și deci importante atât pentru activitatea cotidiană, cât și pentru cea profesională, a ființelor umane.

Formele comunicării orale

Există variate forme ale comunicării orale¹.

Monologul – formă a comunicării intrapersonală în care emitentul nu implică receptorul; în această formă a comunicării nu există un public.

Conferința clasică – formă a comunicării care presupune o adresare directă, publică, în care cel care susține conferința (conferențiarul) evită să enunțe propriile judecăți de valoare, rezumându-se să le prezinte cu fidelitate pe cele ale autorilor despre care conferențiază; (Conferință cu preopinente – formă a comunicării în cadrul căreia se prezintă mai mulți conferențieri, care prezintă idei opuse pe aceeași temă; conferința cu preopinente poate fi regizată sau spontană).

Expunerea – este forma de discurs care angajează în mod explicit personalitatea, sistemul de valori ale celui care vorbește, își transmite opiniile cu privire la un subiect.

Prelegerea – este situația comunicativă în care publicul prezent la prelegere a avut posibilitatea să sistematizeze informații, fapte, evenimente anterioare angajării acestui tip de comunicare. Prelegerea presupune un nivel de abordare mai ridicat, fără o introducere de acomodare cu subiectul pus în discuție.

Relatarea – o formă de comunicare în care se face o decodificare, o dezvăluire, o prezentare, apelând la un anumit tip de limbaj, a unei realități obiective, a unor stări de fapt, a unor acțiuni fără implicarea celui care participă, ferită de subiectivism și de implicare personală.

Discursul – forma cea mai evoluată a monologului, care presupune emiterea, argumentarea și susținerea unor puncte de vedere, a unor idei inedite care exprimă un moment sau o situație crucială în evoluția domeniului respectiv.

Toastul – o rostire angajată cu prilejul unor evenimente deosebite. Aceasta durează câteva minute și reprezintă o comunicare (cu măsură) care face apel la emoționalitatea celor prezenți.

¹ A se vedea: Tran, V.; Stănciugelu, I. *Teoria comunicării, Ediția a 2-a, revăzută*. București: Ed. Comunicare.ro, 2003, p. 83-84.

Alocuțiunea – este o intervenție din partea unui vorbitor într-un context comunicațional, având ca scop ilustrarea unui punct de vedere și durează circa 10 minute.

Povestirea – este forma cea mai amplă a comunicării în care se folosesc cele mai variate modalități, care face apel la imaginație și sentimente, la emoții, la cunoștințe anterioare. Acestei forme, în mod deosebit, îi este specifică angajarea dimensiunii temporale sub forma trecutului. Subiectivitatea povestitorului este prezentă din plin, lăsându-și amprenta pe forma și stilul mesajelor transmise.

Pledoaria – este asemănătoare ca formă și funcție discursivă cu alocuțiunea, diferențiindu-se de aceasta prin aceea că prezintă și susține un punct de vedere propriu.

Predica – tip de adresare în care posibilitatea de contraargumentare și manifestare critică sunt reduse sau chiar anulate. Ea este specifică instituțiilor puternic ierarhizate.

Intervenția – situația în care emițătorul vine în sprijinul unor idei ale unui alt participant la discuție, acesta din urmă declarându-și, fie și tacit, acordul cu mesajul enunțat. Prin intervenție emitentul adâncește un punct de vedere și îl susține.

Interpelarea – situația în care cineva, aflat în postura de distribuitor de informație, cere unor anumite surse o mai bună precizare în anumite probleme, pe anumite domenii.

Dialogul – comunicare în cadrul căreia mesajele se schimbă între participanți, fiecare fiind pe rând emițător și receptor. Participanții la dialog fac schimb de informații, toți fiind considerați egali, având același statut.

Dezbaterea – o formă a comunicării în care nu sunt implicate structuri evaluative; este destinată clarificării și aprofundării unor idei; nu are un centru de autoritate vizibil, dar are un moderator.

Seminarul – formă de comunicare dialogală care implică serioase structuri evaluative. El are un centru autorizat de comunicare și de conducere al discuțiilor.

Interviul – forma a dialogului în care rolurile de emitent și receptor nu se schimbă. El este folosit ca metodă de obținere de informații în presă și cunoaște o întreagă teorie cu diverse forme: „în pâlnie”, „liniar”, „tunel” etc.

Colocviul – este forma de comunicare în care participanții dezbate în comun o anumită idee, în baza unei discuții, pe un anumit subiect, prin participarea fiecăruia la discuții îmbogățindu-se sfera subiectului abordat.

4.2.2. COMUNICAREA VERBALĂ SCRISĂ

Scrisul este a doua formă fundamentală de comunicare verbală a omenirii. Se știe că scrisul a îmbrăcat, la început, forma pictografică. Cu timpul s-a perfecționat și transformat ulterior în scrieri cu litere de alfabet. Scrisul și comunicarea formează unul și același proces istoric-dialectic, determinat de schimbarea și dezvoltarea condițiilor vieții materiale și spirituale. Limbajul scris constituie una dintre cele mai importante și mai revoluționare valori dobândite de oameni, în procesul muncii și în condițiile conviețuirii în societate. El joacă un rol deosebit în păstrarea și răspândirea științei și a culturii, în precizarea și realizarea diferitelor raporturi sociale. Comunicarea nu a rămas lastadiul unei simple comunicări de știri sau vești între oameni. Ea s-a dezvoltat continuu pe măsura dezvoltării relațiilor dintre oameni și pe măsura dezvoltării societăților, lumii și a vieții de zi cu zi.

Privit din punct de vedere neurofiziologic, scrisul ne apare ca o activitate care solicită atât intensiv, cât și extensiv resursele cortexului. Capacitatea de a scrie depinde atât de o serie de centri situați pe suprafața scoarței cerebrale, cât și de zonele

subconștientului ale reflexelor encefalice și medulare¹. Centrul limbajului scris este astfel, pus în situația de a exercita o funcție de conducere deosebit de complexă, comandând atât centrului *motilității voluntare* (motilitatea este o proprietate de a efectua mișcări de contractare și de relaxare), care coordonează mișcările: degetelor, mâinii și brațului, cât și zonelor care controlează reacțiile ochilor, adică deopotrivă mișcările centrului văzului, situat în lobul occipital, și stratului optic de la nivelul mezencefalului. De asemenea, el se află în permanentă legătură cu centrul limbajului vorbit (Broca) și cu cel al percepției auditive și întreține un dialog continuu cu lobi frontalii, unde se desfășoară procesul de coordonare a întregii activități *conștiente* a creierului.

Complexitatea tuturor acestor interconexiuni determină o dependență pronunțată a particularităților concrete ale scrisului de starea generală psihosomatică a celui care scrie. Medicul poate diagnostica semnalele premergătoare ale unor maladii, cu mult timp înainte de apariția altor simptome. Cel mai ușor de depistat sunt, firește, afecțiunile cerebrale, acestea având, aproape întotdeauna, și implicații de ordin comunicațional.

Tumorile, leziunile, infecțiile, accidentele cerebro-vasculare produc tulburări fie ale înțelegerii sau producerii limbajului (afazii), fie ale motilității (apraxiilor), ambele categorii aflându-se la baza diferitelor tipuri de *agrafie*. Cunoașterea acestor afecțiuni permite o mai bună înțelegere a mecanismelor comunicării verbale, atât orale, cât și scrise, sub dublul aspect al *competenței* și al *performanței*. Astfel, există dereglări care pun în evidență separarea funcțiilor gramaticale chiar la nivelul bazei fiziologice a dispozitivului generativ cu ajutorul căruia omul produce enunțuri lingvistice corecte. Dintre cele două tipuri principale de afazii, și anume *afazia Wernicke* (caracterizată, după cum am remarcat anterior, în alt compartiment al lucrării de față, prin substituții de sunete și de cuvinte de care bolnavul nu este conștient, în condițiile unei producții discursive relativ fluente) și *afazia Broca* (în care pacientul are dificultăți de exprimare, fie la nivelul găsirii termenilor doriți – fenomen denumit *anomie* –, fie la cel al îmbinării lor – *agramatism* –, fie, în sfârșit, la cel al articulării – *apraxie orală* –, dar își dă prea bine seama de ele și face eforturi pentru a le depăși), prima se distinge printr-o supraabundență de cuvinte-instrumente gramaticale (articole, conjuncții, prepoziții) în detrimentul cuvintelor „pline”, cu conținut semantic bine determinat, pe când în cea de a doua lucrurile stau exact invers. Tulburările cititului și ale scrisului sunt, în genere, legate de cele ale vorbirii, dar afirmația se cere nuanțată, având în vedere faptul că alexia și agrafia nu comportă prezența obligatorie a vreunei forme de afazie. În plus, există alexia pură, în care bolnavul își pierde cu totul capacitatea de a citi, dar și-o conservă pe aceea de a scrie, ca și pura agrafie, cu manifestări exact opuse. Experimente minuțioase încearcă să disocieze rolurile diverșilor factori implicați în activitățile respective, pentru a se putea identifica deopotrivă mecanismele de apariție a acestor afecțiuni neobișnuite și căile de intervenție terapeutică cu cele mai mari șanse de reușită.

Aparent, a scrie nu înseamnă nimic mai mult decât a desena cuvinte. M. Dinu mărturisește că a avut „revelația acestei banalități în timpul serviciului militar, când, la o școală de transmisioniști din unitatea unde funcționa, s-a descoperit prezența unui elev total analfabet, ce urma cursurile de câteva luni, timp în care umpluse câteva caiete cu notițe foarte îngrijite, dar pe care s-a dovedit incapabil să le citească. Talentat la desen și dotat cu mult spirit de observație, el nu făcuse decât să urmărească clipă de clipă

¹ A se vedea: Dinu, M. Op. Cit., p. 333-334.

mişcărilor colegului de bancă și să reproducă fidel traseul grafic al scrisului acestuia”¹. Rezultatul a fost următorul: un text perfect lizibil, pe care însă numai cel care îl scrisese nu îl putea citi.

Faptul, că scrisul implică și participarea altor verigi ale sistemului nervos central și a altor straturi ale psihismului decât desenul pur și simplu, poate fi dovedit prin experimente elementare. Deși nu se întâmpină nici o dificultate în a desena, în timp ce se cântă un cântec cunoscut, este foarte greu de scris o frază independentă de textul cântecului. Se observă că, deși scrisul își are originile în desen, odată cu implicarea structurilor lingvistice (scrierea analitică) și, ulterior, a expresiei sonore (scrierea alfabetică), angajarea personalității umane în această activitate a devenit tot mai complexă, după cum și posibilitățile ca (printr-un proces de retroacțiune) scrisul, la rândul său, să-1 modeleze pe om. Toate acestea s-au dezvoltat și multiplicat.

Firește, rolul oralității și cel al scrisului în formarea universului psihic și social al omului nu suferă între ele nici o comparație. Oamenii vorbesc, poate, de vreo două milioane de ani, în timp ce scrisul există în viața omenirii de numai cinci milenii și, până în urmă cu circa un secol și jumătate, nu reprezenta o caracteristică generală a nici unei societăți. De aceea, chiar dacă exista aspecte ale activității creierului legate de prelucrarea informației scrise, funcția modelatoare a comunicării orale rămâne preponderentă. Oricum, constată specialiștii, până acum dihotomia scris – vorbit e legată de o specializare identificabilă a emisferelor cerebrale, recunoașterea materialului oral intrând în competența emisferei stângi, iar identificarea formelor și semnelor grafice – mai ales în a celei drepte.

Acceptând ca pe o evidență, primordialitatea limbajului vorbit în raport cu cel scris, nu trebuie să pierdem însă din vedere și existența unei oarecare retroacțiuni, prin intermediul căreia cel din urmă poate influența evoluția celui dintâi. Istoria limbii demonstrează că apariția literaturii scrise încetinește întrucâtva ritmul schimbărilor lingvistice și contribuie decisiv la procesul unificării dialectelor. Lipsit de memoria artificială pe care o reprezintă textele scrise, un idiom se modifică și se poate diferenția atât de rapid încât, așa cum remarcă *Robert Escarpit*, înțelegerea dintre reprezentanții unor generații diferite să fie pusă sub semnul întrebării.

Trăsăturile specifice ale comunicării scrise în raport cu cea orală au făcut obiectul unui mare număr de cercetări. Astfel, pentru limba engleză, potrivit sintezei întocmite de un grup de cercetători textele scrise se disting de discursul oral prin următoarele particularități:

1. Tendința de a utiliza cuvinte mai lungi.
2. Preferința pentru nominalizare acolo unde vorbitorii recurg, de obicei, la verbe cu același înțeles.
3. Folosirea unui vocabular mai variat.
4. Recurgerea mai frecventă la epitete.
5. Ocurența mai scăzută a pronomelor personale.
6. O mai mare pondere acordată subordonării sintactice în detrimentul coordonării.
7. Preferința pentru propozițiile enunțiative în defavoarea celor exclamative.
8. Un mai mare accent pus pe construcțiile pasive.
9. Frecvența mai mare a gerunziilor.

¹ Ibidem, p. 335-336.

10. Grijă de a formula idei complete, cu explicarea tuturor presupuzițiilor subiacente.

11. Eliminarea repetițiilor, a digresiunilor inutile și a altor manifestări ale redundanței, caracteristice oralității¹.

Enumerarea de mai sus nu este completă, fiindcă nu dispunem de date ce se regăsesc și în textele scrise în alte limbi.

Deși, se vorbește adesea despre liniaritatea comunicării scrise, realitatea este că scrisul e mai puțin liniar decât emisiunea orală, deoarece, prin natura sa, permite revenirea asupra secvențelor precedente. De la reluarea unui început de frază pentru a „prinde” reparcurgerea celor citite conferă un caracter mult mai complex textelor scrise, care sunt departe de a reprezenta o simplă transpunere a ordinii temporale a cuvintelor și frazelor rostite într-o ordine spațială echivalentă. Redundanța mesajelor orale are drept principală cauză tocmai nevoia resimțită de emițător de a reaminti ascultătorului unele elemente prezentate anterior, și pe care acesta nu le mai poate reexamina, având în vedere faptul că „cuvântul zboară”. O atare cerință devine inutilă în scris.

Lectura cu voce tare a reprezentat totuși dintotdeauna un mijloc de verificare a calității redactării. S-ar părea astfel că, în mod paradoxal, contrar tuturor celor afirmate mai sus, un text este cu atât mai bun, cu cât respectă în mai mare măsură cerințele comunicării de tip oral. Raționamentul este nevalid (formal, fals), întrucât ceea ce se verifică printr-o astfel de lectură este nu gradul de oralitate, ci cel de lizibilitate al frazelor așternute pe hârtie.

Precizăm că prin comunicare scrisă se înțelege: anumit tip de scrisoare, schimb de scrisori între două sau mai multe persoane, raport în scris despre relații între fapte, lucruri, fenomene și situații. Este procedeu de legătură bidirecțională între oameni prin scrisori, înștiințări sau alte forme de comunicări scrise.

Comunicarea scrisă este folosită atunci când nu este posibilă cea orală, când nu există alt mijloc de comunicare sau când comunicarea scrisă este mai avantajoasă în comparație cu celelalte mijloace de comunicare și, îndeosebi, întotdeauna este necesară existența unei forme scrise.

Obiectul comunicării scrise îl formează: păstrarea relațiilor existente și convenabile dintre oameni, dintre organizațiile lor, dintre ei și acestea, inițierea, stabilirea și desfășurarea unor relații noi, modificarea și stingerea relațiilor vechi, schimbul de știri, gânduri, informații, opinii și idei care prezintă interes pentru relațiile lor, precizarea anumitor situații și poziții privind interesele reciproce, clarificarea și aplanarea eventualelor neînțelegeri care se pot ivi în cadrul relațiilor și intereselor comune, rezolvarea diferitelor probleme pe care le ridică desfășurarea practică a raporturilor sociale care îi leagă.

Modul în care te exprimi în scris poate influența în mod dramatic mesajul receptat de audiență. Pasiunile, antipatiile, sau chiar simțul umorului pot fi înțelese greșit, cu ușurință, dacă actul comunicării nu este bine gândit. Comunicarea este un factor important în orice relație, fie că este vorba de un cuplu sau o companie. Studiile realizate în companiile americane evidențiază comunicarea scrisă ca fiind cea mai mare problemă legată de competențele angajaților. Însă, comunicarea verbală nu este mereu cea mai eficientă metoda de comunicare. De multe ori mesajul nu este înțeles cu claritate din cauza influenței altor factori precum limbajul paraverbal (ton, volum, viteză de rostire

¹ Ibidem, p. 337-338.

etc.) și cel nonverbal (expresia facială, poziția, mișcarea, îmbrăcămintea etc.). Mesajul inițial se pierde, alți factori pot distra atenția. Chiar în întâlnirile cu angajații sau sesiunile de training metoda de transmitere a mesajului poate cauza neînțelegeri sau poate duce la pierderea interesului pentru mesaj. Pentru a evita acest risc, comunicarea verbală a început să fie susținută de cea scrisă. Adevărul este următorul: dacă mesajul scris este la fel de confuz ca și cel verbal, se ajunge la același rezultat, neînțelegeri și lipsa de interes. Problema este că îndemânarea în scris a devenit o artă pierdută. Curios este că noi toți am avut parte de mai mult antrenament în comunicarea scrisă decât în cea verbală. Cei mai mulți dintre noi au primit mulți ani de educație în comunicarea scrisă și totuși o folosim numai 9% din timp. Despre iscusința în vorbire am învățat numai câțiva ani, și cu toate acestea o folosim 35% din timp. În condițiile în care suntem copleșiți de informații, este esențial să reușim să comunicăm clar, să transmitem mesaje concise și eficiente.

Comunicarea în scris implica stăpânirea unor aptitudini specifice, cum ar fi utilizarea cu precizie a limbii, exprimarea clară, construirea argumentelor logice, luarea notițelor, editarea și rezumarea unui text. În general, scrierea unui text implică faza pregătitoare și cea de redactare propriu-zisă a textului. Cu cât stăpânești mai bine aptitudinile de comunicare în scris, cu atât vei avea mai multe șanse să-i impresionezi pe cei din jur, fie ei clienți, parteneri, șefi etc.

Unele reguli ale comunicării verbale (orale sau scrise)

Comunicarea, ca fenomen social complex, este guvernată de anumite reguli, care în mod detaliat și sub diferite aspecte, au fost cercetate de către Gh. Fârte¹.

Există reguli speciale de comunicare pentru variate domenii de activitate: pedagogie, medicină, drept, management, mass-media etc. Recomandăm, spre exemplu, a reține unele dintre acestea, ce poartă numele de „7C”. Comunicarea, în contextul metodologiei a „7C”, trebuie să fie:

- 1) *clară* – în orice discuție, ideile să fie formulate în cei mai clari termeni posibili;
- 2) *concisă* – ideile trebuie formulate în puține cuvinte, lapidar, succint etc.;
- 3) *concretă* – ideile exprimate de emițător trebuie să fie însoțite de fapte, detalii etc. ce le-ar ilustra;
- 4) *corectă* – limbajul și tonul să fie adaptate la auditoriul respectiv;
- 5) *coerentă* – conținutul mesajului să fie logic, să nu conțină contradicții de gândire;
- 6) *completă* – pentru o comunicare eficace mesajul trebuie să conțină toate elementele necesare pentru a fi înțeles de auditoriu;
- 7) *curtenitoare* („cavalerească”) – emițătorul mesajului trebuie să fie amabil, politicos, empatic și sincer față de receptor, auditoriu.

¹ A se vedea: Fârte, G.-II. Op. Cit., p. 139-195.

Capitolul 5. ATITUDINE ȘI PERSONALITATE ÎN COMUNICARE

Numeroase studii și cercetări au dovedit existența unei corelații semnificative între atitudine și comportament, dar această legătură depinde de mai multe condiții. Atitudinile ar putea fi factori determinanți ai comportamentului uman. În orice comunicare sau relație se impune decelarea atitudinilor existente la nivelul cel mai profund al personalității și a comportamentelor care se manifestă în modurile de exprimare atât de variate.

A. De Peretti (2001) arată că distincția atitudine-comportament este extrem de importantă. Atitudinile, fiind mai profunde, sunt implicit mai complexe, în timp ce comportamentele sunt observabile oricând.

L. Porter distinge următoarele cinci atitudini de bază care pot fi adoptate în cadrul unei conversații, permițând alegerea unor comportamente:

- atitudine sau intenție de sprijin, de interogare, de provocare la discuție;
- atitudine sau intenție didactică (teaching), interpretativă;
- atitudine sau intenție evaluativă, activă, sugestivă, moralizatoare;
- atitudine sau intenție de susținere, simpatie, reasigurare, moderație;
- atitudine de înțelegere, intelectuală, afectivă, de apreciere. În psihologia socială există opinii diferite în legătură cu definiția noțiunii de atitudine.

Prima opinie definește atitudinea ca fiind o combinație de reacții afective, comportamentale și cognitive față de un obiect (Breckler, 1984; Katz & Stotland, 1959, Rajecki, 1982). După aceștia, atitudinile au în structura lor 3 componente distincte care se intercondiționează. Alți autori consideră că atitudinile pot fi definite doar în termeni strict afectivi (Fishbein & Ajzen, 1980; Oskamp, 1977; Petty & Cacioppo, 1981), considerându-le ca fiind evaluări pozitive sau negative, la un anumit nivel de intensitate, față de un obiect (Ch. Dumitriu 1998).

Gh. Dumitriu arată că pentru a produce o schimbare de durată în comportamentul cuiva trebuie, mai întâi, să încercăm să-i schimbăm atitudinea. Atitudinile subiecților se pot schimba, în primul rând, prin comunicarea eficientă a mesajelor. În procesul comunicării verbale sau nonverbale urmărim: a fi receptați adecvat, înțelegeți posibil cât mai corect, acceptați de interlocutori și a provoca schimbări de atitudine sau de comportament în rândul audienței.

În cadrul comunicării, pentru a dialoga eficient și a stimula conversația este important a avea aceeași poziție cu partenerii. Aceasta se obține treptat, pas cu pas, încercând să-i înțelegem pe interlocutori și a fi înțeleși de aceștia, poziționându-ne în locul lor. De asemenea, este important să anticipăm modul în care partenerii se raportează la persoana noastră.

Astfel, vom reuși mult mai ușor să anticipăm ce își doresc aceștia să audă, ce le poate genera interes și motivație, vom înțelege modul subiectiv în care percep lumea și criteriile pe baza cărora aceștia își exprimă judecata.

Ascultarea activă promovată inițial ca un concept teoretic de psihologul american *Carl Rogers*, s-a transformat într-o adevărată tehnică de perfecționare a comunicării.

Ascultarea activă presupune a extrage un maximum de informație de la partener. Anumite tehnici care țin de ascultarea activă urmăresc a-l face pe interlocutor să vorbească mai mult, deși, aparent, receptorul n-ar trebui să aibă o asemenea responsabilitate.

Ascultarea activă constă în receptarea, decodificarea și verificarea mesajului prin dialog imediat cu emitentul. În acest fel, emitentul se poate convinge că este ascultat, iar receptorul își clarifică și confirmă impresiile. Dincolo de simpla receptare a cuvintelor, în ascultarea activă receptorul trebuie să se concentreze asupra sentimentelor, atitudinilor, stării afective care însoțește mesajele. Ascultarea devine astfel o excelentă modalitate de a-i încuraja pe ceilalți să vorbească. Faptul că gândurile, opiniile și sentimentele nu le sunt criticate, îi face pe oameni să se simtă în siguranță, să comunice mai efectiv în legătură cu multe probleme, față de situația ascultării superficiale. Bazată, mai ales, pe încurajarea laturii afective, comunicarea activă ajută la diminuarea barierelor de statut, de percepție, de cultură și de personalitate.

A asculta nu înseamnă doar a auzi că se vorbește în jur, ci înseamnă să depui un efort considerabil pentru a reține cât mai mult din mesaj, să înțelegi sensul celor transmise și să încerci să le integrezi între cunoștințele pe care deja le deții.

Când cineva se simte ascultat, devine mai cooperant și are mai mare încredere de a se exprima. În acest scop, se utilizează mijloace verbale și nonverbale foarte simple. Astfel vorbitorul poate fi încurajat de expresia feței sau de gesturi (*înclinare din cap, zâmbet, contactul privirii*), precum și de manifestarea reacțiilor emoționale așteptate de acesta (*surpriză, veselie*). La acestea se adaugă semnale verbale simple (*da, continuați! aha! ooo! hm!*). Același efect de încurajare îl are și tehnica adresării unor întrebări care repetă cuvintele vorbitorului.

Pentru început, este necesar de a asculta conținutul mesajului, ceea ce implică încercarea de aprofundare a semnificației acestuia, prin punerea unor întrebări de tipul „de ce?” („*De ce afirm acest lucru? De ce îmi spune aceste detalii?*”). De asemenea, aceasta îi permite ascultătorului să unească într-o construcție unitară numeroasele fapte și detalii care îi sunt transmise și să descopere punctele cheie ale mesajului, evitând să recurgă la detalii. Importantă este identificarea termenilor cheie pe care le folosește mai des interlocutorul în discursul său. În al doilea rând, trebuie percepute sentimentele interlocutorului. Comprehensiunea conținutului ideilor reprezintă doar o parte a sarcinii receptorului, el trebuie, în același timp, să înțeleagă sentimentele, atitudinea și starea sufletească a celuilalt. Aceasta poate fi cunoscută, mai ales, cu ajutorul semnalelor non-verbale *transmise atât prin vorbire, cât și prin gesturi, privire, mișcarea corpului etc.* Dar, în acest caz, poate să apară contradicții între semnalele limbajului verbal și ale celui non-verbal.

Aspectele importante ale ascultării active sunt:

- *concentrarea* – înțelegerea conținutului mesajului și a relației necesită concentrare din partea receptorului;

- *interesul* interlocutorului – ascultarea activă este posibilă doar prin manifestarea unui interes sincer atât față de interlocutor, cât și față de conținutul mesajului;

- *deschiderea cognitivă* – deschiderea față de lumea din jur vizează acceptarea diferențelor de opinie. Când cealaltă persoană exprimă opinii contrare față de ale sale, receptorul trebuie să se impună să le asculte, să le înțeleagă filosofia și să descifreze modul de a gândi al interlocutorului. Dacă aceasta se grăbește să emită propriile opinii sau judecăți de valoare, șansele de a-l înțelege pe partener, ca și șansele unei relații cooperante, scad;

- *spirit critic* – deschiderea trebuie dublată de exersarea spiritului critic față de informațiile noi. Acestea nu vin pe un teren viran, ci intră în corelație cu cele deja existente în mintea receptorului. De aceea, ele pot fi integrate ușor sau pot contrazice

imaginile sale despre lume. Spiritul critic presupune a fi imparțial, calculând însă valoarea ideilor, argumentelor și premiselor interlocutorului, în cadrul sistemului propriu de referință.

Astfel, au fost identificate mai multe nivele de ascultare¹:

- neascultarea – caracterizată prin stare generală de nervozitate, dezinteres și stări apatice, dorință permanentă de a întrerupe vorbitorul cu scopul de a încheia comunicarea;
- ascultarea marginală – caracterizată prin ascultare superficială, când nu este înțeleasă intenția comunicării și semnificația mesajului, însoțită de o preocupare constantă pentru pregătirea propriilor răspunsuri sau chiar pentru retragerea din conversație;
- ascultarea cu evaluare – caracterizată prin atenție și concentrare deosebită la conținutul mesajului transmis, evaluare strict pe baza cuvintelor, fără atenție la limbajul nonverbal care poate transmite mesaje cu privire la sentimentele sau intenția comunicării, detașare, senzație de circumspecție permanentă.
- ascultarea activă – caracterizată prin efort mental și emoțional pentru a empatiza cât mai bine cu vorbitorul, atenție la limbajul verbal și nonverbal propriu, dar și al partenerului de conversație, concentrare atât pe starea emoțională a vorbitorului, cât și pe conținutul efectiv al mesajului, generează vorbitorului înțelegere și interes din partea celui care ascultă.

Ascultarea activă nu este o simplă ascultare (pasivă), în maniera unui înregistrator ci, dimpotrivă, o ascultare dinamică, activă, în timpul căreia este analizat tot ce a spus interlocutorul, se fac conexiunile necesare și se constată ce elemente importante lipsesc pentru a putea desprinde concluziile de rigoare.

Ascultarea activă poate avea următoarele funcții²:

- Receptarea corectă a conținutului verbal al mesajului;
- Recunoașterea barierelor potențiale și existente;
- „Ascultarea” (receptarea nonverbală) sentimentelor și a mizei emoționale;
- Încurajarea verbală și nonverbală;
- Verificarea înțelesului dat de interlocutori situației și mesajului;
- Reflectarea punctului de vedere al interlocutorului, în cooperare cu acesta.

Ca orice ascultarea activă presupune parcurgerea mai multor *etape*³:

a) *Stabilirea unei relații directe, deschise cu partenerul de comunicare.* În funcție de situație, de gradul de tensiune, de intensitatea emoției, problema pusă în discuție poate fi abordată frontal – ca în cazul interviului disciplinar sau al nemulțumirilor, revendicărilor – ori, după o pregătire prealabilă – ca în cazul interviului de selecție, evaluării performanțelor, efectuării controlului. Deoarece aceasta constituie etapa inițială, în funcție de care se obține sau nu reușita, ea trebuie marcată de cuvinte și gesturi prin care se atestă bunăvoința, disponibilitatea afectivă a ascultătorului.

b) *Încurajarea comunicării.* Atenția acordată emitentului, angajamentul în comunicare și disponibilitatea sunt etalate fie verbal, prin folosirea unor expresii: „te rog, spune-mi” sau „continuă, te rog”, „este interesant ceea ce spui” ori non-verbal. Ușoara înclinare către înainte, privirea directă, mâinile așezate calm pe masă reflectă atenția și răbdarea acordate interlocutorului.

¹ A se vedea: Roșca, L.; Deneș, C. *Comunicare în afaceri: Suport de curs*. Sibiu, 2007, p. 23.

² A se vedea: Costea, M.; Stănescu, D. *Manual de comunicare și relațiile publice*. Proiect Phare RO, 2006.

³ Niculae, T.; Gherghiță, I.; Gherghiță, D. *Comunicarea organizațională și managementul situațiilor de criză*. București: Ed. Ministerului Administrației și Internelor, 2006, p. 52-53.

c) *Semnalizarea recepției mesajului* - se face prin aprobări din cap, zâmbete, folosirea unor cuvinte pentru a-l ajuta pe interlocutor să se exprime. O asemenea atitudine îi arată partenerului de comunicare că receptorul este pe fază și nu manifestă doar o prezență politicoasă. Intervențiile și întreruperile vorbitorului pe parcursul expunerii mesajului nu sunt indicate, deoarece acestea l-ar putea abate de la firul logic al vorbirii, ori i-ar favoriza omisiunile. Pe de altă parte, retragerea emitentului într-o tăcere automată și absolută ar putea induce receptorului sentimentul de suspiciune, anxietate și, în final, ar deforma mesajul.

d) *Încheierea* – în care receptorul devine emitent. În această etapă, el transmite celuilalt propria concluzie, oferindu-i, în același timp, prilejul verificării reciproce și a corectării percepției și interpretării.

Ascultarea activă cere din partea celui care o practică anumite *calități*. Numite de Carl Rogers „*considerații pozitive absolute*”, acestea se referă la:

- *comportarea caldă*, din care rezultă aprecierea demnității și respectul față de vorbitor;

- promovarea unei *atitudini deschise*, din care reiese sinceritatea, interesul, receptivitatea față de mesajul transmis; (sau promovarea, în mod deschis);

- amplificarea *empatiei*, capacitatea de a se transpune în situația celuilalt.

Empatia capătă un rol aparte în comunicarea interpersonală, permițând înțelegerea și anticiparea comportamentului celuilalt. O comunicare empatică reprezintă adesea o relație neverbalizată, implicită, cu un conținut ideativ și afectiv de tip interactiv ce are ca efect adaptarea eficientă la ceea ce este celălalt. Prin intermediul empatiei, putem să înțelegem mai bine partenerul, să-i intuim gândurile și stările afective, să-i anticipăm comportamentul și să acționăm prin intermediul sugestiilor asupra acestuia¹.

Empatia cere o analiză a reacțiilor interlocutorului, dar și a propriilor reacții într-o situație similară. Întrebările mentale: „ce simte acum interlocutorul?”, „cum m-aș simți în locul lui?”, „ce mesaj încearcă să-mi transmită”, „cât de importantă este pentru el rezolvarea acestei probleme”, „ce efecte ar putea avea pentru el un răspuns pozitiv? Dar negativ?” și altele similare adresate eului, dar, mai ales, laturilor ascunse ale personalității, pot favoriza creșterea capacității empirice.

O concepție axată pe stările interioare ale omului o găsim la *S. Marcus*, potrivit căreia empatia reprezintă „acel fenomen psihic de retrăire a stărilor, gândurilor și acțiunilor celuilalt, dobândit prin transpunerea psihologică a eului într-un model obiectiv de comportament uman, permițând înțelegerea modului în care celălalt interpretează lumea”. Astfel, S. Marcus cercetează și demonstrează că empatia reprezintă o constantă a personalității individului (subiecții cu empatia scăzută au tendința spre introversie și cei cu empatia ridicată au tendința spre extroversie). În cadrul psihologiei sociale, empatia ocupă un rol important datorită implicării acestui fenomen în comportamentul interpersonal precum și în abilitatea de precizie a comportamentului social. O analiză a abilităților predictiv empatic, proprie unei persoane aflate în relație cu alta, atrage după sine întregul sistem comportamental al individului, cu atât mai mult cu cât predicția vizează comportamentul afectiv al receptorului.

Rezultatele cercetărilor lui S. Marcus au permis formularea concluziei, conform căreia capacitatea proiectivă a unei persoane, permeabilitatea ei la psihologia partenerului este o însușire dobândită experiențial în procesul de cunoaștere interumană, aflându-se în

¹ Idem.

comunicare cu persoane la fel de empatică. Aceste cercetări au demonstrat că pentru o comunicare eficientă între emițător și receptor este absolut necesar să se obțină o relație cât mai empatică din ambele părți.

5.1. ANALIZA TRANZACȚIONALĂ A COMUNICĂRII

Potrivit analizei tranzacționale, încă din copilărie, suntem antrenați să facem distincția între bine și rău, frumos și urât, negativ și pozitiv etc. În raporturile noastre cu alții adoptăm modalități profunde, automate și existențiale, formulăm o anumită judecată după care stabilim cine are dreptate sau putere – noi sau alții. Această judecată de sine în raport cu celălalt este un mod de a se poziționa. Adesea persoana are tendința de a se situa într-o poziție preferată (poziție de viață preferată sau existențială). Aceste poziții, la rândul lor, ne conturează specificul relațional și comunicațional cu cei din jur.

Printre instrumentele propuse de analiza tranzacțională (AT), noțiunea de „rol” este, fără îndoială, una dintre cele mai bogate în semnificații. Astfel, „rolul” pe care îl avem de jucat trebuie perfect înțeles, logica sa internă permițându-ne „modularea” (adaptarea) propriului comportament la fiecare situație.

Viața ne demonstrează că fiecare dintre noi trăiește patru „roluri”, adică patru poziții de viață fundamentale, respectiv, pentru modalități de a vedea relațiile cu alte persoane (sau fapte, lucruri, întâmplări etc.).

Aceste patru „roluri” au, fiecare, câte doi „poli”, ce pot fi percepuți fie pozitiv (+), fie negativ (-).

Alain Cardon, a propus reprezentarea acestor „roluri” sub forma unui tablou denumit „*O.K.-ul pozițiilor de viață*”, pornind de la faptul că, în relațiile stabilite între ei, interlocutorii se pot afla într-una din situațiile următoare¹:

- eu sunt OK, tu (alții) ești OK (eu +, tu +);
- eu nu sunt OK, tu (alții) ești OK (eu -, tu +);
- eu sunt OK, tu (alții) nu ești OK (eu +, tu -);
- eu nu sunt OK, tu (alții) nu ești OK (eu -, tu -).

Reieșind din acest tablou, se pot descrie patru „stiluri” de relații între persoanele care se află față în față într-o comunicare, caracteristicile fiecărui „rol” fiind următoarele:

1. *Eu sunt OK, tu ești OK*, este atitudinea câștigătorilor. Este o atitudine realistă, deoarece nu se referă decât la aici și acum și nu încearcă să absolutizeze nimic. Aceasta este atitudinea fericită, pozitivă a proximității față de viață. Este o atitudine pe care ar trebui să o adoptăm în timpul activităților și care ar corespunde ideii de a coopera.

2. *Eu nu sunt OK, tu ești OK*, este atitudinea celor supuși. Putem considera această atitudine ca fiind OK în raport cu o persoană într-un post ierarhic superior, la început dar nu pentru multă vreme. Persoanele care manifestă o astfel de atitudine de viață vor participa la multe jocuri psihologice, îndeplinind rolul de Victimă. Ele vor suporta cu greu proximitatea și nu vor acționa pozitiv în cursul activităților decât fiind într-o situație dependentă. Acestea pot activa doar primind indicații.

3. *Eu sunt OK, tu nu ești OK*, reprezintă o atitudine arogantă. Această atitudine provoacă mereu conflicte, pentru că celălalt este acuzat, se încearcă devalorizarea lui. Avem de a face cu o atitudine de viață foarte răspândită – am putea spune chiar că este favorizată de lumea noastră de competiție non-OK, unde fiecare încearcă să-l domine pe celălalt, să-l disprețuiască. Persoanele care adoptă o astfel de atitudine de viață se află

¹ A se vedea: Cardon, A. ș.a. *L'Analyse Transactionnelle*. Paris, 1987, p. 75.

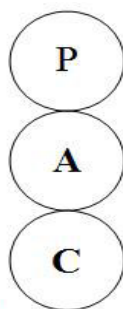
multă vreme în aceste jocuri psihologice, deci putem afirma că, practic, ele nu cunosc altă proximitate – adevărată și plină de căldură.

4. *Eu nu sunt OK, tu nu ești OK*, este atitudinea pasivă. În acest caz, nu ne putem aștepta la nimic bun, socotind că lumea este pierdută sau că nu face nici doi bani, că nu are cine știe ce mare valoare. Se consideră că nu putem avea încredere în nimeni. Parcă ar fi mult mai bine să ne facem o vizuină și să nu mai pretindem a fi remarcați. Sentimental vorbind, aici primează indiferența. În planul acțiunii, aceasta este fuga de răspundere. Astfel de persoane își petrec mult timp în izolare, iar în jocurile psihologice ele ocupă poziția de victimă. Toți oamenii, de-a lungul existenței lor, pot să treacă prin aceste patru tipuri de poziții de viață. Acestea din urmă pot să se schimbe, în funcție de situație și persoană cu care individul intră în contact.

„*Rolurile*”, ca și alte concepte ale AT, constituie mijloace ale gândirii, dar nu pretind a descrie un adevăr. Prin urmare, „rolul” se justifică în funcție de utilitatea pe care o are ca model de interpretare și acțiune asupra anumitor realități din mediul ambiental. În acest context, este util și interesant să presupunem că marea majoritate a oamenilor nu trăiesc doar un printr-un singur „rol”, ci au poziții dominante, pe care le abandonează în funcție de situații, de persoanele vizate sau/și de gradul de urgență a acțiunilor întreprinse.

Stări ale sinelui

Eric Berne a definit starea Eu-lui drept acel „pattern consistent de gânduri și trăiri emoționale, legat direct de un pattern comportamental corespunzător”. Observațiile sale l-au determinat să presupună că în fiecare persoană ar exista trei asemenea stări ale Eu-lui. Aceste trei stări participă la construirea modelului stărilor Eu-lui și figurează convențional într-o diagramă ce reprezintă structura personalității. În fiecare persoană există trei stări diferite ale Eu-lui. Plecând de la una dintre aceste stări ale Eu-lui, fiecare persoană ia anumite decizii și reacționează în mod corespunzător. Aceste stări au primit numele de *Copil*, *Adult* și *Părinte*¹ și sunt reprezentate în AT prin trei sfere suprapuse care reprezintă de fapt structura personalității.



***Fig. 1. Structura personalității (după E. Berne).
Starea de Părinte a Eu-lui***

Starea de părinte înglobează toate coercițiile, prohibițiile impuse de părinți (de toate persoanele cu care am intrat în contact), așa numita morală, instituția cugetului, dar și prejudecățile și toate interdicțiile, reglementările anacronice, dispozițiile interioare.

¹ A se vedea: Berne, E. *Analiza tranzacțională în psihoterapie*. București: Ed. Trei, 2011.

O persoană se află în Starea de Părinte atunci când comportamentul său reproduce un comportament pe care l-a văzut, l-a perceput, l-a observat la părinți sau la persoanele care au avut asupra sa o influență dominantă.

Starea de Părinte a Eu-lui este împărțită în două realități total diferite: Părintele normativ sau critic și Părintele grijuliu.

Părintele critic/normativ (Exteropsyche) este cel care ne provoacă cele mai multe dificultăți, întrucât ne cenzurează la tot pasul, interzicându-ne mult prea multe și îndemnându-ne să interzicem multe și celorlalți; el este deținătorul tuturor prejudecăților și judecăților noastre de valoare. Aspect pozitiv: este partea conducătoare care dă instrucțiuni, care dictează normele într-o relație respectuoasă. Aspect negativ: este partea care se exprimă într-o relație neloyală (non-OK), pentru a-l critica, a-l devaloriza pe celălalt.

Caracteristicile stării de Părintele critic/normativa Eu-lui

Limbaaj nonverbal:– încruntare, brațe încrucișate, bărbia înainte, degetele încrucișate, brațele ridicate în sus – privire orientată înainte sau în jos – expresie indignată, șocată, supărată, ironică – voce rece, autoritară, tranșantă, scârbită, intimidantă, emfatică, plină de mânie, sentențioasă...

Limbaaj verbal folosește cuvinte definitive precum - niciodată, totdeauna, nimic, numai, trebuie, nu trebuie, vreau să spun, așa este și altele; vorbește la modul general: femeile, muncitorii, tinerii - fraze scurte, seci și trunchiate, sentențioase, moralizatoare.

Părintele grijuliu este caracterizat de dragoste părintească, protectoare, manifestată față de aproapele nostru și dorința de a-i sări în ajutor, tendința de a-i povățui pe alții. Aspectul pozitiv: este partea care protejează, care ajută, încurajează, încuviințează, care este prevenitoare. Aspectul negativ: atunci când individul îl folosește ca să superprotejeze (adică să îl împiedice pe celălalt să se dezvolte, să se formeze prin propriile experiențe), să facă lucrurile în locul altuia (pentru că el nu este capabil).

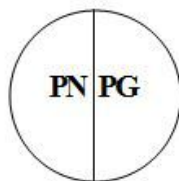
Caracteristicile stării de Părintele grijuliu a Eu-lui

Limbaaj nonverbal:– mâinile pe umerii celuilalt, palmele deschise, gesturi care mimează protecția și încurajarea – surâs, expresii compătimitoare, înțelegătoare – voce dulce, mieroasă.

Limbaaj verbal:– este bine, încearcă, vei reuși, vreau să te ajut, bietul de tine, te înțeleg, nu te neliniști, nu-i nimic, mă ocup eu, nu este grav – dă sfaturi, încurajează, dă recomandări.

PĂRINTE NORMATIV

(dictează, conduce, impune, emite principii protejează, judecă, critică, devalorizează, agresează)



PĂRINTE GRIJULIU

(ajută, încurajează, feliicită, apreciază, își asumă sarcini în locul cuiva pe care îl supra-protejează)

**Fig. 2. Starea de Părinte a Eu-lui (după E. Berne).
Starea de Copil a Eu-lui**

Starea de Copil a Eu-lui (Archeopsyche) ascunde toată zestrea instinctuală cu care se naște un copil (predispoziții, aptitudini). În Copil se ascunde sediul sentimentului

stimei de sine. El este acela care confirmă starea de bună dispoziție sau de inconfort a individului, dacă acesta se simte acceptat sau respins, dacă încearcă un sentiment de culpabilitate, de insecuritate sau dacă trebuie să treacă la defensivă. Această stare trăiește în oameni până în ultima clipă a vieții, pentru că este cea care conține trebuințele noastre, dorințele noastre, impulsurile noastre.

Având, prioritar, origine socială și culturală (și, rar, biologică, numai în cazul *Copilului Spontan*), starea de spirit **Copil** aparține domeniului sentimentelor și poate avea următoarele trei forme principale de manifestare:

Copilul Adaptat (în continuare **CA**), **care include reflexele noastre condiționate** și, la rândul său, se poate exterioriza în două modalități, astfel: **Copil Adaptat Supus** (în continuare **CAS**) și **Copil Adaptat Rebel** (în continuare **CAR**).

CAS se bazează pe „etichetă”, pe „știința” de a trăi, pe condiționări și, mai ales, pe sentimente. În general, CAS din noi reacționează cu supunere la propriile-i figuri parentale și la normele instituționale impuse, luând în calcul, întotdeauna, părerile altora. De asemenea, chiar dacă se manifestă ca fiind „rezervat”, CAS respectă, cu strictețe, uzanțele și normele comportamentale și este, în același timp, încântat de tot ceea ce i se spune. El privește, mereu, spre interlocutor, așteptând să sesizeze aprobarea acestuia pentru tot ceea ce face. Dar ... mare atenție! Acesta este chiar comportamentul specific elevilor și/sau studenților, atunci când sunt ascultați sau examinați. Vocea lor devine, „instantaneu”, „dulceagă”, greu perceptibilă, respectuoasă, rezonabilă, „mormăită”, „plângătoare” și ezitantă. Cuvintele prioritar apelate de un CAS sunt: *vinovat, rușine, timid, emotiv, încerc, ascultător*.

CAR se bazează pe reflexe condiționate și pe sentimente, reacționând împotriva figurilor parentale și a instituțiilor și, în general, împotriva normelor impuse propriei persoane. Un CAR este, prioritar, un tip nonconformist, ia în considerare alte persoane dar se „revoltă” (poate merge până la violență!) și „adoră” să „taie” cuvântul celor care i se adresează, ridicând vocea și surâzând malițios (eventual, „grosolan” și ironic!). Este chiar tipul copilului obraznic, care încalcă normele și legile „nescrise” ale buneii cuviințe și are un debit verbal rapid și, adeseori, incoerent.

Caracteristicile stării de Copil adaptat a Eu-lui

Limbaaj nonverbal – privire evitantă, care se ferește de contactul vizual sau privește în sus sau în jos (ca și cum ar căuta aprobarea parentală) – umeri incurbați, atitudine ghemuită, ridicarea umerilor, expresie timidă, jenată – voce nesigură, șoptită, devenind repere inaudibilă, plângăcioasă, bombănit.

Limbaaj verbal – am înțeles, îmi place, voi încerca, poate, nu știu, nu este vina mea, nu voi reuși, este vina mea, nu aveți dreptul, nu puteți să mă obligați – fraze impersonale: nu s-a înțeles, nu se ocupă de noi, ar face mai bine să, este imposibil să – fraze neclare (îmbârligătoare), neclare, care nu se termină, de complezență sau acuzațoare

Copilul natural, liber care se manifestă prin bucurie, spontaneitate, creativitate, curiozitate și joacă; este sediul intuiției, indispensabilă capacității creative. Aspectul pozitiv: Starea de copil este inima omului, centrul a ceea ce este trăit, locul privilegiat al unei întâlniri adevărate. Este exprimarea spontană a sentimentelor, care permite evitarea neînțelegerilor, a indispozițiilor atât de frecvente în relațiile dintre oameni. Aspectul negativ: ca și în cazul celorlalte stări ale Eu-lui, cu o persoană care se manifestă întotdeauna cu starea de copil, va fi greu de trăit și, în consecință va fi repede respinsă.

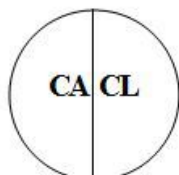
Caracteristicile stării de Copil liber a Eu-lui

Limbaaj nonverbal – foarte bogat și foarte expresiv: plânge și râde spontan, dă din mâini, sare, tropăie, fără pudoare fizică, cască, se scarpină, se întinde, dansează – privire vie, strălucitoare, directă, reflectă emoțiile trăite, exprimare liberă spontană a sentimentelor resimțite (bucurie, mânie, tristețe) - voce înaltă, liberă, energică, modulată, vibrantă.

Limbaaj verbal – șic, drace, la dracu, barbă (vrăjeală), ador, detest, șuetă, picior, o la la, vreau, nu vreau, imediat – fraze scurte, chiar reduse la un cuvânt, limbaaj copilăresc, jocuri de cuvinte, exclamații, interjecții.

COPIL ADAPTAT

(se adaptează la cerințele altora – supunere – stă deoparte, se devalorizează, susține în mod sistematic contrariul)



COPIL LIBER

(își exprimă spontan trebuințele, emoțiile, sentimentele, are capacitate intuitivă și este o sursă de creativitate)

Fig. 3. Starea de Copil a Eu-lui (după E. Berne).

Starea de Adult a Eu-lui

Starea de Adult a Eu-lui reprezintă gândirea, intelectul, capacitatea de a analiza. Orice ființă omenească posedă capacitatea de a percepe singură noțiunile, de a reflecta asupra lor, de a le analiza, de a le compara, de a face deducții, de a înțelege, dar și aceea de a asculta informații. Aspectul pozitiv: permite culegerea de informații din toate realitățile vieții, luarea de decizii gândite, rezolvarea problemelor, îndeplinirea sarcinilor, negocierea. Permite integrarea armonioasă între dorințe (copil) și valori (părinte), fapt care dă personalității un sentiment de mulțumire în viață, în acord cu sine însuși. Aspectul negativ: provine din folosirea excesivă a acestei stări în relațiile interumane. Un individ care se află permanent în starea de adult ar fi ca un adevărat robot. Părintele critic găsește cusururile și Adultul critic depistează greșelile. Adultul analizează faptele și datele, le interpretează, le stochează, cuplează posibilitățile și, în final, trage concluziile.

Nici o stare a Eu-lui nu este mai bună decât alta - toate trei sunt importante (inclusiv subdiviziunile lor).

Caracteristicile stării de Adult a Eu-lui

Limbaaj nonverbal: - atitudine relaxată, deschisă și neutră, limbaaj corporal sărac - privire directă, frecvente contacte oculare cu interlocutorul, puține emoții vizibile, expresie calmă și atentă - voce egală și clară.

Limbaaj verbal: - unde, când, cum, cât, da, nu, eu cred, probabil, relativ, înțeleg, nu înțeleg, faptele, rezultatele, datele - fraze clare și concise, tehnice, informative, care au un conținut precis - faptele sunt separate de opinii: dat fiind faptul că..... eu cred că....

5.1.1. TRANZACȚII COMUNICĂȚIONALE

În contextul **AT**, conform opiniei specialiștilor¹, *tranzacția comunicativă este unitatea de schimb bilateral între două stări de spirit.*

În momentul în care două persoane se află față în față, sunt „puse în joc” șase stări de spirit, câte trei pentru fiecare participant la dialog. Pentru a stăpâni, cât mai bine,

¹ Cardon, A. Op. Cit., p. 44-48.

comunicarea (și, implicit, tranzacția comunicativă implicată), este extrem de important să identificăm ce stare de spirit este activă, în momentul schimbului, pentru fiecare interlocutor. Aceasta, cu atât mai mult, cu cât stările, ca și indivizii, sunt foarte diferite.

AT face posibilă atât analiza detaliată și precisă a schimburilor, cât și “canalizarea” (orientarea) lor și, astfel, facilitează mai buna înțelegere a fenomenelor apărute pe parcursul comunicării.

În orice tranzacție sunt transmise, concomitent două tipuri de informații:

- informații referitoare la conținutul mesajului (*despre ce este vorba*);
- informații privind relația existentă între persoane (*cine, cui și cum vorbește*).

Ținând cont de subdiviziunile stărilor de Părinte și Copil, numărul posibil de tranzacții, din punct de vedere teoretic, este foarte mare. 90% din relații însă sunt reprezentate de 7 tipuri de tranzacții, din care primele 4 permit comunicarea OK-OK (fig. 1.), iar ultimele 3 constituie sursa dificultăților de comunicare între oameni¹ (fig. 2). În general, tranzacțiile comunicative sunt clasificate după cum urmează:

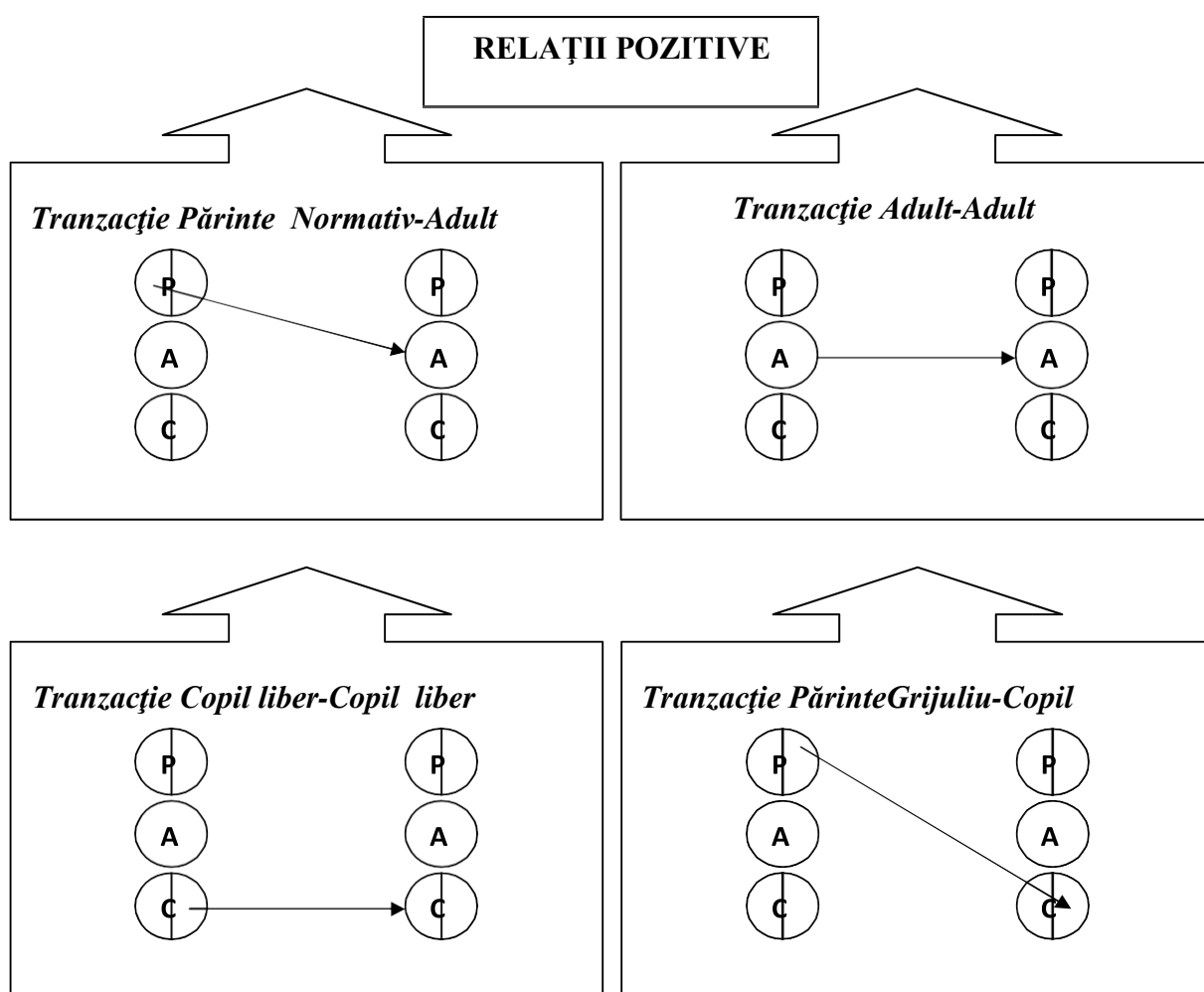


Fig. 1. Tipuri de tranzacții care permit comunicarea eficientă. (după Mitrofan I.)

¹ Mitrofan, I. (coord.). *Orientarea experiențială în psihoterapie. Dezvoltare personală, interpersonală, transpersonală.* București, Ed. S.P.E.R, 2000.

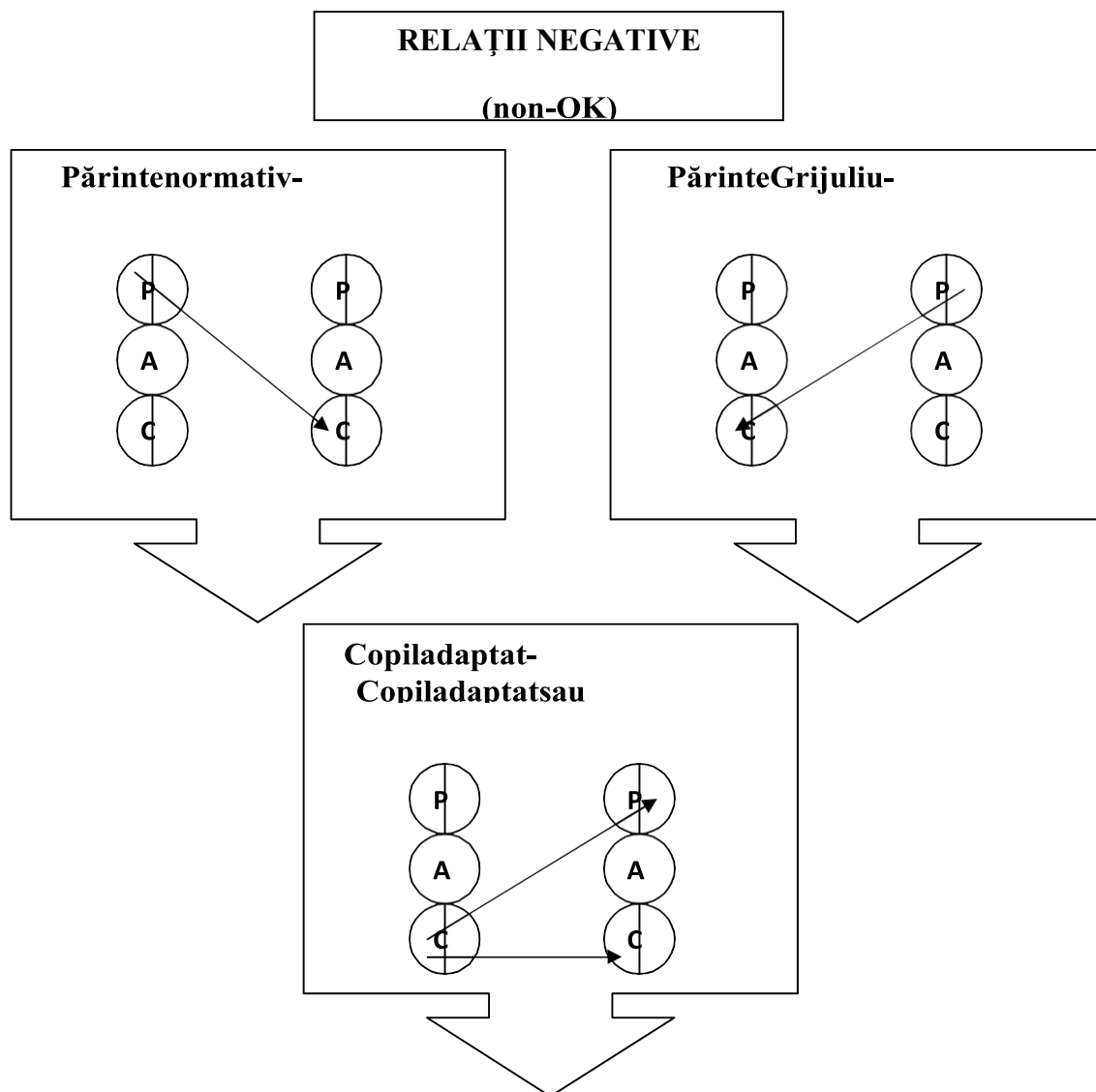


Fig. 2. Tipuri de tranzacții care nu permit comunicarea eficientă. (Mitrofan, I.)

5.2. PROGRAMAREA NEURO-LINGVISTICĂ

Cercetătorii **Richard Bandler** și **John Grinder** au format o echipă care a început să studieze structura a ceea ce ei numeau „exceleța în relațiile interpersonale”: **programarea neuro-lingvistică** (în continuare, **PNL**).

Potrivit autorilor *exceleța* era sinonimă cu *eficacitatea*, demersul lor fundamental fiind îndreptat către relevarea, în relațiile interpersonale, a răspunsurilor la întrebarea „cum?” și, mai puțin, la cea „de ce?”, ambele însă în legătură cu un comportament, o emoție și/sau o strategie.

În acest context, Bandler și Grinder au definit PNL ca fiind un ansamblu de mijloace de studiere a comunicării interpersonale și a structurii experienței subiective a ei.

Termenul de „programare” se referă la aptitudinea fiecăruia dintre noi de a putea „produce” și „transpune”, în practică, o extrem de variată și complexă gamă de programe comportamentale.

Termenul „neuro” se referă la percepțiile senzoriale care ne determină starea

interioară (*neurologică*, în sens propriu și, respectiv, *emoțional-subiectivă*, în sens figurativ). Aceasta înseamnă că fiecare dintre noi poate percepe și interpreta realitatea înconjurătoare „apropiind-o” eu-lui său, astfel încât să poată fi capabil să își creeze „micul său univers”, în care să acționeze *cum* și *când vrea*. De asemenea, termenul „neuro” se referă și la modul nostru de a gândi, la comportamentele noastre și la stările interne pe care le trăim, în sensul determinării acestora de către activitatea cerebrală și de conexiunile neuronilor noștri.

Termenul „*lingvistică*” face referire la mijloacele de comunicare apelate, respectiv la comportamentul nostru verbal și nonverbal. Astfel, limbajul ne structurează experiența și reflectă propria noastră manieră de a gândi și de a percepe evenimentele, „trădându-ne” sau relevându-ne personalitatea, comparativ cu cea a semenilor noștri.

PNL relevă faptul că, încă de la naștere, fiecare persoană, deci fiecare dintre noi, recurge la transpunerea în practică a unor comportamente („programe”), în vederea atingerii scopurilor și/sau a obiectivelor propuse, precum și a soluționării aspectelor (problemelor) cu care se confruntă.

„Hardul” nostru condiționează, în acest mod, orice aspect al comunicării și explică cele două postulate ale PNL:

1. nu putem să nu comunicăm, orice stare comportamentală (chiar și un refuz) fiind semnificativă pentru interlocutorul nostru;

2. comunicarea nu se efectuează numai cu și prin cuvinte, ci și prin intermediul tonului vocii, al atitudinii noastre, al amplitudinii sau localizării respirației, al variației coloritului epidermei (îndeosebi a celei faciale) etc.

PNL este o apropiere puternică a experienței umane de comunicare și, totodată, de schimbare. Aceasta permite, celui care o stăpânește, să descopere, într-o manieră specifică, îndemânarea sa relațională și, de asemenea, să știe să inițieze procese generatoare de schimbări profunde și durabile.

În PNL, modurile în care informațiile senzoriale sunt preluate, stocate și codate pe plan mental poartă numele de *sisteme reprezentationale*. Ele sunt corespunzătoare principalelor modalități senzoriale și pot fi utilizate extern (e) sau intern (i). *Sistemul vizual* (V) este folosit în afară atunci când se privește realitatea sau intern, atunci când se vizualizează pe plan mental. La fel, *sistemul auditiv* (A) se divide în extern și intern. *Sistemul kinestezic* (K) extern include senzații tactile, de temperatură sau textură. Kinestezia internă cuprinde senzațiile amintite, emoții și senzații interne de echilibru și conștiință corporală, reunite de obicei în sfera propriocepției. Sistemul vestibular, responsabil cu senzațiile de echilibru, constituie o parte importantă a kinesteziei. *Sistemele gustativ* (G) și *olfactiv* (O) sunt considerate mai puțin importante și adesea sunt incluse în cadrul kinesteziei (Mitrofan, 2000).

Sistemele VAK, cu ajutorul cărora PNL descoperă *canalul de comunicare* predominant al interlocutorului sunt:

- *sistemul de percepție* - când atenția interlocutorului este îndreptată prioritar spre activitatea ce îl înconjoară, spre percepțiile sale exterioare;

- *sistemul de reprezentare* - Acesta este sistemul prin care individul dă un anumit sens situației prin care trece; Folosim limbajul extern pentru a comunica și descrie celorlalți gândurile sau experiențele noastre interne, iar cuvintele prin care o facem indică sistemul reprezentational pe care-l folosim. Cuvintele cu bază senzorială (verbe, adjective, adverbe) poartă, în PNL, numele de *predicate*. De obicei, folosirea cu preponderență a unui anumit tip de predicate indică sistemul preferat de reprezentări al

persoanei.

- *sistemul conducător* - Fiecare persoană dispune, de asemenea, de maniere preferate de a aduce informațiile din în memorie în conștiință. O amintire completă conține toate imaginile, senzațiile, sunetele, gusturile și mirosurile experienței originale. De obicei, pentru a o aduce din memorie, ne folosim pe plan intern de una dintre aceste modalități senzoriale, numită sistem reprezentational conducător sau input. Majoritatea oamenilor au astfel de sistem conducător, care nu este neapărat același cu cel dominant. De asemenea, el poate fi diferit în funcție de tipul de experiență.

Folosim permanent toate aceste 3 sisteme primare (V A K), deși nu suntem în mod egal conștienți de toate și avem tendința de a favoriza pe unul din ele.

Aceste sisteme nu sunt reciproc exclusive. Pe plan extern folosim permanent toate simțurile, deși favorizăm unul sau altul dintre ele, în funcție de situația în care ne aflăm. Pe plan intern însă, avem tendința de a favoriza unul sau două dintre ele, în funcție de lucrul despre care gândim.

Sistemul folosit în mod obișnuit, preponderent de o persoană, poartă numele de *sistem preferat sau primar*. În cadrul sistemului preferat, de obicei, suntem capabili să facem distincții și discriminări de mai mare finețe decât în celelalte. Uneori, un anumit sistem nu este suficient de dezvoltat, ceea ce face ca anumite abilități să fie dificil de achiziționat.

Sinesteziile, ca asocieri, legături imediate și inconștiente între două simțuri, constituie o parte importantă a felului în care gândim. De obicei, apar între sistemul preferat și cel de input.

Indicatorii de acces. PNL ne arată că este destul de ușor să aflăm în ce sistem reprezentational gândește o persoană la un moment dat, ghidându-ne după modificările fizice care apar atunci când gândim într-un anumit fel. Aceste modificări au fost numite, în PNL, indicatori de acces, ei fiind de mai multe tipuri.

Indicatorii de acces vizuali se referă la mișcările sistematice ale ochilor (verticale și laterale), în funcție de modul în care gândim, despre care studiile au arătat că sunt asociate cu activarea diferitelor arii cerebrale. Aceste mișcări apar și dispar foarte rapid, astfel încât este necesar un deosebit de dezvoltat simț de observație pentru a fi remarcate. Ele indică secvențele de activare a diferitelor sisteme reprezentationale pe care persoana le folosește pentru a da un răspuns sau a trăi o experiență. De obicei, oamenii recurg, în primul rând, la sistemul de input atunci când caută răspuns la o întrebare.

Alți indicatori de acces au caracter mixt, în sensul că reunesc patternuri de postură, mimică, respirație, ritm al vorbirii etc.

Modelul căilor de acces și observarea comportamentului global ne permit să descoperim ce sistem senzorial dominant utilizează interlocutorul și să-l abordăm corespunzător. În primul rând, trebuie să se recurgă la stabilirea sistemelor reprezentationale, astfel:

- Prin indicatorii de acces vizuali Atunci când căutăm informații, ochii noștri se îndreaptă în direcțiile care ne dau informații despre modul în care avem stocate informațiile căutate, despre modul de cunoaștere sub formă de imagini deja memorizate sau fabricate din toate piesele (vizual), sonorități sau cuvinte rememorate sau construite (auditiv), senzații corporale sau emoții (kinestezic), dialogul cu noi înșine (dialog intern).

- Prin folosirea altor indicatori de acces.

Cuvintele pe care le utilizează o persoană pentru a descrie experiența sa subiectivă vor ține cont de sistemul senzorial dominant în acea experiență.

Aceste cuvinte sunt propuse cu titlu de exemplu; unele dintre ele pot fi interpretate diferit în funcție de context. Ceea ce va fi vizual, auditiv sau kinestezic într-o experiență este trăirea subiectivă a persoanei. Important de știut este locul acordat fiecărui simț de către cel care exprimă trăirea respectivei experiențe.

PNL propune câteva puncte caracteristice a căror observare va face posibilă cunoașterea propriului sistem de reprezentare dominant și descoperirea acestuia la ceilalți (Epuran, 2001):

Vizual	Auditiv	Kinestezic
<ul style="list-style-type: none"> • postură puțin rigidă; • gesturi dirijate în sus; • respirație superficială și rapidă; • voce ascutită, ritm rapid, sacadat; • cuvinte vizuale. 	<ul style="list-style-type: none"> • postură destinsă, relaxată; • poziție de ascultare ca la telefon; • voce bine timbrată, ritm mediu; • cuvinte auditive. 	<ul style="list-style-type: none"> • postură foarte relaxată; • gesturi care imită cuvintele; • respirație profundă, amplă; • voce gravă, ritm lent cu numeroase pauze; • referire la senzații în alegerea cuvintelor;

Fig. 3. Sistemele de reprezentări senzoriale comportamentale.

De la „semnele” percepute de la interlocutorii noștri, până la obiceiurile acestora privind apelarea unui canal preferabil senzorial de comunicare nu este decât un singur pas... Acest singur pas este numit, în PNL, *raport* și el este rezultanta directă a procesului de stabilire a unui contact pozitiv cu interlocutorul.

Oricare ar fi subiectul supus conversației, „raportul” este absolut necesar, altfel devenind imposibilă atingerea obiectivului urmărit. Altfel spus, fără stabilirea unui „raport” eficace sau în absența acestuia, comunicarea interpersonală nu are loc.

5.3. TIPOLOGII CONVERSAȚIONALE¹

În continuare, vom detalia câteva tipologii conversaționale, ușor de descoperit și identificat în orice grup ai fi. Vorbim despre sarea și piperul comunicării, atunci când nu toți știm să ascultăm activ, să fim empatici, să alegem cele mai potrivite cuvinte în comunicare. În fond, după cum spune și motto-ul Mobexpert din prezenta lor campanie: „Suntem cu toții diferiți. Din fericire”, iar acest lucru face comunicarea mai condimentată și imprevizibilă.

• **Vindicativul** are întotdeauna de reproșat ceva cuiva. Este un tip serios, care nu zâmbește la glumele celorlalți, dar râde cu satisfacție atunci când, în discuție, „marchează niște puncte”. Fumează fără să întrebe dacă îi deranjează pe ceilalți. Ținuta lui este

¹ A se vedea: Niculae, T., Gherghiță, I., Gherghiță, D. Op. Cit., p. 56-58.

marcată de bustul foarte aplecat înainte, cu mâinile așezate pe margine mesei. Lasă impresia că dorește să părăsească reuniunea. Aceasta este întărită de mișcarea continuă a picioarelor. Poate crea conflicte, tensiuni, prin iritarea sensibilității diverșilor participanți.

- **Mediatorul** este un tip calm, echilibrat. Dacă i se cere părerea nu se grăbește să vorbească. Păstrează un moment de liniște, suficient că ceilalți să tacă pentru a-l asculta. Atitudinea lui constantă evocă gândirea și ponderarea. Stă așezat drept pe scaun. Se mișcă cu discreție. Este tipul în jurul căruia se poate stabili axul discuției.

- **Savantul** își pregătește cu grijă intervențiile susținute de tabele, figuri, citate. Foarte serios, nu râde la nici o glumă, deoarece le consideră simple pierderi de timp. Urăște digresiunile. Notează totul în timpul discuției. Ar dori să vorbească, să-și arate competența, dar își impune câteva reguli în intervențiile sale.

- **Guralivul** se simte în ședință ca peștele în apă. Râde zgomotos la orice glumă. Așezat confortabil în scaun cu mâinile și picioarele depărtate pentru a ocupa cât mai mult spațiu, nu se obosește niciodată cu luatul notițelor. Are întotdeauna un avans de timp față de cei care notează, pe care-l folosește pentru a vorbi. Nu-și impune nici o restricție în acest sens. Privește totul și pe toți deodată, fără a fi atent, în mod special, la cineva sau ceva. Este tipul care poate deturna cel mai ușor sensul discuțiilor.

- **Timidul** este frecvent vecinul guralivului. De regulă nu are intervenții spontane. Atitudinea lui este crispată. Nu știe ce să facă cu corpul său. Se teme să nu ocupe spațiul vital al vecinilor în timp ce aceștia îi invadează colțul de masă. O privire aruncată timidului îl va face să se înroșească și să se crispeze și mai tare. Introvertit, timidul este, de regulă, deținător al unor soluții bune și originale, dar a-l face să vorbească necesită o adevărată artă.

- **Opozantul** este retras în sine, deranjat de toți și de toate și, mai ales, de subiectul reuniunii. Este unul din cei care nu au cerut și nu dorește participarea. Poziția lui este statică. Mâinile sunt încrucișate la nivelul pieptului. Uneori își eliberează un braț din încheștare pentru a bate darabana în masă, semn al dezacordului. Îi privește pe cei care intervin cu o mină dezgustată. Uneori surâde scurt, semn că are o idee de atac, dar renunță imediat, deoarece și a ataca înseamnă o participare. Este împotriva tutunului, dacă se fumează, cere pauză pentru o țigară dacă ceilalți sunt nefumători. Totul în atitudinea lui este în contradicție cu cei prezenți. Poate deruta, descuraja, imprima o notă de inutilitate și derizoriu.

- **Somnorosul** nu este interesat de nimic în mod special. Temperament amorf, a cărui viață curge aproape simetric, între ațipeli și treziri. Se plictisește extrem de ușor. Își ține ochii întredeschiși și adoptă o poziție din care este greu de dedus dacă doarme sau gândește. O intervenție brusc adresată îl poate transforma într-un vindicativ de șoc. Prezența lui într-o reuniune este superfluă.

- **Seniorul** adoptă o poziție de superioritate. Lasă impresia că viața lui este dedicată unor idealuri cu mult mai înalte. Poziția lui în scaun este dreaptă și rigidă. Tăcut, misterios, cu privirea pierdută pe o linie imaginară, urmărește un orizont personal în afara reuniunii. Se abține să vorbească, deoarece oricum cei din jur nu-i merită atenția. Mimica lui exprimă un ușor dezgust sau sentimentul de deprimare produs de situație. Prezența lui într-o ședință poate induce unor participanți sentimentul de inferioritate, teamă de a nu interveni pentru a nu fi judecat de acest oracol.

- **Vicleanul** sondează terenul și participanții cu priviri prudente și piezișe. Urmărește discuția cu mare interes pentru a depista momentul intervenției sale. Privirea îi alunecă atunci când este privit în față. Dacă va susține privirea conducătorului ședinței

înseamnă că este pregătit să intervină. De obicei, intervenția sa este un act dirijat spre un alt participant. Lovitura finală va fi o replică asasină care-l va face să râdă cu satisfacție. Intervențiile sale pot da întorsături nedorite discuțiilor. Ca și vindicativul, poate genera conflicte, tensiuni între participanți

5.4. SUGESTIA

Din sec. al XIX-lea, *sugestia* a fost studiată temeinic, privită ca un fenomen important în cadrul științelor sociale și, după cum a afirmat profesorul **V. Gheorghiu**, „Nu există sferă de activitate în care sugestiile să nu-și fi găsit utilitatea practică”.

Thomas Brown, în 1820, a propus „legile sugestiei”, ca o alternativă la „legile asociației”, care demonstrează că în asociere, un item mental sugerează un altul, iar Freud spunea că asociația stă la baza fenomenelor sugestive¹.

Cercetările fundamentale ale sugestiei - fenomen multidimensional – s-au axat pe două mari direcții: sugestia în conexiune cu hipnoza și sugestia; trăsătură de personalitate. Cele mai importante și mai noi cercetări în domeniul sugestiei au fost în planul psiho-social. Autorii contemporani McGuire, Ash, Gheorghiu, Holdevici, au încercat să găsească o relație între sugesție, influență socială și persuasiune, să demonstreze faptul că sugestia reprezintă cea mai subtilă modalitate de comunicare interumană.

McGuire, primul care a încercat să găsească o relație între sugesție și influența socială, este de părere că variabilele personale îndrumă sugestibilitatea individuală spre diverse forme ale influenței sociale (modelare, sugesție, persuasiune): demografie, abilități, caracteristici de personalitate. El demonstrează că gândirea influențează atenția și comprehensiunea mesajului, iar motivația, acordul cu mesajul sugestiv. Cercetătorul trage concluzia că „oamenii” mari, inteligenți sunt mai rezistenți la influență².

O idee nouă, preluată și de alți psihologi, se referă la anxietate, teamă. McGuire este de părere că este bine să crești pe moment nivelul de anxietate, pentru a crește influențabilitatea persoanei.

După părerea lui Allport (1959), sugestia este prezentă în cazul în care „un individ acceptă un mod de comportament sau o opinie fără ca procesele gândirii și judecării, care de fapt ar fi trebuit să fie implicate, să joace vreun rol”³.

La rândul său, Ash (1956), referindu-se la influența prin sugestii a formării și modificării atitudinilor, opiniilor și deciziilor prin manipularea variabilelor (prestigiul persuasiunii, ambiguitate, norme de grup), spune că individul supus normelor de grup poate fi împins până la contestarea realității evidente.

Legat de motivație și sugesție, **Irina Holdevici** preia aceste idei, prelucrându-le în cadrul psihologiei succesului la sportivi. Eliminarea anxietății, sporirea încrederii în sine, precum și dezvoltarea spiritului competitiv prin intermediul tehnicilor sugestive, i-au fortificat psihic pe sportivi în cadrul competițiilor.

Abordările conceptuale ale termenului de sugesție au îmbrăcat sensuri diferite în limbajul uzual, medical, psihologic, psiho-social și chiar filosofic, în conformitate cu opiniile fiecărui autor în parte.

Sugesția, întotdeauna, oferă răspunsuri sau soluții (subgeno, subgenere (lat.) = a aluneca pe dedesubt). După cum spune profesorul V. Gheorghiu, sugestia nu obligă, ea poate fi determinată ca stimul declanșator. Astfel, P.P. Neveanu definește sugestia ca o

¹ Dafinoiu, I. *Sugesție și hipnoză*. București: Ed. Știință și Tehnică, 1996, p. 21.

² Gheorghiu, Vl. *Suggestion and suggestibility. Theory and Research*. Berlin Heidelberg: Ed. Springer-Verlag, 1989, p. 316.

³ Gheorghiu, Vl.; Ciofu, I. *Sugesție și sugestibilitate*. București: Ed. Academiei R. S. R., 1982, p. 26.

„reacție particulară la anumite percepții, care se manifestă prin activarea unei tendințe la care se răspunde, fără colaborarea persoanei în ansamblu”¹. Autorii moderni sunt de părere că ea este „obținută printr-un stimul aplicat în absența unei informații specifice asupra naturii răspunsului acceptat”.

Ca o sinteză a tuturor definițiilor prezentate mai sus, am ales-o pe cea a profesorului Irina Holdevici, care pare a fi cea mai completă, clară și sintetică: „Sugestia reprezintă o modalitate de a influența direct sau indirect gândurile sau acțiunile altei persoane, influență ce acționează la nivel de subconștient, nefiind influențată de instanțele critice ale rațiunii celui influențat”².

După trecerea în revistă a opiniilor diverșilor specialiști în domeniu, am ajuns la concluzia că sugestia are următoarele caracteristici:

- este un stimul care poate determina sau nu anumite schimbări în gândirea, comportamentul individului sugestionat;
- sugestia nu este influențată de rațiunea celui sugestionat;
- acționează preponderent la nivel subconștient.

Fenomenul sugestiv este amplu și cuprinde întreaga viață a individului. Tocmai din acest motiv, există o multitudine de clasificări făcute după diverse criterii. Astfel, este foarte greu de realizat o clasificare unică a sugestiilor, fapt pentru care relevăm doar câteva din cele mai cunoscute în literatura de specialitate.

Un astfel de criteriu de clasificare îl reprezintă procesul fundamental care încorporează sugestiile, rezultând patru tipuri:

- 1) sugestii ideatice (mesajul este structurat într-o formă verbală care poate fi explicită sau implicită);
- 2) sugestii afective (mesajul sugestiv este trimis prin intermediul unei stări dominante, cum ar fi: tristețea, exuberanța, disperarea);
- 3) sugestii comportamentale (formate din atitudini, obiceiuri, comportamente);
- 4) sugestii soluționale (mesajul provocator este încorporat în diferite evenimente apărute în urma confruntării individului cu societatea sau cu el însuși).

Un alt criteriu important, se referă la gradul de elaborare a sugestiilor, rezultând două tipuri distincte:

- 1) sugestii spontane (spre exemplu, un lider carismatic poate sugestiona fără să-și propună în mod special acest lucru);
- 2) sugestii elaborate (în cadrul cărora se simte intenția de a persuadea, cum ar fi cazul reclamelor).

Un al treilea criteriu îl reprezintă vectorii mobilului:

- 1) sugestii intrinseci-extrinseci (cerințele individului);
- 2) sugestii extrinseci (cerințele exterioare ale societății);
- 3) sugestii întâmplătoare (factori situaționali).

Un ultim criteriu abordat pentru determinarea unor tipuri de sugestii este cel al efectelor incitației sugestive:

- 1) sugestii protectoare, pozitive (care contribuie la optimizarea și vindecarea unor procese și funcții psihice și psihofiziologice, cum ar fi, de exemplu, speranțe înalte, care-i cresc interesul individului față de o problemă);

¹ Neveanu, P.-P. *Dicționar de psihologie*. București: Ed. Albatros, 1978, p. 694-695.

² A se vedea: Holdevici, I. *Psihologia succesului*. București: Ed. Ceres, 1993.

2) sugestii traumatizante, negative (care împing individul să gândească într-un mod pesimist, care ridică suspiciuni, îndoieli);

3) sugestii indiferente, neutre (care nu au nici un fel de repercusiuni asupra individului).

Există o serie de clasificări ale sugestiilor, la fel de eficiente în cunoașterea fenomenului sugestiv, pe care le reamintim doar, fiind foarte multe și diverse. Acestea sunt: după tonalitatea vocii (blânde, dure); din punct de vedere al receptorului (directe, indirecte); după mijloacele de întărire a mesajului sugestiv (persuasiune - nepersuasiune; ostentative - discrete, conflictuale - neconflictuale). Sugestiile pot reprezenta o parte importantă în cadrul unui fenomen persuasiv sau de influență din cadrul relațiilor interpersonale, de grup sau în comunicarea de masă (reclame, propaganda).

Din punctul de vedere al criteriului sursei, sugestiile se împart în heterosugestii, care sunt administrate de o altă persoană, deci sunt exterioare, și autosugestii, care vin din interiorul individului și le administrează singur. O persoană bine antrenată, cu dorință de autodepășire, reușește foarte ușor să se autosugestioneze prin ședințe de autorelaxare sau, pur și simplu, în timpul zilei sau într-o perioadă în care este nevoie să fie foarte participativă la o anumită activitate.

Întrucât autosugestia intervine în toate aspectele vieții și activității cotidiene, în opinia lui **P.-P. Neveanu**, fenomenul și metoda au fost, în ultimele decenii, luate în studiu și aplicate în scopul echilibrării vieții personale și a sporirii eficienței activității, mai ales celor de performanță. Autosugestia este definită ca fiind o sugestie pe care și-o dă individul sieși, conștient sau nu, astfel încât conduita sugerată (și imaginată) se realizează la un moment dat într-o manieră aproape automată, voința nefiind implicată. Trebuie precizat faptul că autosugestia este diferită de educația voinței, fiind mai degrabă o educație a imaginației.

Comportamentul nostru social nu este influențat doar de situațiile imediate, ci și de atitudinile proprii. Astfel, cei care doresc să ne influențeze comportamentul trebuie să ne schimbe atitudinile. Sugestia, s-a dovedit a fi o modalitate foarte importantă, care, la nivel interpersonal, poate reprezenta, în opinia noastră, o formă de comunicare cu rezultate optime în schimbarea atitudinală, deoarece modifică, în primul rând, latura ei afectivă.

La nivel interpersonal, sugestia reprezintă cea mai subtilă formă de comunicare, într-o oarecare măsură, cu nelimitate și aleatoare posibilități de schimbare atitudinală.

5.5. PERSUASIUNEA

Persuasiunea este o activitate de convingere bazată pe o astfel de organizare a influențelor încât să ducă la adoptarea personală a schimbării așteptate, fiind opusul impunerii sau forțării unei opțiuni¹.

Situația persuasivă se realizează prin convingere în timp, cu argumente logice, legături între evenimente cognitive, iar în opoziție, sugestia este un stimul (poate fi și complex) lipsit de analiza atentă, rațională a individului sugestionat, care o privește ca atare. Mesajul sugestiv face apel, în mare parte, la simțuri, trăiri, contagiune emoțională.

Verbul a persuadea este definit ca acțiune de a induce prin argumentare, insistență sau dojană o anumită poziție mentală sau a câștiga, a învinge, făcând apel la rațiunea sau la sentimentele cuiva. Deși termenul de persuasiune se centreează pe argumentare și este, de foarte multe ori, analizat ca relație de comunicare, o interpretare mai largă a acestuia include și alte forme de influență socială, precum cele bazate pe stimulare, recompensare

¹ A se vedea: Zamfir, C.; Vlăsceanu, L. *Dicționar de sociologie*. București: Ed. Babel, 1993.

și jucare de rol. Oricum, ceea ce caracterizează orice formă de persuasiune este modificarea atitudinii unui individ într-un context în care acesta își păstrează, sau crede că-și păstrează o anumită libertate¹.

În volumul său consacrat persuasiunii, *Ch. Larson* insistă asupra ideii că aceasta presupune concomitent cooperare – inițiată de E – și autopersuasiune – din partea R, subliniind caracterul bilateral al procesului. „Cuvintele cooperare și autopersuasiune reprezintă concepte-cheie. Persuasiunea rezultă întotdeauna din eforturile combinate ale sursei și receptorului”. Constatarea aceasta este consecutivă definiției pe care autorul o dă: „Persuasiunea este crearea împreună a unei stări de identificare între sursă și receptor ca urmare a utilizării simbolurilor”².

Un rol important în comunicarea persuasivă îl au valoarea argumentelor mesajului și gradul de implicare personală a interlocutorilor. În acest sens, din perspectiva lui *Alex Mucchielli*, reprezintă solicitarea cuvintelor potrivite (a motivațiilor interioare, a emoțiilor sau a intereselor) la momentul potrivit³. Mai mult, acesta susține că influențarea este fenomenul fundamental al comunicării, că transmiterea unui sens nu se poate realiza fără a persuadea, cu alte cuvinte: „a comunica și a influența formează una și aceeași acțiune”⁴.

Reieșind din acestea, este nevoie de respectarea unei anumite măsuri în exercitarea influenței prin persuasiune: cu cât se susține mai mult schimbarea, cu atât se va obține mai mult, dar dacă se pledează pentru prea multă schimbare în atitudine, atunci receptorul va respinge mesajul comunicat (mesaj discrepant). Sursele emițătoare trebuie să prezinte mesaje inteligibile, bine structurate și argumentate, fără să conțină prea multe informații contradictorii sau inedite, pentru a putea fi înțelese de receptori în mod corect. Impactul comunicării persuasive și strategiile de prezentare a unui mesaj depind și de caracteristicile individuale ale receptorului. Există deosebiri individuale privind personalitatea, expectanța, motivația, gândirea, afectivitatea receptorilor care influențează mai mult sau mai puțin eficacitatea unui mesaj.

Și totuși, acele „cuvinte” nu se referă numai la sensul propriu ci și la impactul pe care îl au acestea asupra „motoarelor interne ale conduitei umane”. Nu este suficient să-ți expui ideile, conceptele, trăirile într-un anumit mod, ci este necesară construirea unei lumi plină de obiecte și de concepte, care, puse în relație, îl va conduce pe cel care este influențat în mod sigur spre îndeplinirea scopurilor emițătorului. Cel care este influențat, va ajunge în această postură având sentimentul că ce s-a întâmplat este spre binele lui. Cel care convinge, cunoaște exact această lume care trebuie creată și toate lanțurile care trebuie legate pentru a-i declanșa dorința de aprobare. Ceea ce este important să reținem este faptul că această acțiune nu va avea niciodată finalitatea dorită, decât cu participarea ambelor părți.

În prima parte a lucrării am remarcat faptul că retorica aristotelică distinge trei moduri ale persuasiunii: ethos-ul, logos-ul și pathosul, care pot fi ratasate la trei elemente de baza ale schemei comunicării (Jakobson): mesajul, destinatorul (emițătorul) și destinatarul (receptorul).

Ethos-ul (etica) - modul de persuasiune propriu destinatorului (emițătorului), este important acolo unde acesta se pune direct în scenă, unde, ca orator, caută să câștige

¹ A se vedea: Dafinoiu, I. Op. cit.

² Larson, Ch. *Persuasiunea. Receptare și responsabilitate*. Iași: Ed. Polirom, 2003, p. 26-27.

³ Mucchielli, Al. *Arta de a influența-analiza tehnicilor de manipulare*. Iași: Ed. Polirom, 2002, p. 27.

⁴ Ibidem, p. 191.

bunăvoința publicului prin comportamentul sau și prin ceea ce se știe despre caracterul și trecutul sau (argumentul autorității ca argument etic) care îl favorizează în susținerea discursului. Dacă nu inspirați încredere și integritate, nimeni nu va fi dispus să vă creadă, indiferent cât de perfecționate ar fi tehnicile voastre. Este posibil să exersați crearea unei aparente de sinceritate și onestitate (escrocii se bazează pe o asemenea aparentă), dar nici o acțiune de persuasiune pe termen lung nu a fost construită pe fundamente nesincere (neoneste) (Poți înșela un om tot timpul, poți înșela mai mulți oameni o parte din timp, dar nu poți înșela toți oamenii tot timpul.) Etica semnifică și pregătirea și profesionalismul, prin urmare în general autoritatea. În genurile verbale scrise destinatorul este absent și te poți sustrage mai ușor influenței lui, întrucât nici nu-l cunoști. În literatură există chiar o dedublare a ethosului în spatele protagoniștilor.

Logos-ul: modul rațional de persuasiune al argumentării care se face vizibil în construcția discursului prin principii și metode, terminologie și raționamente (aici pretenția sau prezumția de raționalitate, cu tot marele prestigiu al științei, se adaugă totuși nivelului 0 al demonstrației!). Desigur, trebuie să fiți clari, simpli, direcți pentru a fi ușor de urmărit, iar dacă vă ajutați și cu exemple, mesajul este mai ușor de vizualizat, de înțeles. Dimensiunea logic-rațională a mesajului este, evident, foarte importantă, dar singură nu va obține decât consensuri firave.

Pathos-ul: emoțiile pe care le trezește discursul și care pot conduce de la convingere până la seducție. Logica ne poate convinge la nivel teoretic, dar ceea ce ne face să acționăm este întotdeauna emoția: este necesar să vorbim cu pasiune și convingere, utilizând imagini puternice și exemple care implică și antrenează direct interlocutorul. Doar dacă ceea ce spunem îi va crea sentimente profunde, vom reuși să-l convingem de ceea ce îi propunem.

Retorica aristotelică ne permite analiza procedeelelor - efectelor persuasive în funcție de cele trei moduri enunțate mai sus (ethos-ul, logos-ul și pathos-ul)¹:

A. ethos-ul:

- *Efectul de exemplaritate* - se obține prin a te da, spre exemplu, ca gândire sau comportament, pentru ceea ce urmează a fi făcut.

- *Efectul de bună credință* - se obține prin aceea că oratorul se arată a fi cel care a suferit pentru ceea ce propune, sau prin invocarea celui care a suferit și este cunoscut de auditoriu.

- *Efectul de purtător de cuvânt* - se obține prin aceea că vorbitorul își atribuie rolul de a vorbi în numele altora, ideilor, valorilor, globalului, generalului.

B. logos-ul:

- *Efectul demonstrativ* - se obține prin folosirea bunei reputații a gândirii logice. Trebuie spus ceea ce ai de spus rar, cu aplomb, subliniind cuvintele de legătură.

- *Efectul de metoda* - se obține prin a clarifica, a face ordine, a crea tipologii. Dă credibilitate.

- *Efectul de principiu* - se obține prin stabilirea prealabilă a anumitor reguli și conveniente ale discursului. Rigidizează și formalizează schimbul de idei și mesaje subliminale impunând un control. Principiul trebuie să emane din valori și să fie evident.

- *Efectul de competență* - se obține prin enunțul ferm, sobru și inteligibil al faptelor, exemplelor, cifrelor, mărturiilor, experiențelor, preferințelor. Se fondează predictibilitate.

¹ A se vedea: Popescu, D. *Comunicarea managerială. Strategii și tehnici de negociere*. București, 2003.

- *Efectul de îndoială* - destabilizează argumentația celui alt prin formule: de controversă, capcană, conștiința axiologică (principială sau morală).

- *Efectul dialectic* - se obține prin situarea pe poziția contrară și căutarea incoerenței, incompatibilității, opoziției. Cere temperament și spirit vioi, de replică.

C. pathos-ul:

- *Efectul emoțional* - vizează afectivitatea, sensibilitatea interlocutorilor pentru a obține, prin contagiune, asentimentul.

- *Efectul de elogiare* - Lauda, premiază verbal, ceea ce vrei să încurajezi; ignoră ceea ce vrei să stopezi.

- *Efectul de implicare* - se obține punând în funcțiune gândirea celui alt prin formule implicative: „ați constatat acest lucru...”, sau lăsându-l pe el să tragă concluzii. Invers, dacă este vorba despre o atitudine care angajează vorbitorul o intenție exprimată este mai eficientă decât una sugerată. Menționarea nominală a cuiva îl implică în conversație sau acțiune.

- *Efectul de complicitate* - se obține prin reluarea a ceea ce este comun; în exces dă un efect de paternalism

- *Efectul de intimidare* - se obține prin șantaj de tipul dacă nu, atunci... amenințând cu ceva ce afectează reputația.

- *Efectul de bunăvoință* - se obține prin avansarea de concesi, definibile ca normale, dar considerate suficiente pentru situația respectivă de către cel care vorbește.

- *Efectul de repetiție și insistență* - impune memoriei, dă certitudine discursului, relevă voință și angajamentul, multiplică șansele acordului, polarizează atenția, evită dispersiunea.

Persuasiunea poate funcționa și negativ, împotriva unor convingeri și atitudini, pentru a le îndepărta și se numește atunci disuasiune. Ea constituie persuasiunea negativă, care urmărește să combată o convingere, o atitudine instalată sau gata să se instaleze în mintea noastră.

5.6. MANIPULAREA

Persuasiunea, după cum s-a văzut, face apel și la alte resurse, adesea afective și se bazează pe argumentare. Caracteristica suplimentară ce intervine este faptul că se adresează conștiinței, că toate resursele pe care le accesează aparțin totuși conștiinței sau unor conținuturi preponderent conștiente. Manipularea apelează, în schimb, la programarea noastră, la ceea ce este soclul operațiilor logice conștiente, la ceea ce le este prealabil ca și program.

S. Freud a observat în urma practicii sale ca ordinul hipnotic este justificat de conștiință pe contul ei, fără conștientizarea unei ingerințe, în executare sau după executare. În cazul manipulării situația este inversă: justificarea este de la început înscrisă în conștiința noastră de către educație, cultură, religie, iar ordinul este executat hipnotic. Cerința libertății prealabile, a lipsei de constrângere în manipulare, rezolvă problema bunei funcționări a acestei programări. Într-adevăr, libertatea noastră este cea care declanșează, conform educației, responsabilitatea și coerența acțiunilor noastre. Reacția de tip cauză-efect, necesitatea statistică ce apare în manipulare în urma accesului la programarea umană prin educație ne arată că subiectul manipulator trece peste câmpul conștiinței celui pe care îl manipulează, adică îl tratează drept obiect. Vina manipulării, a renunțării la persuasiune este de aceea de a transforma relația dintre doi subiecți într-o relație dintre un subiect și un obiect. În manipulare se încalcă imperativul kantian: fie manipulatul este tratat ca mijloc, întrucât devine obiect, fie cel care manipulează se pune

pe sine în situația de mijloc, pentru că își afectează subiectivitatea, transformându-se pe sine în obiect.

De aceea, diferit de persuasiune, în manipulare nici nu este nevoie de o ierarhie care să confere superioritate emițătorului asupra destinatarului. Tot astfel diferit de persuasiune manipularea nu poate fi mărturisită pentru că ne readuce din planul programării conștiinței în planul câmpului conștiinței. Manipularea face din discurs, simplu demers, acțiune.

În ceea ce privește programarea, ea nu este numai a reacțiilor noastre etice, general umane sau legate de conservarea speciei (cum e protejarea femeii și copilului), ci și legate de aspecte mai complexe cum ar fi coerența eului. Noi ne comportăm ca și cum eul ar fi o instanță mereu identică cu sine, imperturbabilă. De aceea, ne respectăm cuvântul dat, ne asumăm decizia luată, ne simțim responsabili de acțiunile noastre, pe scurt ne plasăm într-o continuitate coerentă (o parte buna din manipulări aparțin înghețării în decizie). Este ceea ce **Leon Festinger** a denumit în 1957 „*disonanța cognitivă*”. Ea privește identitatea individului ca împletirea armonioasă a gândirii, sentimentelor și acțiunilor sale. Între cele trei compartimente ale activității sale psihice individul poate suporta numai discrepante minore. Disonanța cognitivă se numește senzația de disconfort pe care individul o încearcă în cazul unei discrepante majore între compartimentele activității sale psihice. De aceea, când una din componentele majore ale activității psihice este modificată, individul tinde să le modifice și pe celelalte pentru a le pune de acord și a evita disconfortul: o persoană obligată de circumstanțe să țină un discurs contrar opiniilor sale își modifică aceste opinii.

Ca o consecință a „disonanței cognitive” faptul că îi reamintim interlocutorului că este liber devine un ingredient foarte important al manipulării. Libertatea reamintită pune accent pe autonomia noastră și pe faptul că suntem responsabili. Atunci când acționăm sub presiunea exterioară a normei sau autorității nu ne identificăm pe deplin cu comportamentele noastre. Invers, dacă simțim că doar noi suntem „judecătorii” faptelor noastre, atunci ni le asumăm, ne identificăm cu ele. Una din tehnicile ce decurg de aici este aceea de a atribui interlocutorului anumite calități ce țin de imaginea de sine, și de a crea o legătură între acestea și comportamentul pe care dorim să îl inducem în absența oricărei alte presiuni. Astfel încât, în loc să îl determinăm să se opună unei persuasiunii exterioare, îl conducem la interiorizarea faptului că având o anumită calitate, el trebuie să decidă în deplină libertate și coerență să acționeze în consecință.

După cum amintesc **R.V. Joule** și **J.L. Beauvois** în *Tratat de manipulare*, în psihologia socială experimentală se pot întâlni numeroase experimente în care cercetătorii determină oamenii, sub un pretext sau altul, să se comporte în totală libertate în mod diferit de cum s-ar fi comportat spontan.

Din punct de vedere psihologic, posibilitatea manipulării apare ca o consecință a activității de decizie. Astfel, s-a demonstrat că, după adoptarea deciziei (justificate sau nu) oamenii au tendința să o mențină (efectul de perseverare al unei decizii). Această descoperire a stat la baza formulării teoriei angajamentului. **Ch. Kiesler** definește angajamentul ca legătura care există între individ și actele sale, cu următoarele consecințe:

- numai actele noastre ne angajează; nu ne simțim angajați de ideile sau sentimentele noastre, ci de conduitele noastre efective;
- putem fi angajați în moduri diferite în actele noastre, aceasta fiind o variabilă dependentă de context. Astfel, putem avea persoane foarte angajate (decizie liberă), slab

angajate (decizie forțată), sau altele care nu sunt deloc angajate (dacă se spune un lucru sub amenințarea armei, acest lucru nu este angajant).

Manipulările pot fi clasificate în funcție de diferite criterii. Utilizând drept criteriu amplitudinea modificărilor efectuate într-o anumită situație socială avem manipulări mici, medii și mari; consecințele lor nu respectă o corespondență strictă cu amplitudinea modificărilor inițiale. Spre exemplu, schimbări mici pot avea consecințe majore și invers.

a. *Manipulările mici* sunt obținute prin modificări minore ale situației sociale și pot avea uneori efecte surprinzător de ample. De exemplu, într-o acțiune de strângere de fonduri pentru protecția mediului, trecătorul este oprit pe stradă și rugat să semneze într-un registru voluminos despre care se afirmă că va constitui unul din argumentele organizației respective în fața autorităților. De asemenea, semnatarului i se mai oferă și o insignă și/sau o mică plantă. Abia la sfârșit se formulează cererea pentru o *donatie nesemnificativă*. Foarte puțini din cei care au apucat să semneze și să accepte insigna sau planta pleacă fără să-și subțieze portmoneul.

b. *Manipulările medii* se referă la modificări importante ale situațiilor sociale cu efecte care, uneori depășesc în mod dramatic așteptările, tocmai pentru că enorma putere de influență a situațiilor sociale asupra comportamentului uman este subevaluată în cele mai multe cazuri. În legătură cu acest tip de manipulări sunt celebre experimentele lui **Stanley Milgram**. El a demonstrat că oamenii obișnuiți pot da dovadă de o cruzime surprinzătoare atunci când se află sub presiunea permanentă a unei autorități. Într-un experiment i se spune unui voluntar să joace rolul profesorului și să pedepsească un alt voluntar aflat în rolul elevului prin administrarea de șocuri electrice din ce în ce mai puternice, ajungând până la 450 de volți ori de câte ori acesta din urmă răspunde greșit. Pe măsură ce șocurile cresc în intensitate profesorul începe să ezite în fața urletelor de durere ale elevului dar, experimentatorul aflat lângă el îl îndeamnă autoritar și stăruitor să continue. 62,5% din profesori au administrat șocuri până la limita maximă! Atunci când trei profesori sunt introduși simultan în încăpere, iar doi dintre ei sunt în înțelegere cu experimentatorul refuză să continue. Numărul celor dispuși să meargă până la limita maximă scade de peste șase ori! Ceea ce înseamnă că sentimentul de supunere față de autorități scade dramatic atunci când individul vede că sunt și alții care gândesc și acționează asemenea lui.

c. *Manipulările mari* sunt reprezentate de influența întregii culturi în mijlocul căreia trăiește individul. Manipulările majore stau la baza răspândirii diferitelor curente de opinie, formează tradiții și obiceiuri, conturează mentalități, determină curente la modă sau chiar ample manifestări protestatare.

O tehnică care se fundează pe o manipulare minoră este cea denumită de specialiști „*Piciorul în ușă*”- pornește de la ideea că pentru a determina oamenii să accepte o concesie majoră este convenabil să li se prezinte, mai întâi, o cerere nesemnificativă, dar de aceeași natură, căreia aproape fiecare îi va da curs, pentru că abia apoi să se vină cu cererea avută în vedere de la bun început.

O alta tehnică de manipulare este „*Ușa în nas*”. Deși total opusă ca esență cu „*Piciorul în ușă*”, efectele sunt aceleași. Prin această tehnică oamenii sunt determinați să accepte o anumită concesie, prezentându-li-se în prealabil o cerere mult mai mare, de aceeași natură, care are toate șansele să fie refuzată. Aceasta are toate șansele să fie acceptată deoarece, prin comparație cu solicitarea inacceptabilă de dinainte, pare foarte rezonabilă.

„*Escalada angajamentului*” – totul se petrece ca și cum hotărârea (cu precădere când este luată în grup: „...o echipă va fi mult mai tributară escaladei angajamentului decât o singură persoană care decide”, soluția este ca cei care decid și cei care evaluează să fie diferiți) ar îngheța sistemul de opțiuni posibile focalizând individul pe comportamentul cel mai direct atașat deciziei sale.” „...după luarea deciziei (justificate sau nu), oamenii au tendința să o mențină, chiar dacă nu ar avea efectele așteptate.

„*Cheltuiala inutilă*” – când un individ rămâne la o strategie sau linie de conduită în care a investit în prealabil (bani, timp, energie), în detrimentul altor strategii sau linii de conduită mai avantajoase. Pentru că urmăm cursul unei acțiuni în care am investit mult.

„*Capcana ascunsă*” nu diferă fundamental de „cheltuiala inutilă”: ca și „escalada angajamentului”, ea pornește de la acea tendință pe care o au oamenii de a persevera într-o acțiune în derulare, chiar dacă aceasta devine neobișnuit de costisitoare sau nu ne mai permite să atingem obiectivele fixate. În acest caz, individul nu poate ieși din capcană decât printr-o nouă hotărâre, pentru care trebuie să se ivească ocazia. Cea mai bună metoda de a evita o capcană ascunsă: „a-ți propune de la început o limită peste care să nu treci”. (Ex. jucătorul care rămâne după ce a câștigat și continuă să joace până când pierde tot.) *Escalada angajamentului*, *cheltuiala inutilă* sau *capcana ascunsă*, sunt toate formelele aceluiași proces „prea multe cheltuieli pentru a mai putea abandona”.

„*Amorsarea (low-ball)*”. În acest caz, „... manipularea se bazează pe evocarea din partea manipulatorului a unor avantaje fictive al căror caracter iluzoriu va fi relevat în extremis” Totuși, manipulările sunt și în acest caz oneste, neimplicând deloc minciuna, ci o simplă întârziere a enunțării adevărului. Amorsarea implica două decizii din partea individului: prima, înainte de a cunoaște urmările costisitoare ale actului în care se angajează, a doua, după ce le-a cunoscut. Noțiunea de *amorsare* se traduce prin perseverența în prima decizie, când persoana o ia pe a doua, de data aceasta în perfectă cunoștință de cauză. Se poate vorbi despre manipulare pentru că, în toate cazurile, decizia finală ar fi fost alta dacă victima ar fi primit de la început informații complete. Amorsare implică o decizie asupra unui comportament de tipul „totul sau nimic”. (Ex. experimentul cu reținerea de la fumat cu plata timpului, cu precizarea ulterioară ca participarea la experiment nu va putea fi plătită.)

„*Tehnica amăgirii*” – constă în conducerea individului la luarea deciziei de a adopta un comportament cu scopul de a obține niște avantaje. Odată luată aceasta decizie, i se aduce la cunoștință modificarea condițiilor, deci nu mai are posibilitatea aceluiași comportament, și i se oferă oportunitatea adaptării unui comportament de substituție care nu mai prezintă pentru el aceleași avantaje.” (Ex. pantofi mai ieftini cu 50%, dar număr prea mare, înlocuiți cu alții fără preț redus). Tehnica este să insiști asupra libertății de alegere, propunându-i oportunitățile cele mai capabile să creeze efectele de perseverare în deciziile anterioare. În cazul acestei tehnici înaintea deciziei definitive intervine o decizie prealabilă care se dovedește fără obiect.

„*Manipularea semantică*” – ca formă de falsificare a informației este cea mai utilizată. Se face apel la ambiguitatea vocabularului pentru a fi disimulate scopurile și constă în acțiunea asupra auditoriului fără ca acesta să bage de seamă. Cele mai utilizate procedee de manipulare semantică sunt:

- *utilizarea unui jargon specializat într-un alt context decât cel specific*. Spre exemplu, vocabularul militar pentru a descrie confruntările socio-politice. În acest mod, adesea sunt provocate efecte durabile ce pot deveni o modă;

- *substantivarea adjectivelor*. De exemplu, despre două fenomene ale căror evoluții nu au efecte reciproce se va spune că sunt independente, după care se va vorbi despre independență devenită subiect în sine, obținând orice vom dori. În unele situații, se pot personifica abstractizările pentru a le crea terenul unor confruntări dialectice;

- *sensul cuvintelor poate fi profund modificat prin tonul care însoțește folosirea lor*. Batjocorirea unor termeni le poate schimba sensul, oferind astfel posibilitatea ca, fără să fie exprimat în mod explicit, sensul acestora să se transforme devenind peiorativ;

- *a face să fie acceptate identități false*. Este un procedeu uzitat frecvent. Se repetă până la saturație anumite echivalențe, cum ar fi: *a avea = a fura* sau anumite calificative în mod sistematic adăugate unui substantiv până la crearea unei referințe automatizate în conștiințe;

- *sunt utilizate și abuzurile de semnificație*. Astfel, este preluat unul din conceptele de bază ale societății ce se dorește a fi manipulată și, după ce a fost adus până la un sens absolut, fără nici o legătură cu realitatea, se folosește în scopul de a distruge societatea-țintă în numele propriilor ei principii: libertatea devine dreptul de face tot ce te taie capul, iar egalitatea se aplică tuturor relațiilor umane, nu numai juridice, ci și economice, intelectuale și sociale.

Tot în legătură cu acest tip de manipulare **G. Leech** vorbește despre semantica strategică și face diferența între două tipuri de manipulare: manipularea conceptuală și manipularea asociativă. Linia de demarcație între ele nu este foarte clară. Prima variantă cuprinde manipulările de ordinul extensiunii (sferei) și intensiunii verbale (conținutului) și cea de-a doua se referă exclusiv la manipularea prin conotații.

„*Manipularea neurolingvistică*”. În 1979 psihologul **Richard Bandler** și lingvistul **John Grinder** susțineau că pot pătrunde în mintea oricărei persoane și îi pot influența modul de gândire și de acțiune numai cu ajutorul câtorva metode originale de interpretare a limbajului și a gesturilor. Aceste metode pot deveni instrumente foarte periculoase de manipulare și control social. Bandler și Grinder au pornit de la analiza comportamentului unor medici psihiatri, cu intenția de a descoperi ce anume îi făcea pe aceștia să aibă succes în comunicarea cu bolnavii, cum reușeau să și-i apropie și să-i influențeze în sensul reintegrării în societate. Astfel, au descoperit că un practician foarte bine antrenat poate influența în mod decisiv comportamentul, emoțiile și gândirea interlocutorilor săi printr-o serie întregă de metode cum ar fi: copierea gesticii celuilalt, reglarea respirației, modificarea subtilă a limbajului, a mimicii ori a intonației, utilizarea unor *ancore* pentru a crea celuilalt adevărate reflexe condiționate etc. Se creează, în acest fel, o legătură subtilă între practician și interlocutor, legătură datorită căreia practicianul dobândește încrederea celuilalt și apoi, treptat, îi poate influența gândirea, comportamentul și chiar deciziile. Deslușind din ce categorie face parte interlocutorul și folosind o exprimare proprie categoriei respective îi câștigăm încrederea. Mai mult, pe parcursul conversației, în același scop, putem să-i oglindim discret limbajul corpului (gesturi, posturi, mimică). În plus, putem planta *ancore*, mici stimuli asociați unei stări pe care o dorim. Spre exemplu, de câte ori celălalt arată într-un fel oarecare bunăvoință față de noi (ne zâmbește, ne laudă, dă din cap apreciativ) facem un gest (cum ar fi să ne masăm rădăcina nasului). După un număr oarecare de repetări, va fi suficient să facem gestul pentru ca interlocutorul să intre în starea pe care i-am asociat-o (bunăvoința, în exemplul nostru), asemenea câinilor lui I. Pavlov, care salivau când auzeau clopoțelul. Grinder și Bandler susțin că, aplicată de practicanți experimentați, metoda are șanse de reușită în majoritatea cazurilor.

Capitolul 6. COMUNICAREA PE DOMENII

6.1. COMUNICAREA CU MASS-MEDIA

Agențiile de știri, presa scrisă, posturile de televiziune și de radio funcționează ca niște „amplificatoare” ale informației. După cum știm cu toții, numărul de persoane la care ajunge un mesaj transmis de mass-media este, de regulă, mult mai mare decât limita maximă de receptori la care poate ajunge organizația prin eforturi proprii. Dintr-o perspectivă sintetică, mass-media sau formele „clasice” ale comunicării de masă (presă, radio, televiziune) se referă la „instituțiile sociale care se ocupă cu producerea și distribuția cunoștințelor și care se disting prin următoarele caracteristici: folosirea unor tehnici (relativ) avansate pentru producția de masă și distribuirea mesajelor; organizarea riguroasă și reglementarea socială a activității lor; trimiterea mesajelor către audiențe (în mod potențial) foarte mari, care sunt necunoscute comunicatorului și libere să-i preia mesajele sau să le refuze”¹.

O trecere în revistă a funcțiilor comunicării prin mass-media este realizată în lucrarea *Sociologie*, coordonată de **P. Iluț** și **T. Rotariu**. Astfel, funcțiile comunicării de masă sunt clasificate în două domenii: de comunicare intelectuală (aici intră informarea prin informații de actualitate, generale, formarea prin acumularea de cunoștințe, expresia prin producerea de valori și presiunea prin oblicitate și propagandă) și psihosociale (integrare socială, divertisment și psihoterapeutică). Tot aici sunt amintite și funcțiile mass-media din perspectiva marxiștilor: informativă, formativă, propagandistico-instructivă, educativă și organizatorică.

Conform autorilor **V. Stan** și **I. Stănciugelu**, au existat trei perioade în care au dominat câte un tip de teorie în ceea ce privește efectele mass-media. În perioada 1930-1945 a dominat conceptul efectelor puternice, masive și imediate asupra audienței: teoria seringii hipodermice (sunt injectate idei atitudini și modele de comportament indivizilor), teoria dominației ideologice (mass-media este un instrument de difuzare al ideologiei dominante). În perioada 1945-1960 a dominat conceptul efectelor limitate, care susține că publicul, la rândul său, influențează mass-media prin puterea de a alege informațiile care îl interesează: teoria modelului în doi timpi susține că influența exercitată de mass-media depinde de opiniile preexistente și de o rețea de relații interpersonale ale individului, ei fiind sensibili în special la părerea liderilor de opinie, astfel încât efectele sunt indirecte, filtrate și limitate de receptor. În perioada 1965-1990 a dominat conceptul efectelor complexe datorită influenței pe care a ajuns să o aibă televiziunea. Acum se preferă să se studieze efectele pe termen lung în defavoarea celor pe termen scurt.

În viziunea lui **D. Pop**, acestea sunt: înstrăinare (produce izolarea publicului față de valorile comunității și generează dezangajarea socială), amplificare (acordă importanță sporită unor elemente specifice), bumerang (generează reacții contrare celor prevăzute și așteptate), catarsis (eliberarea tensiunilor), confirmare (întărește convingerile existente), mimetic (stimulează imitarea violenței, agresivitatea prezentă în mijloacele de informare se răsfrânge la nivel individual sau în modul de manifestare a colectivităților), oboselii față de compasiune (conduce la blazarea și „răceala” publicului atunci când se confruntă cu evenimente neplăcute), deplasare (odată cu apariția unor noi tehnologii care acaparează capacitatea de concentrare a publicului are loc mutarea centrului de atenție), distragere a atenției, extindere (produce lărgirea opiniilor și perspectivelor de care

¹ Coman, M. *Introducere în sistemul mass-media*. Iași: Ed. Polirom, 2007, p. 26.

individul ori societatea dispun), accelerare (a desfășurării evenimentelor politice), inoculare (injectarea unor idei publicului până când acesta le acceptă), „curentului principal” (racolarea publicului la o opinie larg împărtășită), narcotizării (generează apatie și pasivitate, efectul neinformării – publicul care nu știe despre eveniment înainte receptează informațiile mai ușor), reciprocitate (între mass-media și politică se stabilesc relații de schimb reciproc), reîntărire a convingerilor, deversare (când informațiile se scurg și către alți receptori decât publicul țintă), „cele de-a treia persoane” (se exprimă teama față de cine ar putea să recepteze mesajele în mod nedorit), vulgarizare (trivializează problemele pe care le consideră a fi lipsite de importanță).

În relațiile cu presa, trebuie să se respecte mai multe principii specifice scriiturii jurnalistice, dintre care amintim¹:

1) principiul eficacității: să ofere maximum de informații în minimum de timp, să ofere informațiile cât mai simplu, să valorizeze informațiile avantajoase, să furnizeze jurnaliștilor fotografii, documente și alte materiale necesare;

2) principiul încrederii: să explice misiunea organizației, să se asigure că informația va fi bine primită, să aibă o atitudine încrezătoare, să nu omită propriile slăbiciuni;

3) principiul susținerii informației: să furnizeze maximum de elemente pozitive, să insiste asupra punctelor tari ale organizației, să fie oricând la dispoziția jurnaliștilor.

Instrumentele principale de lucru cu presa sunt: comunicatul de presă, dosarul de presă, conferința de presă, briefingul, interviul, articolul, mediatizarea electronică (radio, televiziune), seminarul.

Înainte de a prezenta în orice formă un eveniment, unui jurnalist i se recomandă, reieșind din literatura de specialitate, să răspundă la trei întrebări esențiale:

1. În ce constă noutatea acestui eveniment?

2. De ce este semnificativ pentru jurnalist?

3. Cum poate fi verificată independent informația pe care o oferiți?²

Alte întrebări, la rândul lor importante, la care specialiștii în relații publice din instituția publică trebuie să răspundă înainte de a intra în interacțiune cu presa sunt³:

• Cine decide despre ce se va scrie în ziar/ce subiecte vor intra în jurnalul de actualități?

• La ce oră/în ce zi/săptămână se iau decizii asupra subiectelor?

• Există un reporter specializat în domeniul administrației publice?

• Cu cât timp înainte de publicare/difuzare trebuie contactată o organizație massmedia?

• Care sunt termenele limită ale jurnaliștilor?

Comunicatul de presă este unul dintre instrumentele fundamentale de comunicare în orice program de relații publice; rolul lui este de a difuza o informație originală, nouă, care să suscite reacții. Comunicatul de presă trebuie să conțină anumite informații indispensabile precum⁴:

• **titlul:** comunicat de presă (trebuie să atragă atenția și să fie scurt);

¹ A se vedea: Haineș, R. *Tipuri și tehnici de comunicare în organizații*. București: Ed. Universitară, 2008, p. 127.

² A se vedea: Gheorghiuță, M., Negulescu, R., *Ghid de comunicare publică*. București: Ed. Humanitas Educațional, 2001, p. 19.

³ Ibidem, p. 20.

⁴ Haineș, R. Op. Cit., p. 127.

• mențiunea *embargo* (sub titlu), de pildă, până la ora 14, miercuri, 20 iunie 2017 (în cazul în care informația nu trebuie difuzată înainte de data și ora respectivă, asigurați-vă că această mențiune este ușor de identificat).

Cum se scrie un comunicat de presă? Comunicatul de presă trebuie să fie scurt (să respecte 25 de rânduri cu 60 de semne; se utilizează un format A4, nu se scrie niciodată pe verso) și la obiect; materialul trebuie să răspundă întrebărilor pe care și le poate pune redactorul; el trebuie să fie relevant pentru ceea ce îi interesează pe membrii segmentelor de public cărora li se adresează; textul nu trebuie să cuprindă exagerări, hiperbole sau exprimări bombastice.

Indiferent de subiectul pe care îl are, el trebuie să-i ofere jurnalistului răspunsurile la următoarele întrebări: *Cine? Ce? De ce? Când? Unde?*. Răspunsul la aceste întrebări trebuie să se afle în prima frază sau în primul paragraf al materialului. Modalitatea de construire a comunicatului îi oferă posibilitatea redactorului să-și dea seama de importanța informației dintr-o privire. Nu se vor trimite niciodată texte care cuprind minciuni, dezinformări; minciunile sunt descoperite în cele din urmă, ceea ce duce la stricarea relației și la dispariția încrederii în instituția respectivă, la o notorietate urâtă. De aceea, autorul materialului trebuie să verifice cu atenție corectitudinea numelor, serviciilor oferite, prețurile etc.

Comunicatele de presă se pot clasifica după criteriul prezenței sau absenței unei luări de poziție¹. Astfel, există:

1. Comunicatul de informare (informații, statistici, invitații etc.).
2. Comunicatul de tip persuasiv (o opinie sau o poziție).

Același autor², consideră că există mai multe tipuri de comunicate, după conținutul acestora:

1. Comunicatul invitație (utilizat pentru a invita jurnaliștii să participe la un eveniment organizat de instituția în numele căreia este trimis și este distribuit cu aproximativ două săptămâni înaintea evenimentului respectiv).

2. Comunicatul de reamintire (se trimite cu două, trei zile înaintea evenimentului respectiv și are ca scop să-i aducă aminte jurnalistului evenimentul anunțat anterior).

3. Comunicatul anunț (face cunoscută o activitate publică ce urmează să aibă loc și îndeamnă publicul să participe la ea).

4. Comunicatul statistic – conține date statistice referitoare la organizație.

5. Comunicatul de informare – se utilizează atunci când au loc evenimente importante în cadrul organizației.

6. Comunicatul politic – furnizează informații specifice și este puternic personalizat.

7. Comunicatul oficial sau avizul oficial – provine de la autoritățile politice, administrative sau de la orice instituție ale cărei decizii au consecințe directe asupra publicului.

8. Comunicatul de luare de poziție – exprimă atitudinea organizației față de o anumită problemă, și poate fi de contestare, de provocare, de clarificare sau de rectificare;

¹ Coman, C. *Relații publice, tehnici de comunicare cu presa*. București: All Educațional, 1999, p. 87.

² Ibidem, p. 87-92.

9. Erata – se transmite atunci când se constată că un comunicat transmis anterior conține date eronate.

10. Comunicatul destinat radio-ului sau televiziunii – acestea se integrează în emisiunile de știri de la radio sau de la televiziune.

De multe ori, comunicatele de presă sunt însoțite de fotografii (explicitate prin legendă).

Dosarul de presă – pune la dispoziția presei un ansamblu de documente care vor servi la redactarea materialelor de presă ulterioare. Tema unui dosar de presă poate fi: modificarea unui statut, schimbarea logo-ului, lansarea unui produs/serviciu etc. Informațiile adiacente temei propun jurnaliștilor diferite unghiuri de abordare pentru viitoarele articole și elementele necesare conținuturilor. Numărul plasat la începutul dosarului indică titlurile documentelor și paginile corespunzătoare; documentele sunt ordonate pe teme și subteme, iar paginile sunt marcate cu logo-ul organizației. La loc vizibil trebuie precizat numele și numărul de telefon al persoanei de contact pentru informația complementară. Informațiile din dosarul de presă trebuie să fie concise, tonul neutru, rubricile clare. Dosarul de presă trebuie să fie agreabil la citit, atractiv, cu intertitluri și culori. Calitatea sa vizuală este o problemă de imagine de marcă. Fotografiile sau diapozitivele trebuie să fie executate de profesioniști și să aibă o calitate incontestabilă. Dosarul de presă este actualizat periodic, din acest motiv el este conceput pe două secțiuni: prima, care nu necesită revizuri frecvente, va fi o prezentare a organizației (istoric, date semnificative despre ea, strategia organizației, organigrama, precizarea serviciilor oferite cetățenilor, etc.) ce-a de-a doua parte va conține cifrele semnificative, iar paginile sale vor fi ușor de modificat și inserate ca anexe la documentul principal.

Conținutul unui dosar de presă constă în¹:

- un comunicat în deschidere care prezintă, pe scurt, obiectul dosarului, realizând o sinteză;
- sumarul;
- o serie de rubrici, ordonate după un plan logic.

Conferința de presă – reunește mai mulți jurnaliști într-un loc și la o dată fixată, cu scopul de a le transmite un ansamblu de informații. Ocaziile sunt diverse: lansarea unui produs, bilanțul unei acțiuni, riposta la un zvon, prezentare. „Ori de câte ori se dorește o conferință de presă trebuie să ne asigurăm că informațiile respective nu pot fi difuzate într-un alt mod”². Dacă răspundem negativ la întrebările următoare³ înseamnă că nu este necesar să organizăm o conferință de presă, iar informațiile respective pot fi transmise prin alte mijloace de comunicare:

1. Avem știri pentru care se impune o comunicare atât de urgentă?
2. Știrile respective sunt de interes atât de mare? (lansarea unui proiect, crearea de noi locuri de muncă, etc.).
3. Materialul pe care dorim să-l comunicăm cuprinde o latură de specialitate, care reclamă prezența unor experți capabili să dea explicații și să facă demonstrații?
4. Materialul se referă la produse la care publicul nu are, în general, acces și care se poate expune în acest mod?

¹ Haineș, R. Op. Cit., p. 129.

² Ibidem, p. 206.

³ Ridgway, J. *Relații cu media*. București: Codecs, 2001, p. 130.

5. Este cumva vorba despre un produs atât de nou sau de deosebit încât trebuie văzut și testat pentru a se înțelege despre ce este vorba?

6. Există la produs un element de modă care trebuie neapărat văzut?

Conferințele de presă se pot clasifica în trei mari categorii¹:

1. Conferințe în care sunt difuzate informații de interes major (știri hard).

2. Conferințele destinate mai ales fotografiilor.

3. Recepțiile pentru presă – acestea se organizează pentru informațiile care nu au caracter de știre de presă (așa-numitele știri soft, spre exemplu, lansarea unui produs).

Organizarea unei conferințe de presă trebuie făcută cu atenție maximă și din timp, iar mesajele transmise trebuie să fie unitare. De asemenea, este foarte indicată găsirea unor „cârlige” de presă (efecte vizuale). Alegerea locului (ușor accesibil și cunoscut de jurnaliști) și a timpului (astfel încât să nu se suprapună cu un alt eveniment local) sunt aspecte care nu pot fi neglijate în organizarea unei conferințe de presă. Pentru a asigura prezența jurnaliștilor în număr cât mai mare la conferința de presă, este necesară folosirea listei de contacte a jurnaliștilor, astfel că fiecare va trebui sunat pentru a avea certitudinea că a primit invitația și că subiectul îl interesează. Pentru fiecare dintre jurnaliștii prezenți la conferință se va întocmi o mapă de presă, care va cuprinde informațiile prezentate în cadrul conferinței mult mai detaliate.

Briefingul (întâlnirea cu presa) - aceasta este o formă mai puțin elaborată a conferinței de presă, ceea ce implică un nivel mai scăzut al costurilor și necesităților tehnologice.

Scopurile briefingului sunt²:

- a prezenta jurnaliștilor noile idei, inițiative sau succese ale organizatorilor;
- a pune în contact jurnaliștii cu echipa managerială, cu experții care susțin activitatea organizației și cu consilierii acesteia;

- a aduce la zi informațiile pe care le dețin jurnaliștii referitoare la subiectele care au făcut parte din agenda lor la un moment dat. Etapele pregătirii briefingului sunt următoarele:

- alegeți locul și momentul desfășurării lui;
- redactați și trimiteți invitațiile; – stabiliți ce reprezentanți ai organizației vor fi prezenți și ce vor conține intervențiile lor;
- verificați telefonic confirmările primite din partea casei.

Briefingul se derulează ca o dezbatere sau dialog între presă și organizatori. Mai întâi, organizatorii fac prezentările participanților, de o parte și de cealaltă, apoi controlează discret îndeplinirea sarcinilor de protocol și conduce dialogul, moderându-l în așa fel încât discuția să nu devieze de la subiectul întâlnirii. Briefingul nu trebuie ținut în mod obligatoriu cu mai mulți jurnaliști, ci poate fi organizat și individual, atunci când subiectul permite acest lucru, prin importanța lui pentru public.

Interviul – permite obținerea unei informații personalizate. El trebuie pregătit din punctul de vedere al contextului. În acest sens, persoana din instituția publică ce acordă interviul (purtător de cuvânt, specialist în relații publice, consilier etc.) trebuie să studieze publicația în cauză (tipul ei, caracteristicile, țintele), să citească articolele de același gen, să cunoască jurnalistul (personalitatea și temele sale de interes) și să-și pregătească atent conținutul interviului, sub triplu aspect – al informației brute, al argumentației, al

¹ Ibidem, p. 137.

² Gheorghită, M.; Negulescu, R. Op. Cit., p. 68.

exemplilor ilustrative. Cel intervievat trebuie să prevadă eventuale întrebări suscitade de răspunsurile sale. Interviuul este mai bogat decât dosarul de presă și mai puțin dificil decât conferința de presă. „El este un schimb între doi interlocutori, asemănător unui foc: fiecare protagonist urmează propria sa logică. Organizația folosește presa pentru a transmite un mesaj și pentru a vehicula o anumită imagine, de aceea informația transmisă va fi foarte precisă”¹.

Articolul – reprezintă o tehnică specială, la jumătatea drumului între articol (ca formă) și publicitate (ca fond). Instituția publică poate să cumpere spații de publicare, iar informația va fi total sub controlul său. Forma pe care o poate lua articolul poate fi: articol propriu-zis, anchetă, declarație etc. În general, o organizație recurge la articol, atunci când informația este foarte complexă (de pildă, prezentarea ei, informarea privind serviciile) și necesită o prezentare didactică și nu un anunț publicitar expeditiv, sau când informația este foarte sensibilă și, pentru a convinge, organizația va adopta o argumentare mai profundă. Articolul este scris de un membru al instituției care trebuie să colaboreze, contra cost, cu specialiștii din media pentru fotografii, montaj în studio, dacă este cazul.

6.2. COMUNICAREA DIDACTICĂ

Este un fapt bine cunoscut că procesul de învățământ se realizează prin și pentru comunicare, fiind, în ultimă instanță, un act de comunicare. Comunicarea, la rândul său, conține prin ea însăși potențial educativ: transmitere de cunoștințe, formarea gândirii și facilitarea operațiilor intelectuale, autoreglarea activității intelectuale, transmiterea codurilor caracteristice fiecărei științe, etc., între comunicare și educație existând un raport de interdependență.

Comunicarea didactică este un ansamblu de activități, o formă de relaționare între educat și educator, în cadrul căruia comunicarea prin limbaj este doar una dintre componente. Comunicarea are un caracter deosebit de complex prin multitudinea de factori care o influențează, dar și prin multitudinea de acțiuni pe care le incumbă.

Scopul final al acestei comunicări este modelarea în sens pozitiv a personalității elevului, transformarea lui într-o persoană care a dobândit competențe care o fac să se integreze pe piața muncii și în societate.

Mesajul didactic trebuie făcut, în așa fel, încât elevii să transforme situația de învățare în experiență de învățare. Pedagogul, trebuie „să dea dovadă de răbdare, amabilitate, delicatețe și respect față de elevi și părinții lor cu care comunică în procesul activității sale”².

Comunicarea didactică presupune, așadar, interacțiune, căci altfel avem de-a face cu discursuri paralele. Pe lângă canalul verbal, lingvistic, se recurge și la comunicarea nonverbală și la cea paraverbală. La fel de importantă în comunicare este și spațiul didactic în care se desfășoară ora. Dirijată de profesor ca manager al clasei de elevi, comunicarea este instrumentată, rareori spontană, lăsată la voia întâmplării, căci doar așa este spre beneficiul tuturor.

Comunicarea didactică se caracterizează prin următoarele trăsături:

- este structurată pe anumite principii,
- urmărește atingerea anumitor obiective educaționale;
- elevul va căpăta abilități și competențe;
- se folosește de strategii de lucru specifice,

¹ Haineș, R. Op. Cit., p. 132.

² Capcelea, V. *Norme sociale*. Monografie. Chișinău: Ed. ARC, 2007, p. 273.

- se finalizează cu un anumit demers evaluativ.

Comunicarea didactică depinde, în mare măsură, de măiestria didactică și măiestria educațională a fiecăruia. Există mai multe modele pentru profesorul contemporan și pot fi ierarhizate trăsăturile unui profesor competent astfel:

- 1) normalitate, inteligență, moralitate;
- 2) caracter moral;
- 3) putere de muncă;
- 4) cadrul explicării lămurite;
- 5) vocație;
- 6) pregătire.

Astfel, ajungem la concluzia că personalitatea unui profesor poate influența elevul dincolo de orele petrecute în clasă.

Comunicativitatea didactică este adresativă și stimulativă și presupune o foarte bună cunoaștere psihopedagogică a elevului. Fiind de un real folos empatia, o altă dominantă pentru realizarea unei comunicări didactice eficiente este partea docimologică a profesorului, pe motiv că un bun cunoscător al mijloacelor de evaluare, trebuie să fie conștient de realizarea unui feed-back venit din partea elevilor. Limbajul didactic are caracteristici proprii. Utilizează limbajul obișnuit, vocabularul, structurile gramaticale, modul uzual de expunere pentru că va recurge la noțiunile de transmis cu ajutorul acestora. Dacă se are în vedere că cele mai multe dintre noțiuni au multiple semnificații, atunci vom recunoaște o relativă indeterminare a limbajului didactic. Această relativă libertate poate fi înțeleasă în sensul ei pozitiv, favorizând gândirea și formularea exprimării potrivite, dar poate deveni și obstacol când se transmit cunoștințe noi. În comunicarea didactică trebuie să fim preciși și expresivi, în același timp, prin claritate și concizie facilitând atât transferul cât și înțelegerea mesajului transmis; informațiile transmise trebuie adaptate scopului, obiectivelor didactice și nivelului intelectual al cursanților.

În comunicarea didactică, prezentarea și exprimarea cunoștințelor îmbracă forme diferențiate, în funcție de auditoriul căruia îi sunt destinate, de aceea, se poate spune că limbajul didactic are un destinatar precis definit, variabil după nivelul, interesul, formele de utilizare viitoare a celor comunicate.

Centrarea pe obiective a elevului, a profesorului și mediului de învățare prezintă învățarea învățării, altfel spus, comunicarea didactică este una evaluativă și auto evaluativă atât pentru profesor cât și pentru elev. Determinantă rămâne caracteristica formativă a comunicării didactice, profesorul exercitându-și influența simultan asupra conținuturilor și a elevului. Se realizează o interacțiune comunicațională autentică și eficientă dacă fiecare personalitate se angajează total și exprimă în mod sincer emoțiile acceptând ideile și sentimentele celorlalți. Metodele interactive sprijină dezvoltarea unei comunicări eficiente și ajută la înlăturarea dezgustului elevilor pricinuit de incapacitatea acestuia de a înțelege pe acestea și de a accepta ideile acestora. Relația elev-profesor trebuie să fie astfel structurată încât elevul să îndrăznească să acționeze în prezența profesorului să coopereze cu el să permită să aibă viziuni personale asupra problemelor.

În acest context, se evidențiază raportul dintre limbajele verbal, paraverbal și nonverbal utilizate de profesori în corelație cu obiectivele didactice și cu partenerii elevi. Stilul profesorului definește predominanța verbal-nonverbal prin atitudinile personale care demonstrează ceea ce crede, dar și ceea ce așteaptă de la elevi, ceea ce respinge și ceea ce acceptă în dialogul educațional.

Unii profesori consideră că prin abuz verbal țin sub control clasă. Un mesaj este mai credibil și suportă o înțelegere mai profundă atunci când, în transmiterea lui suportul verbal și nonverbal se îmbină în mod eficient.

Aria nonverbalului adaugă opțiuni pe zi ce trece. Unii autori extind această arie la toate lucrurile care ne reprezintă. Câte poți spune despre un om numai privindu-l din perspectiva modului în care își alege îmbrăcămintea pe care o consideră potrivită cu statutul său. Sau aranjarea mobilierului în așa fel încât să încurajeze interacțiunea de grup. Din păcate, aranjarea băncilor în clase favorizează comunicarea în direcția profesorului, și nu între elevi. Comunicarea nonverbală definește un cadru deosebit de fertil în dezvoltarea inter relaționării didactice, nu poate fi despărțită de comunicarea didactică.

Clasa de elevi și colectivitatea școlară în general, este un mediu de comunicare prilejuit de sarcina comună și de relațiile interindividuale ale membrilor. O comunicare deschisă, fără restricții, fără formalism și ritualuri inutile mărește încrederea membrilor în virtuțile grupului școlar.

În comunicarea didactică intervin, determinând-o sau numai influențând-o, factori multipli care pot fi grupați în următoarele categorii: caracteristicile profesorului, caracteristicile studentului/elevului sau clasei, caracteristicile canalului de transmitere și ale contextului în care se desfășoară actul comunicativ. Din perspectiva cadrului didactic contează stilul didactic, strategiile de instruire abordate, competențele de exprimare clară, precisă, argumentată, accesibilă, implicarea profesională, formele de motivare utilizate, tipuri de relații pedagogice (de conducere, afective).

Deosebit de importante sunt și caracteristicile studentului/elevului: acuitatea senzorială (vizuală și auditivă), nivelul dezvoltării intelectuale, experiența cognitivă și lingvistică, motivația învățării, nivelul competențelor de comunicare, gradul de cultură, ritmul de lucru, atitudinile cognitive și sociale, trăirile emoționale, individuale și de grup (anterioare și simultane actului de comunicare). Comunicarea poate să întrețină relații de tipuri diferite: unidirecționale, bidirecționale și multidirecționale. Accentul tinde să se pună pe dezvoltarea comunicării multidirecționale, ce favorizează interacțiunea, interactivitatea, confruntarea diverselor cunoștințe.

În școală se regăsesc și bariere de comunicare cum ar fi distorsiunile sau inexistența unui repertoriu comun între profesor și elev care duce deseori la perturbarea comunicării. Supra încărcarea informațională care pune elevul în fața unei abundențe extreme de informație, poate duce la dezvoltarea unui refuz față de activitatea respectivă, la confuzii, epuizare fizică și motivațională. În literatura de specialitate, se vorbește de condiții care facilitează înțelegerea mesajului care în accepțiunea lui *Gilles Ferry* se grupează în condiții – operatorii care impun că mesajul să fie formulat în termeni sesizabili și semnificativi pentru elevi și condiții afective care se referă, în mod special, la acceptarea persoanei profesorului. Mecanismul vorbirii didactice se sprijină pe calități ca forța, corectitudine iar o primă datorie a profesorului este să se facă auzit gășind o tonalitate adecvată. Este un fapt certificat de către Landsheere și colaboratorii săi că un profesor apropiat, simpatic, elevilor obține mult mai ușor rezultatele scontate decât cel care dă dovadă de rigiditate și în fața lui doar importanța materie predate contează. Profesorul trebuie să trateze elevii ca pe niște parteneri reali în învățare acordând timp suficient problemelor elevilor, lărgind libertatea acestora.

Blocarea comunicării prin relații reci, birocratice și alte manifestări psiho comportamentale din partea unor cadre didactice face să scadă randamentul comunicării și implicit cel școlar.

Este recunoscut faptul că relațiile dintre cadrele didactice și studenți/elevi sunt multiple, iar modul de manifestare comportamentală e resimțit de ceilalți în maniere diferite generând două tipuri de sentimente: de respingere sau de acceptare¹. Acest lucru este influențat de individ dar și de obstacole apărute în calea comunicării. De multe ori, atunci când dorim să modificăm comportamentul unui elev, încercăm să modificăm mediul sau să intervenim asupra propriului mod de manifestare. Nu reușim însă întotdeauna „să-i ascultăm pe studenți/elevi” cu tact, răbdare și atenție, lucru ce duce la instalarea unor obstacole în calea comunicării. Spre exemplu, în cazul unui student/elev care se plânge că întâmpină dificultăți în efectuarea unei teme, cadrul didactic poate riposta pe un ton:

- de avertizare: „Dacă vrei note mari, muncește!”;
- de comandă: „Lucrează și nu te mai plânge atât!”;
- de ridiculizare: „Vai de mine ... chiar așa?”.

Astfel de mesaje sunt depreciative pentru studenți/elevi și neagă importanța sentimentelor trăite de aceștia, tocmai din acest motiv, pentru că știm cu toții că educația cere nu numai pricepere ci și afectivitate din partea educatorului, ar trebui să-i răspundem studentului/elevului într-o manieră de acceptare și stimularea copilului cu disponibilitate pentru cooperare și comunicare².

Se impune să încurajăm copilul verbal și prin gesturi, ascultându-l activ ori să ascultăm mesajul acestuia în tăcere, incitându-l să-și destăinuie propriile trăiri. Este necesar, ca noi cei de la catedră, să reflectăm mai mult asupra forței modelatoare a limbajului.

Cuvântul poate fi unealtă prețioasă sau mijloc periculos, deoarece poate influența în mod pozitiv sau negativ interlocutorul. Se știe deja, că limbajul celui de la catedră, gesturile sau mimica acestuia sunt copiate de studenți/elevi, de aceea, trebuie să acordăm o atenție deosebită comunicării. Atitudinea cadrului didactic în fața studenților/elevilor și a părinților poate declanșa sau atenua conflictele care apar între studenți/elevi, între studenți/elevi și părinți ori între părinți și profesor³.

Funcționând normal, pe principiul feed-back-ului, procesul de comunicare facilitează realizarea sarcinii, asigură coeziunea grupului, valorizează pe fiecare membru, acționând ca factor de omogenizare.

Dacă, prin comportamentul său, profesorul se face „acceptat” de elevi se creează condiții ca grupul școlar (clasă) să devină receptiv și deschis cooperării.

Folosind un limbaj inteligibil și adecvat, bazat pe o comunicare expresivă și convingătoare, cadrul didactic va încerca să transfere conținutul predat în mod atractiv, nuanțat, argumentat și inteligibil, apelând la întregul arsenal metodic și logistic de care dispune, depășind simplul și plictisitorul monolog într-o expunere elevată și argumentată care va schimba conformismul în participare și activism.

Prin intermediul feed-back-ului influențarea devine bilaterală pentru că așa cum spunea **Leon Bloy**, nu se știe „cine dă și cine primește”. Astfel, cadrele didactice trebuie

¹ A se vedea: Modrea, A.; Peterlicean, A. *Management and Assessment of Curricula in Technical Higher Education. Applied Mechanics and Materials*, 2013.

² Modrea, A.; Silvaș, A. *Barriers in the Process of Communication, Proceedings of the Communication, Context*. In: Interdisciplinarity Congress, 2012, vol. 2, p. 252.

³ A se vedea: Modrea, A.; Silvaș, A. *Retrospectivă asupra comunicării*. In: Proceedings of the European Integration-between Tradition and Modernity Congress, Volume Number 5, 2013, pp. 900-908.

să învețe deopotrivă cu elevii și chiar de la aceștia. În acest mod, profesorul și elevii trebuie să se influențeze unul pe altul dialogul devenind mai viu și mai nuanțat în funcție de așteptările ambilor termeni ai relației implicate în activitatea didactică și nu în mod unilateral.

În toate situațiile educaționale, datorită statutului profesorului, autoritate, competență, prestigiu, capacitatea de influență este net superioară elevilor și studenților și este normal să fie așa. În asemenea relații de influențare a elevilor prin comunicare, cadrul didactic poate să exercite comportamente de rol constructive. - Cu efecte pozitive - , sau distructive. - Cu impact negativ - și neutru, fără impact real asupra receptorului.

Prin intermediul comunicării didactice profesorii și elevii pot să se conformeze normelor școlare sau pot să-și păstreze independența; pot să cedeze presiunilor sociale, cerințelor educative, să le accepte și să se supună acestora.

Fiind un proces atât de complex, comunicarea didactică cunoaște mai multe abordări și mai multe definiții. În didactică, se mai utilizează și noțiunea de comunicare educațională sau pedagogică, care mijlocesc fenomenul educațional în ansamblul său, indiferent de conținuturile, nivelurile, formele sau partenerii implicați.

Față de acestea, comunicarea didactică apare ca formă particulară obligatorie în vehicularea unor conținuturi determinate specifice unui act de învățare sistematică asistată.

Din perspectiva educației formale comunicarea didactică constituie baza procesului de predare și asimilare a cunoștințelor în cadrul instituționalizat al școlii și între parteneri cu statusuri determinate: cadrele didactice ca principali agenți educaționali și cele ale elevilor, în subordonarea nemijlocită față de conducerea unei asemenea instituții.

O problemă în comunicarea didactică o constituie și formularea întrebărilor și acceptarea răspunsurilor. Profesorul, conform lui G. Leroy, poate formula întrebări limitate sau închise și întrebări cuprinzătoare sau deschise. Putem afirma că întrebările limitate adresate de către profesor în serie, formează un lanț care încâtușează gândirea elevului, stimulează doar să facă progrese în obținerea unor cunoștințe după o schemă prestabilită, iar întrebările deschise pot ajuta elevul să formeze deprinderile unei gândiri critice.

Comunicarea didactică nu se împacă cu superficialitatea, narcisismul, indiferența, rigiditatea, elemente care duc la dispariția filonului afectiv care conduce la dispariția interesului elevului. O activitate ce pune în relație cadrul didactic și elevul pentru realizarea unor obiective comune, este și un proces psihosocial de influențare prin limbaje specifice a atitudinilor, comportamentelor, convingerilor, a comportamentelor, a componentelor motivațional afective și volitive.

De aceea, a comunica eficient și expresiv cu ceilalți și cu sine presupune:

- să informezi inteligibil și să facilitezi înțelegerea mesajului transmis;
- să dezvolți gândirea, afectivitatea, motivația, voința și personalitatea elevilor;
- să sesizezi și să conștientizezi reacțiile, atitudinile și manifestările comportamentale ale celor cu care comunic;
- să convingi pe cei cu care comunic.

Orice cadru didactic trebuie să fie conștient de responsabilitatea față de cuvântul rostit într-o societate în care totul se petrece sub semnul rapidității, în care greșelile de exprimare sunt considerate fără importanță și în care nimeni nu răspunde pentru ce a spus, în care nimeni nu așteaptă răspuns la intervenția să într-o conversație.

Comunicarea interumană este una din dezideratele acestui mileniu. Eșecul sau reușita comunicării didactice depinde în foarte mare măsură de personalitatea profesorului care trebuie să stăpânească nu numai noțiunile teoretice dar și cele practice, dar, în același timp, trebuie să dea dovadă de tac pedagogic.

Referitor la optimizarea comunicării trebuie să recunoaștem că, nu de puține ori, profesorul trăiește cu impresia că vorbele sau mesajele sale ajung la destinație așa cum gândește el, că sunt receptate de studenți/elevi păstrând aceleași înțelesuri, aceleași semnificații cu ale sale. Din păcate, lucrurile nu decurg întotdeauna așa, mesajele receptate au tendința de a se îndepărta, mai mult sau mai puțin, de sensurile emise sau originale, uneori să fie chiar diferite. Numai că actul comunicării didactice poate fi protejat de posibile variații și deviații, distanțări sau deteriorări nedorite prin intervenția feed-back-ului. În reglarea propriei comunicări, cadrul didactic trebuie să țină seama de mimica studenților/elevilor, de gesturile, expresiile și mișcările lor, reacții care devin simptomatice pentru ceea ce simt, înțeleg, acceptă, doresc aceștia. El poate sesiza direct și abil, din mers, „starea de spirit” a studenților/elevilor și astfel să valorifice la maximum comportamentul acestora în beneficiul optimizării comunicării. Pornind de aici, cadrul didactic poate să-și restructureze sau să amelioreze demersul didactic de moment și, nu în ultimul rând, să-și regleze viteza și ritmul propriei vorbiri.

Actul comunicării devine eficient atunci când favorizează o implicare activă din partea studentului/elevului, o angajare cu toate forțele sale intelectuale și afective în procesul receptării. Astfel, receptarea depășește simpla percepere a unor conținuturi audiate. A produce interlocutori activi, a-i determina pe studenți/elevi să urmărească cu interes și să manifeste o atitudine activă în cursul ascultării constituie un indicator al competențelor pedagogice a cadrului didactic.

6.3. COMUNICAREA ȘTIINȚIFICĂ

Noțiunea de comunicare științifică este examinată, în cadrul literaturii de specialitate, de foarte mulți savanți. De obicei, comunicarea științifică este explicată ca un proces de comunicare dintre savanți și alți actori ai activității științifice. Spre exemplu, *Josette de la Vega*, tratează comunicarea științifică doar în sensul strict, „și anume comunicarea între cercetători, [...] care exclude relațiile dintre cercetători, sectorul cercetare și dezvoltare și societatea în general, denumită prin termenul popularizare”¹. După câte vedem, definiția în cauză nu reduce comunicarea doar la unitățile de laborator, dar, de asemenea, prevede schimbul de informații atât în cadrul unui laborator (grup de cercetare), cât și în afara lui. În opinia acestui savant, comunicarea științifică poate avea loc doar într-un cadru disciplinar, iar practicile de comunicare diferă de la un domeniu la altul, unele fiind, din punct de vedere al eficienței, mai avansate decât altele². Ne raliem opiniei pedagogului autohton *N. Țurcan*, care remarcă, pe bună dreptate, că „interpretarea respectivă a noțiunii de comunicare științifică nu dezvăluie specificul acestei comunicări, a activității științifice, precum și al comunicării dintre mediul academic, de cercetare și societate”³. Notoriul savant englez, *Leo Meltzer*, identificând

¹ Vega (de la), Josette. *Les journaux électroniques - Communication scientifique et nouvelles technologies: la maîtrise de l'espace et du temps en physique théorique*. In: Rencontres de BIBLIO-FR à Caen du 3 au 6 avril 1998 sur le thème des journaux électroniques [online]. Disponibil pe: <http://biblio-fr.info.unicaen.fr/rencontres98/minutes/journaux1/delavega.html>.

² Ibidem.

³ Țurcan, N. *Cultura științifică și comunicarea științifică – valori ale societății cunoașterii*. În: Akademos, nr. 1 (20), martie 2011, p. 37.

termenul de comunicare științifică ca fiind schimbul de informații și idei între cercetători, îl definește astfel: „Totalitatea publicațiilor, mijloacelor, filierelor, activităților instituționale și obiceiurilor care direct sau indirect afectează transmiterea mesajelor științifice între savanți”¹. El menționează că această comunicare se deosebește de comunicarea cotidiană despre realitatea fizică care face referință la cunoștințe generalizate și codificate privind un obiect particular. În mod ideal, fiecare comunicare contribuie la formarea patrimoniului de cunoștințe, unanim acceptate, care sunt identificate ca știință. Acest lucru, în mod special, este realizat prin extinderea limitelor de cercetare, prin modificarea ipotezelor enunțate anterior, precum și prin precizarea suplimentară, explicarea sau verificarea cunoștințelor existente. Atât definițiile specificate anterior, cât și multe altele, tratează comunicarea științifică drept un proces în care savanții produc, comunică, evaluează, difuzează și păstrează rezultatele cercetării științifice pentru comunitatea științifică. Însă, există și o altă abordare a acestei noțiuni. P. Watzlawick, savant american, consideră că la fel ca și alte forme de comunicare, cea științifică există în cel puțin două dimensiuni: una se referă la conținut, iar cealaltă – la funcția socială a comunicării. În viziunea lui, comunicarea științifică poate fi definită ca: transmiterea cunoștințelor științifice (dimensiune care se referă la conținut) și comunicarea între savanți (dimensiune socială)². Atunci când ambele condiții există concomitent, se obține ceea ce numim comunicare științifică internă, în timp ce comunicarea științifică externă poate fi obținută în cazul procesului de comunicare ce se bazează doar pe transmiterea cunoștințelor. Exemplu de comunicare științifică externă poate servi cazul când un jurnalist relatează despre o cercetare științifică și rezultatele acesteia. Comunicarea științifică internă are loc doar în mediul științific, de cercetare. Dacă comunicarea este apreciată ca una dintre metodele cele mai eficiente de promovare a progresului tehnic, prezența comunicării în procesul de formare a cunoștințelor și creare a inovațiilor conduce, în mod inevitabil, la o analiză a comunicării științifice ca fiind o rețea complexă de filiere sociale care servesc nu numai ca mijloace pentru a face legătură dintre comunitatea științifică și public, dar și ca instrument eficient pentru extinderea cunoștințelor științifice și obținerea sprijinului publicului larg pentru cercetare și dezvoltare.

Termenul comunicarea științifică este unul complex, care acoperă două dimensiuni ale comunicării: comunicarea în știință și comunicarea despre știință. Astfel, în opinia N. Țurcan, „comunicarea științifică este totalitatea mijloacelor, filierelor, activităților instituționale care asigură circulația informației științifice în societate și este un proces de comunicare atât în cadrul comunității științifice, cât și un proces bidirecțional de comunicare între comunitatea științifică și societate. Ea reprezintă partajarea informațiilor sau/și construirea unui dialog atât științific, cât și despre știință într-un mod (inter)activ prin intermediul unor strategii diferite, adaptate la grupurile-țintă specifice în următoarele scopuri: conștientizare, sporirea cunoașterii, transfer de cunoștințe, formarea opiniei, schimbare de atitudine și schimbare de comportament”³. Impactul științei și tehnologiilor asupra societății moderne, cu siguranță, nu poate fi pus la îndoială. Fiecare țară se confruntă cu provocări la nivel global, nu numai de înțelegere a actualelor revoluții în știință și tehnologie, ci și a modului în care aceste revoluții afectează viitorul umanității și a Pământului. În cadrul comunității științifice

¹ A se vedea: Meadows, A.J. *Communication in Science*. London: Butterworths, 1974.

² A se vedea: Watzlawick, P. *Pragmatics of the Human Communication*. New York: Norton, 1967.

³ Țurcan, N. Op. Cit., p.37-38.

internațională este conștientizată datorită și responsabilitatea savanților pentru a face mai accesibilă publicului larg informația despre munca cercetătorilor și oamenilor de știință, finanțată din fonduri publice. Într-adevăr, societatea trebuie să cunoască de ce este efectuată această cercetare, cine este finanțatorul și care va fi impactul cercetării date pentru societate. Această legătură informațională între comunitatea științifică și societate este asigurată prin diverse mijloace comunicaționale.

Comunicarea științifică are loc prin intermediul unor forme speciale ale organizării vieții științifice. Viața științifică este organizată în diferite forme: seminare, mese rotunde, conferințe de presă, simpozioane, conferințe științifice, congrese etc.¹.

Seminarul reprezintă o formă de activitate științifică în care savanții comunică, fixează și adâncesc cunoștințele într-un anumit domeniu științific sub conducerea unor savanți celebri din acest domeniu. Ele se practică, mai ales, în cadrul școlilor științifice unde savanții comunică, abordează și discută pe marginea celor mai stringente probleme pe care le investighează școala științifică în cauză.

Masa rotundă constituie o dezbatere științifică pe o temă dată, la care sunt chemați să-și spună cuvântul specialiștii din domeniul respectiv sau reprezentanți ai publicului larg. Spre exemplu, la 11 octombrie a avut loc la Chișinău o dezbatere pe tema „*Perspectivile reformei sectorului de securitate în Republica Moldova*” în cadrul căreia au luat parte specialiști în domeniu de la instituțiile superioare de învățământ și specialiști invitați din NATO și Uniunea Europeană.

Conferința de presă reprezintă o întâlnire în cadrul căreia o personalitate a vieții științifice și face o expunere sau declarații în domeniul investigațiilor științifice promovate de el sau de școala ori asociația științifică la care aparține despre rezultatele obținute, comunică și răspunde la întrebările reprezentanților presei.

Simpozionul este o discuție organizată, pe baza unor scurte expuneri asupra unei teme științifice de actualitate purtate de un șir de vorbitori în fața și cu participarea publicului. Această formă de organizare a vieții științifice se practică, de obicei, în cadrul asociațiilor științifice naționale și internaționale care se ocupă de investigarea unor probleme științifice similare. Spre exemplu, în incinta Universității bălțene în iunie 2001 a avut loc simpozionul internațional „*Condițiile libertății în posttotalitarism*”.

Conferința științifică reprezintă o expunere făcută în public asupra unei teme din domeniul științei cu intenția de a informa, de a instrui sau omagia pe o personalitate notorie din domeniul unei științe concrete. Spre exemplu, la 21 octombrie 2005 la Universitatea bălțeană a avut loc conferința științifică internațională „*Procesul de codificare în țările Europei de sud-est*” la care au participat savanți notorii în domeniul dreptului din Republica Moldova, România, Rusia, Ucraina la care s-a discutat un șir de probleme cu care se confruntă jurisprudența acestor țări care se află în perioada de tranziție de la societatea totalitară la statul de drept.

Congresul este o formă de organizare a vieții științifice, o reuniune națională sau internațională în care delegații sau invitații dezbate probleme majore de ordin științific. În diverse științe, inclusiv și în cadrul dreptului, anual au loc diferite congrese științifice internaționale unde se polemizează asupra celor mai stringente probleme ale contemporaneității: problema globalizării și reglării acestui fenomen de către dreptul internațional; problema ajustării dreptului intern la cel comunitar în cadrul Uniunii Europene etc. Astfel, la *Congresul Mondial al Asociației Mondiale de Filosofie a*

¹ A se vedea: Țapoc, V.; Capcelea, V. *Cercetarea științifică*. Chișinău: Ed. ARC, 2008, p. 181-182.

Dreptului, din 1973, care a avut ca temă centrală „*Funcțiile Dreptului*” s-a relevat, printre altele, în contextul prezentării unor doctrine rivale și a sublinierii importanței abordării sociologice, necesitatea de a nu perverti gândirea juridică, ideea de drept să nu fie îndepărtată de patria sa originară, de considerarea justiției ca finalitate specifică.

Totodată, comunicarea științifică are loc în cadrul asociațiilor științifice, școlilor științifice și altor instituții științifice. Deoarece în prezent știința se dezvoltă în cadrul acestor forme de specializare științifică, comunicarea din cadrul lor are o importanță primordială.

Asociația științifică reprezintă totalitatea cercetătorilor cu o pregătire științifică specială, care deopotrivă înțeleg scopurile științei și raporturile ei față de mediul social, iar *școala științifică* exprimă unul din nivelele ierarhice ale noțiunii de *asociație științifică*. În literatura de specialitate, mai ales, în cea didactică, aceste noțiuni frecvent se identifică, folosindu-se ca sinonime. În realitate aceste noțiuni, deși sunt înrudite, nu sunt identice. O istorie mai veche are noțiunea de școală științifică. Noțiunea de asociație științifică este prezentată în mod detaliat în lucrarea cunoscutului savant american **T. Kuhn**, specialist în istoria fizicii și filosofia științei: *Structura revoluțiilor științifice*. Odată cu apariția acestei lucrări (1962) în care dezvoltarea științei este legată direct de structura și dinamica asociațiilor științifice, această noțiune a pătruns în arsenalele disciplinelor care studiază știința și istoria ei. Asociațiile și școlile științifice sunt forme esențiale de organizare și dezvoltare a științei, de comunicare dintre savanți, forme care exprimă continuitatea cunoștințelor și fixează caracterul colectiv de producere a lor. Ele presupun, de asemenea, necesitatea comunicării și coordonării între savanți în obținerea și aprecierea cunoștințelor. În creația științifică, la fiecare etapă participă câteva generații. Continuitatea cunoștințelor se realizează în urma comunicării și interacțiunii între savanții mai în vârstă, cu experiență, și cei tineri, învățători și elevi, oameni geniali și oameni cu capacități medii. Este cunoscut faptul că toate descoperirile științifice epocale sunt înfăptuite de genii, dar ei se bazează pe materialul acumulat de numeroși cercetători mai puțin talentați. Capacitățile, talentul savantului se manifestă mai deplin prin colectivul în care el acționează, prin școala științifică creată de el, sau prin asociația științifică la dezvoltarea căreia el contribuie.

Aceste aspecte ale cunoașterii științifice se discutau și în trecut cu ajutorul noțiunilor: *republica savanților*, *școala științifică*, „*colegiul invizibil*”, „*casa lui Solomon*” etc. Abia în anii 70 ai secolului trecut a apărut noțiunea de asociație științifică, introdusă după cum am menționat de T. Kuhn. Asociația științifică se poate examina la diferite nivele: ca asociație a tuturor savanților, asociația științifică națională; ca asociație a specialiștilor care fac parte dintr-o anumită știință - asociația fizicienilor, biologilor, psihologilor, istoricilor etc.; ca asociație a savanților care studiază o anumită problemă sub conducerea unui savant cu renume - *școala de la Copenhaga*, sau *școala lui Niels Bohr*, *școala de la Frankfurt*, *școala psihologică a lui Piaget*, *școala dreptului natural*, *școala pozitivistă*, *școala istorică a dreptului* etc. În acest sens, asociația științifică se identifică cu școala științifică.

În cadrul asociațiilor științifice savanții se pot diferenția în grupuri: unii se ocupă cu elaborarea cunoștințelor noi (de regulă numai aceștia sunt considerați savanți), alții se ocupă de organizarea cercetărilor colective, de sistematizarea cunoștințelor și predarea lor generațiilor de tineri cercetători.

Pe lângă asociațiile științifice se mai plasează așa zisele asociații epistemice (cognitive) care se constituie în afara domeniilor de cunoaștere științifică. De exemplu, asociațiile parapsihologilor, alchimiștilor, astrologilor etc.

Creația științifică se realizează printr-un sistem desfășurat de instituții științifice: academii de știință, instituții superioare de învățământ (universități), instituții de cercetări științifice, laboratoare științifice. Primele universități au apărut în *Evul Mediu* (*Universitatea din Paris* a fost fondată în sec. XIII). Primele academii au apărut în sec. XVII: *Societatea Regală din Londra* în 1660, *Academia de Științe din Paris* în 1666, *Academia de Științe din Berlin* în 1700, *Academia de Științe din Sankt-Petersburg* în 1725, *Academia Română* în 1861, *Academia de Știință a Moldovei* a împlinit la 12 iunie 2016 jubileul de 55 de ani.

La răscrucea sec. XIX și XX apare o nouă formă de organizare a științei, institutele și marile laboratoare științifice cu o bază tehnică puternică, bază care apropie activitatea științifică de munca industrială. Știința contemporană are conexiuni cu toate instituțiile sociale, fără excepție. Concentrarea și centralizarea științei a contribuit la apariția organizațiilor și centrelor științifice naționale și internaționale și la realizarea sistematică a proiectelor internaționale. În sistemul de gestiune a statului s-au format organizații speciale de gestiune a științei. În cadrul acestor organizații se determină politica în domeniul științei. Studiarea diferitelor laturi ale științei se realizează de mai multe discipline specializate: istoria științei, filosofia, metodologia și logica științei, sociologia științei, psihologia creației științifice.

Prin urmare, știința în mileniul trei nu se poate dezvolta decât prin intermediul comunicării științifice dintre diferite școli, asociații și alte instituții științifice pe deoparte, iar pe altă parte, dintre membrii școlilor științifice, în mod particular, dintre diferite generații de cercetători științific din cadrul unor instituții științifice concrete.

6.4. COMUNICARE ÎN JURISPRUDENȚĂ

În meseria de jurist comunicarea este una dintre abilitățile practice esențiale și căreia trebuie să-i fie acordată a atenție sporită. Cunoscut este faptul că comunicarea poate să se realizeze în formate și contexte absolut diferite, precum și poate avea forme diverse de realizare. În general, comunicarea juridică este raportată diverselor acțiuni, cum ar fi, spre exemplu, comunicarea cu cetățenii ce s-au adresat după ajutor, consultația juridică, munca operativă de investigare etc., toate fiind activități ce se realizează în dependență de anumite obiective cu caracter profesional. În majoritatea cazurilor, nu este vorba despre o simplă discuție între un jurist cu o altă persoană, ci un act de comportament civilizat și acțiune, realizat în scopul soluționării anumitor probleme cu caracter juridic, a unor probleme profesionale¹.

Obiectul de cercetare al *comunicării judiciare* îl constituie terminologia juridică, comportamentul judiciar formal și informal al subiecților implicați în soluționarea dosarelor de judecată, procedeele, tehnicile, regulile și principiile care stau la baza caracterului persuasiv al procesului de comunicare în instanță, teoria și practica comunicării verbale și non-verbale eficiente într-un spațiu tehnic bine delimitat.

Limbajul juridic, ca modalitate specifică de exprimare, este format din elemente de limbă comună și elemente care îi sunt specifice. *Jean-Louis Souriou* și *Pierre Lerat* numesc acest aspect caracterul compozit al limbajului juridic (caractère composite du

¹ A se vedea: Професиональная этика сотрудников правоохранительных органов: учеб. пособие. Под ред. Г.В. Дубова, А.В. Опалева – 2-е изд., исправ. и доп. Москва: Изд-во Щит-М, 2000.

langage juridique), precizând că tocmai această caracteristică explică, în mare parte, un așa-numit aspect „paradoxal” al dreptului: dreptul este un fenomen social, precum limba însăși, însă el provoacă majorității oamenilor sentimentul că se află în fața unui limbaj inaccesibil.

Terminologia juridică se constituie într-un univers de potențialități lingvistice oferite *in intellectu*, în timp ce discursul juridic se organizează *in actu* reprezentând individualizarea acestor potențialități în enunțuri care au ca scop aplicarea dreptului. Discursul juridic înglobează, prin urmare, toate manifestările lingvistice care intervin în crearea și instaurarea socială a dreptului, constituindu-se într-un act lingvistic și, în același timp, într-un act juridic.

Din cele relatate mai sus, putem să delimităm problemele apărute în studiul comunicării judiciare, care pot fi identificate pe 3 paliere¹:

Nivelul A: Cu câtă acuratețe pot fi transmise simbolurile comunicării? (*probleme tehnice*).

Nivelul B: Cât de precis poartă simbolurile transmise înțelesurile dorite? (*probleme semantice*).

Nivelul C: Cât de eficient va influența conduita înțelesul recepționat? (*probleme legate de eficiență*)

Studierea comunicării pe fiecare din acest palier are ca scop înțelegerea felului în care acuratețea și eficiența procesului de comunicare pot fi îmbunătățite.

Modelul ne face conștienți că finalul procesului de comunicare nu este un produs fizic (cererea scrisă), ci un rezultat psihologic – *înțelegerea*².

Justiția cuprinde instituții vitale ale statului, unde cetățeanului ar trebui să i se vorbească pe înțelesul său, (obligatoriu în limba maternă) deoarece, printre altele (drepturi constituționale, legale), acesta este și susținător al instituției în cauză prin impozitele pe care le achită bugetului.

Personalul acestor instituții este destul de expus în fața unor derapaje comunicaționale în relația cu justițiabilul, derapaje chiar involuntare uneori, care se pot manifesta în diferite moduri, cum ar fi:

- folosirea unui limbaj sau a unor expresii de intimidare;
- folosirea unui limbaj ultra specializat, cu termeni juridici specifici, inclusiv în alte limbi, termeni care nu sunt înțeleși de interlocutor;
- justițiabilul este tratat de pe o poziție de superioritate de multe ori.

Dovada eficienței comunicării juridice este rezultatul obținut (mărturiilor, aflarea adevărului, schimbarea comportamentului unui cetățean în direcția respectării prescripțiilor legale etc.) prin utilizarea limbajului profesional, a diferitor forme și mijloace de comunicare, ce nu vin în contradicție cu legislația în vigoare. Corespunzător, aplicarea dreptului presupune nu doar cunoștințe teoretice, dar și abilități practice de realizare a unei comunicări eficiente prin adaptarea la persoană/e, context, situații etc.

Printre principiile de bază ale comunicării juridice sunt menționate:

• *principiul cooperării*, care scoate în evidență caracterul cooperant al comunicării umane, în general, și al comunicării juridice în particular. Acest principiu este legat de caracterul eminent interacțional (social) al omului. Unicitatea ființei umane rezidă în capacitatea sa de a comunica cooperant, pentru realizarea unor scopuri comune³;

¹ Fiske, Jh. Op. Cit., p. 22.

² Turk, Ch. *Comunicarea eficientă. Cum să le vorbești oamenilor*. București: Ed. Trei, 2013, p. 23.

³ A se vedea: Tomasello, M. *Origins of Human Communication*. Massachusetts, MIT Press, 2008.

• *principiul măsurii*. Acest principiu face trimitere la capacitatea persoanei de a-și dirija comunicarea astfel încât să nu vorbească nici mai mult, nici mai puțin decât este necesar pentru a obține realizarea scopului urmărit prin comunicare;

• *principiul adevărului*, care se referă la veridicitatea informației cu care operăm. În acest sens, Aristotel spunea că o afirmație sau o negație este adevărată dacă leagă sau desparte în mintea noastră ceea ce e legat sau despărțit în realitate, despre care afirmă sau neagă. Tratarea acestei probleme are incidente cu logica, deoarece se referă la stabilirea valorii de adevăr a propozițiilor logice. Propozițiile logice posedă existență în gândirea umană, iar semnificația acestora este redată prin intermediul propozițiilor lingvistice. Emițătorul mesajelor va căuta să folosească cuvinte ce redau un sens anume nu numai la nivel cognitiv, dar și afectiv. În cele din urmă menționăm că juristul, în orice condiții trebuie să țină cont de valoarea de adevăr a opiniilor prezentate și a celor cu care operează¹;

• *principiul utilității și căutării de soluții*. Nu există comunicare care se realizează fără a fi dirijată de tendința de a satisface o necesitate. În acest sens orice act de comunicare ce este realizat trebuie să fie util pe plan profesional și să contribuie la soluționarea problemelor și realizarea sarcinilor profesionale;

• *principiul clarității* sau *principiul abilității de exprimare a ideilor clar și convingător*. Capacitatea de a te face înțeles și a fi convingător este una esențială, deoarece cu cât mai succinte sunt explicațiile, clare sunt revendicările cu atât mai mult vom fi apreciați, în același timp, prin aceste calități vom da dovadă de respect, responsabilitate, consecvență, gândire strategică, etc.;

• *principiul ascultării*, indică implicare (rațională și emoțională) în discuție și este un indiciu al inteligenței. Ascultarea semnificând, în acest context, capacitatea de a trece prin gândirea personală situația de comunicare în care suntem implicați. Ascultarea activă face ca să fie sesizate lucrurile importante, să se facă distincție între lucruri, oameni, evenimente, situații și determină formularea de concluzii, permite evaluări și luări de poziții;

• *principiul individualizării*, indică atitudini specifice pentru fiecare interlocutor în parte, căci nu putem și nici nu trebuie să-i tratăm pe toți la fel, să folosim aceleași unități de măsură. Anume acest principiu ne indică imposibilitatea existenței unor modele universal-valabile în comunicare, în general, dacă ne referim la termenul comunicare, acesta se referă la o legătură, unitară, biunivocă sau multiplă între două sau mai multe persoane (entități). Această legătură poate avea diverse forme determinate de diversitatea subiecților între care există un anumit gen de relații. La fel, comunicarea poate avea loc într-un singur sens, în ambele sensuri sau în mai multe sensuri, totul depinzând de sistemul de referință la care ne raportăm. În *Cahiers de L' Education Naționale* (nr. 65, mai 1988) se arată: „Comunicarea nu este o funcție separată, adăugată celorlalte. Ea este primul nostru instrument de muncă. Toate demersurile noastre sunt demersuri de comunicare”².

Spre deosebire de explicațiile termenului comunicare în general, comunicarea juridică implică semnificațiile elementelor structurale și relaționale ce compun sistemul juridic, în care un rol important îl are limbajul juridic. Astfel, *comunicarea juridică cuprinde totalitatea procedeelelor juridice aflate la îndemâna teoreticienilor și*

¹ A se vedea: Mihai, Gh. *Retorica tradițională și retorici moderne*. București: Ed. AII, 1998.

² Miège, B. *Societatea cucerită de comunicare*. Iași: Ed. Polirom, 2000, p. 65.

practicienilor dreptului, fiind utilizate de către aceștia, în perimetrul instituțiilor abilitate, în scopul aplicării concrete a normelor la realitatea vieții sociale¹. Forma generală în care se încadrează comunicarea juridică relevă concepte, subiecți, legi proprii domeniului, unui anumit spațiu, timp și multe alte dimensiuni specifice comunicării realizate în arealul dreptului. Adică, fiecărui sistem îi corespunde un tip specific de comunicare, care are reguli și mecanisme proprii de realizare, similară fiind și situația în cazul în care vorbim despre domeniul de aplicare, și nu doar, a dreptului.

Astfel, comunicarea juridică este un tip specific de comunicare profesională, este o formă specifică de interacțiune a unui jurist cu alți membri ai mediului profesional sau membri ai societății, prin intermediul căreia se realizează relațiile profesionale și sociale².

Chiar dacă în unele dintre cazuri comunicarea juridică este tratată într-o formă destul de simplistă - ca schimb de cuvinte și informații, vom vedea că în cazul comunicării juridice pe lângă subiecți avem implicate relații specifice care conferă esență, substanță, profunzime acestui domeniu.

Comunicarea este extrem de importantă în relațiile dintre actorii judiciari, iar o problemă cu care se confruntă etica în comunicare, o reprezintă modalitatea de procesare a informației de către interlocutori, procesare care poate fi deformată în funcție de tipul de comunicator sau chiar în funcție de cum uneori interlocutorii sunt discriminați. Comunicatorii pot fi³:

- comunicator marionetă – ușor de manipulat;
- comunicator alarmist – distruge echilibrul, deformează realitatea;
- comunicator filtru – atitudine potrivită față de informație;
- comunicator ecou – transmite tot ce aude (răspândaci);
- comunicator circumspect – pune totul la îndoială;
- comunicator rezervor – stochează noutatea și informația;
- comunicator conservant – păstrează informația, adăugând clarificări.

În literatura dreptului ce are ca subiect tratarea comunicării juridice este făcută distincție între mai multe tipuri de relații ce pot fi utilizate în tratarea esenței comunicării juridice. Astfel, sunt menționate următoarele tipuri de relații⁴:

- *relații spațial-oficiale*, care au ca scop căutarea și oferirea de soluții eficiente la o problemă cu caracter juridic. În cadrul acestei relații scopul, sarcinile, contextul au rolul de a influența asupra procesului de desfășurare a comunicării și asupra rezultatului final;

- *relații cu caracter juridic*, în cadrul cărora apar anumite raporturi juridice, ce determină ordinea în care fiecare dintre părți poate să-și revendice drepturi, dar și asumarea anumitor obligații. În acest cadru comunicarea juristului are loc strict în concordanță cu respectarea normei de drept, lucru pe care îl înțelege fiecare dintre părțile implicate în comunicare. Este important de menționat, în acest caz, amprenta pe care o lasă factorul psihologic asupra caracterului comunicării;

- *relații care indică diferența de statut și rol*. În acest caz, comunicarea juridică, nu este genul unei comunicări care are loc între doi prieteni, ce comunică de la egal la egal, mai

¹ Carp, C.; Panaite, D. *Ghidul avocatului de succes*. București: Ed. ALL BECK, 2003, p. 60.

² A se vedea: Жалинский, А.Э. *Профессиональная деятельность юриста*. Москва: Изд-во БЕК, 1997.

³ Dunca, D.; Dunca, P. (coord.) *Constante și reconfigurări în problematica etică a comunicării*. București: Pro Universitaria, 2015, p. 234.

⁴ A se vedea: *Приемы установления психологического контакта сотрудников ОВД с гражданами при решении оперативно-служебных задач*. Минск, 1989.

degrabă ar putea fi vorba despre o relație de subordonare. Pentru subiecții implicați în cadrul acestui gen de comunicare situația comunicațională este foarte clară, este o relație conștientă de încadrare în realizarea comunicării și care stabilește din start rolul fiecărui actor;

- *relația de comunicare are caracter evaluativ și de cunoaștere*. Persoanele care au intrat în contact de comunicare, cu mare atenție se examinează reciproc și apoi decid ce să vorbească, cum să vorbească, ce nu trebuie să spună etc. Acest tip de relație prin caracterul evaluativ reprezintă o testare a nivelului de satisfacere a așteptărilor și a nivelului de încredere reciprocă a persoanelor implicate. Pe parcursul derulării actului de comunicare, nivelul de încredere reciprocă fie crește fie scade, corespunzător și așteptările în vederea gășirii unei soluții amiabile la o anumită problemă fie cresc fie scad, totul depinzând de modul în care se realizează comunicarea. În același timp, este implicarea activă a persoanelor în direcția implicării în comunicare a cunoașterii atât senzoriale, cât și raționale;

- *relația de comunicare are caracter interpersonal, și individualizat*. De obicei, în cadrul profesiei de jurist nu sunt implicate în comunicare aparate tehnice, ci subiecți, cu valoarea de personalitate, care împărtășesc anumite valori, norme, principii în dependență de care au atitudini, fie de simpatie fie antipatie, exprimate față de partenerul de comunicare, predispoziții de a comunica eficient sau conflictual, au tendința de a influența/persuada/manipula prin utilizarea tuturor mijloacele pe care le au la îndemână;

- *caracterul informațional al relației*. Prin intermediul comunicării are loc schimbul de informații dintre persoanele angajate în comunicare. Așa cum comunicarea orală ne oferă informații, tot așa și comunicarea nonverbală are caracter informativ, sau poate chiar ne poate aduce un surplus informațional, fapt ce ar trebui să determine subiecții comunicării ca să nu o neglijeze.

Din cele specificate până la acest moment, rezultă că prin intermediul comunicării juridice nu doar se transmit și se primesc informații, dar se realizează mult mai mult. Persoanele angajate în comunicare intră în contact, stabilesc anumite tipuri de relații, poate chiar și la nivel personal, se studiază reciproc, se influențează reciproc, își asumă un anumit tip de comportament, își apără și promovează interese. Dar ceea ce e mai important, este faptul că eficiența comunicării juridice depinde de fiecare persoană în parte, de dorința de a-și dezvolta și aprofunda această abilitate. În vederea ridicării performanțelor în cadrul comunicării juridice, în literatura de specialitate, găsim formulate mai multe reguli referitoare la modul de realizare a comunicării juridice. Astfel în continuare ne vom referi la câteva dintre acestea¹:

1. *Regula condițiilor psihologice*. Juristul trebuie să ia în calcul caracterul formal al comunicării juridice, fapt ce o deosebește esențial de alte tipuri de comunicare. În fiecare dintre situațiile cu care se ciocnește zi de zi un jurist trebuie să se gândească la mijloacele de comunicare pe care le va utiliza și la impedimentele ce ar putea să apară în înțelegerea corectă, aprecierea stării de fapt și de drept, alegerea căilor de comunicare și soluționare a problemelor, intențiile subiecților comunicării, selectarea și utilizarea celor mai eficiente mijloace. Această regulă solicită din partea subiectului comunicării juridice întrunirea mai multor condiții: - prezența unui cadru oficial de realizare a comunicării; - formularea unor decizii favorabile pentru soluționarea problemei; - conștientizarea comportamentului pe

¹ A se vedea: Корневский, Ю.В. *Государственное обвинение в условиях судебной реформы (процессуальный, тактический и нравственный аспекты): Методическое пособие*. Москва, 1994.

care-l va urma și a poziției pe care o va avea juristul; - selectarea și crearea unei atmosfere favorabile pentru realizarea comunicării juridice; - formularea din timp a unor întrebări generale, pentru ca din acestea să rezulte celelalte întrebări, care vin în concordanță cu sarcina pe care și-a pus-o pentru a fi realizată prin comunicare; - studierea interlocutorului și individualizarea modului de comunicare, luarea în calcul a particularităților de natură psihologică și a situației concrete în care se află subiecții actului de comunicare; - selectare strategiei de comunicare și de influență ce corespund normei de drept în vigoare.

2. *Regula anticipării* (stabilirea scopului și a scenariului comunicării). În fiecare dintre situații trebuie să ne gândim cum vom comunica, luând în calcul scopul, sarcinile, întrebările la care vrem să obținem răspunsul, să ne gândim la ceea ce numim individualizarea comunicării. Este important ca în mintea noastră să fie prezentă „harta”, imaginea clară a modului de realizare a comunicării, lucru ce va oferi răspuns la următoarele întrebări: ce trebuie să obținem prin comunicare și cum, prin ce mijloace vom putea realiza obiectivele.

3. *Regula precauției în comunicare*. Această regulă presupune luarea în calcul a consecințelor care pot să survină atunci când juristul a pronunțat anumite cuvinte, neavând o intenție negativă, dar care pot fi interpretate în defavoarea acestuia (cazul Muruiana). Trebuie să ne gândim nu doar la ceea ce spunem, dar și cum vom spune. Uneori o expresie simplă, tonalitatea cu care a fost pronunțată, pot fi interpretate incorect, pot influența anumite relații între noi și ceilalți, pot provoca situații de conflict, și probleme de durată.

În afară de aceste reguli generale, în literatura de specialitate, mai întâlnim și așa numitele procedee ale comunicării, printre care menționăm¹:

1. *Crearea unor condiții favorabile pentru soluționarea sarcinilor comunicării juridice*.

Acest procedeu include:

- *regula condițiilor inițiale favorabile comunicării*, ce presupune faptul că pentru a reuși în comunicare este nevoie ca, chiar de la început, să existe condiții favorabile pentru realizarea comunicării. Spre exemplu, oamenii preferă să comunice în particular („între patru ochi”), din motiv că prezența mai multor persoane determină manifestarea diverselor categorii de bariere comunicaționale (fie psihologice, fie fiziologice) care pot influența negativ comunicare. Sau de pildă, comunicarea care se realizează în cadrul biroului, unde juristul se află la masa sa de lucru, iar celălalt în față pe scaun, este o situație ce scoate în evidență diferența de statut și rol. În schimb, dacă actorii comunicării se află așezați alături într-un fotoliu confortabil, se creează iluzia egalității între partenerii de comunicare, apare sentimentul de comunicare de la egal la egal, se scoate în evidență caracterul neformal al comunicării și crește nivelul de încredere - lucruri ce fac persoana ca să se descătușeze;

- *regula creării impresiilor pozitive*. Această regulă mai degrabă se referă la exteriorul juristului, decât la modul în care acesta comunică. Juristul trebuie să aibă un exterior îngrijit, fața trebuie să emane calmitate, siguranță, atenție și predispoziție de a asculta interlocutorul. Imaginea pozitivă a juristului crește dacă acesta se salută cu cetățeanul, se ridică, îi iese în întâmpinare, invită persoana să se așeze și să-i povestească

¹ A se vedea: *Приемы установления психологического контакта сотрудников ОВД с гражданами при решении оперативно-служебных задач*. Ор. Cit.

cu ce problemă a venit. Uneori este bine ca juristul să creeze impresia că este o persoană foarte simplă, ca și cel cu care comunică, alteori să creeze imaginea oficialului ce reprezintă puterea legală.

Spre exemplu, acordând o consultație solicitantului serviciilor sale, executorul judecătoresc trebuie să țină minte că sarcina lui constă nu numai în a da un sfat just, în a-l familiariza cu litera legii, ci și de a se convinge că acest sfat a fost înțeles corect de către el. Sfatul executorului judecătoresc trebuie să fie exprimat clar și precis, să dezvăluie atitudinea lui față de părțile pozitive și negative ale situației examinate, precum și rezultatele posibile ale executării hotărârilor judecătorești¹. Totodată, în opinia juristului francez *Thierry Guinot*, „încrederea constituie un element fundamental al relației executorului judecătoresc cu toți cei care recurg la serviciile lui”². Prin urmare, executorul judecătoresc, trebuie să comunice cu clientul în așa fel ca să instituie un climat de încredere care poate deveni cheazășia succesului în procesul executării hotărârilor judecătorești.

În acest context, am modelat doar câteva situații de comunicare, dar în realitate, în cadrul diverselor profesii juridice ele pot fi foarte diverse. Ceea ce putem deduce pe post de concluzie la acest moment se referă la capacitatea juristului de a conștientiza, aprecia situația de comunicare și în consecință de a se adapta interlocutorului, pentru ca să-și realizeze scopurile, obiectivele activității sale profesionale. Probabil că în acest context dăm dovadă de machiavelism, dar considerăm că uneori este cazul să ne conducem de maxima Scopul scuză mijloacele.

2. *Dezvoltarea nivelului de încredere pe parcursul realizării comunicării.* Ceea ce am menționat prin intermediul procedurii anterior se referă la faptul că până a comunica trebuie să fim înclinați spre a iniția o comunicare eficientă. Întru realizarea acestui deziderat este indicată respectarea următoarelor reguli:

- *regula autorității*, dreptății și bunelor intenții din partea reprezentanților organelor puterii. Juristul este reprezentantul puterii de stat, angajat al instituțiilor statului și din acest motiv el trebuie să nu uite niciodată că comunică nu din numele său ci cel al statului, al legii, fapt ce determină un grad înalt de atenție, obiectivitate și responsabilitate. Un început bun al comunicării va fi dacă juristul va avea o expresie calmă a feții și o intonație liniștită a vocii. Pe parcursul comunicării juristul trebuie să manifeste abilități de bun comunicator. Persoana care posedă abilități comunicaționale este caracterizată prin prezența tactului, capacitatea de conduce discuția în direcția în care are nevoie, abilitatea de bun ascultător, capacitatea de a stabili contactul psihologic cu interlocutorul, știe să formuleze întrebări, pentru ca să primească răspunsuri;

- *regula dialogului.* Este necesar de a crea o atmosferă de dialog și nu monolog, deoarece pe o persoană ce comunică activ este mai ușor și mai simplu s-o înțelege, să obții informații necesare, să urmărești poziția pe care o are. Pentru acesta este nevoie ca pe lângă faptul că îi propunem interlocutorului să vorbească, nu trebuie să începem de la

¹ A se vedea: Capcelea, V.; Hurubă, E. *Deontologia profesională a executorului judecătoresc: curs universitar*. București: Ed. Universul juridic, 2014.

² Guinot, Th. *L'huissier de Justice: Normes et Valeurs. Ethice, deontologie, discipline et normes professionnelles*. Paris: Editions juridiques et techniques, 2004, p.73.

întrebări complexe și dureroase pentru ea, căci ar putea să se închidă în sine și atunci nu vom mai reuși să comunicăm. Cel mai bine este să-i dăm posibilitatea celui alt să se calmeze, să se adapteze. În această privință, unii autori recomandă, angajaților instituțiilor statului, organelor de drept să înceapă discuția cu întrebări care nu obligă persoana la nimic, de genul: Cum ați ajuns la noi? Veniți de la servicii? Unde lucrați? Ce meserie aveți? Unde locuiți? Aveți familie? etc. și apoi începem a conduce discuția în direcția în care avem nevoie ca să se dezvolte;

- *regula atenției*. Prin întreaga sa înfățișare - poziția corpului, expresia feței și ochilor, voce - să exprimăm dorința de a ne clarifica obiectiv și imparțial în problemă. Este inacceptabil ca în timpul discuției să fim preocupați de alte lucruri (udăm flori, răsfoim un ziar, vorbim la telefon, etc.) sau să arătăm prin comportament că ne grăbim, uitându-ne la ceas, ș.a.

- *regula ascultării active*. Ascultă, Studiază, Înțelege, Appreciază - sunt cuvintele cheie, ce caracterizează această regulă. Expunându-se asupra unei probleme, sau răspunzând la întrebări, interlocutorul nu doar ne informează, comunică, dar își exprimă atitudinea față de jurist și față de obiectul discuției. Din acest motiv, trebuie să ascultăm nu doar cuvintele, dar persoana, să tindem să înțelegem ce vrea să ne spună și ce nu vrea să ne spună. Trebuie să fie întotdeauna prezentă ascultarea activă, care se realizează prin înclinarea corpului în direcția vorbitorului, expresia feței, contactul vizual, mimică, ochii, prin reacții la nivel nonverbal;

- *regula ascunderii emoțiilor*. În situația în care se aprind spiritele, gândirea rațională argumentele dispar. Oamenii se adresează juristului atunci când ceva îi deranjează, au o problemă care este importantă pentru ei. Atunci când persoana vorbește numaidecât va avea emoții, în aceste cazuri trebuie să-i dăm posibilitatea persoanei ca să se descarce emoțional, pentru ca să putem ulterior analiza situația rațional.

3. *Următorul procedeu*. Obținere momentului de sinceritate în soluționarea sarcinilor trasate în comunicare. În acest caz, este vorba despre faptul că comunicarea este utilizată pentru găsirea de soluții la probleme, pentru obținerea răspunsurilor la întrebări, din această cauză prin comunicare este corect să ne clarificăm în problemă, dar nu cu oamenii cu care are loc comunicarea despre problema în cauză. Acest procedeu de asemeni are câteva reguli de bază:

- să nu insistăm pe demonstrații asupra soluțiilor prioritare. Juristul în orice situație este cel care cunoaște legea, mai bine decât un simplu cetățean, are experiență în soluționarea diverselor probleme cu caracter juridic, își formulează mai clar ideile în limbaj juridic, care de multe ori este necunoscut celui alt. Acest fapt și situația de fapt în care se află cetățeanul (este audiat, interogat, este consultat etc.) creează simțul inegalității între interlocutori, prioritatea fiind de parte juristului (situație determinată de statutul, rolul, contextul unde are loc comunicarea, cunoștințele juristului, etc.);

- studierea interlocutorului. Acesta ne permite înțelegerea modului în care trebuie să comunică, să observăm schimbările care au loc la nivel de comportament și atitudine pe parcursul discuției. Însuși faptul că persoana este citată să se prezinte la sectorul de poliție, spre exemplu, deja determină o stare de tensiune, încordare, neîncredere etc.;

- prezumția încrederii. Nu trebuie ca aprioric să manifestăm neîncredere, antipatie, stereotipii față de cetățean. Trebuie să știm să evităm extremele, dintre care prin una manifestăm neîncredere față de tot ceea ce spune cetățeanul, și că acesta vrea să ne ducă în eroare, și alta că martorul este neinformați, sau invers ș.a.;

- utilizarea comunicării în scopul educării culturii juridice, în acest context relevăm faptul că caracterul educativ are nu doar conținutul celor comunicate de jurist, dar și modul în care acesta comunică, prestația acestuia, modul în care construiește relațiile cu ceilalți, felul în care comunică. Educarea culturii juridice este nu doar o obligație civilă, dar și una profesională, ba mai mult decât atât o condiție a succesului în soluționarea problemelor ce sunt puse față de reprezentanții instituțiilor statului, organelor de drept, în acest sens, putem menționa un număr mare de ONG-uri, ce au apărut în ultima perioadă în țara noastră care încearcă să educe la populație respectul față de lege, să ridice nivelul de cultură juridică, să informeze cetățenii asupra unor probleme cu caracter juridic, de importanță majoră pentru societate;

- comportamentul etic. Este cazul să ne amintim că nimic nu costă mai ieftin și este apreciat cel mai scump, ca respectul. Astfel, putem vorbi despre respectul persoanei și respectul legii. Respectul față de celălalt este un indiciu al nivelului de cultură și reprezintă o obligație a fiecărui individ ce aplică legea.

Discursul juridic îl putem încadra, ca și formă de prezentare, în pledoarii, depoziții, declarații, denunțuri, interogatorii, iar despre corectitudinea acestuia am putea vorbi doar în ideea în care acesta se încadrează în normele etice și în manifestări și comportamente decente care să se mereu la normele morale și la normele juridice. Nedreptatea este creatoare de suferință sub orice formă s-ar manifesta aceasta.

Emoțiile negative și judecățile de moment, fără discernerea și analiza circumstanțelor concrete, pot fi creatoare de durere.

Actul judiciar este, până la urmă, o negociere a argumentelor și adevărilor prezentate de părți. Adevărul unuia, acceptat de orice instanță, va deveni durerea celuilalt. Actul de justiție are o particularitate, aici nu poate fi vorba de iertare, iertarea ar fi o vină absolută care ar îndepărta durerea, în schimb o condamnare dată chiar cu maximum de clemență, este o vină și aceasta produce durere. Până și cel care condamnă, suferă uneori.

Erorile judiciare sunt cele mai maligne forme de îngădire și lezare a libertății. Iar îndreptarea acestora, chiar dacă intervine, nu va șterge sechelele psihologice ale celui nedreptățit.

În concluzie, menționăm că comunicarea juridică are un caracter complex și pentru practicarea eficientă a meseriei este nevoie de a lua în calcul și registrele comunicării, începând de la comunicarea scrisă prin comunicarea verbală la comunicare nonverbală. Chiar dacă unii ar putea considera că domeniul comunicării juridice este unul foarte simplu și un domeniu nesemnificativ pentru activitate profesională, noi rămânem la convingerea că aceasta este cea care face ca activitatea zi cu zi a juristului să devină una eficientă.

6.5. COMUNICAREA MANAGERIALĂ

Planificarea obiectivelor și a resurselor, elaborarea strategiilor, adoptarea deciziilor și declanșarea acțiunilor nu reprezintă procese liniare. Multitudinea de obiective, complexitatea intereselor, ineditul situațiilor, reacțiile neașteptate ale oamenilor, dar și cele ale mediului, fac ca deciziile cele mai elaborate și acțiunile cele mai organizate să devină, uneori, derizorii. Fără intervenția managerilor de a sincroniza și armoniza timpul și spațiul acțiunilor, judecățile și faptele, dorințele și realitățile prin intermediul funcției de coordonare, procesul de management ar fi lipsit de coeziunea, continuitatea și dinamismul care-i permit realizarea obiectivelor specifice. Componenta de bază a funcției de coordonare o reprezintă *comunicarea*.

Fiecare organizație are o rețea proprie de comunicare. Personalitatea, individualitatea, amprentele culturale ale organizației se regăsesc în compoziția subtilă a mesajelor vehiculate.

Comunicarea, în știința managerială, este cunoscută ca o principală activitate desfășurată de manageri, fiind considerată: „*componenta de baza a funcției de coordonare*”¹.

Particularitățile comunicării manageriale, comparativ la alte feluri de comunicare, sunt generate de scopul, obiectivele și rolurile acestei comunicări, de cadru și structura organizațională și de contextul culturii organizaționale. În management, comunicarea are o importanță capitală. Dacă ar fi să ne referim numai la decizia managerială, ar fi suficientă sublinierea că o bună adaptare a acesteia și o reușită în îndeplinirea ei, sunt de neconceput fără o comunicare perfectă între manageri și executanți. În același timp, comunicarea managerială se supune anumitor norme de etică specifice, care se regăsesc în cultura organizațională, politica organizației și, evident, în etica individuală a managerilor. Procesul și produsele comunicării manageriale au la bază concepte, principii, standarde și reguli caracteristice și îmbracă forme specifice tipului de organizație.

Organizația se adresează unui public larg. Promovarea organizației ca instituție atât pentru angajații săi (comunicare internă), cât și pentru ansamblul agenților economici și sociali (comunicare instituțională). Pentru a realiza aceste obiective, strategia de comunicare a organizației se poate descompune în două strategii distincte și, în același timp, complementare: *strategia de comunicare instituțională* (din cadrul căreia fac parte publicitatea instituțională, comunicarea financiară, mecenatul) și *strategia de comunicare internă*.

Strategia de comunicare managerială se stabilește prin traducerea politicii generale a organizației în termeni de comunicare, pe baza obiectivelor stabilite în acest domeniu de către conducerea organizației sau a directorului de comunicare. Ea are ca obiectiv alegerea și definirea, pentru următorii 3-5 ani a următoarelor elemente:

- *imaginea* dorită a fi propagată și, corelat cu această, mesajul general ce urmează a fi transmis despre organizație.

- *principalele axe de efort* și ierarhizarea lor. Acestea se concretizează în: determinarea binoamelor „public-mesaj”; interdependențele dintre comunicarea externă a organizației și cea internă; repartizarea în timp a eforturilor;

- *mijloacele media ce urmează a fi utilizate* (campanii instituționale, acțiuni directe pentru unele segmente ale publicului, acțiuni orientate către presă etc.). Precizăm faptul că aceste elemente sunt prezentate detaliat în cadrul planului de comunicare;

- *articularea și coerența diferitelor tipuri de comunicare* necesar a fi adoptate, respectiv a comunicării externe non-publicitare, publicității instituționale, publicității produselor sau serviciilor, promovării, comunicării interne etc.

Elaborarea strategiei de comunicare a oricărei organizații presupune parcurgerea următoarelor etape²:

¹ A se vedea: Zorletan, T.; Burdus, E.; Caprarescu, G. *Managementul organizației*. București: Ed. Economică, 1998.

² Schneider, C. *Communication, nouvelle fonction stratégique de l'entreprise*. Paris: Editions Masson, 1990, pp.73-74.

Etapa I: Analiza situației, respectiv a principalelor elemente componente ale acesteia, în funcție atât de obiectivele de comunicare stabilite, cât și de tehnicile de comunicare utilizate. Exemplificăm următoarele elemente care pot fi analizate în cadrul elaborării unei strategii de comunicare:

- 1) comunicarea internă existentă (climatul social, gradul de participare și de implicare al fiecărui angajat, imaginea percepută de angajați etc.);
- 2) contextul comercial (punctele forte și fiabile ale organizației, proiectele existente, adecvarea la comunicarea comercială etc.);
- 3) acționarii organizației, mediul financiar (relațiile actuale, evaluarea cât mai corectă a riscurilor etc.);
- 4) puterea publică (relațiile actuale, importanța rolului prezent și viitor al acesteia);
- 5) principalii concurenți (diferența între aceștia și organizație, în ceea ce privește imaginea acestora, analiza politicii de comunicare);
- 6) proiectele organizației (puncte slabe și puncte forte);
- 7) organizarea (puncte slabe și puncte forte în raport cu proiectele organizației și cu concurenții).

Etapa a II-a: Analiza binomului public-mesaj.

La finalul primei faze se stabilește *publicul* căruia îi este adresată strategia de comunicare. Pentru fiecare *public* trebuie precizat obiectivul parțial urmărit și trebuie determinat *mesajul*, respectiv conținutul informațiilor pe care organizația dorește să le transmită, informații care au ca scop să schimbe atitudinea *publicului* față de organizație. Astfel, se realizează o serie de binoame *public-mesaj*.

În cadrul acestei etape se analizează dacă această abordare analitică permite elaborarea unei sinteze coerente a strategiei de comunicare. Aceasta presupune definirea unui mesaj general al organizației, din cadrul căruia să se decline mesaje particulare destinate diferitelor tipuri de public. Deci, în cadrul ei, trebuie analizată coerența imaginii generale a organizației în raport cu imaginile particulare ale unui public.

Etapa a III-a: Formularea maximului posibil de strategii de comunicare.

În majoritatea cazurilor nu există o strategie posibilă de comunicare, ci mai multe. Multe organizații fac greșeala să realizeze o singură strategie de comunicare. Este însă preferabil întocmirea maximului posibil de strategii de comunicare și compararea lor, înainte de a alege una. Opțiunea pentru o anumită strategie de comunicare trebuie să ia în considerare următoarele elemente:

- 1) definirea imaginii dorite;
- 2) alegerea și ierarhizarea publicului;
- 3) definirea binoamelor *public-mesaj*;
- 4) principalele mijloace de realizare, interdependența și coerența lor;
- 5) repartizarea eforturilor în timp;
- 6) gradul de fezabilitate a principalelor tipuri de acțiuni prevăzute și ceea ce ele implică pentru direcții diferite;
- 7) riscurile eșecului sau cele de nerealizare a obiectivelor;
- 8) suplețea, respectiv gradul în care strategia de comunicare poate să fie schimbată, și consecințele acestei schimbări. Adeseori strategia de comunicare este elaborată fără analizarea acțiunilor posibile care pot fi inițiate de către concurenții organizației;
- 9) bugetul de cheltuieli.

Etapa a IV-a: Definirea strategiei de comunicare.

Faza precedentă se finalizează prin alegerea strategiei de comunicare cea mai adecvată pentru obiectivele organizației.

Comunicarea face parte din „infrastructura” organizației. Orice efort de dezvoltare a unei organizații trebuie să aibă în vedere cu prioritate latura umană a dezvoltării ei, iar comunicarea eficientă și eficientă este singura cale prin care oamenii își pot corela în mod sinergetic eforturile. De calitatea comunicării manageriale depinde modul în care se folosesc toate resursele a unei organizații, deci, în ultimă instanță, succesul organizației.

Ca instrument managerial, comunicarea are rolul de a stabili relații interumane bune, neconflictuale și care au la bază realizarea unor scopuri comune: „Creșterea nivelului de calificare, necesitatea de a-i mobiliza pe salariați pe calea obiectivelor în schimbare, în scopul de a exploata la maximum forța lor de muncă, evoluția formelor de producție (...) se aseamănă cu niște factori susceptibili de a explica rolul obiectiv crescând al comunicării”¹.

Un rol aparte în comunicarea managerială îl deține stilul de comunicare în cadrul organizației. Acesta poate fi definit ca modul în care comunică un manager, într-un anumit context. La fel ca și conținutul și forma mesajului, stilul de comunicare managerială trebuie să fie adecvat scopului și obiectivelor comunicării, destinatarului ei, situației și contextului comunicării și chiar și canalului de comunicare folosit². Literatura și practica de specialitate prezintă un număr mare de tipuri de comunicare, grupate după anumite criterii³.

În cercetarea noastră am considerat gruparea stilurilor de comunicare în patru categorii: „blamare”, de „informare-dirijare”, de „convingere” și de „rezolvare de probleme”⁴. Am ales această clasificare, deoarece considerăm că ea corespunde cel mai bine stilurilor de comunicare utilizate de manageri în practică.

Conform autorilor citați, caracteristicile principale ale acestor stiluri de comunicare constau în:

- *stilul de tip „blamare”*, care are drept scop de a critica, de a acuza, de a găsi greșeala, de a găsi un vinovat. Managerul adoptă o atitudine de judecător, de evaluator. Managerul este cel care vorbește și nu acceptă răspunsuri sau puncte de vedere din partea receptorului (subordonatului). Folosind acest stil, managerul va obține efectul dorit, adică subordonatul fie își va schimba comportamentul pe moment, fie acceptă sau recunoaște acuzația adusă;

- *stilul de tip „informare-dirijare”*, care are drept scop de a da explicații, instrucțiuni, decizii. Managerul concepe dinainte mesajul, iar subordonatul trebuie să execute. Mesajul este formulat clar, concis și este axat pe sarcina pe care subordonatul trebuie să o îndeplinească;

- *stilul de tip „convingere”*, care urmărește obținerea unui acord, acceptarea unui plan, efectuarea unei acțiuni, implementarea unei schimbări. Managerul domină comunicarea prin faptul că el cunoaște situația și soluția. Pentru a-l convinge pe subordonat, managerul ascultă activ și realizează feed-back. Dacă argumentele folosite prin mesajul transmis sunt raționale, managerul poate reuși să-l convingă pe subordonat.

¹ Olivesi, St. *Comunicare managerială*. București: Ed. Tritonic, 2005, p. 8.

² Gândea, R.; Gândea, D. *Comunicare managerială: Concepte, deprinderi, strategii*. București: Ed. EXPERT, 1996, p. 260.

³ A se vedea: Pănișoară, I.O. *Comunicare eficientă*. Iași: Ed. Polirom, 2003.

⁴ Gândea, R.; Gândea, D. Op. Cit., p. 260-264.

• *stilul de tip „rezolvare de problemă”*, care are drept scop rezolvarea problemelor care apar. Se apelează la principiile comunicării suportive și niciunul dintre interlocutori nu domină comunicarea. Comunicarea este descriptivă, se bazează pe fapte, iar fiecare interlocutor își exprimă opiniile, chiar dacă acestea sunt contrare.

Un bun manager va ști că fără o comunicare eficientă îi va fi imposibil să-și lămurească oamenii cu privire la așteptările lui, să-i motiveze și să-i determine să aibă suficientă încredere în el ca și lider. În cazul în care decodificarea mesajului a fost făcută corect de către receptor, se poate spune că procesele comunicaționale au fost utilizate cu succes, au dat feedbackul așteptat și au făcut posibilă desfășurarea eficientă a activității organizației.

Managerul, trebuie să dea importanță oricărui individ și părerilor acestuia, fără a-l contrazice dur, chiar dacă nu este de acord cu interlocutorul său. Există modalități mai subtile de a-l face pe individ să înțeleagă dificultatea punerii în practică a ideilor sale sau poate chiar imposibilitatea realizării lor. Un refuz categoric pe un ton ridicat va duce la nemulțumire, frustrare și demotivare. Individul respectiv va refuza să mai comunice cu managerul său. În aceste condiții este de la sine înțeles că toată lumea va avea de suferit. Uneori sintagma „zic ca ei, dar fac ca mine” poate fi de folos în momentul în care se dorește preîntâmpinarea unui conflict intern. Recunoașterea valorilor individuale la locul de muncă va motiva și stimula individul spre a obține performanțele pe care managerul le așteaptă. Artă de a menține echilibrul între ceea ce aștepti și ceea ce îți se oferă este cheia spre succesul profesional ca manager. Motivarea în câmpul muncii este rezultatul unor necesități individuale naturale, pe care omul simte că trebuie să le îndeplinească. Satisfacerea trebuințelor a fost și va fi întotdeauna un fundament în motivarea interioară a structurii umane în momentul deciziei de a întreprinde ceva.

Comunicarea și motivarea merg mână în mână. Prin simplul fapt că un manager va ști să comunice cu angajații săi, va câștiga încrederea acestora, iar ei vor fi motivați să muncească. Iar dacă va ști să aprecieze asta prin avansări, prime, mărirea salariului etc., va fi surprins de cât de motivați și competenți pot fi angajații săi¹.

Procesul comunicațional este, așadar, un instrument managerial esențial, de o complexitate deosebită. Rolul comunicării ca instrument managerial este de a facilita relațiile dintre oameni, de a stabili un mediu intern propice dezvoltării organizației. Managerii trebuie să fie conștienți de faptul că perseverența în învățarea meseriei de conducător este punct pe ordinea de zi a agendei. Iar principalul talent pe care trebuie să-l dobândească sau să-l perfecționeze este acela de a comunica eficient pentru obținerea rezultatelor așteptate.

6.6. COMUNICAREA MEDICALĂ

Comunicarea este deosebit de importantă în asistența medicală, în condițiile în care pacienții sau clienții sunt vulnerabili din punct de vedere emoțional, se simt singuri și, de cele mai multe ori, speriați de ceea ce îi poate aștepta. În tot acest proces de acomodare este esențială o bună comunicare, pentru că ea contribuie la asigurarea, în condiții de siguranță și eficiență, a îngrijirii medicale de care pacienții au nevoie, atât prin prestarea unor servicii de calitate, dar și prin efectuarea procedurilor corespunzătoare. Comunicarea (nu doar comunicarea în asistența medicală) este punctul central a tot ceea ce

¹ A se vedea: Ziglar, Zig.; Savage, Jim. *Motivația, o cale spre performanțe deosebite, cum să obțineți tu și ceilalți rezultate excelente. Businesssteach*. București: Internatinal Press, 1999.

întreprindem în societatea noastră, indiferent de serviciile pe care le prestăm sau de domeniul în care activăm.

Specificitatea comunicării în medicină este determinată de faptul că relația dintre cele două părți (personalul medical și pacient) este mult mai complexă, implicând, pe lângă nivelul bazal al palierului terapeutic, și un nivel superior de comunicare de tip existențial. Aceasta din urmă este implicată în comunicarea medicală, deoarece actul medical interferează cu destinul pacientului, legat, la rândul său, de elemente de incertitudine și/sau instabilitate individuală¹.

În domeniul medical, „comunicarea reprezintă o abilitate clinică fundamentală, medicii și asistentele comunică cu pacienții și cu familiile acestora mult mai frecvent decât îndeplinesc orice altă procedură medicală sau de nursing”².

Dificultatea este reprezentată de faptul că poziția celor două entități, personal medical, respectiv pacient, este diferită și inegală. Dacă pentru primii boala este, mai ales, privită ca o problemă științifică și obiectivă, pentru bolnav ea este, în primul rând, o problemă emoțională și subiectivă³.

Pentru crearea unei adevărate alianțe terapeutice, subiectele care ar trebui abordate în comunicarea dintre personalul medical și pacient sunt legate de diagnosticul și prognosticul bolii, de planul și obiectivele de îngrijire, de evaluarea psihosocială și suportul emoțional al pacientului, de valorile acestuia și de factorii importanți pentru el și familie⁴.

Efectele determinate de discuțiile interprofesionale asupra pacientului purtate în prezența acestuia reprezintă, de asemenea, un subiect uneori extrem de important.

Este dovedit că o bună comunicare are ca principal efect faptul că, succesiv sau concomitent creează relații, acordă valoare celorlalte persoane, reduce izolarea, permite colectarea cu acuratețe a informațiilor, permite informarea adecvată a pacientului și exprimarea sentimentelor, reduce incertitudinea și poate oferi satisfacții celor implicați⁵.

Reieșind din cele expuse mai sus pot fi identificate următoarele efecte ale comunicării medic-pacient:

- *Buna comunicare ajută pacienții să se simtă în largul lor.* Se știe că persoanele care au nevoie de asistență medicală sau de servicii medicale de urgență devin îngrijorate, anxioase, panicate, mai ales dacă, pe parcurs, starea de sănătate se agravează ori se deteriorează. Acest lucru poate conduce la stări de nesiguranță, uneori de agresivitate (în funcție de urgența medicală pe care o comportă). Fie că este vorba de un simplu test de analize, de o nouă schemă de tratament, uneori chiar de o urgență maximă, pacientul simte nevoia să fie ajutat, înțeles dar, mai ales, să i se asigure revenirea în zona de confort, dacă starea sa clinică se agravează. O bună comunicare reduce factorii de stres enumerați anterior, ajută pacientul să capete încredere în staff-ul medical cu care intră în contact și îl face să se simtă în largul lui.

- *Buna comunicare ajută pacienții sau clienții să simtă că dețin controlul.* Foarte des se întâmplă ca pacienții să simtă că renunță la controlul asupra vieții lor odată ce

¹ A se vedea: Cosman, D. *Psihologie medicală*. Iași: Ed. Polirom, 2010.

² A se vedea: Moșoiu, D. *Comunicarea Diagnosticului și a prognosticului în cancer / TEZĂ DE DOCTORAT*, Universitatea de Medicină și Farmacie „Iuliu Hațieganu”. Cluj-Napoca, 2009.

³ A se vedea: Cosman, D. Op. Cit.

⁴ A se vedea: *MedInfo Consulting. Communication skills for healthcare professionals*. Disponibil pe: www.oscehome.com.

⁵ Idem.

apelează la sistemul de sănătate. În cazul în care aceștia sunt în spital, de exemplu, chiar și lucrurile simple de zi cu zi îi apasă, pentru că, în mod normal, există un program independent de ei: terapia, asistența, tratamentul, orele de masă și de vizită. Pierderea controlului și a independenței îi poate face pe oameni să se simtă neajutorați, lucru ce influențează negativ șansele de recuperare. O bună comunicare ajută la evitarea acestor stări, putându-le reda încrederea și controlul asupra situației cu care se confruntă.

• *Buna comunicare face ca pacienții sau clienții să se simtă valoroși și apreciați.* În sistemul ideal de asistență medicală, cel mai prețios lucru pe care-l putem oferi altei persoane (pacient sau client), este timpul alocat. Când vom demonstra că suntem pregătiți să lăsăm deoparte alte sarcini pentru a aloca timp suplimentar unui pacient (uneori doar pentru a asculta, a înțelege sau a încuraja!), vom comunica eficient cu acea persoană. Posibilitatea de a comunica mai mult, mai bine, mai eficient ne ajută să construim o relație directă cu pacienții noștri și ne ajută să-i evaluăm cât mai corect din punct de vedere psihologic și medical.

Cercetările legate de comunicare în medicină au demonstrat asocierea dintre comunicare și satisfacția pacientului, complianța la tratament, înrolarea în trialuri clinice, o mai bună tranziție de la tratamentul curativ la cel paliativ și o scădere a stresului medicului și implicit a incidenței sindromului de oboseală cronică (burnout).

Specificul comunicării medicale reiese și din caracteristicile relației terapeutice. O primă caracteristică a comunicării din cadrul relației terapeutice personal medical-pacient este faptul că este directă, fiind realizată față în față, fără a fi nevoie de un intermediar și având un caracter lipsit de formalism¹. Între cei doi subiecți are loc un schimb permanent de informații, ceea ce va conduce la realizarea obiectivelor propuse, aflarea unor răspunsuri cu privire la modificarea stării de sănătate și evaluarea acesteia, a remediilor propuse pentru înlăturarea sau estomparea acestora și a modalităților practice de acțiune².

Multitudinea elementelor componente determină ca această relație, personal medical-pacient, să fie una specială și complexă³. Această relație, inițial, este una inegală, pentru că are ca punct de plecare cerința unei persoane suferinde adresată altei persoane, bazată pe faptul că aceasta din urmă știe cum să-l vindece sau să-i aline suferința. Acest tip de conexiune, oferă o reală putere echipei medicale asupra fizicului și psihicului omului aflat în suferință. Ulterior, această relație se îmbogățește din punct de vedere emoțional, transformând-o și umanizând-o⁴.

De cele mai multe ori, transferul este pozitiv (medicul/asistentul medical corespunde cu așteptările și nevoile pacientului), rezultând sentimente de simpatie, de securitate, de încredere nu doar în acesta, ci și în actul medical și echipa terapeutică. Pacientul ajunge însă de multe ori la a căuta relația mai mult cu persoana de specialitate, decât cu știința la care aceasta a ajuns prin instruire și educație profesională. Această relație, axată inițial pe îngrijirea corpului bolnav, este ulterior dominată atât de afecțiunea și emoțiile pacientului, cât și de cele ale medicului sau ale membrilor echipei terapeutice⁵. Capacitatea de empatizare a specialistului (asistent medical, medic) este necesară în toate situațiile medicale cu care acesta se confruntă. Empatia la acest nivel presupune nu doar o

¹ A se vedea: Tudose, Fl. *Orizonturile psihologiei medicale*. București: Ed. Medicală, 2003.

² A se vedea: Cosman, D. Op. Cit.

³ A se vedea: Tudose, Fl. Op.Cit.

⁴ A se vedea: Cosman, D. Op. cit.

⁵ Idem.

simplă simpatie sau intuiție a emoțiilor pacientului, ci și o identificare cu trăirile lui, cu stările biologice și psihologice pe care acesta le trăiește¹.

În situațiile în care utilizarea limbajului de specialitate este limitată, comunicarea nonverbală devine esențială². Identificarea de către pacient în persoana medicului/asistentului a unor imagini neplăcute, determină apariția unei atitudini de antipatie, chiar suspiciune, având ca finalitate apariția unei „atmosfera conflictuale cu conotație antiterapeutică”³. În aceste cazuri, este vorba de transferul negativ. Contratransferul, care se referă la proiecția unor sentimente, gânduri ale cadrelor medicale față de persoana pe care aceștia o îngrijesc, este de multe ori pozitiv, manifestându-se printr-o exprimare a interesului, simpatiei, altruismului acestuia față de omul bolnav. Există însă și situații, întâlnite mai puțin frecvent, de contratransfer negativ manifestat prin respingere, agresivitate pasivă, inconștientă. Orice component al echipei terapeutice trebuie să fie conștient de faptul că, atât pacienții, cât și familiile acestora, așteaptă totul de la persoana sa și că nu i se va ierta nimic în caz de nereușită⁴.

Cercetările din ultimii ani au evidențiat faptul că buna comunicare dintre medic/asistent și pacient a fost legată de o scădere a acțiunilor în justiție pentru malpraxis⁵, fiind generată de o îmbunătățire a satisfacției pacientului⁶, de o creștere a complianței la tratament (Matusitz 2014) și de o mai bună îngrijire a acestuia.

Dezvoltarea abilităților de comunicare interpersonală (ca parte a terapiei suportive a pacientului) au fost asociate cu⁷:

- creșterea abilității pacienților de a face față bolii (mecanisme de coping);
- sporirea încrederii în furnizorii de servicii de sănătate;
- complianța la tratament;
- reducerea distresului emoțional și a poverii psihosociale.

Dezvoltarea unei bune comunicări ca abilitate absolut necesară specialistului în scopul creării unei reale alianțe terapeutice necesită solide cunoștințe medicale pentru a diagnostica și trata boala, abilități în obținerea a cât mai multor informații de la pacient, abilități interpersonale de a răspunde la sentimentele și îngrijorările pacientului, abilitatea de a crea și a menține relația terapeutică și o ofertă concretă de informații și educație medicală⁸.

Pentru a comunica eficient cu pacienții, mai ales, cu cei cu boli cronice severe, sunt absolut esențiale anumite „schimbări în filosofia și cultura comunicării din mediul de

¹ A se vedea: Larson, E. B.; Yao, X. *Clinical empathy as emotional labor in the patient-physician relationship*. In: *JOURNAL OF AMERICAN MEDICAL ASSOCIATION*, 2005.

² A se vedea: Ennis, G.; Reid-Searl, K. *The importance of communication for clinical leaders in mental health nursing: the perspective of nurses working in mental health*. In: *ISSUES MENT HEALTH*, 2013, Nov.

³ A se vedea: Cosman, D. Op. cit.

⁴ Idem.

⁵ A se vedea: Beckman, H.B. ș.a. *The doctor-patient relationship and malpractice. Lessons from plaintiff depositions*, In: *ARCHIVES OF INTERNAL MEDICINE*, 1994.

⁶ Bramhall, E. *Effective communication skills in nursing practice*, In: *NURS STAND*, 2014, Dec.

⁷ A se vedea: Thorne, S., Oliffe, J.L. *Poor communication in cancer care: patient perspectives on what it is and what to do about it*. *Cancer Nurs.*, 2013, Nov-Dec.

⁸ A se vedea: *MedInfo Consulting. Communication skills for healthcare professionals*. Op. Cit.

îngrijire”¹. Întreg personalul medical trebuie să primească o instruire adecvată² care să răspundă nevoilor lor și care se concentrează pe abordarea holistică a pacientului³.

Comunicarea este importantă nu doar în interacțiunea profesioniști-pacient, ci și în cadrul echipei terapeutice. Comunicarea deficitară în cadrul echipei medicale este asociată cu erori medicale și rezultate de sănătate negative⁴.

Cu toate acestea, însă, apar în mod iminent și situații în care, la nivelul comunicării, se întâlnesc bariere ce minimalizează efectul așteptat al acțiunii în cauză (mod diferențiat de a percepe anumite fenomene, cunoștințe deficitare, lipsa de interes, emoții, personalitatea).

În literatura de specialitate, sunt identificate cinci elemente cheie predictive ale problemelor de comunicare legate de cultura celor două părți⁵:

- diferențele culturale în modelele explicative ale sănătății și bolii;
- diferențele în valorile culturale;
- diferențele culturale în preferințele pacienților privind relația personal medical-pacient;
- distorsiuni de percepție rasiale;
- bariere lingvistice.

O altă diferență în abordarea subiectului comunicării poate fi observată în relația medic chirurg-pacient, despre care studiile au evidențiat faptul ca această fațetă relațională este limitată, mai mult decât în cazul altor specialități, atât datorită petrecerii unui timp mai îndelungat în sala de operație, cât și structurii psihologice și temperamentului chirurgilor⁶.

Specific mai poate fi și faptul că pacienții pot genera importante bariere în comunicare prin tendința de a-și ascunde emoțiile în fața medicului, teama de a fi pus într-o situație jenantă, dorința de a se conforma așteptărilor medicului curant și de a nu devia de la prezentarea „tehnică” a simptomelor, teama derivată din respectul excesiv față de medic⁷.

Un loc aparte în practica medicală, îl ocupă comunicarea medicală a informațiilor negative. Comunicarea unei vești rele solicită, din partea personalului medical o mare capacitate de dăruire, empatizare și abilități de comunicare deosebite⁸.

Comunicarea veștilor proaste, pacientului și familiei sale, reprezintă un act de responsabilitate enormă, cu impact asupra calității vieții și complianței la tratament. De aceea, anunțarea unei vești neplăcute ar trebui făcută cu profesionalism, ca orice act medical, însă nu mulți realizează cu succes această sarcină.

¹ A se vedea: Zamanzadeh, V.; Rassouli, M, *Factors Influencing Communication Between the Patients with Cancer and their Nurses in Oncology Wards*. In: INDIAN J PALLIAT CARE, 2014, Jan.

² A se vedea: Brock, D. *Interprofessional education in team communication: working together to improve patient safety*. In: POSTGRAD MED J. 2013, Nov.

³ A se vedea: Zalihić, A., Černi, Obrdalj E., *Fundamental communication skills in medical practice as minor elective subject*. In: Acta Med Acad, 2014.

⁴ A se vedea: Fallowfield, L.; Jenkins, V. *Effective communication skills are the key to good cancer care*. In: EUR. J. CANCER, 1999, Oct.

⁵ A se vedea: Schouten, B.C. Meeuwesen, L. *Cultural differences in medical communication: a review of the literature*. In: Patient Educ Couns, 2006, Dec.

⁶ A se vedea: Bălan, C. *Implicații psihologice al anxietății operatorii*. Sibiu: Ed. Psihomedica, 2009.

⁷ A se vedea: Cosman, D. Op. Cit.

⁸ A se vedea: Abbaszadeh, A.; Ehsani, SR. *Nurses' perspectives on breaking bad news to patients and their families: a qualitative content analysis*. In: J MED ETHICS HIST MED, 2014, Nov.

Atunci când pacientul este tânăr, când și-a manifestat în mod continuu optimismul în ceea ce privește rezultatele tratamentelor efectuate și ale investigațiilor sau atunci când relația cu pacientul este pe termen lung, transmiterea veștilor proaste (*bad news*) din partea personalului medical se realizează cu dificultate. Pentru a evita ca anunțul veștii proaste să aibă un efect distructiv, medicul/asistentul trebuie să-și adapteze discursul în funcție de nivelul de comprehensiune al pacientului sau de structura psihologică a acestuia¹.

B. Ashraf și K. Zaman (2014) au evidențiat și necesitatea creării unor modalități de avertizare în rândul profesioniștilor cu privire la mesajele negative subtile generate de comunicarea cu efect nocebo și la conștientizarea faptului că efectele nocebo au repercusiuni negative asupra rezultatelor terapeutice obținute.

Comunicarea în situațiile speciale în medicină prezintă ca particularitate necesitatea respectării altor două reguli importante²:

- 1) adresarea de întrebări cu privire la informațiile deținute de pacient, asupra a ce dorește și cât anume dorește să afle;
- 2) permisiunea oferită pacientului de a-și exprima grijile și sentimentele.

¹ A se vedea: Cosman, D. Op. Cit.

² A se vedea: Moșoiu, D. Op. Cit.

Capitolul 7. ETICA COMUNICĂRII

În zilele noastre, etica comunicării este cea mai importantă ramură a eticii aplicate, ea integrând tot ce înseamnă aspect comunicațional în cadrul celorlalte etici profesionale (etica jurnalistică, etica managerială, etica juridică, etica medicală, etica educațională etc.) și având, în plus, și subiectele ei cu dinamică proprie, cum este cel al comunicării publice. Cercetările de etică aplicată vizează probleme dintre cele mai diverse: de etică medicală (de exemplu: avortul, eutanasia, grija față de nou născuți, îngrijirea ființelor umane handicapate, a bătrânilor, problema morții etc.), de etica mediului (statutul moral al ființelor non-umane –animale sau chiar plante), statutul obiectelor din natură, biodiversitatea și salvarea speciilor sau ecosistemelor amenințate¹, de etica afacerilor (a managerului industrial, a bancherului etc.), precum și probleme din multe alte domenii. Argumentarea (logos-ul), *Cicero* acordă o însemnătate aparte ethos-ului. El realizează portretul oratorului ideal (summus et perfectus orator), moralitatea acestuia reprezentând principala condiție pentru persuadarea auditoriului. Astfel, în timp ce pentru *Aristotel* (teoretician al retoricii) vorbitorul trebuia doar să pară om de bine, cu un caracter ales, cu virtuți morale, în concepția lui Cicero (practician al retoricii) oratorul trebuia să dea dovadă de moralitate. Asistăm așadar la trecerea de la aparența moralității la existența ei. Oratorul de succes trebuie să aibă în vedere viața morală a oamenilor, să vorbească despre experiența morală în general. Principiile retoricii trebuie să se supună normelor morale. Pentru a oferi exemple concludente în această privință, autorul analizează texte reprezentative din tratatul ciceronian *De oratore*, respectiv din discursul judiciar, cu caracter politic, *Împotriva lui Verres*².

Unul din scopurile fundamentale ale comunicării este acela de a convinge receptorul (receptorii) și de a-i modifica în acest fel atitudinile, de a-l îndrepta înspre binele public – dar atenție, comunicarea trebuie să-i convingă pe aceștia din urmă, și nu să-i manipuleze.

Etica profesională este determinată de particularitățile specifice ale unor profesii, de interesele corporative, de cultura profesională etc. Oamenii care îndeplinesc funcții profesionale similare își elaborează tradiții specifice și se asociază în baza unor principii de solidaritate profesională în stare să păstreze reputația grupului profesional dat.

Etica profesională este compusă din diverse norme de conduită și de anumite coduri deontologice. Termenul de „normă” are ca sinonime „model”, „standard”, „regulă”, „lege”. Norma de reglementare se caracterizează prin:

- 1) faptul că este emisă de cineva, își are sursa în voința unei autorități normative;
- 2) se adresează unor agenți numiți subiecții normei pentru a-și face cunoscută voința de către subiect, autoritatea promulgă norme, iar pentru a-și face efectivă voința, autoritatea adaugă o sancțiune sau o amenințare cu pedeapsa

7.1. ETICA COMUNICĂRII JURIDICE

Justiția cuprinde instituții vitale ale statului, unde cetățeanului ar trebui să i se vorbească pe înțelesul său, (obligatoriu în limba maternă) deoarece, printre altele (drepturi constituționale, legale), acesta este și susținător al acestei instituții prin impozitele pe care le achită bugetului.

Sistemul legal din orice societate civilizată implică o interconectare între acesta și celelalte subsisteme ale totalității vieții societății umane, iar din această legătură se nasc și

¹ A se vedea: Capcelea, V.; Capcelea, A. *Introducere în Etica ecologică*. Chișinău: Ed. ARC, 2015.

² Dunca, D.; Dunca, P. (coord.). Op, cit., p. 10-11.

limitele și limitările impuse conduitelor umane. Sistemul legal și cel moral sunt fără îndoială îngemănate, juxtapuse și complementare iar faptele sociale ale tuturor sunt supuse judecăților cuvenite. Astfel, individul devine subiectul sistemului de aplicare a legilor, unde, în diferite posturi și împrejurări, pe parcursul demersurilor judiciare, poate trăi traume emoționale, dureri strict personale cauzate de relaționarea cu justiția, poate trăi neîmpliniri, nemulțumiri sau frustrări puse pe seama inadevărilor sale comportamentale sau pe seama prejudecăților altor oameni, care, în cazul nostru pot fi anchetatori, judecători sau orice altă parte sau persoană a sistemului juridic. Aceste aspecte sunt structurate în studiul *Durerea umană și manifestările emoționale în sistemul juridic. Probleme etice*, elaborat de **Cornel Mureșan**.

Schemele eticii normative sunt folosite de către justiție. Diferite categorii de acțiuni sau comportamente sunt asociate cu pedepse, respectiv, cu fapte pe care făptuitorul le consideră rele. Nu există o relație de consecință între fapta săvârșită și pedeapsă ci pedeapsa urmează faptei prin intervenția autorității, justiția nu este decât un instrument aflat în mâinile autorității, prin care, autoritatea încearcă să impună într-o colectivitate sau organizație anumite tipuri de comportament pe calea represiunii.

Interdicția se obține prin asocierea unei fapte cu un fapt apreciat rău de către făptuitor iar obligația constă în asocierea abținerii de la săvârșirea unei fapte cu un fapt rău. Pentru a interzice ca să făptuiască p se utilizează schema¹:

$IFp = (((A \mid (Fp \mid q)) \&rq)$, (este interzis să faci p dacă făptuirea lui p atrage o pedeapsă din partea autorității A).

La rândul ei, obligația urmează schema:

$OFp = (((A \mid (\sim Fp \mid q)) \&rq)$, (este obligatoriu să faci p dacă abținerea de la făptuirea lui p atrage o pedeapsă din partea autorității A)².

În literatura de specialitate se remarcă, pe bună dreptate, că etica nu dă naștere la obligații și interdicții. Un fapt este bun din perspectivă morală dacă are consecințe bune și este rău dacă are consecințe rele, fără a necesita intervenția unei autorități. Etica nu se bazează pe principiul autorității ci pe principiul toleranței, trebuie recunoscut că binele și răul sunt universale adică trebuie recunoscut că binele fiecăruia contează, nu numai al unora deoarece universal înseamnă fiecare și nu unii sau majoritatea sau cei însemnați³..

Dimpotrivă, justiția caută să înlocuiască pretutindeni comandamentul etic⁴ cu obligații și interdicții. Justificarea acestui mod de a proceda este de ordin practic, susținându-se o eficiență sporită a justiției în raport cu etica în ce privește prohibirea comportamentului dăunător. Cu toate acestea, în ciuda imensului aparat pus în slujba sa și în ciuda numeroaselor sale coduri, justiția a eșuat în ce privește prevenirea comportamentului antisocial. Niciodată vreun cod de legi nu l-au împiedicat pe hoț să fure sau pe criminal să ucidă, de multe ori, codurile de legi nici nu sunt cunoscute. Singura opreliște în calea criminalității generalizate este simțul etic, calculul consecințelor. Spre exemplu, oricâte legi s-ar da pentru a pedepsi acțiunile îndreptate împotriva statului, doar patriotismul poate salva un stat. Dacă patriotismul ar dispărea, pavăza formată din constituții și legi nu ar ajuta la nimic.

¹ Narița, I. *Etica suferinței*. În: Dunca, D.; Dunca, P. Op. cit., p. 83.

² Idem.

³ Geach, P. *Whatever Happened to Deontic Logic*. In: LOGIC AND ETHICS, Dordrecht, Kluwer, 1991, p. 40.

⁴ Tully, P.A. *Refined Consequentialism*. New York, Peter Lang Publ, 2006, p. 7.

Desigur că, în unele situații, justiția interzice faptele rele și obligă la fapte bune dar, mecanismul justiției este deseori folosit pentru a introduce obligații cu privire la rău și interdicții cu privire la bine. De exemplu, este adevărat că justiția, de regulă, condamnă crima dar, în anumite cazuri, obligă la crimă sau justiția condamnă furtul dar se pot enumera numeroase situații când, prin mecanismul justiției, statul (de fapt profitorii de pe urma statului) a pus mâna pe bunurile cetățenilor și exemplele pot continua la nesfârșit. De aceea, justiția nu are nimic de-a face cu etica, este independentă față de etică. La întrebarea dacă este bine să respecti legea, răspunsul este unul singur, nu este bine. Justiția este doar un instrument prin care diferite grupări care ajung să dețină puterea își realizează interesele proprii în dauna intereselor altora¹.

După cum am văzut, acțiunile, faptele oamenilor constau în modificarea intenționată a stărilor lor subiective. De aceea, nimeni din exterior nu are acces la faptele săvârșite de cineva. Pedepsirea unui om pentru faptele sale este arbitrară fiind la îndemâna autorității care decide atât dacă cineva a comis vreo faptă cât și asupra modului în care este pedepsit. Așa se explică de ce în justiție acționează principii precum nimeni nu este vinovat până când nu este condamnat de către instanță și săvârșirea faptei trebuie dovedită de către acuzator. De aici rezultă, că oricine poate fi condamnat și pedepsit, indiferent dacă a săvârșit vreo faptă sau nu, potrivit capriciului autorității.

Plecând de la opera gânditorului francez Michel Foucault, **Victor Chira**, în *Norme etice și discurs politic la Michel Foucault*, își propune pe de-o parte să prezinte importanța normativității etice, legăturile pe care normele etice le au cu puterea, respectiv relațiile de putere iar, pe de altă parte, să prezinte relația dintre normele etice și juridice.

În dinamica concepțiilor asupra dreptului, putem identifica diferite valori considerate ca fundamentale pentru întemeierea și organizarea sa: spre exemplu: binele (la Platon), dreptatea (la Aristotel), ordinea (la Cicero), binele comun (la Toma d'Aquino), puterea (la Machiavelli), securitatea (la Thomas Hobbes), egalitatea (la Jean-Jaques Rousseau), libertatea (la Immanuel Kant), utilitatea (la Jeremy Bentham), statul (la Hegel), solidaritatea (la Émile Durkheim), echitatea (la John Rawls) etc.

Orice sistem de aplicare a legilor presupune comunicare și implicit manifestări emoționale diverse din partea participanților la actul de justiție. Finalitatea demersurilor judiciare, însă, de multe ori, creează nemulțumiri, neîmpliniri, frustrări, care se traduc în traume emoționale, în adevărate „dureri”, puse pe seama comportamentului sau prejudecăților altor oameni, cum ar fi anchetatorii, judecătorii sau orice altă parte sau persoană a sistemului juridic.

Orice manifestare emoțională în comportamentul oricărui subiect implicat sub orice formă în angrenajul juridic, poate avea efecte nocive asupra acestuia.

Emoția resimțită din postura de parte sau subiect al unei acțiuni juridice, de la aceea de suspect, martor, pârât, inculpat, victimă, și chiar anchetator sau magistrat, are repercusiuni psihologice și comportamentale concretizate în diferite tipuri de disconfort.

Un rol important în cadrul eticii comunicării juridice o are și eticheta cercetării judecătorești care asigură caracterului solemn al justiției, ocrotește și susține autoritatea puterii judecătorești. În linii generale, eticheta reprezintă o totalitate de reguli de comportare ce reglementează manifestarea exterioară a interacțiunilor dintre oameni (conduita cu cei din jur, formele de adresare și de salutare, comportamentul în locurile publice, manierele, ținuta vestimentară etc.). Eticheta este o parte componentă a culturii

¹ A se vedea: Narița, I. Op. Cit., p. 83.

exterioare a persoanei și a societății, care se întemeiază pe legile bunei-cuviințe, politeții și contribuie la elaborarea unei atitudini binevoitoare și respectuoase față de oameni și diverse instituții de stat. În general, eticheta coincide cu dezideratele generale ale politeții, tactului și amabilității. În același timp, nu trebuie să uităm că respectarea strictă a regulilor exterioare ale adresării față de alți oameni nu exclude reaua-voință sau o atitudine nejustificată față de ei.

Eticheta judiciară reprezintă o totalitate de reguli de comportare a subiecților procesului judiciar ce reglementează manifestările exterioare ale relațiilor reciproce dintre judecată și persoanele care iau parte la cercetarea cauzei, reguli bazate pe recunoașterea autorității organelor judecătorești și a necesității respectării regulilor de politețe legate de comportamentul în instituția de stat¹.

Ea contribuie la crearea unei atmosfere de solemnitate necesare puterii judecătorești în procesul examinării cauzelor, al educației respectului față de puterea judecătorească și față de legea pe care ea o reprezintă. Nu este mai puțin important și faptul că respectarea cerințelor etichetei judiciare creează anumite premise pentru cercetarea sub toate aspectele, completă și obiectivă, a circumstanțelor cauzei, oferă posibilitatea de a cerceta cauza în mod calm, corect și într-o atmosferă de muncă cu participarea părților implicate în proces.

7.2. ETICA COMUNICĂRII MANAGERIALE

Atributele în jurul cărora se concentrează etica în procesul de comunicare managerială sunt: claritatea, precizia și corectitudinea, integritatea, loialitatea, discreția și oportunitatea comunicării; ele se circumscriu onestității. Pentru manager comunicarea onestă nu este doar cea mai bună politică, ci și singura capabilă de a păstra căile de comunicare deschise, de a face procesul de management posibil sub toate aspectele lui.

Etica managerului generează o anumită imagine personală în fața angajaților și o imagine a organizației în fața comunității și a societății. În contextul în care organizațiile devin tot mai mari și mai puternice apare necesitatea ca acestea să acționeze într-un mod etic, responsabil din punct de vedere social. În mare parte aceasta înseamnă, din partea lor, o preocupare pentru satisfacerea nevoi lor de produse și servicii ale societății în general.

Mediul fizic, social, politic și economic, opiniile și nevoile oamenilor sunt în continuă schimbare. De aceea, managerii trebuie să fie receptivi la standardele etice dominate în societate la un moment dat pentru a fi în măsură să se adapteze și să asigure adaptarea organizației la acestea.

Un bun punct de plecare în aprecierea procesului și produselor comunicării sub aspectul eticii este examinarea adevăratului motiv (intenție) și scop al comunicării precum și impactul acesteia.

O afirmație eronată, spre exemplu, dacă apare în mod accidental, nu poate fi catalogată ca neetică, ci neprofesională. Dar una care este în mod deliberat eronată, având ca intenție derutarea, manipularea, înșelarea sau confuzia, este neetică dacă, de exemplu, nu se intenționează respectarea promisiunilor.

Distorsionarea neintenționată a informațiilor datorată naturii umane este un alt factor care trebuie luat în considerare sub aspect etic. Mesajele nu sunt în sine etice sau

¹ Capcelea, V. *Deontologia profesională a juristului: curs universitar*. București: Ed. Universul juridic, 2018, p. 189.

neetice. Ceea ce determină ca un mesaj să fie etic sau nu, rezidă în ceea ce emitentul mesajului intenționează să realizeze prin intermediul acestui mesaj. Ne putem însă întreba ce se întâmplă când intenția este pozitivă dar impactul pe care îl are comunicarea este negativ? Un vechi proverb spune că „ drumul spre iad este pavat cu intenții bune”; acesta rămâne adevărat și în cazul comunicării manageriale. Managerul trebuie să aibă în vedere nu numai motivele, intențiile și scopul comunicării, ci și impactul posibil al acesteia.

Problemele de etică ale comunicării trebuie analizate cu și mai mare prudență în cazul mesajelor negative cu implicații emoționale, de influența/convingere, al mesajelor legate de conflicte, în legătură cu acestea pot să apară cerințe contradictorii între a comunica cu tact dar a nu fi manipulativ, a spune adevărul dar a nu fi lipsit de diplomatie etc. Pentru a putea „naviga” printre aceste jaloane managerul va trebui să facă alegerea corectă a organizării și formatului mesajului, a stilului de comunicare, a limbajului și să aibă în vedere multe alte aspecte.

Etica unei organizații este creată și susținută de cultura organizațională, politica organizației și, evident, de etica individuală a managerilor.

În societatea informatizată de astăzi, problemele majore de etică sunt concentrate în jurul relației omului cu informația, iar cultura organizațională este aceea care include valorile legale de modul în care este tratată informația. Construirea unui consens asupra acestor valori este una din sarcinile importante ale managementului organizației. Etica organizațională presupune o cultură care să semnaleze simbolic direcția sa de angajare. Există multe modalități prin care se poate realiza aceasta, ca de exemplu prin dezvoltarea unui set de principii de funcționare fundamentale care să fie comunicate în organizație și în mediul ei de relații. Dar evident, principiile nu sunt suficiente, ele trebuie transformate în politica organizației.

În contextul comunicării manageriale există trei elemente de politică a organizației ce trebuie avute în vedere pentru a asigura o organizație etică, primul privește informația necesară funcționării organizației, al doilea mijloacele de strângere a informației și al treilea, modul de lucru cu informația

Câteva dintre dilemele de etică ce stau în fața managerului gravitează în jurul noțiunilor de secret al informației, transmitere de informații din interiorul organizației spre exterior, zvonul și bârfa, minciuna, eufemismele, ambiguitatea, acțiunea de a cere scuze, autocritica. Vom analiza câteva dintre acestea.

Sunt secretele justificabile sau nu? Desigur, păstrarea secretului asupra unor informații care privesc protecția consumatorului este neetică. Dar, păstrarea secretului poate fi esențială pentru succesul unor decizii, el poate fi discutat cu un anumit segment al organizației, dar nu cu un altul. Anumite informații trebuie ascunse în fața concurenței pentru a încuraja inovația. Însă, blocarea de informație încetinește progresul. Deci, prea mult secret al informației scade nivelul și ritmul creativității, în timp ce distribuția liberă a informației reduce motivația acelor care o creează.

O dilemă de etică pentru manager apare și în legătură cu unele aspecte ale comunicării neformale cum sunt, spre exemplu, luarea sau nu în considerare a bârfei sau ce este de făcut în legătură cu zvonurile care circulă în organizație.

Referitor la primul aspect există două păreri : una care consideră neetică și perturbatoare prezența bârfei (de exemplu, ea poate interfera, chiar și intenționat, cu obiectivitatea evaluării performanței angajaților sau a promovărilor, creează în organizație o atmosferă de suspiciune) alta, care consideră bârfa etică și utilă (spre exemplu, previne evenimente negative, este „pulsul” organizației).

7.3. ETICA COMUNICĂRII ÎN MASS-MEDIA

Comunicarea a ajuns ceea ce este acum din cauza mass-media. Omul este transformat de tehnologiile lui, și e afectat atât de mult de comunicare din cauza acestor tehnologii. Comunicarea este un proces care a deveni mediu grație mass-media. Comunicarea ca proces poate deveni mediu pentru alte activități umane, un mediu pe care tehnologia l-a ridicat la calitatea de mediu universal al omului. Nu este, de aceea, deloc ciudat că, la fel ca tehnologiile substanțiale sau energetice, comunicarea are capacitatea de a polua nu numai prin producere și consum, dar chiar și prin circulație. Ca factor poluant, comunicarea are propriile efecte și potențează efectele altora. Are un efect cancerigen: cere adaptarea numai la el, nu la ceea ce ar trebui să ne conecteze – realitatea, pentru că supra dimensionează relația în dauna referențialității. Și, totodată, confecționează produse care nu se degradează natural, ci rămân în circulație sub dublă formă – sunt parțial indestructibile și sunt redundante, prin multiplicare: mesajul repetat are tendința să devină viral. „Produsele” comunicării, mesajele, ne consumă din timpul vieții noastre și pot avea un efect opiaceu, de adormire și halucinare, la fel ca orice intoxicație cauzată de poluare. Ar fi prea simplu să spunem că pentru noi că acum comunicarea a luat locul ideologiei: dar nu cred că ne înșelăm prea mult dacă parafrazăm o formulă celebră: în condițiile democrației actuale comunicarea este opium pentru popor. Aici se face simțită diferența dintre cunoaștere și comunicare ca și procese și ca și medii: cunoașterea este capabilă să facă ecologia produselor sale, stabilind care anume sunt adevărate și care eronate. Comunicarea se arată indiferentă la calitatea mesajelor și la efectele lor asupra mediului socio-uman: în mass-media de astăzi nu există nici un fel de indicații asupra manierei bune de a consuma produsele lor simbolice¹.

În ultimii ani, etica mass-media a devenit un subiect extrem de dezbătut, încercându-se o clarificare a valorilor etice și morale. Etica nu este doar o chestiune de coduri de conduită, sau reguli care trebuie urmate, etica reprezintă o teorie a moralei și presupune posedarea unui set de principii generale (pe baza cărora se discerne binele de rău), analizarea faptelor concrete, a acțiunilor ori caracterelor, din perspectiva acestor principii². Etica ține de capacitatea fiecăruia în parte de a respecta setul de valori în diferite situații limită și de a reda informațiile ținând cont de obiectivitate, adevăr și corectitudine. Ea se traduce și în profesionalismul deciziilor luate de jurnaliști și poate fi considerată ca o etică a comunicării, deoarece comunicarea este esența sistemului media.

Totalitatea acțiunilor de comunicare publică trebuie să se orienteze după principiul primatului datoriei sau legii morale, ca lege fundamentală a rațiunii practice, în forma kantiană a ei. În concepția lui Im. Kant, o acțiune morală este doar acea acțiune realizată conform datoriei pure, integrale (ce exclude din sânul ei orice elemente hedoniste, eudemoniste ori utilitariste). Imperativul universal al datoriei poate fi exprimat astfel: „acționează ca și când maxima acțiunii tale ar trebui să devină, prin voința ta, lege universală a naturii”³.

În literatura de specialitate, etica mass-media trebuie să se fundeze pe responsabilitatea de a informa publicul cu privire la drepturile lor de a cunoaște

¹ Dunca, D.; Dunca, P. (coord.). p. 30-31.

² A se vedea: Capcelea, V. *Etica și comportamentul civilizat*. București: Ed. PRO UNIVERSITARIA, 2016.

³ Kant, Im. *Întemeierea metafizică a moravurilor* București: Ed. Științifică și Enciclopedică, 1972, p. 94.

evenimentele publice și nu trebuie să fie influențată de alți factori externi cum ar fi acceptarea unor favoruri.

Societatea Jurnaliștilor Profesioniști din SUA acordă un interes major problemei eticii în mass-media. Codul etic pentru jurnaliști scris în 1926 a fost revizuit de foarte multe ori pe parcursul timpului, însă confuzia jurnaliștilor în ceea ce privește etica mass-media continuă să persiste. Reieșind din acestea, se invocă necesitatea existenței unui cod etic propriu pentru fiecare ziar sau televiziune în parte, care să conțină un set de valori, norme și principii după care jurnaliștii să acționeze în conformitate cu consecințele profesionale. Etica nu trebuie confundată cu legea, etica se referă la moralitatea lucrurilor făcute din punct de vedere individual sau profesional.

Corectitudinea este o valoare importantă pentru munca realizată de jurnaliști. Aceasta se referă la urmărirea adevărului și raportarea de informații fără implicații personale, interese etc. Însă jurnalistul nu poate spune adevărul complet în fiecare poveste, pentru că faptele concură unul împotriva celuilalt și pentru că informațiile suplimentare trebuie să vină în timp.

O etică a comunicării presupune stabilirea unor valori etice fundamentale care să caracterizeze demersul jurnalistic: respectul pentru cuvinte, sinceritatea ca normă, respectul pentru oameni, cultul adevărului, alegerea semnificativă, promovarea unui climat sănătos, acuratețea știrilor, obiectivitatea, corectitudinea. Dacă nu sunt cunoscute și puse în practică principiile de bază ale unei etici mass-media, consecințele pot fi grave.

În cele expuse mai sus, am remarcat condițiile fără de care un jurnalist nu poate să fie un adevărat profesionist. Cel care decide categoria în care se încadrează un eveniment este publicul, însă cel care formează în timp cunoștințele și dorințele publicului este chiar jurnalistul. Pentru a putea fi un adevărat profesionist în acest domeniu, un jurnalist trebuie să-și respecte publicul, să respecte etica profesională a publicației pentru care lucrează și nu în ultimul rând, să se respecte pe sine.

7.4. ETICA COMUNICĂRII EDUCAȚIONALE

Comunicarea contribuie la formarea și cristalizarea comunității ca mediu mai larg care intervine într-o manieră favorabilă la stimularea învățării și a unei activități didactice de calitate. Este important de subliniat faptul că instituția de învățământ constituie locul unde se învață comunicarea, unde se deprinde și se perfecționează comunicarea, unde se elaborează comunicarea, unde se educă (cultivă) comunicarea. Aici, comunicarea are semnificația unei valori umane și sociale, motiv pentru care educarea comunicării constituie un scop în sine, un obiectiv major al învățământului.

Școala este instituția care participă într-un mod decisiv la educația generațiilor tinere ale unei țări, la transmiterea valorilor culturale și morale, la construirea premiselor pentru noi schimbări sociale. Educația nu înseamnă doar dezvoltare cognitivă, adesea fiind considerat obiectivul major și unic al școlii. Tânărul are nevoie de o formare completă a personalității sale și chiar dacă nu dispune de influențe consistente, coerente pentru creștere morală și afectivă, va căuta aceste elemente prin modelele adulte din mediu. Orice profesor, ar trebui să fie, înainte de toate, matur afectiv, o persoană dezirabilă social și capabilă de interacțiune educativă cu copiii și cu tinerii.

De aceea, în documentele semnate de participanții la *Procesul de la Bologna*, printre cele mai importante competențe care trebuie să le posede orice absolvent al unei instituții superioare de învățământ, dar, mai ales, un viitor învățător, este capacitatea de a comunica. El trebuie să dea dovadă de răbdare, amabilitate, delicatețe și respect față de elevii și părinții cu care comunică în procesul activității sale. În același timp, pedagogul

trebuie să demonstreze stăpânire de sine, principialitate, cumpătare, umanism, disciplină și amabilitate. Trăsăturile de bază ale imaginii moral-psihologice a viitorului profesor trebuie să devină: cinstea impecabilă, principialitatea, obiectivitatea, vigilența și perseverența¹.

Etica pedagogică are ca obiect propriu de cercetare valorile și normele morale, condițiile specific afirmării morale-reale și necesare-caracteristice câmpului educațional, sistemului relațiilor interpersonale instituite în procesul formării.

Etica pedagogică îl obligă pe pedagog să respecte personalitatea elevului și să manifeste față de acesta o exigență respectivă; să mențină propria reputație și reputația colegilor săi; să se îngrijească de credibilitatea morală a societății față de învățător.

Fără să fie excesiv cu orice preț, profesorul trebuie să fie atent și mobil, deschis și cooperant. Pe scurt, el trebuie să fie rând pe rând regizorul actului de comunicare, lansatorul de interogații, multiplicatorul de mesaje, dirijorul de tonuri. Și, desigur, pe parcurs și în final, evaluatorul credibil.

Totodată, trebuie de remarcat faptul că manifestarea unei gândiri responsabile este sufletul activității profesionale, iar activitățile profesorilor și personalului din educație dedicate cu devotament, competență și dăruire pentru a ajuta elevul să-și atingă propriul potențial reprezintă un factor critic în asigurarea unei educații de calitate. Personalitatea, comportamentul, competența profesională, responsabilitatea și etica profesorului, devin – inevitabil, în unitatea lor – model receptat de cei cărora le facilitează actul învățării.

7.5. ETICA COMUNICĂRII MEDICALE

Comunicarea în relația medic-pacient este foarte importantă în practica medicală. Motive etice, morale, profesionale, obligă medicul să ofere pacientului informații relevante asupra bolii lor. Comunicarea în relația medic-pacient înseamnă a răspunde prompt, onest și înțelegere la diferite nevoi și cereri față de actul medical, care va trebui însoțit întotdeauna de conștiință etică; viața apare ca valoarea cea mai ridicată a lumii materiale, iar sănătatea reprezintă bunul suprem al omului. În aceste situații, felul în care alegem să relaționăm cu pacientul în funcție de situația în care ne aflăm poate fi de mare ajutor dacă înțelegem rolul comunicării.

Etica clinică este o disciplină practică care contribuie la procesul de îngrijire a pacientului centrându-se pe importanța preferințelor pacientului în cadrul relației medic-pacient și pe obligațiile morale fundamentale ale medicului, care includ onestitatea, competența, compasiunea și respectul față de pacient. Punctul de start al analizei etice îl reprezintă întâlnirea medic-pacient, întâlnire care definește atât scopurile relației medic-pacient, cât și drepturile și responsabilitățile mutuale.

Etica medicală cere să fie întreprins totul pentru a ocroti și salva viața pacientului indiferent de dificultăți; să fie păstrat principiul confidențialității a tot ceea ce pacientul îi spune medicului în cabinetul de consultații; în nici un caz medicul nu trebuie să contribuie la moartea pacientului etc. Problemele legate de etică sunt înregistrate în comunicarea cu bolnavul diagnosticat cu o boală malignă. Comunicarea dintre clinicieni și pacienți este un concept multidimensional care implică conținutul dialogului, componenta afectivă și comportamentul non-verbal. Problemele legate de diagnosticul de malignitate îi vizează pe medici, care se confruntă frecvent cu comunicarea veștilor proaste și cu decesul pacienților. Nevoia de informare a pacienților a crescut, iar aceștia își consideră medicul curant ca fiind principala sursă de sprijin psio-emoțională.

¹ Capcelea, V. *Normele sociale*. Op. Cit., p. 273.

Stabilirea principiilor etice în cazul pacienților grav bolnavi începe cu înțelegerea semnificației cuvântului „boală” de către ei, familiile lor, medici și societate. Majoritatea percepțiilor pacienților se bazează pe o combinație a imaginilor din cultura populară cu imaginile experiențelor anterioare ale prietenilor sau membrilor familiei diagnosticați sau tratați pentru o anumită boală. Cei mai mulți pacienți asociază cuvântul „boală” cu decesul. Datorit variațiilor largi ale percepției bolii, clinicienii trebuie să exploreze cu grijă implicațiile și semnificația diagnosticului pentru fiecare pacient în parte.

Comunicarea adevărului este un factor important al interacțiunii medic-pacient și implică influențe sociale și culturale care modulează procesul de înțelegere al bolii atât de către pacient, cât și de către medic. În ultima perioadă, schimbările apărute în procesul de comunicare cu pacientul grav bolnav reflectă modificările în relația medic-pacient, de la atitudinea anterioară care considera pacientul un participant pasiv, la atitudinea actuală în care pacientul constituie în majoritatea cazurilor un participant activ la decizia medicală¹.

Apariția unei noi discipline, etica medicală (bioetica), a contribuit la tranziția de la modelul tradițional paternalist al comunicării medic-pacient la modelul actual bazat pe creșterea autonomiei pacientului². În Republica Moldova, pe parcursul ultimilor decenii s-a constituit o adevărată Școală științifică națională de bioetică, nucleul căreia o constituie catedra *Filosofie și Bioetică a USMF „Nicolae Testemițanu”*, iar fondatorul acesteia este prof. univ., **T. Țârdea** care, încă la finele anilor 80 ai sec. XX-lea a intuit importanța decisivă a ei, în scopul unei contribuții vizibile pentru dezvoltarea durabilă a umanității, pentru medicină în condițiile progresului științifico-tehnic și acutizării efectului acestuia. În opinia lui **V. Ojovan**, afirmarea bioeticii în țara noastră, a marcat o nouă conotație: a declanșat și impulsionat măsuri organizaționale de implementare a cunoștințelor bioetice; a provocat noi orientări investigaționale; a dus la elaborarea unor importante postulate din cadrul bioeticii teoretice; a provocat direct cercetările în așa domeniu nou cum este axiologia medicală³.

De asemenea, doctrina legală a consimțământului informat a catalizat și promovat aceste schimbări ale relației medic-pacient. Consimțământul informat a impus comunicarea adevărului despre boală și obținerea permisiunii atât în ceea ce privește deciziile terapeutice, cât și participarea în trialuri clinice. Ca urmare, evaluarea succesului tratamentelor a început să includă criterii precum calitatea vieții și capacitatea funcțională, în asociație cu criteriul tradițional al supraviețuirii. Aceste modificări coincid cu centrarea pe pacient a practicii medicale.

Pentru pacienți necomunicarea diagnosticului se poate asocia cu apariția izolării, anxietății, pierderea autonomiei sau controlului, abandon psihologic, neîncredere, suspiciune și sentiment de trădare. O discuție deschisă despre diagnostic diminuează sentimentul de nesiguranță și stimulează participarea activ în luarea deciziilor medicale, permite accesul la sprijinul psiho-emoțional și, de asemenea, permite pacientului să-și facă planuri de viitor.

¹ A se vedea: Angelos, P.; Kapadia, M. R. *Physicians and cancer patients: communication and advance directives*. In: ETHICAL ISSUES IN CANCER PATIENT CARE, 2nd edition, 2008.

² A se vedea: Țârdea, T. *Bioetică. Teorie și practică. Suport de curs*. Ediția a 2-a rev. și compl. Chișinău: Medicina, 2016 (Tipiog. „Print-Caro). Ojovan, V. (coord). *Comunicare și comportament în medicină (cu elemente de bioetică)*. Chișinău: Centrul Editorial Poligrafic Medicina, 2016..

³ Ojovan, V. *Axiologia și medicina. Dimensiuni teoretico-metodologice*. Monografie. Chișinău: UASM, 2012.

Capitolul 8. COMUNICAREA ÎN MANAGEMENTUL SITUAȚIILOR DE CONFLICT ȘI CRIZĂ

8.1. CONSIDERAȚIUNI GENERALE DESPRE CONFLICT

Conflictul reprezintă interferența intențiilor unui agent sau a unui grup în eforturile de atingere a unor obiective de către un alt individ sau grup. Se presupune că cele două părți implicate au obiective incompatibile, astfel încât atingerea obiectivului de către una dintre părți determină imposibilitatea atingerii de cealaltă parte implicată. Conflictul poate deveni astfel o strategie pentru atingerea obiectivelor superioare prin interferența cu progresul înregistrat de celelalte părți¹. Noțiunea de „conflict” se referă atât la conflictul cu efecte negative (neproductiv), cât și la conflictul pozitiv (productiv), cu efecte benefice asupra individului, grupului sau organizației. Conflictul pozitiv poate testa ideile, stimula generarea de alternative referitoare la o decizie și împiedica luarea pripită de decizii, poate ridica nivelul de înțelegere a problemelor, crește implicarea membrilor grupului, poate stimula interesul și interacțiunea, gândirea creativă și calitatea deciziilor și aderarea la implementarea lor.

Conflictele pot exista la nivel intrapersonal, interpersonal, intergrup, la nivelul organizației sau al mediului de funcționare a organizației. Pot apărea între persoane/grupuri corelate în vreun fel, care fie urmăresc obiective diferite, apără valori diferite, au interese opuse sau divergente, fie urmăresc același obiectiv, dar pe căi diferite sau în mod competitiv.

Intercorelarea strânsă între conflict și comunicare este determinată de faptul că procesul de comunicare în sine poate cauza conflicte, poate fi un simptom al conflictelor sau poate conduce la rezolvarea conflictelor. Orice comportament de comunicare este de fapt o formă de exteriorizare și orice comunicare afectează comportamentul. Orice comunicare este o interacțiune, deci un instrument de interinfluențare.

M. Watkins, referindu-se la caracteristicile conflictului interpersonal, a formulat două axiome:

Axioma 1. Conflictul poate fi rezolvat sau generat numai prin intermediul procesului de comunicare (folosind limbaje verbale și nonverbale), deoarece oamenii pot interacționa și schimba mesaje numai prin comunicare.

Axioma 2. Conflictul este generat de faptul că cele două „părți în conflict” au și obiective care se exclud reciproc. Obiectivele care se exclud reciproc pot exista datorită unor fapte concrete sau a sistemelor de valori diferite.

Din aceste axiome se pot trage următoarele concluzii:

- numai prin comunicare părțile în conflict pot determina existența unei soluții care să țină cont de obiectivele ambelor părți;
- există posibilitatea ca incertitudinea, nesiguranța și informația ambiguă generate de o comunicare defectuoasă să fie cauza percepției obiectivelor care se exclud reciproc;
- deoarece diferențele între sistemele de valori induc diferențe între percepții, acestea pot constitui o sursă de conflict;
- apelarea la comunicarea pozitivă, ascultarea empatică, și autoexpunere poate conduce la stabilirea unei baze comune de discuții, de interese, la împărtășirea în comun a unor valori;
- comunicarea precisă reduce diferențele perceptuale și scade în acest mod probabilitatea de apariție a conflictului.

¹ Schmidt, S.M.; Kochan, T.A. *Conflict: Toward Conceptual Clarity*. In: ADMINISTRATIVE SCIENCE QUARTERLY, 17, 1972.

Conflictul la nivel intrapersonal se produce când există o incompatibilitate, o inconsistență între elemente cognitive corelate, aceasta afectând capacitatea de precizie și (auto)control a individului. Inconsistența, percepută ca amenințând validitatea cadrului individual de referință, produce incertitudinea. O dată inconsistența percepută, are loc intracomunicarea folosită pentru a reduce incertitudinea (dar nu în mod necesar inconsistența). Indivizii pot menține inconsistența, dar vor încerca să reducă tensiunile asociate acesteia¹.

Cea mai eficace metodă de a ne reduce incertitudinea este autoexplicarea (prin comunicare intrapersonală) a inconsistenței:

- ne aducem argumente plauzibile pentru înțelegerea discrepanței;
- ne lămurim aspectele neclare;
- ne punem întrebări și ne dăm răspunsuri

8.2. PROCESUL CONFLICTUAL. SURSE DE CONFLICT

În practică, predictibilitatea în apariția și manifestarea unor conflicte este redusă. În cel mai fericit caz, teoria poate identifica factorii care contribuie la crearea unui potențial pentru apariția și manifestarea conflictelor. Cu toate acestea, de la caz la caz, chiar doar unele cuvinte sau fraze utilizate de către părți pot interfera în atingerea obiectivelor de către cealaltă parte, constituind astfel un factor decisiv pentru declanșarea unui conflict. Științele sociale, care sunt orientate către înțelegerea generală și abstractă sunt destul de limitate în studierea acestor aspecte.

Potențialul pentru conflict reprezintă rezultatul unor conflicte anterioare și este format dintr-un set de cauze organizaționale. Indivizii devin conștienți de un potențial conflict prin două moduri: *Frustrarea* reprezintă un răspuns emoțional în situațiile în care indivizii nu reușesc să își atingă obiectivele stabilite; aceste nereușite generează sentimente de anxietate și creează tensiuni la nivel de indivizi. *Conceptualizarea* reprezintă o analiză logică a situației, în care fiecare parte determină cine sau ce este responsabil pentru nereușitele personale. Pentru a deveni evident, adică pentru a fi declanșat efectiv, este nevoie de un eveniment care să precipite conflictul. Refuzul de cooperare, atacul verbal, sabotajul, bârfa, zvonurile, complotul pentru crearea de coaliții și greșelile deliberate constituie exemple evidente care contribuie la declanșarea conflictelor.

Efectul unui episod conflictual stă la baza unui nou conflict sau chiar la declanșarea unei situații de criză, prin bucla feedback-ului. Procesul conflictual are atât componente vizibile, observabile cât și componente invizibile. În timp ce personalul obișnuit este conștient mai mult de actele de interferență care pot fi ușor observate, managementul conflictelor necesită o anumită abilitate de surprindere a antecedentelor invizibile ale unui conflict declanșat. Acest lucru este destul de dificil pentru persoanele care petrec insuficient timp pentru înțelegerea frustrărilor angajaților. Instrumentul cel mai important pentru diagnosticare îl reprezintă gradul de conștientizare a surselor de conflict potențial.

Într-o manieră asemănătoare percep și *Rodica Cândea* și *Dan Cândea* desfășurarea procesului conflictual. În opinia acestora, procesul conflictual se desfășoară în cinci etape care se întrepătrund²:

- apariția sursei generatoare și întrezărirea conflictului potențial;
- perceperea conflictului;
- exteriorizarea unor semne specifice stării conflictuale;

¹ Roloff, M.E. *Communication and Conflict*. In: Handbook of Communication Science SAGE Publications, 1987, p.448.

² Cândea, R.; Cândea, D. Op. Cit., p. 166-169.

- manifestarea conflictului;
- apariția consecințelor conflictului și a acțiunilor întreprinse.

Deși nu a fost explicit menționat, în rândurile de mai sus, au fost totuși prezentate unele surse de conflict. În funcție de nivelul la care apar, acestea pot fi clasificate în două tipuri:

- surse generale;
- surse specifice;

Din categoria surselor generale fac parte și bârfele și zvonurile. Acestea trebuie luate în calcul atâta vreme cât definim organizațiile sau societatea în general ca fiind o combinație de relații formale și non-formale.

În linii mari, bârfele și zvonurile reprezintă factori de instabilitate la nivel de organizație sau la nivel de grup, comunitate, mediu sau transmediu. Problema care se pune în cazul bârfelor este aceea a identificării lor și a distingerii lor față de alte forme de discuții. Unde se situează limita dintre discuții despre persoane și situații pe de o parte, și bârfe în adevăratul sens al cuvântului, pe de altă parte? Reformulată, întrebarea ar putea suna: „Unde se termină unele și unde încep celelalte?”. În această situație, orice simplă discuție poate fi interpretată sau văzută ca bârfa. În orice caz, bârfa are o putere distructivă prin faptul că împiedică dezvoltarea unor relații interumane în mod firesc și prin aceea că duce la crearea de idei preconcepute sau la schimbarea unor păreri strict subiective asupra unor persoane sau situații.

Din punctul de vedere al comunicării, zvonurile reprezintă informații spontane. Respectiv propagarea unei false idei reprezintă o modalitate ca oricare alta de exprimare, o tentativă de explicare, ba chiar de creare a unui eveniment.

Zvonurile pot fi și conștiente și pot circula și prin intermediul unor canale oficiale, instituționalizate, fiind lansate intenționat pentru manipularea populației. Există numeroase cazuri în care zvonuri vehiculate în presa audiovizuală sau scrisă au determinat conflicte la nivel de grup sau comunități. La nivel de mass-media mai sunt vehiculate și știri necontrolate cu valoare de zvonuri inconștiente. Efectele nu pot fi decât negative în aceste situații.

Zvonurile se caracterizează prin spontaneitate, promptitudine, improvizație și lipsă de linearitate. **A. Shibutani** definea zvonurile drept - o formă recurentă de comunicare, prin care persoane surprinse într-o situație ambiguă încearcă să-i dea o interpretare care să aibă sens, exploatându-și resursele intelectuale. În opinia acestuia, cheia zvonului o reprezintă situația și nu semnificația mesajului care e transmis. Această afirmație este susținută prin faptul că situațiile de criză creează anxietate și incertitudine, fiind adeseaacompaniate de o distrugere temporară a canalelor de comunicare¹.

Una dintre căile de soluționare a tensiunilor o reprezintă disponibilitatea transmițerii unor știri riguroase care să nu lase loc de interpretări subiective și de construcții ideatice cu valoare de zvonuri.

Surse specifice. Principala sursă specifică de conflict o reprezintă structura organizației, comunității sau mediului supus analizei. Structura poate fi definită ca fiind un sistem de relații care există între diferite elemente ale unei organizații și care exprimă raporturi de subordonare, coordonare, comunicare și control.

Există mai multe modele teoretice de conflict. **Thomas** considera că modelele de conflict descriu fie procesul, fie structura unei situații conflictuale. Modelul procesual, elaborat de **Pondy**, pornește de la premisa că singura modalitate de înțelegere a conflictului este perceperea sa ca un proces mai degrabă dinamic, decât stabil sau static.

¹ Shibutani, A. *Improvvised News*. Bobbs-Merrill, 1966, p. 17.

Conflictul latent este o primă fază a conflictului în care, sub influența sursei de conflict, se generează un anumit set de atitudini și sentimente. Conflictul latent poate rămâne în această stare fără a evolua, dar se și poate transforma într-o situație iremediabil deteriorată.

Conflictul perceput poate îmbrăca următoarele forme:

- conflict latent, dar neperceput;
- conflict latent existent, dar neperceput;
- conflictul latent inexistent, dar perceput ca existent; situația poate îmbrăca forma conflictului perceput fără ca, de fapt, să fi existat vreun conflict latent.

Etapă conflictului perceput este caracterizată de apariția unei componente emoționale, în sensul că cei implicați pot să înceapă să se simtă ostili, tensionați, anxioși sau din contră, în cazul conflictului pozitiv, entuziași, mai ambițioși și gata de a porni la acțiune.

Conflictul simțit este deja un conflict „personalizat”, având caracteristici tipice individului și, adeseori, are ca prime forme de manifestare comunicarea defensivă sau agresivă. Abundă bârfele și zvonurile în jurul subiectului conflictului, informația tinde să fie distorsionată. Moralul este scăzut și se pierde mult timp cu acțiuni neproductive. Discuțiile de grup, discuțiile interpersonale, ședințele pot constitui în această etapă o „supapă de siguranță”.

Conflictul manifest este comportarea observabilă alimentată de percepții și sentimente latente și poate lua calea fie a „luptei” deschise care va genera un învingător și un învins, fie se poate constitui într-o încercare de a stabili obiective comune.

Există trei forme importante de intervenție în situații de conflict manifest: *negocierea*, *medierea* și *arbitrarea*.

Negocierea este procesul de comunicare care are ca scop atingerea unei înțelegeri. Cele două părți acționează împreună pentru a reduce diferențele dintre ele. Dacă negocierea nu rezolvă conflictul, se recurge la mediere.

Medierea este forma de intervenție prin care se promovează reconcilierea sau explicarea, interpretarea punctelor de vedere, pentru a fi înțelese corect de către ambele părți. Este de fapt negocierea unui compromis între puncte de vedere, nevoi sau atitudini ostile sau incompatibile. Medierea presupune, de regulă, existența unei a treia părți care să intervină între părțile în dispută. Această persoană încearcă să ajute cele două părți în conflict să ajungă la o decizie satisfăcătoare pentru ambele părți.

Dacă nici medierea nu rezolvă conflictul, se poate recurge la *arbitraj*. Arbitrajul constă în audierea și definirea problemei conflictuale de către o persoană de specialitate sau desemnată de o autoritate. Arbitrul acționează ca un judecător și are putere de decizie.

8.3. MANAGEMENTUL ABORDĂRII CONFLICTULUI

Literatura de specialitate sugerează că se pot contura cinci moduri de abordare a conflictului¹:

Retragerea combină preocuparea slabă atât pentru succesul organizației, cât și pentru relațiile cu subordonații. Managerul care folosește această strategie vede conflictul fără speranță de soluționare, încearcă să evite frustrarea și stresul care îl însoțesc în mod inevitabil, se retrage din conflict sau pretinde că nu există. Retragerea din conflict se poate face prin schimbarea subiectului, ignorarea unor afirmații, „împingerea” responsabilităților în altă parte, amânarea deciziei (în speranța că problema conflictuală va dispărea de la sine). Ea este caracteristică managerilor care nu au încredere în ei înșiși și celor care doresc să nu fie puși în situația de a face față unui conflict manifest, adeseori pentru faptul că rezolvarea conflictului presupune deprinderi de comunicator pe care acel manager nu le posedă.

¹ Blake, J.; Mouton, A. *The Fifth Achievement*. In: J. APPL. BEHAVIORAL SCIENCE 6, 1970, p. 45.

Dezavantajul acestei abordări este că ignoră chiar condițiile care au generat conflictul. Conflictul nu dispare de la sine, ci va rămâne în stare latentă. Una din consecințele ignorării conflictului este blocarea comunicării, ceea ce înrăutățește și mai mult lucrurile. Această abordare a conflictului poate fi însă avantajoasă dacă situația conflictuală nu are importanță.

Aplanarea se caracterizează prin aceea că se încearcă abordarea conflictului, mulțumindu-i pe toți. Supraevaluează valoarea menținerii relațiilor și subevaluează importanța atingerii obiectivelor. Ea se realizează, de exemplu, prin folosirea umorului sau schimbarea subiectului, prin chemarea la o cafea când tensiunea crește.

Aplanarea generează un camuflaj care poate dispărea oricând; ea poate genera bariere pentru progres. Aplanarea conflictului poate fi însă utilă atunci când problema este lipsită de importanță sau când, oricum, cei implicați nu vor putea cădea de acord.

Forțarea este o abordare a conflictului folosită de managerul care încearcă să realizeze cu orice preț obiectivele legate de productivitate, fără a lua în considerare părerea sau acordul celorlalți, nevoile și sentimentele lor. El va apela la acțiuni de constrângere, folosind diferite mijloace financiare, intelectuale, de etică, pe baza puterii și a autorității acordate de poziție.

Prin implicațiile emoționale, limbajul folosit generează sentimente negative, nemulțumiri, frustrări și umilințe. Forța poate rezolva disputa pentru moment, dar pe termen lung pot apărea conflicte și mai grave.

Aplicată în contextul unui climat de cooperare, în mod ocazional, când timpul este limitat sau situația devine critică, această abordare poate fi adecvată. Dacă este repetată în mod nejustificat, atrage după sine efectele negative menționate anterior.

Compromisul se află undeva între abordarea prin „forțare” și prin „aplanare” și constă în rezolvarea problemelor conflictuale prin concesii reciproce, ambele părți obținând oarecare satisfacție. Se folosește adeseori în negocieri.

Confruntarea este o abordare constructivă a conflictului, deoarece, luând în considerare atât nevoia de productivitate, cât și aceea de relații de cooperare, este singura care poate conduce la rezolvarea lui definitivă.

8.4. STRATEGII DE REZOLVARE A CONFLICTULUI

Studiind problema grupurilor aflate în conflict, *A.C. Filley* descrie trei tipuri de strategii de rezolvare a conflictului: *câștigător-necâștigător*, *necâștigător-necâștigător* și *câștigător-câștigător*¹.

Primele două strategii sunt direcționate în primul rând spre obținerea de rezultate, neglijând relațiile pe termen scurt sau lung. Atmosfera generată este neproductivă. Fiecare dintre părți se concentrează asupra propriilor interese, puncte de vedere sau probleme. Părțile doresc fiecare să rezolve conflictul într-un anumit mod și nu există interes pentru identificarea intereselor comune, a valorilor care trebuie respectate în comun sau a obiectivelor, dorințelor, intereselor care stau în spatele pozițiilor adoptate. Conflictul este astfel puternic personalizat.

Strategia de tip câștigător-necâștigător este tipică pentru situații în care:

- este poziția prin care se impune o soluție);
- se recurge la vot și se adoptă regula majorității;
- nu sunt sprijinite sau sunt sabotate ideile care vin în contradicție cu cele proprii.

Strategia de tip câștigător-câștigător constituie forma optimă de rezolvare a conflictelor. Ea se poate aplica dacă nu există presiunea timpului, ea necesitând un timp mai lung. Părțile își dirijează energia spre „învingerea” problemei, nu a persoanelor. Ambele părți cad de acord

¹ Filley, A.C. *Conflict Resolution: The Ethic of the Good Loser*. Holbrook Press, 1977, p. 73.

asupra unei soluții acceptabile. În acest context, conflictul este acceptat de părți ca fiind ceva normal și util în rezolvarea optimă a problemelor, și nu o sursă de stres.

În orice conflict, trebuie să existe o soluție optimă și reciproc acceptabilă. Aceasta nu înseamnă că ambele părți vor obține același lucru, ci doar că se pot atinge obiective diferite în maniere acceptabile pentru ambele părți.

Diferențele de opinie pot și trebuie să existe, ele conduc la noi puncte de vedere și pot stimula creativitatea. Trebuie să preluați sincer opiniile celorlalți. În acest context, este important să minimizați pe cât posibil interferența diferențelor de statut ierarhic deoarece acestea vă vor situa automat într-o tabără opusă, inhibând rezolvarea optimă a conflictului.

Trebuie de a avea încredere în partenerul de conflict pentru a nu distorsiona voia sau nevoia, procesul de comunicare, prin ascunderea de informații, filtrarea informațiilor datorită percepțiilor, teama de autodezvăluire care ar putea conduce la vulnerabilitate.

Atitudinea de încredere atrage după sine încredere, iar cea de neîncredere din partea unei părți promovează o atitudine similară din partea celeilalte părți. Începeți prin a avea încredere până la proba contrară, și nu invers.

Rezolvarea conflictului este posibilă numai printr-o comunicare adecvată în ambele sensuri. Pentru a putea implementa o strategie de tip câștigător-câștigător este recomandat să se respecte următoarele reguli:

- folosiți limbajul verbal în termeni neutri, nu emoționali (exemplu: „totuși tind să prefer abordarea mea deoarece...”, în loc de „ideea ta este complet greșită”);
- evitați afirmațiile absolute care nu lasă loc pentru revenire asupra unor aspecte sau pentru schimbarea punctului de vedere (exemplu: spuneți „în baza datelor privind cauzele problemei, cred că soluția problemei este”, în loc de „singura soluție este”);
- puneți întrebări deschise, mai ales în cazul în care există diferențe de poziție ierarhică, pentru a încuraja interlocutorul să își exprime punctul de vedere (exemplu: „ce părere aveți despre proiect?”, și nu „proiectul este bun sau nu?”);
- evitați întrebările de dirijare (exemplu: „nu-i așa că”) în intenția de a-l determina pe interlocutor să fie de acord verbal cu ceea ce afirmați; aplicarea acestei reguli este cu atât mai importantă dacă îi sunteți ierarhic superior interlocutorului;
- parafrazați ideile importante pentru a fi sigur că vorbiți despre aceleași lucruri ca și interlocutorul; reduceți astfel distorsionările de natură perceptuală;
- folosiți stilul de comunicare și limbajul adecvat (termeni cunoscuți de interlocutor) pentru a comunica mesaje clare; evitați astfel existența unui conflict generat de distorsionările semantice sau emoționale;
- nu întrerupeți pe cel care vorbește deoarece alimentați în acest fel conflictul; lăsați-l să spună tot ce are pe suflet, deoarece tensiunea, enervarea se vor reduce simțitor în acest mod și comunicarea va putea să aibă loc în continuare fără distorsiuni mari. Este adeseori util să puneți chiar întrebări pentru a vă lămurii exact care este sursa conflictului;
- practicați ascultarea interactivă de natură suportivă pentru a vă asigura că înțelegeți corect sentimentele și percepțiile interlocutorului; – folosiți limbajele neverbale corect; o expresie facială sau o poziție a corpului care sugerează provocare pot spori conflictul perceput. Paralimbajul, în particular, tonul vocii, este extrem de important într-o discuție conflictuală, mai ales atunci când starea emoțională începe să se manifeste;
- în cazul situațiilor delicate, folosiți forma de comunicare față în față, nu telefonică sau în scris, pentru a beneficia de limbajele neverbale;
- acordați atenție contextului fizic și psihologic în care are loc comunicarea;

• are cunoașterea acordului cu unele puncte de vedere ale interlocutorului poate reduce substanțial intensitatea conflictului. Negarea totală îl va face pe interlocutor să caute noi argumente, să încerce să se impună chiar dacă nu prin conținutul argumentelor, cel puțin prin intensitatea vocii.

Criza este precedată de regulă de un conflict, așadar de o confruntare care presupune existența a cel puțin două părți implicate, în care o parte pretinde sau solicită ceva ce cealaltă parte nu acceptă, ignoră sau respinge. Dacă părțile implicate nu pot depăși acest conflict, se poate ajunge la o criză. Criza este cea mai gravă formă de conflict, care se manifestă ca un simptom extrem de evident, relevând conflictul deschis, confruntarea. Termenul de criză provine din grecescul *krisis* și desemnează la origini o ruptură într-o dezvoltare continuă. În *dramaturgie krisis* descrie punctul culminant care este decisiv pentru continuarea acțiunii și direcționează soarta protagonistului înspre tragic sau comic.

Criza reprezintă o perioadă în dinamica unui sistem caracterizată prin acumularea accentuată a dificultăților, izbucnirea conflictuală a tensiunilor, fapt ce face dificilă funcționarea sa normală, declanșându-se puternice presiuni spre schimbare¹.

Din perspectivă psihologică, criza constituie o de structurare a identității indivizilor, a simțului lor de evaluare și semnificare, datorate impulsurilor instinctuale, o influență a forțelor inconștientului colectiv, un efect al experienței traumatice datorate nașterii, bolii, declinului empatiei și îndrumării parentale, experiențelor sociale care au indus individului sentimentul de a fi pure obiecte, implicațiile impuse de teama și negarea morții etc.².

Crizele nu sunt însă privite doar în calitate de disfuncții, ci dimpotrivă sunt considerate chiar oportunități de a înlătura anumite disfuncții. Din perspectiva conflictologiei, conflictul este un fenomen firesc, inerent interacțiunii sociale, generat de diversitatea umană, în contradicție cu unicitatea fiecărui individ.

Cercetătorul din domeniul crizelor *Ulrich Krystek* definea crizele drept procese neplanificate și indezirabile, de durată și influență limitată, precum și cu final ambivalent. Crizele pot periclita substanțial și pe termen lung existența întregii întreprinderi/organizații sau chiar o pot face imposibilă. Acestea se întâmplă prin influențarea anumitor scopuri, a căror punere în pericol sau nerealizare este sinonimă cu o periclitate de lungă durată sau chiar distrugere. În viziunea lui Krystek, crizele nu au doar o cauză, ci sunt de regulă rezultatul acțiunii mai multor factori.

Situațiile de criză presupun îngrădirea dramatică a libertății de acțiune și se dovedesc a fi aproape întotdeauna surprinzătoare, mediatizate vremelnic, suprasolicitând informațional organizația sau întreprinderea, având un parcurs neobișnuit și rezultate imprevizibile. Deseori termenul de criză este folosit inflaționar, în special, de către mass-media, încorporând diferite scenarii amenințătoare. Nu trebuie însă neglijat faptul că situațiile de criză se deosebesc în ceea ce privește gradul de amenințare și posibile consecințe în funcție de calitate, intensitate sau dimensiune temporală.

Există așadar abordări diferite ale fenomenului de criză în funcție de domeniul de activitate în care se manifestă, respectiv de domeniul științific care se preocupă de studiul cauzelor, apariției și manifestării precum și a consecințelor disfuncționalităților apărute în societatea umană. Alături de abordarea psihologică schițată anterior, economia vorbește despre crize în termeni specifici: inflație, șomaj, stagnare economică, recesiune etc., analizând consecințele unor astfel de fenomene asupra anumitor întreprinderi, organizații, instituții și

¹ Trecu, V. *Comunicarea socială în situații critice*. București: Ed. Academ. de înalte Studii Militare, 2000, p. 59.

² Chiciudean, I.; Țoneș, V. *Gestionarea crizelor de imagine*. București, 2002, p. 31.

grupuri sociale și asupra societății în ansamblu. Politologii caută explicații pentru situațiile de criză în sfera politică, chestionând eficiența conducerii politice, a guvernării, consistența și coerența sistemului politic, abilitatea partidelor politice de a preveni și de a rezolva anumite probleme economice, politice, sociale care degenerază în conflicte și implicit în adevărate crize de natură diferită care pot aduce prejudicii iremediabile. Sociologia pune crizele pe seama unor fenomene precum inechitatea socială, scăderea motivației și a inițiativei, revolta împotriva autorităților, defecțiuni la nivelul mecanismelor de control social, declinul moștenirii familiale, comunitare, civice și religioase etc. Din perspectivă istorică situațiile de criză se datorează unor dezechilibre de forțe la nivelul societăților puse pe seama unor fenomene de dinamică socială precum: creșterea puterii statelor, accentuarea tehnologizării.

Problematica crizelor nu devine însă cu adevărat prioritară până la confruntarea concretă cu o situație de criză, care deseori este complet surprinzătoare, apare peste noapte și este copleșitoare. Crizele sunt necruțătoare, nu ocolesc pe nimeni și pot lovi năprasnic la orice nivel și în orice domeniu de activitate, de la mici întreprinzători până la sisteme mondiale financiar-bancare, furnizori globali de energie, personalități proeminente precum sportivi sau moderatori TV, ca și organizații non-profit aproape necunoscute. Epoca modernă în care primează informarea și interesul public, dezvoltarea mediatică, în special Internetul, facilitează răspândirea zvonurilor, subiectelor de risc sau de criză. O simplă idee apărută în cadrul unui chat sau blog aparent nesemnificativ de pe un oarecare portal de la celălalt capăt al lumii, poate declanșa a doua zi o relatare scandaloasă în presa unei anumite țări sau chiar la nivel mondial.

Crizele pot fi etapizate în funcție de diferite criterii. Luând în considerare dimensiunea temporală, **Ditges**, **Höbel** și **Hofmann** disting următoarele faze:

Faza 0: prevenția crizei – care nu este parte componentă a crizei, dar este elementară;

Faza 1: apariția crizei;

Faza 2: recunoașterea crizei – recunoașterea timpurie, avertizarea, clarificarea;

Faza 3: prelucrarea crizei – restrângerea pagubelor;

Faza 4: soluționarea crizei – de exemplu printr-un nou început sau recuperare.

Faza 5: analizarea ulterioară a crizei – managementul șanselor, învățarea din criză.

În lucrările consacrate managementului crizei, o atenție deosebită este acordată tipologiei crizelor, descompunerii lor în etape specifice și pe această bază, identificării unor strategii adecvate de gestionare a lor.

Crizele sunt clasificate după: a) cauze (ele sunt datorate unor factori interni sau externi; conjuncturali, imediați ori structurali); b) derularea în timp (bruste sau lente); c) amploare (superficiale sau profunde); d) nivelul la care acționează (operaționale – afectează activitatea curentă; strategice – afectează elaborarea strategiilor; identitare – afectează identitatea organizației); e) consecințe (afectează personalul, clienții, partenerii, opinia publică etc.).

Managementul eficient al crizei include, ca o componentă esențială, comunicarea de criză. Domeniul comunicării de criză implică numeroase activități cu conținut strategic și tactic. Literatura de specialitate consacrată comunicării de criză sa concentrat îndeosebi asupra tehnicilor de comunicare prin intermediul cărora se poate depăși situația de criză.

Ne vom limita la prezentarea unui model, care beneficiază de mai mult prestigiu și care oferă cele mai eficiente instrumente de acțiune în situațiile de criză.

Modelul lui W.L. Benoit. Printre scopurile majore ale comunicării se află și refacerea imaginii, în mod special atunci când o persoană este preocupată de protejarea propriei reputații. El susține că o teorie a *Strategiilor de Refacere a Imaginii* trebuie să se bazeze pe

două premise: a) comunicarea urmărește întotdeauna atingerea unui scop anume; b) menținerea unei reputații pozitive este scopul principal al comunicării.

În aceste situații, persoana supusă atacurilor sau reproșurilor poate face apel la următoarele *Strategii de Refacere a Imaginii*:

1. *Strategiile negării* – se bazează pe negarea oricărei implicări în faptele reproșate. Prin această strategie se intenționează respingerea acuzațiilor, afirmându-se că faptele pentru care persoana este acuzată nu au existat, sau o altă persoană poate fi acuzată de producerea faptelor respective.

2. *Strategiile eludării responsabilității* – constau în reducerea responsabilității persoanei pentru faptele reproșate. Această strategie poate lua mai multe forme:

- provocarea – se susține că acțiunea respectivă a fost, de fapt, un răspuns la o altă acțiune, greșită sau rău intenționată, a unei alte persoane;

- justificarea – se afirmă că persoana nu a deținut suficiente informații despre eveniment sau nu a avut evenimentul sub control și că, în consecință, nu pot fi responsabile, în întregime, pentru acele întâmplări;

- caracterul accidental – se afirmă că faptele reproșate s-au produs în mod accidental și nu din vina persoanei respective;

- bunele intenții – se susține că faptele au fost făcute cu cele mai bune intenții, fără a se putea bănui că ele vor avea efecte neplăcute sau dăunătoare;

3. *Strategiile reducerii caracterului periculos* al actului prin care, fără a eluda problema responsabilității, se atrage atenția că faptele reproșate nu sunt chiar atât de dăunătoare pe cât par; această strategie implică 6 direcții de acțiune:

- obținerea sprijinului – se încearcă stimularea sentimentelor pozitive ale publicului față de persoana sau instituția acuzată, prin evidențierea calităților acesteia sau a acțiunilor ei pozitive din trecut;

- reducerea sentimentelor negative – se susține că faptele reproșate nu sunt atât de dăunătoare pe cât par și că persoana sau instituția nu sunt atât de vinovate precum se crede, pentru a se obține o scădere a nemulțumirii publicului;

- diferențierea – se afirmă că faptele respective sunt mult mai puțin dăunătoare decât alte fapte de același fel, care au avut efecte mult mai grave;

- transcenderea – faptele respective sunt scoase din contextul în care s-au petrecut și puse într-un cadru de referință mai favorabil, unde capătă o semnificație mai puțin negativă;

- atacul – sunt atacați acuzatorii, pentru a se arăta slăbiciunea poziției acestora și a se crea impresia că persoana sau instituția căreia i s-au reproșat anumite acțiuni este, de fapt, o victimă a unei campanii de denigrare;

- compensarea – persoana sau firma pot propune anumite modalități (materiale sau simbolice) de acoperire a daunelor produse;

4. *Strategiile de corectare* – prin care persoana sau instituția acuzată trece la măsuri de îndreptare a daunelor produse.

În acest caz, există două tipuri de acțiune:

- restaurarea – se încearcă refacerea situației de dinainte de evenimentele reproșate;

- promisiunea – se iau angajamente că persoana sau instituția va lua măsuri astfel încât faptele reproșate nu se vor mai repeta;

5. *Umilirea* – prin care persoana sau firma acuzată își recunoaște vinovăția și cere, în mod public, iertare pentru faptele imputate. Uneori ea își poate ameliora imaginea prin prezentarea unor planuri de modificare a comportamentului său.

SURSE BIBLIOGRAFICE

1. Abbaszadeh, A.; Ehsani, SR. *Nurses' perspectives on breaking bad news to patients and their families: a qualitative content analysis*. In: J MED ETHICS HIST MED, 2014, Nov.
2. Acatincăi, St. *Etologie: Comportamentul animalelor domestice*. Timișoara: Ed. EUROBIT, 2003.
3. Alelwani, S.M., Ahmed, Y.A., *Medical training for communication of bad news: A literature review*, In: J Educ Health Promot, 2014, Jun 23.
4. Angelos, P.; Kapadia, M. R. *Physicians and cancer patients: communication and advance directives*. In: ETHICAL ISSUES IN CANCER PATIENT CARE, 2nd edition, 2008.
5. Ashraf, B., Zaman, K.U., *Qualitative study of Nocebo Phenomenon (NP) involved in doctor-patient communication*. In: J HEALTH POLICY MANAG, 2014, Jun 2.
6. Astărăstoae, V.; Stoica, O. *Bioetica „O nouă știință”*. În: REVISTA ROMÂNĂ DE BIOETICĂ, nr. 1, vol. 1, ianuarie-martie, 2003.
7. Bălan, C. *Implicații psihologice al anxietății operatorii*. Sibiu: Ed. Psihomedica, 2009.
8. Beckman, H.B. ș.a. *The doctor-patient relationship and malpractice. Lessons from plaintiff depositions*. In: ARCHIVES OF INTERNAL MEDICINE, 1994.
9. Berne, E. *Analiza tranzacțională în psihoterapie*. București: Ed. Trei, 2011.
10. Blake, J.; Mouton, A. *The Fifth Achievement*. In: J. APPL. BEHAVIORAL SCIENCE 6, 1970.
11. Bougnoux, D. *Introducere în științele comunicării*. Iași: Ed. Polirom, 2000.
12. Bramhall, E. *Effective communication skills in nursing practice*, In: NURS STAND, 2014, Dec.
13. Brock, D. *Interprofessional education in team communication: working together to improve patient safety*. In: POSTGRAD MED J. 2013, Nov.
14. Burlacu, N.; Graur, E., Morong, A. *Comunicarea managerială*. Chișinău, 2003.
15. Capcelea, V. *Codul deontologic al pedagogului – imperativ categoric al timpului*. În: Artă și educație artistică: revistă de cultură, știință și practică educaț., 2007, nr. 2 (5), p. 101-108.
16. Capcelea, V. *Deontologie juridică: man. pentru instit. de învăț. superior*. Chișinău: Ed. ARC, 2007.
17. Capcelea, V. *Norme sociale*. Monografie. Chișinău: Ed. ARC, 2007.
18. Capcelea, V. *Etica în fața provocărilor societății post-moderne*. Bălți: Indigou Color, 2016.
19. Capcelea, V. *Etica și comportamentul civilizată*. București: Ed. PRO UNIVERSITARIA, 2016.
20. Capcelea, V. *Deontologia profesională a juristului: curs universitar*. București: Ed. Universul juridic, 2018.
21. Capcelea, V.; Hurubă, E. *Deontologia profesională a executorului judecătoresc: curs universitar*. București: Ed. Universul juridic, 2014.
22. Cardon, A. ș.a. *L'Analyse Transactionnelle*. Paris, 1987.
23. Carp, C.; Panaite, D. *Ghidul avocatului de succes*. București: Ed. ALL BECK, 2003.
24. Căndea, R. M., Căndea, D., *Comunicare managerială*. București: Ed. Expert, 1996.
25. Chelcea, S. *Manipularea comportamentală: delimitări conceptuale*. În: Manipularea în posttotalitarism / Mihai Șleahțișchi (coord.). Chișinău: Ed. GUNIVAS, 2008.
26. Chiciudean, I.; Țoneș, V. *Gestionarea crizelor de imagine*. București, 2002.
27. Ciobanu, R. *Valorificarea caracterului pragmatic al comunicării juridice*. In: THE 37 ARA CONGRESS: MODERNISM AND PROGRESS IN ARTS AND SCIENCES. Chișinău, 2013.
28. Cioclov, R., ș.a. *Ghid de comunicare și discurs public*. Timișoara: Artpress, 2013.
29. Coman, C. *Relații publice, tehnici de comunicare cu presa*. București: All Educațional, 1999.
30. Coman, C., *Relațiile publice și mass-media*, Iași: Ed. Polirom, 2004.
31. Coman, M. *Introducere în sistemul mass-media*. Iași: Ed. Polirom, 2007.
32. Cosman, D. *Psihologie medicală*. Iași: Ed. Polirom, 2010.
33. Costea, M.; Stănescu, D. *Manual de comunicare și relațiile publice*. Proiect Phare RO, 2006.
34. Coșeriu, E. *Introducere în lingvistică*, Ediția a 2-a. Cluj: Ed. ECHINOX, 1999.
35. Coșeriu, E. *Istoria filozofiei limbajului. De la începuturi până la Rousseau*. București: Ed. Humanitas, 2011.
36. Coșeriu, E. *Omul și limbajul său / STUDII DE FILOZOFIE A LIMBAJULUI. TEORIE A LIMBII ȘI LINGVISTICĂ GENERALĂ*. Iași: Ed. Universității „Alexandru Ioan Cuza”, 2009.
37. Cuilenburg, J.J.; Van, Scholten, O.; Noomen, G.W. *Știința comunicării*. București: Ed. Humanitas, 1998.
38. Dafinoiu, I. *Sugestie și hipnoză*. București: Ed. Știință și Tehnică, 1996.

39. De Lassus, R. *Analiza tranzacțională. O metodă revoluționară pentru a ne cunoaște și a comunica mai bine*. București: Ed. Teora, 2000.
40. Dinu, M. *Fundamentele comunicării interpersonale*. București: Ed. All, 2008.
41. Dinu, M. *Comunicarea: Repere fundamentale*. București: Ed. Științifică, 1997.
42. Drăgan, I. *Comunicarea: paradigme și teorii*. Vol. I. București: RAO, 2007.
43. Dulcan, D.-C. *Inteligența materiei*, Ediția a 2-a, revizuită și adăugită. București: Ed. TEORA, 1992.
44. Dunca, D.; Dunca, P. (coord.) *Constante și reconfigurări în problematica etică a comunicării*. București: Pro Universitaria, 2015.
45. Ennis, G.; Reid-Searl, K. *The importance of communication for clinical leaders in mental health nursing: the perspective of nurses working in mental health*. In: ISSUES MENT HEALTH, 2013, Nov.
46. Epuran, M.; Holdevici, I.; Tonița, F. *Psihologia sportului de performanță. Teorie și practică*. București: Ed. Fest, 2000.
47. Ețco, C.; Moroșanu, M.; Goma, L.; Davidescu-Creangă, E. *Comunicarea pentru schimbarea comportamentală: Suport de curs universitar*. Chișinău: Centrul editorial-poligrafic „Medicina”, 2008.
48. Fallowfield, L.; Jenkins, V. *Effective communication skills are the key to good cancer care*. In: EUR. J. CANCER, 1999, Oct.
49. Fârte, Gh.-II. *Comunicarea. O abordare praxiologică*. Iași: Casa editorială Demiurg, 2004 .
50. Filley, A.C. *Conflict Resolution: The Ethic of the Good Loser*. Holbrook Press, 1977.
51. Fiske, Jh. *Introducere în științele comunicării*. Iași: Ed. Polirom, 2003.
52. Geach, P. *Whatever Happened to Deontic Logic*. In: LOGIC AND ETHICS, Dordrecht, Kluwer, 1991.
53. Gheorghiu, Vl. *Sugestion and sugestibility. Theory and Research*. Berlin Heidelberg: Ed. Springer-Verlag, 1989.
54. Gheorghiu, Vl.; Ciofu, I. *Sugestie și sugestibilitate*. București: Ed. Academiei R.S.R., 1982.
55. Gheorghiu, M.; Negulescu, R. *Ghid de comunicare publică*. București: Ed. Humanitas Educațional, 2001.
56. Gândea, R.; Gândea, D. *Comunicare managerială: Concepte, deprinderi, strategii*. București: Ed. EXPERT, 1996.
57. Graur, E. *Tehnici de comunicare*. Cluj-Napoca: Ed. MEDIAMIRA, 2001.
58. Guinot, Th. *L'huissier de Justice: Normes et Valeurs. Ethice, deontologie, discipline et normes professionnelles*. Paris: Editions juridiques et techniques, 2004.
59. Haineș, R. *Imaginea organizațională*. București: Ed. Universitară, 2010.
60. Habermas, Jü. *Cunoaștere și comunicare*. București: Ed. Politică, 1983.
61. Haineș, R. *Tipuri și tehnici de comunicare în organizații*. București: Ed. Universitară, 2008.
62. Haineș, R., *Comunicarea televizuală*. București: Eficient, 2000.
63. Halic, B.A.; Chiciudean, I. *Analiza imaginii organizațiilor*. București: Ed. Comunicare.ro, 2004.
64. Holdevici, I. *Psihologia succesului*. București: Ed. Ceres, 1993.
65. Kant, Im. *Întemeierea metafizică a moravurilor*. București: Ed. Științifică și Enciclopedică, 1972.
66. Larson, Ch. *Persuasiunea. Receptare și responsabilitate*. Iași: Ed. Polirom, 2003.
67. Larson, E. B.; Yao, X. *Clinical empathy as emotional labor in the patient-physician relationship*. In: JOURNAL OF AMERICAN MEDICAL ASSOCIATION, 2005.
68. *Larousse Médical*. Paris: Larousse, 2006.
69. Lohisse, J. *Comunicarea: de la transmiterea mecanică la interacțiune*. Iași: Ed. Polirom, 2002.
70. Macarie, F.C.; Hîncea, C.; Mora, C. *Gender and Leadership. The Impact on Organizational Culture of Public Institutions*. In: TRANSYLVANIAN REVIEW OF ADMINISTRATIVE SCIENCES, nr. 32E, 2011.
71. Marcus, S. *Empatie și Personalitate*. București: Ed. Albatros, 1997.
72. Matusitz, J.; Spear, J. *Effective doctorpatient communication: an updated examination*. Soc. Work Public Health, 2014.
73. Mârza-Dănilă, D. *Relația terapeut-pacient (Terapia centrată pe client). Curs de studii de licență în terapia ocupațională*. Bacău: Ed. Alma Mater, 2009.
74. *MedInfo Consulting. Communication skills for healthcare professionals*. Disponibil pe: www.oscehome.com.
75. Meadows, A.J. *Communication in Science*. London: Butterworths, 1974.

76. Miège, B. *Societatea cucerită de comunicare*. Iași: Ed. Polirom, 2000.
77. Mihai, Gh. *Retorica tradițională și retorici moderne*. București: Ed. AII, 1998.
78. Mitrofan, I. (coord.). *Orientarea experiențială în psihoterapie. Dezvoltare personală, interpersonală, transpersonală*. București: Ed. S.P.E.R, 2000.
79. Moșoiu, D. *Comunicarea Diagnosticului și a prognosticului în cancer / TEZĂ DE DOCTORAT*, Universitatea de Medicină și Farmacie „Iuliu Hațieganu”. Cluj-Napoca, 2009.
80. Modrea, A.; Silvaș, A. *Comunicarea educațională de la teorie la practică*. Târgu Mureș: Ed. Universității „Petru Maior”, 2011.
81. Modrea, A.; Silvaș, A. *Barriers in the Process of Communication, Proceedings of the Communication, Context*. In: Interdisciplinarity Congress, 2012, vol. 2, pp. 250-254.
82. Modrea, A.; Peterlicean, A. *Management and Assessment of Curricula in Technical Higher Education. Applied Mechanics and Materials*. 2013.
83. Modrea, A.; Silvaș, A. *Retrospectivă asupra comunicării*. In: Proceedings of the European Integration-between Tradition and Modernity Congress, Volume Number 5, 2013, pp. 900-908.
84. Mucchielli, Al. *Arta de a influența-analiza tehnicilor de manipulare*. Iași: Ed. Polirom, 2002.
85. Narița, I. *Etica suferinței*. În: Dunca, D.; Dunca, P. (coord.) *Constante și reconfigurări în problematica etică a comunicării*. București: Pro Universitaria, 2015.
86. Neveanu, P.-P. *Dicționar de psihologie*. București: Ed. Albatros, 1978.
87. Niculae, T.; Gherghiță, I.; Gherghiță, D. *Comunicarea organizațională și managementul situațiilor de criză*. București: Ed. Ministerului Administrației și Internelor, 2006.
88. Ojovan, V. *Axiologia și medicina. Dimensiuni teoretico-metodologice*. Monografie. Chișinău: UASM, 2012.
89. Ojovan, V. (coord). *Comunicare și comportament în medicină (cu elemente de bioetică)*. Chișinău: Centrul Editorial Poligrafic Medicina, 2016.
90. Olivesi, St. *Comunicare managerială*. București: Ed. Tritonic, 2005.
91. Opriș, T. *Mica enciclopedie a graiului animalelor*. București: Ed. Virtual, 2011.
92. Pânișoară, I.O. *Comunicare eficientă*. Iași: Ed. Polirom, 2003.
93. Părvu, Il. *Filosofia comunicării*. București: Ed. Facultății de Comunicare și Relații publice „David Ogilvy”, 2000.
94. Popescu, D. *Comunicarea managerială. Strategii și tehnici de negociere*. București, 2003.
95. Rădulescu, C. *Comunicare și protocol*. București: Ed. Universității din București, 2009.
96. Rădulescu, C. *Mass media - partener în realizarea formelor comunicării publice*. În: REVISTA TRANSILVANĂ DE ȘTIINȚE ADMINISTRATIVE, 1(30)/2012.
97. Ridgway, J. *Relații cu media*. București: Codecs, 2001.
98. Roloff, M.E. *Communication and Conflict*. In: Handbook of Communication Science SAGE Publications, 1987.
99. Roșca, L.; Deneș, C. *Comunicare în afaceri: Suport de curs*. Sibiu, 2007.
100. Rusu, El.-Cl. *Psihologie cognitivă*, Ediția a II-a. București: Ed. Fundației România de Măine, 2007.
101. Saussure, Fr. *Scrieri de lingvistică generală*. Iași: Ed. Polirom, 2003.
102. Schouten, B.C. Meeuwesen, L. *Cultural differences in medical communication: a review of the literature*. In: Patient Educ Couns, 2006, Dec.
103. Schmidt, S.M.; Kochan, T.A. *Conflict: Toward Conceptual Clarity*. In: ADMINISTRATIVE SCIENCE QUARTERLY, 17, 1972.
104. Schneider, C. *Communication, nouvelle fonction stratégique de l'entreprise*. Paris: Editions Masson, 1990.
105. Sebeok, Th. *Semnele: o introducere în semiotică*. București: Ed. Humanitas, 2002.
106. Shibutani, A. *Improvised News*. Bobbs-Merrill, 1966.
107. Sârbu, I.; Benedec, A.-M. *Etologie. biologia comportamentului animal și uman, suport de curs și seminarii*. Sibiu: UNIVERSITATEA „LUCIAN BLAGA” din Sibiu, 2016.
108. Teodorescu, C.; Roșca, D. *Comunicare. Manual pentru învățământ cu frecvență redusă*. Universitatea din Craiova, Facultatea de inginerie electrică, Tipografia Universității din Craiova, 2012.
109. Thorne, S., Oliffe, J.L. *Poor communication in cancer care: patient perspectives on what it is and what to do about it*. Cancer Nurs., 2013, Nov-Dec.
110. Tomasello, M. *Origins of Human Communication*. Massachusetts, MIT Press, 2008.

111. Tran, V.; Stănciugelu, I. *Teoria comunicării, Ediția a 2-a, revăzută*. București: Ed. Comunicare.ro, 2003.
112. Trecu, V. *Comunicarea socială în situații critice*. București: Ed. Academiei de înalte Studii Militare, 2000.
113. Tudose, Fl. *Orizonturile psihologiei medicale*. București: Ed. Medicală, 2003.
114. Tully, P.A. *Refined Consequentialism*. New York, Peter Lang Publ, 2006.
115. Turk, Ch. *Comunicarea eficientă. Cum să le vorbești oamenilor*. București: Ed. Trei, 2013.
116. Țapoc, V.; Capcelea, V. *Cercetarea științifică: man. pentru facultățile socio-umanistice*. Chișinău: Ed. ARC, 2008.
117. Țârdea, T. *Bioetică. Teorie și practică: Suport de curs*. Ediția a 2-a rev. și compl. Chișinău: Medicina, 2016 (Tipog. „Print-Caro”).
118. Țurcan, N. *Comunicarea științifică – abordări teoretice*. În: STUDIA UNIVERSITATIS, seria științe sociale. Revistă științifică a Universității de stat din Moldova, nr. 8(38) 2010.
119. Țurcan, N. *Cultura științifică și comunicarea științifică – valori ale societății cunoașterii*. În: Academos, nr. 1 (20) martie 2011.
120. Țurcan, N. *Comunicarea științifică în contextul Accesului Deschis la informație: Monografie*. Chișinău: CEP USM, 2012.
121. Vasile, M.; Moldoveanu, M. *Semiologie medicală pentru asistenți medicali*. București: Ed. ALL, 2015.
122. Vega (de la), Josette. *Les journaux électroniques - Communication scientifique et nouvelles technologies: la maîtrise de l'espace et du temps en physique théorique*. In: Rencontres de BIBLIO-FR à Caen du 3 au 6 avril 1998 sur le thème des journaux électroniques [online]. Disponibil pe: <http://biblio-fr.info.unicaen.fr/rencontres98/minutes/journauxel/delavega.html>.
123. Vlăsceanu, M. *Organizația: proiectare și schimbare. Introducere în comportamentul organizațional*. București, 2005.
124. Watzlawick, P. *Pragmatics of the Human Communication*. New York: Norton, 1967.
125. Wilcox, D.L.; Cameron, G.T.; Ault, P.H. *Relații publice: Strategii și tactici*. București: Curtea Veche, 2009.
126. Zalihić, A., Černi, Obrdaj E., *Fundamental communication skills in medical practice as minor elective subject*. In: Acta Med Acad, 2014.
127. Zamanzadeh, V.; Rassouli, M, *Factors Influencing Communication Between the Patients with Cancer and their Nurses in Oncology Wards*. In: INDIAN J PALLIAT CARE, 2014, Jan.
128. Zamfir, C.; Vlăsceanu, L. *Dicționar de sociologie*. București: Ed. Babel, 1993.
129. Zémor, P. *Comunicarea publică*. Iași, Institutul European, 2003.
130. Zorletan, T.; Burdus, E.; Caprarescu, G. *Managementul organizației*. București: Ed. Economică, 1998.
131. Ziglar, Zig.; Savage, Jim. *Motivația, o cale spre performanțe deosebite, cum să obțineți tu și ceilalți rezultate excelente*. Businesssteach. București: Internatinal Press, 1999.
132. Корневский, Ю.В. *Государственное обвинение в Условиях судебной реформы (процессуальный, тактический и нравственный аспекты): Методическое пособие*. Москва, 1994.
133. Жалинский, А.Э. *Профессиональная деятельность юриста*. Москва: Изд-во БЕК, 1997.
134. *Приемы установления психологического контакта сотрудников ОВД с гражданами при решении оперативно-служебных задач*. Минск, 1989.
135. *Профессиональная этика сотрудников правоохранительных органов: учеб. пособие*. Под ред. Г.В. Дубова, А.В. Опалева – 2-е изд., исправ. и доп. Москва: Изд-во Щит-М, 2000.
136. Жинкин, Н.И. *Речь как проводник информации*. Москва: Изд-во «Наука», 1982.
137. Никитин, М.В. *Курс лингвистической семантики: учеб. пособие*. Санкт-Петербург: Изд-во РГПУ им. А.И. Герцена, 2007.
138. Шарков, Ф.И., *Коммуникология: Энциклопедический словарь-справочник*. Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2009.
139. Шарков, Ф.И. *Коммуникология: социология массовой коммуникации. Учебное пособие*. Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2010.