

## CUPRINS

<i>Cuvânt introductiv</i> .....	7
<b>1. Domeniul psihologiei comunicării</b> .....	11
1.1. Perspective generale asupra comunicării .....	11
1.2. Discipline ale comunicării .....	15
1.3. Funcțiile comunicării .....	20
<i>Bibliografie</i> .....	23
<b>2. Paradigme ale comunicării</b> .....	24
2.1. Paradigma structurală .....	27
2.2. Paradigma tranzacțională .....	30
2.3. Paradigma relațională .....	33
2.4. Paradigma fenomenologică .....	38
<i>Bibliografie</i> .....	40
<b>3. Personalitate și comunicare</b> .....	41
3.1. Perspective intrapsihice asupra Eului .....	42
3.2. Perspective intersubiective asupra Eului .....	50
3.3. Personalitate și reacții de fond .....	52
3.4. Tip de personalitate și comunicare .....	53
3.5. Cultură și personalitate .....	56
<i>Bibliografie</i> .....	60
<b>4. Forme ale comunicării</b> .....	62
4.1. Comunicare paradoxală .....	62
4.1.1. Elemente ale teoriei grupurilor .....	67
4.1.2. Elementele ale teoriei tipurilor logice .....	73
4.1.3. Schimbarea fundamentală (paradoxală) .....	75
4.1.4. Tipuri de paradox .....	80
4.1.4.1. Injoncțiunea paradoxală .....	81
4.1.4.2. Previțiunea paradoxală .....	84
4.1.5. Terapeutică paradoxală în comunicare .....	86
4.2. Comunicarea defensivă .....	91
4.2.1. Perspectiva conștientă asupra defensei .....	92
4.2.2. Perspectiva inconștientă asupra defensei .....	94
4.2.3. Mecanisme de apărare .....	96

4.3. Comunicarea proiectivă .....	98
4.3.1. Conceptul de proiecție .....	98
4.3.2. Cultură și proiecție .....	100
4.3.3. Comunicarea simbolică .....	102
4.4. Comunicarea nonviolentă .....	105
4.4.1. Nevoie, frustrare, violență .....	105
4.4.2. Compasiunea de sine și de celălalt .....	106
4.4.3. Priza cu sine însuși – vulnerabilizarea .....	111
4.4.4. Exprimarea de sine nonviolentă .....	115
4.4.5. Observație și judecată .....	118
4.5. Comunicarea persuasivă .....	122
4.5.1. Persuasiune și putere .....	123
4.5.2. Factori ai persuasiunii .....	125
4.6. Negocierea .....	129
4.6.1. Poziții de negociere și atitudine de fond .....	130
4.6.2. Logică și afect .....	137
4.7. Comunicarea eficientă .....	140
4.7.1. Atitudini ineficiente .....	140
4.7.2. Inferioritate și comunicare .....	143
4.7.3. Ideal și comunicare .....	147
4.7.4. Poziția empatică .....	149
4.7.5. Autenticitate și încredere .....	152
4.7.6. Comunicarea terapeutică .....	156
4.7.7. Comunicarea cu sine .....	159
<i>Bibliografie</i> .....	163
<b>5. Contexte fundamentale în comunicare</b> .....	166
5.1. Comunicarea în cuplu .....	167
5.1.1. Cadru general – sine și alter .....	168
5.1.2. Alegerea partenerului .....	173
5.1.3. Dragoste și ideal .....	178
5.2. Comunicarea în grup/organizație .....	186
5.2.1. Lider și dinamică de grup .....	188
5.2.2. Perspectiva intrapsihică asupra grupului .....	193
<i>Bibliografie</i> .....	196

## CUVÂNT INTRODUCATIV

*Nu veți învăța să comunicați citind această carte  
Pentru că deja știți.  
Nu ceea ce știți vă face să comunicați altfel decât doriți  
Ci ceea ce nu știți:  
Cine sunteți ...*

O seamă de autori care semnează lucrări de psihologie a comunicării propun o bună colecție de teme specifice, abordate cât mai încheșat și însoțite de prescripții tehnice a căror însușire ar îmbogăți aptitudinile aspirantului. Pe de altă parte, cititorul, aspirant al perfecționării în comunicare, își dorește să obțină de la o astfel de lucrare rețete prin care să gestioneze cât mai bine împrejurările propriiei vieți, dobândind „meșteșugul” comunicării.

Câtă întemeiere își află cele două obiective în teoriile psihologiei comunicării? Să ne referim, dintru bun început, la raportul dintre teorie și practică – loc comun nu doar în ce privește știința psihologiei – întrucât orice curs îți propune obiective și efecte practice. Întemeierea practică depinde, ca să ne referim la o speță, de distanța dintre *modul în care comunică* un profesor de psihologia comunicării și *ceea ce comunică despre modul în care comunică*. Caracterul aplicativ depinde, deci, de coerența modelului personal pe care vorbitorul îl relevă în chiar expunerea sa, de coerența dintre palierul verbal și mijloacele de expresie paraverbale, de întreaga sa personalitate. Mai limpede spus, devreme ce are menirea să transmită cunoaștere despre comunicare, trebuie supus unei interogații fundamentale: în ce măsură propria cunoaștere se regăsește în *praxisul* său comunicational.

Cursul universitar este un suport informativ în timp ce *cunoașterea sa*, sub forma apropierei domeniului psihologiei comunicării, presupune unul formativ. Exersată la cursuri sau la seminarii, atitudinea profesorului este formativă în primul rând grație relației profesor-studenți ca situație prototip de comunicare. Toată tematica lucrării de față se regăsește în contextul în care este ea însăși comunicată în întâlnirea profesor-studenți.

Atitudinea este unul dintre elementele de fundament ale relației și comunicării însă nu puține sunt situațiile în care tocmai acest factor

de substanță este exclus din ecuație. De pildă, tema oglindirii și determinării reciproce sub forma raportului dintre expectanțele studenților și influența acestora asupra atitudinii profesorului: din partea studenților, preocupare față de disciplină, interes față de personalitatea profesorului – ca să începem cu două atitudini dintre cele fericite – va antrena, reflectiv, strădania profesorului de a răspunde și corespunde misiunii sale; de cealaltă parte, în situația nefericită, studentul care nu se așteaptă de la curs la nici un câștig personal important, în afară de parcurgerea unui item din curricula universitară, va „propune” implicit profesorului a-i transmite numai informație și nu coordonate formative, iar cursul va pierde realmente, pentru auditori, orice valențe personale importante. Ambele situații sunt reale, încadrabile în marele abitus al relațiilor cotidiene desfășurate între „polarele” autenticității și inautenticității. Autentică este întâlnirea în care pot fi declinate reciproc atitudinile celor aflați față în față, inautentic este raportul în care se evită fundamentul atitudinal pentru a se ventila mesaje care să acopere defensiv realitatea.

Dificultatea de a declara atitudinal coordonatele întâlnirii are importante costuri narcisice. În exemplul de față, postura în care se află un student neîncrezător în curs și dificultatea sa de a-i declara profesorului neîncrederea; sau, de la „înălțimea” podiumului și implicat într-o magistrală expunere *ex cathedra*, dificultatea profesorului de a-și mărturisi tarele personale cu influență asupra modului în care prezintă cursul, incapacitatea de a susține practic, prin maniera în care comunică, prescripțiile de eficiență anunțate în discursul său.

Statusul și rolul studentului, precum și cel al profesorului limitează deseori întâlnirea autentică dintre cele două persoane. Fiecare face eforturi pentru a se încadra normelor care îl definesc în această întâlnire – universitară – chiar cu riscul de a rata însăși întâlnirea. Poate că, în aceste condiții prezumate, dar probabile, ar trebui mai bine conturat spațiul universitar ca loc în care calitatea și autenticitatea întâlnirilor, sub raportul comunicării, fac diferența dintre vocație și obligație, dintre cel care s-a încadrat în profesie și cel care a reușit în profesie.

Tentează în primul rând, ca orice ingredient narcisic cristalizat sub forma idealului social, ipostaza profesorului impecabil, dar și a studentului model; sperie realitatea (trăită cotidian) a profesorului care una declară (ca formă predilect cognitivă, verbală, de comunicare) și alta declamă (ca act de expresie paraverbală) sau a studentului care-și dorește să absolve cursul înainte de a-l începe.

În ordine atitudinală, am considerat că principalul beneficiu al psihologiei comunicării este amorsarea unor direcții de reflecție asupra propriei persoane și, în nici un caz, indicarea unor „tehnici” de comunicare în folosul exercitării puterii, dominației, a rafinării capacităților manipulative în relație cu celălalt. Credem că unica atitudine perenă care susține comunicarea este exprimarea de sine, indiferent de riscuri și beneficii. Autenticitatea nu poate fi condiționată de ideal, de norme și cu atât mai puțin de prescripții tehnice adunate din diferite lucrări.

Întâlnirea cu celălalt ne pune în varii situații, mereu întemeiate de contexte personale, sociale, culturale, cărora suntem nevoiți să le plătim tributul acceptându-ne imperfecțiunile. De aceea, nu excelența sau deficiența constituie chestiunea în discuție, ci capacitatea de a le declara și a le înțelege influența asupra noastră și a celuilalt.

Unul dintre mesajele psihologiei comunicării constă în sublinierea caracterului ireprezentabil cognitiv al întâlnirii cu celălalt, a faptului că nu putem controla modul în care comunicăm fără a plăti prețul inautenticității, al ratării comuniunii cu celălalt, moment de grație din care emerge suita valorilor perene care ne îmbogățeste viața.

Atât argumentul, cât și conținutul acestei cărți trimit spre sensibilitățile teoretico-clinice ale autorului – paradigma structurală, abordarea psihanalitică, cât și spre tarele sale personale. Obiectivitatea științifică devine, în această viziune, o himeră care ne conduce spre o formă de înstrăinare, de clivaj, față de propriile dorințe, chiar dacă acestea capătă o expresie sublimată într-un cadru epistemic. Depărtarea față de obiectul de studiu, în speță fenomenul comunicării, se face cu riscul excluderii din spațiul problematic a (re)surselor afective ale subiectului. Pentru că obiectul de studiu al psihologiei comunicării este și subiectul care studiază orice teorie și care, chiar dacă este metodologic impecabilă, este și o expresie subiectivă, un gen implicit de autoteorie. O dovadă (în plus) este și derularea textului de față în care „grila” psihanalitică, marca subiectivă a autorului, este masiv reprezentată. Dacă problema oricărui profesionist într-ale psihologiei constă în a restitui caracterul original al teoriei, ca manieră, cu bune fundamente personale, de a privi lumea, formarea în psihanaliză oferă ocazia de reflecție asupra statutului conceptelor, a prelucrării acestora în virtutea unei întemeieri profunde, personale, fără de care psihologia ar căpăta un caracter de salon, eludând în primul rând problematica personală a celui care cunoaște și influențele personalității profunde asupra ordinii cognitive.

Psihologia comunicării trimite spre varii aspecte ale personalității și, de aceea, lucrarea abundă în excursuri în varii zone ale fenomenului psihic, în speranța conturării unui fond apercceptiv rezonabil necesar precizării vastului obiect de studiu al acestui text.

Ne-am propus ca mesajul de fond să conțină referiri la efectele practice și personale pe care trăirea ideilor din lucrare și nu lecturarea lor le-ar putea avea. În această ordine, validitatea ideilor din lucrare poate fi examinată adecvat numai în condițiile unui laborator de comunicare, precum situațiile de comunicare autentică sau, în particular, cadrul psihoterapeutic. De aceea, determinanții comunicării sunt în special legați de personalitatea profundă, de spațiul în care controlul conștient nu este posibil decât punctual și în condiții speciale.

Am preferat să structurăm lucrarea sub forma unei suite de abordări<sup>1</sup>, fără nici o pretenție de completitudine, cu reveniri frecvente asupra temelor majore, în scopul – unic – de a stârni apetențe auto-reflexive asupra fenomenului comunicării. Revenirile sunt o formă de conjuncție a diferitelor perspective asupra comunicării care conferă statut fundamental anumitor spații circumscrise domeniului: problematica narcisică (proiect și resurse identifiare), determinanții psihogenetici etc.

Poate că orice paradigmă a comunicării este o manieră de justificare, reflectare și reprezentare a modului în care comunicăm cu noi înșine, a nevoilor, dorințelor, exprimate sau reprimite, care condensează și guvernează sensul personal. De aceea, a comunica este sinonim cu a ființa, iar a comunica despre comunicare înseamnă a vorbi despre ființă, despre infinitele ipostaze ale existenței – personale – și despre șansa de a împărtăși concluziile.

Vă propun, prin urmare, propria experiență în domeniu, reprezentativă pentru destinul personal în speranța de a afla, măcar punctual, momente de regăsire reciprocă onestă, autentică, evenimente, din păcate, destul rare, memorabile tocmai prin faptul că ne restituie excelența destinală și ne permit accesul spre sens, speranță și întemeiere în/de sine.

Autorul

---

<sup>1</sup> Urmând, într-o anumită măsură, propunerea de teme din lucrarea lui Alex Mucchielli, *Arta de a comunica*, pe care am considerat-o convenabilă propriei abordări.