

Jean-Claude Abric

PSIHOLOGIA COMUNICĂRII

Teorii și metode

Ediția a II-a revăzută și adăugită

Traducere de Luminița și Florin Botoșineanu

POLIROM
2022

Cuprins

Introducere.....	9
Capitolul 1. Factorii generali ai comunicării.....	11
1. Comunicarea ca situație tehnică	11
2. Analiza psihosociologică a comunicării	12
3. Factorii determinanți ai comunicării	13
3.1. Rolul actorilor comunicării	13
3.2. Factorii care influențează codul și canalul de comunicare.....	21
3.3. Factorii de context și de mediu.....	25
4. Comunicare bilaterală și feedback.....	27

Partea I

Comunicarea interindividuală

Capitolul 2. Atitudini și comunicare interindividuală. Abordarea nondirectivă ...	31
1. Noțiunea de atitudine	32
2. Funcțiile atitudinilor	32
3. Tipologia atitudinilor interindividuale	33
3.1. Atitudinea de interpretare	33
3.2. Atitudinea de evaluare	36
3.3. Atitudinea de ajutor sau de consiliere.....	37
3.4. Atitudinea de chestionare sau atitudinea de anchetă	40
3.5. Atitudinea de comprehensiune.....	42
4. Situația optimă de comunicare	44
5. Orientarea nondirectivă.....	45
5.1. Acceptarea necondiționată a celuilalt.....	46
5.2. Neutralitatea binevoitoare	46
5.3. Autenticitatea.....	46
5.4. Empatia	47
5.5. Originea industrială a interviului nondirectiv.....	48

Capitolul 3. Tehnicile de culegere a informației în situație interindividuală.....	50
1. Interviu nondirectiv	50
1.1. Preeminența climatului asupra tehnicii.....	50
1.2. Problema formulării temei	51
1.3. Diferite tipuri de intervenții	52
1.4. Tăcerile în cadrul interviului	55
1.5. Aplicațiile interviului nondirectiv.....	57
2. Interviu ghidat	58
3. Interviu focalizat.....	60
4. Chestionarul.....	60
4.1. Rolul esențial jucat de ancheta preliminară	61
4.2. Verificarea chestionarului preliminar.....	61
4.3. Chestionarul final.....	62
4.4. Diferitele tipuri de întrebări care pot fi utilizate	63
5. Relațiile dintre situația de anchetă și informația obținută.....	64
Capitolul 4. Dimensiunea nonverbală a comunicării	67
1. Funcțiile comunicării nonverbale	68
1.1. Funcția de informare cu privire la emițător.....	68
1.2. Funcția de susținere a limbajului	69
1.3. Funcția cvasilingvistică	69
2. Specificul limbajului nonverbal	70
2.1. Unitatea de loc	70
2.2. Unitatea de timp	70
3. Rolul figurii și al mimicii	71
3.1. Privirea.....	71
3.2. Surîsul	72
4. Posturile și gesturile în comunicare	72
4.1. Posturile	72
4.2. Gesturile	73
5. Rolul spațiului și al distanțelor.....	75
6. Importanța nonverbalului în comunicare	76

Partea a II-a

Comunicarea în grupuri

Capitolul 5. Comunicare și procese de grup.....	81
1. Curentul dinamic: contribuția lui Kurt Lewin	82
1.1. Funcțiile exercitate în grupuri	83
1.2. <i>Leadership</i> -ul în grupuri.....	84
2. Curentul interacționist	86
3. Curentul psihanalitic	87

4. Cercetări asupra fenomenelor de grup.....	92
4.1. Stiluri de <i>leadership</i> și procese de grup (Lippitt și White, 1947) ...	92
4.2. Devianță, respingere și comunicare în grupuri (Schachter, 1965)...	94
4.3. Coeziunea în grupuri.....	96
4.4. Schimbarea socială în grupuri (Lewin, 1947)	98
Capitolul 6. Tehnici de grup.....	101
1. Situații de grup centrat pe grup: grupul de diagnostic	101
1.1. Tehnica grupului de diagnostic	102
1.2. Evoluția unui grup de diagnostic.....	103
1.3. Avantaje și aplicații ale grupului de diagnostic	104
1.4. Freud și teoria hoardei primitive.....	105
2. Situații de grup centrat pe sarcină: tehnica de conducere a întrunirilor	106
2.1. Componentele unei situații de grup centrat pe sarcină	106
2.2. Funcția de animator: principii generale.....	107
2.3. Diferite tipuri de întruniri.....	108
2.4. Tehnica de animare a unei întruniri	111
3. Principii și tehnici ale creativității în grup.....	115
3.1. Principii de bază ale creativității în grup.....	115
3.2. Exemplu de tehnică de creativitate în grup: <i>brainstorming</i> -ul	117
4. Observații finale	119
Capitolul 7. Observarea și consemnarea proceselor de grup.....	120
1. Grila de observație a lui Bales	120
1.1. Bazele teoretice	120
1.2. Instrumentul de observare: categoriile lui Bales.....	121
1.3. Metodologia codării.....	124
1.4. Avantaje și limite	124
2. Abordarea socioafectivă: sociometria	125
2.1. Cele două noțiuni de bază.....	125
2.2. Principiile tehnicii	126
2.3. Indicii sociometrici.....	127
2.4. Reguli de interpretare	129
2.5. Sociogramele	130
2.6. Aplicațiile sociometriei	133

Partea a III-a

Abordări experimentale ale fenomenelor de grup

Capitolul 8. Comunicare și influență socială	137
1. Abordarea experimentală a influenței	137
2. Informație și influență: Celălalt absent	138
2.1. Experimentul lui Moore (1921)	138
2.2. Experimentul lui Asch (1940)	140

3. Informația și crearea de norme în grup (Sherif, 1936)	141
4. Conformismul de grup (Asch, 1951, 1956)	143
4.1. Dispozitivul experimental	143
4.2. Rolul unanimității	145
4.3. Rolul dimensiunilor grupului	145
4.4. Rolul autorității	146
4.5. Erorile de compromis	146
4.6. Elementele analizei: influența informațională și influența normativă	148
4.7. Despre tehnica turului de masă	148
5. Subordonarea față de grup și față de autoritate (Milgram, 1971)	149
5.1. Subordonarea față de grup (Milgram, 1974)	150
5.2. Subordonarea față de autoritate (Milgram, 1974)	153
6. Rolul minorităților (Moscovici, 1979)	155
7. Concluzie	157
7.1. Crearea unor norme	158
7.2. Socializarea individului	158
7.3. Controlul social	158
7.4. Inovația	158
Capitolul 9. Structura de grup, comunicarea și performanța grupurilor	160
1. Structura de comunicare în discuțiile de grup	160
1.1. Noțiunea de structură de comunicare	160
1.2. Efectul lui Steinzor (1950)	161
2. Rețeaua de comunicare și funcționarea grupurilor	163
2.1. Noțiunea de rețea de comunicare	163
2.2. Rețeaua de comunicare și fenomenele de grup	163
2.3. Rețeaua de comunicare și modelul de sarcină (Flament, 1965)....	166
3. Natura sarcinii, structura de grup și performanța (Faucheux și Moscovici, 1960)	167
4. Rolul reprezentărilor în cadrul fenomenelor de grup (Abric, 1971)	169
5. Distorsiunea informației în comunicarea prin relee (cf. Allport și Postman, 1968)	174
5.1. Cercetarea lui Allport și Postman (1968)	174
5.2. Modelul lui Rouquette (1965)	177
Concluzie	179
Bibliografie	181
Index tematic	189

2. Specificul limbajului nonverbal

Am văzut că prin elementele lexicale emblematice sau prin limbajul emblematic ne aflăm foarte aproape de comunicarea verbală, acum să vedem ce anume dă specificitate comunicării nonverbale.

Mai întâi, cu excepția comunicării sonore sau olfactive (căci există o comunicare olfactivă despre care nu am vorbit din cauza rolului său foarte redus în comunicarea umană), specific comunicării nonverbale este faptul că ea presupune o *unitate de loc* și o *unitate de timp* între emițător și receptor.

2.1. Unitatea de loc

Comunicarea nonverbală ca atare necesită prezența simultană a emițătorului și a receptorului.

2.2. Unitatea de timp

Comunicarea nonverbală este imediată, ea dispărând instantaneu în absența unui sistem de memorare și conservare de tipul celui de care dispune limbajul. De altfel, avantajul cuvintelor este tocmai faptul că sînt independente de loc și de timp.

Apoi, comunicarea nonverbală este un suport privilegiat pentru exprimarea emoțiilor și a sentimentelor, în sensul că registrul în care funcționează este mai spontan, mai puțin codificat și mai complex decît al limbajului verbal. Semnalele nonverbale ne permit să traducem și să percepem intensitatea afectivă a mesajului. Fatalmente mai puțin controlat, nonverbalul este o sursă de informații prețioasă în interacțiune. Anumite gesturi, anumite reacții mimice vehiculează implicitul și nerostitul. Ele transmit mai multe despre realitatea existenței și o fac în asemenea măsură încît, așa cum arată Cosnier (1977), atunci cînd într-o interacțiune apar discordanțe, chiar contradicții între ceea ce se spune (indicele verbal) și gesturile sau modalitățile de exprimare aferente (indicele vizual), ultimele provoacă impresiile dominante. Lucrările lui Mehrabian (1971) sînt deosebit de edificatoare cu privire la acest aspect al nonverbalului. Studiind experimental factorii care determină simpatia dintre interlocutori, el a fost în măsură să pună în evidență factorii care fac simpatie pe cineva în timp ce comunică. Judecata pozitivă globală asupra celuilalt depinde de :

- sensul cuvintelor, în proporție de 7% (apreciere verbală pozitivă) ;

- maniera în care acestea sînt exprimate, în proporție de 35% (apreciere vocală pozitivă);
- exprimarea kinetică și mimică, în proporție de 58% (apreciere kinetică pozitivă).

Constatăm astfel încă o dată rolul esențial al observației în controlul unei interacțiuni. A-l asculta pe celălalt și a-l înțelege înseamnă deopotrivă a înțelege ceea ce spune acesta și a observa și a decoda semnele nonverbale care însoțesc exprimarea.

Prezentarea factorilor nonverbali ai comunicării putînd face în sine subiectul unei lucrări întregi, am ales să prezentăm aici doar acele componente ale dimensiunii nonverbale care ni se par esențiale în situațiile de comunicare, și anume figura și mimica, gesturile și, în sfîrșit, tipul de spațiu în care se desfășoară interacțiunea.

3. Rolul figurii și al mimicii

În orice interacțiune directă, percepția figurii celuilalt este imediată și adesea esențială în decodarea motivației sale de a comunica, expresia feței fiind un element-cheie în orice relație de comunicare, chiar și la anumite animale. Izard (1971), de exemplu, arată că, dacă unei maimuțe i se secționează mușchii ce controlează mimica, absența expresiei care survine astfel are urmări considerabile, între care retrogradarea la baza ierarhiei sociale și creșterea semnificativă a agresiunilor împotriva sa.

Doi indicatori, privirea și surîsul, sînt deosebit de importanți în interacțiunea umană.

3.1. Privirea

Privindu-l pe celălalt îi arătăm că el ne interesează, dar acest fapt este totodată un mod de a ne implica și de a personaliza relația. În situația de interacțiune, absența schimburilor de priviri este o sursă de perturbări. Dacă dorim să interacționăm, îl privim pe celălalt, iar faptul că partenerul de interacțiune nu ne privește generează un profund disconfort și frînează sau anulează implicarea. A comunica înseamnă mai întîi a privi. Confirmînd această realitate, Cook (1984) a arătat că, în cultura noastră, cu cît o persoană își privește mai mult interlocutorul, cu atît acesta are sentimentul mai pregnant că e apreciat.

Bineînțeles, există multiple moduri de a privi, fiecare avînd o semnificație specifică: există priviri „ucigătoare” sau batjocoritoare, dar și, la polul opus, altele care exprimă ascultare și centrare pe Celălalt, așadar avem priviri facilitatoare, după cum avem și priviri perturbatoare. Importanța și consecințele privirii sînt afectate de trei tipuri de variabile: culturale, sociale și situaționale.

- *În funcție de contextul cultural*: privirea este mai acceptată sau mai puțin acceptată, în anumite cazuri putînd fi trăită/receptată de subiect ca o agresiune, chiar ca o amenințare la adresa integrității sale fizice.
- *În funcție de statutul social*: Exline (1971) a putut demonstra că, într-o situație de interacțiune ierarhizată, subiectul dominat își privește superiorul mai mult cînd îl ascultă pe acesta decît atunci cînd îi vorbește. Dimpotrivă, subiectul cu statut social superior are tendința să îl privească mai mult pe celălalt atunci cînd îi vorbește acestuia decît atunci cînd îl ascultă.
- *În funcție de situație*: în situațiile clare, privirea susține comunicarea și facilitează interacțiunea. Din contră, dacă (indiferent de motiv) situația este ambiguă, privirea provoacă jenă sau retragere (*cf.* Ellsworth și Ludwig, 1972).

3.2. Surîsul

După cum am arătat deja, calitatea unei comunicări se bazează în mod fundamental pe calitatea climatului relațional, surîsul fiind, în cadrul unei interacțiuni, unul dintre elementele-cheie – dacă nu cumva cel mai important – al acestui climat. Componentă esențială a ascultării active, surîsul indică, într-adevăr, disponibilitatea pentru comunicare, precum și acceptarea Celuilalt. În plus, el mai are o caracteristică interesantă: este adesea contagios. Dacă rîsul e exprimare, surîsul e comunicare. Vorbim aici, bineînțeles, de surîsul „adevărat”, nu de rictusuri sau de multitudinea de surîsuri „negative”.

4. Posturile și gesturile în comunicare

4.1. Posturile

Numim „postură” poziția și orientarea corpului în timpul interacțiunii. Este o modalitate de exprimare kinetică, cu alte cuvinte, o manifestare a limbajului corporal. Fiecare element kinetic poate fi considerat indicatorul unei

stări afective, al unei motivații, al tipului de relație socială în care sînt angajați interlocutorii. De altfel, H. Wallon (1960) considera că postura este vectorul primordial al funcției de exprimare.

De la W. James (*apud* Corraze, 1980) începe, majoritatea autorilor concordă în a defini patru posturi fundamentale, fiecare corespunzînd unei atitudini specifice, determinînd sau dezvăluind tipul de relație pe care vorbitorul încearcă să o stabilească, în mod conștient sau nu, cu interlocutorul său.

- *Postura în expansiune*, cu capul, trunchiul și umerii în extensie, se manifestă (sau e percepută) ca o atitudine de dominare sau de dispreț la adresa Celuilalt.
- *Postura de respingere*, cu corpul (în particular capul și bustul) întors în raport cu celălalt, evitînd poziția față în față, este asociată unei atitudini de refuz al Celuilalt sau de teamă de relație.
- *Postura de contracție*, cu capul plecat și umerii aduși în față, indică o atitudine de supunere sau de epuizare și de renunțare la relație.

Fiecare dintre aceste trei posturi este așadar un obstacol în calea comunicării autentice și generează mecanisme de apărare, de blocaj sau de demotivare pentru exprimare.

- *Postura de apropiere*, cu bustul și capul înclinate spre celălalt, cu brațele și mâinile deschise, este postura atitudinii de întîmpinare, de ascultare, de centrare asupra celuilalt. Contrar posturilor anterior discutate, aceasta este unul dintre elementele determinante ale unui climat relațional pozitiv. Este postura dominantă în ascultarea activă.

Postura fiind un indicator al motivațiilor și al atitudinilor celui care o realizează, orice schimbare pe care un locutor o realizează din acest punct de vedere în timpul unei interacțiuni are o anumită semnificație, indicînd evoluția și transformarea atitudinilor sale și ale înseși relației cu celălalt. Pentru observator, ea constituie o informație esențială cu privire la respectiva persoană.

4.2. Gesturile

Gesturile sînt determinate de cinci factori esențiali (Martin, 1999): rădăcinile noastre (istoria personală), cultura noastră, statutul social, starea noastră psihică și contextul în care acestea se manifestă. Asemenea posturilor, gesturile sînt un indicator al stării locutorului, al motivațiilor sale și al tipului de relație pe care intenționează să îl stabilească. Scăpînd adesea

controlului conștient, ele oferă unui observator avizat indicații prețioase cu privire la experiența și atitudinile reale ale emițătorului, fiind o modalitate de înțelegere a nerostitului. Ele dezvăluie adesea realitatea, mascată sau cenzurată la nivelul limbajului verbal, sub rezerva că interpretarea lor necesită o anumită prudență, din moment ce, așa cum am menționat deja, semnificația unui gest depinde în mare măsură de contextul sociocultural în care se derulează interacțiunea.

Esențiale în comunicare, ele pot deopotrivă să faciliteze și să potențeze exprimarea sau să perturbe schimbul și relația. Așadar, cum arată Martin (1999, p. 95), se pot distinge două mari categorii de gesturi :

Gesturile „negative”

Dacă obiectivul este comunicarea, acestea sînt de evitat, întrucît compromit transmiterea și înțelegerea mesajului. Tipuri :

- *Gesturile joase* : toate gesturile orientate în jos vehiculează semnificații sau afecte negative.
- *Gesturile centrate pe sine* : semnalînd o absență a interesului pentru Celălalt, sînt indicatorii unei relații egocentrice.
- *Gesturile-„barieră”* (de exemplu, mîinile orientate în față, cu palmele întoarse spre Celălalt) : sugerează refuzul sau o frontieră care nu poate fi depășită.
- *Gesturile parazite* : fără legătură cu mesajul sau în decalaj cu acesta, ilustrează dificultățile pe care le întîmpină emițătorul (stres, oboseală) sau o agresivitate latentă.

Gesturile pozitive

Sînt cele care facilitează comunicarea ilustrînd-o, punctînd-o, întărind-o. Ele sînt esențiale pentru crearea unui climat ce favorizează exprimarea emițătorului și înțelegerea și adeziunea receptorului.

- *Gesturile deschise* : sinonime cu deschiderea, dispoziția spre schimb. Sînt asociate cu sinceritatea și bunăvoința. Iau adesea forma unor gesturi rotunde, gesturi care liniștesc și dau dovadă de o anumită blîndețe.
- *Gesturile extravertite* : se îndreaptă spre ceilalți fără agresivitate. Indică o dorință de interacțiune și de apropiere.
- *Gesturile de punctare* : accentuează și ritmează exprimarea. Dovedesc ascultare (de exemplu, mișcarea în sus și în jos a capului) sau o dorință de a convinge.
- *Gesturile revelatoare* : sînt, în general, necontrolate și corespund „gesturilor care denunță”, dezvăluind starea psihică și adevăratele gînduri ale autorului. Se disting două tipuri :

- 1) *Autoatingerile* : centrate pe sine (de exemplu, scărpinatul în cap, atingeri ale mâinii/feței etc.), aceste gesturi exprimă dificultățile locutorului în cadrul situației și reprezintă, într-un fel, o activitate de eliberare de stres sau o manifestare a unor dificultăți cognitive. Ele îl calmează și îl ajută pe cel care le produce, dar sînt și un indicator prețios al stării lui emoționale. Autoatingerile sînt de altminteri unul dintre indicatorii cei mai fiabili ai minciunii, fiind semnificativ mai bine reprezentate la locutorul care minte (*cf.* Abric, 1992).
- 2) *Gesturi derivative* : este vorba, spre exemplu, de acele gesturi constînd în a apuca sau a învîrți în mâini un obiect (un stilou, ochelarii, o foaie de hîrtie). Ele semnaleză o tensiune internă și vizează reducerea stresului sau încercarea subiectului de a se autocontrola.

5. Rolul spațiului și al distanțelor

Organizarea concretă a spațiului în care se desfășoară interacțiunea, precum și distanța care separă diferiții locutori joacă un rol esențial în comunicare. Transmitem mesaje nu doar prin cuvinte, ci și prin intermediul spațiului și al distanțelor. Organizarea spațiului vehiculează o semnificație socială și indică tipul de relație pe care o urmăresc interlocutorii. Ea este determinată de un ansamblu de factori (*cf.* De Vito, 1993, p. 117) :

Poziția socială : Oamenii stau mai aproape unii de alții atunci cînd au același rang social. Atunci cînd două persoane ocupă o poziție socială diferită, cea de rang mai înalt se poate apropia mai mult de celălalt decît interlocutorul său.

Cultura : În raport cu locuitorii din sudul Europei sau din Orientul Mijlociu, canadienii stau relativ departe unii de alții atunci cînd conversează. Arabii, dimpotrivă, se plasează mult mai aproape de interlocutor decît canadienii. La fel, italienii și spaniolii păstrează o distanță mai mică între ei și persoanele cu care interacționează decît o bună parte din europenii din nord.

Contextul : Cu cît spațiul comunicării este mai vast, cu atît distanța interpersonală se diminuează. Distanța dintre două persoane va fi așadar mai mică într-o sală mare decît într-o încăpere de mici dimensiuni.

Subiectul tratat : Ne ținem mai aproape de o persoană cu care vorbim lucruri intime sau căreia îi dezvăluim un secret. Dimpotrivă, cînd abordăm chestiuni impersonale sau generale, avem tendința să ne îndepărtăm. În plus, este mai probabil ca un individ să micșoreze distanța față de interlocutor dacă acesta îl feliicită decît atunci cînd îi adresează reproșuri.

Sexul și vârsta : Femeile se apropie mai mult una de alta decît bărbații, iar distanța dintre interlocutorii de sex opus este mai mare. În ce privește copiii, ei mențin o distanță mai mică decît adulții, ceea ce demonstrează că respectarea unei anumite distanțe ilustrează un comportament dobîndit.