

CUPRINS

Introducere	9
PARTEA I. Educația, idealul de viață, ambiguități și implicații ale schimbării	21
Idealul educațional și idealurile de viață	23
Ambiguitățile schimbării în educație	37
Noi și ceilalți. Educația și alteritatea	53
Implicații psihologice ale schimbării. Comunicarea în consilierea școlară	85
PARTEA a II-a. Profesorul și valorile sale	143
Valorile personalului didactic universitar (cu peste 20 de ani vechime)	145
Valorile personalului didactic universitar (cu până la 15 ani vechime)	156
Trăsăturile și dinamica universului axiologic al personalului didactic universitar	170
Valorile personalului didactic din învățământul preuniversitar	182
Metamorfoze axiologice în perioada formării inițiale a viitorilor profesori pentru învățământul primar și preșcolar	221
Dimensiunea morală, o dimensiune neglijată în formarea continuă a cadrelor didactice	253
PARTEA a III-a. Provocări, confruntări, căutări	267
Școala și starea interogativă	269
Perenitatea și efemeritatea lecturii	339
Profesorul-director, responsabilitatea conducerii și pasiunea cunoașterii	354
Nouă paradoxuri ale evaluării personalului didactic	382
Elevul și strălucirea lui (sau cum să ne raportăm la elevul supradotat)	399
Rușinea, dovadă a educației sau semn al slăbiciunii ei	416
În loc de încheiere. Statutul pedagogiei și starea educației	441
Anexa 1	465
Anexa 2	467
Anexa 3	470
Anexa 4	472
Abstract	474
Resumé	477
Bibliografie	481

IMPLICAȚII PSIHOLOGICE ALE SCHIMBĂRII. COMUNICAREA ÎN CONSILIEREA ȘCOLARĂ

Introducere

Ca act de sprijin proiectat și desfășurat într-un context profesional, securizat și securizant, confidențial și derulat până la depășirea momentului existențial care l-a declanșat, consilierea este – în mod fundamental – o întâlnire specială între doi oameni:

a. unul, care se află într-o perioadă fragilă, extrem de vulnerabilă, confuză a vieții sale, pe care nu o poate depăși singur sau ajutat de cei apropiați lui (fie din punct de vedere contextual-instituțional, fie din punct de vedere particular-sufletește);

b. altul, capabil, pregătit și preocupat explicit și profesional, cognitiv și emoțional de a lua act de perioada în care se află celălalt, motivat să-i înțeleagă situația, starea (de îngrijorare, neliniște, neputință, dezamăgire sau decepție), slăbiciunea.

Această solicitată întâlnire de către persoana aflată în declin sufleteș declanșează – și poate institui – o relație interpersonală. Ca orice relație umană, ea poate continua până la restabilirea sufletească a celui aflat în fața unei mari presiuni a vieții, sau se poate destrăma într-un timp relativ scurt. Continuarea sau, deopotrivă, destrămarea ei sunt (în mare măsură) legate de eficiența, profunzimea, sinceritatea, claritatea, extinderea comunicării între persoanele aflate – de voie, de nevoie – în întâlnirea de sprijin. Pe scurt, relația de consiliere depinde de implicarea părților și de încrederea instituită între ele.

Comunicarea, în încercarea de cuprindere a ei

Comunicarea interpersonală este nucleul procesului de consiliere. Ea reprezintă o interacțiune conceptuală – de gânduri și de idei –, emoțională – de trăiri afective – și experiențială, deopotrivă, a interlocutorilor. Avem de-a face cu două persoane apte să tranzacționeze ceea ce cred că este necesar în conversația creată (cu mai mult sau puțină intenție), pentru ca aceasta să aibă sens, legitimitate.

Comunicăm pentru a transmite informații, date, impresii, puncte de vedere, dar nu numai atât. Orice mesaj transmite, înainte de toate, într-adevăr, un conținut (concepțe, informații, opinii, judecăți, sentimente, stări emoționale, așteptări, anticipări), dar – în același timp – are tendința să instituie, aproape simultan, o anumită relație între interlocutori (Marc, 2010b).

Prin urmare, comunicarea este atât un prilej de transmitere și de schimb de informații și semnificații între locutori, dar și un mijloc de instaurare și menținere a relațiilor de bunăvoință între indivizi, asigurând – totodată – un anumit și dinamic echilibru (micro)social. Oamenii comunică impulionați de anumite motive (mai mult sau mai puțin imediate), pentru a(-și) atinge anumite scopuri concrete (mai mult sau mai puțin urgente) și/sau pentru a(-și) realiza anumite obiective psihologice (mai mult sau mai puțin conștientizate). Dintre acestea speciliștii (Floyd, 2013; Marc, 2010b) menționează:

Rațiuni identitare

Identitatea este atât o condiție a actelor de comunicare, dar și un obiectiv psihologic. Felul în care comunicăm cu ceilalți și modul în care ceilalți comunică cu noi „joacă un rol fundamental în modelarea viziunii despre sine” (Floyd, 2013, p. 27). În fond, identitatea ni se dezvoltă de-a lungul întregii vieți, iar comunicarea joacă un rol semnificativ, de prim ordin în derularea acestui proces. Pe lângă faptul că ne ajută să ne exprimăm identitatea personală, ea – comunicarea – facilitează și exprimarea identității noastre culturale (*idem*, p. 28).

Prin comunicare, urmărim să fim recunoscuți, să ni se confirme că existăm, că suntem vii. „Căutarea recunoașterii – precizează Ed. Marc (2010a) – care stă la baza majorității actelor de comunicare se supune unei motivații fundamentale, *căutarea valorizării* (care înseamnă a exista în ochii celuiilalt, a fi apreciat ca ființă umană, a fi apreciat ca interlocutor de încredere, a fi recunoscut ca individualitate etc.).”

Dacă identitatea se manifestă ca un țel al comunicării interpersonale, ea este, în același timp, și o rezultată a sa. „Imaginea despre noi înșine – susține profesorul parizian – se construiește prin interacțiunile cotidiene și prin imaginile pe care acestea le produc; reprezentarea și stima de sine decurg pentru o mare parte dintre noi din «oglanda celuiilalt», fiind feedback-ul pentru mesajele pe care le transmitem” (pp. 44 – 45).

Desigur că, sub acest aspect, comunicarea cu ceilalți comportă riscul atât al unei înțelegeri greșite, deformată a ideilor și opiniilor noastre, dar și al infirmării sau al devalorizării. De aceea, anumite persoane (și în anumite

circumstanțe) preferă să tacă (bunăoară, într-un grup mai mult sau mai puțin numeros). Ele se tem de judecata celorlalți, le este frică să nu fie considerate neinteresante, inoportune, neinspirate.

Rațiuni relaționale

Ca ființe umane, avem nevoie de relații, iar comunicarea cu ceilalți constituie „o componentă importantă a modului în care construim sau menținem relațiile respective” (Floyd, 2013, p. 26). Potrivit lui Ed. Marc (2010a), „comunicarea reprezintă o etapă obligatorie pentru a intra în relație cu cineva, indiferent care ar fi motivațiile (sociale, profesionale, afective, utilitare ș.a.m.d.)” (p. 45). Din punct de vedere psihologic, este vorba de nevoia de a ne simți atașați, de nevoia de susținere, de înțelegere și de gratificare, de nevoia de companie, de evadare din singurătate, de nevoia de afectiune, de iubire.

K. Floyd (2013) ține să precizeze faptul că „simpla narațiune nu este, totuși, suficientă: studiile relevă că implicarea în conversații *semnificative* induce fericirea, în timp ce «discuțiile banale» sunt asociate cu o diminuare a stării de bine” (p. 27, s.a.). Pe scurt, este limpede pentru marea majoritate dintre noi faptul că relațiile personale joacă un rol esențial pe întreg parcursul vieții, iar comunicarea cu semenii – mai apropiați sau mai îndepărtați din punct de vedere simpatetic-emoțional – ne ajută să le formăm, să le conștientizăm rolul în exprimarea de sine și să le menținem.²⁹

Rațiuni de influențare

Multe acte de comunicare au drept scop determinarea interlocutorului să acționeze într-un anumit fel, seducerea, amenințarea, dirijarea. Sunt implicate strategiile de coerciție, de manipulare, care instaurează un raport

²⁹ Din păcate, sunt momente în evoluția societății (occidentale) când comunicarea de la om la om, onestă și deschisă, este descurajată, evitată, subapreciată. Pare că o asemenea tendință este resimțită de la o vreme în existența noastră. Într-un asemenea context, în cadrul unui discurs ținut la Berlin, în 1960, celebrul fizician J. Robert Oppenheimer mărturisea: „am fost intens preocupat de faptul că, în această lume, noi am pierdut în asemenea măsură deprinderea de a sta de vorbă unii cu alții. În marea succesiune de profunde descoperiri, ne-am depărtat mult unii de ceilalți în tradiție și, într-o anume măsură, chiar și în limbaj. Nu mai avem nici timpul, nici priceperea, nici dăruirea necesare pentru a ne spune unul altuia ce am aflat, nici pentru a asculta sau auzi, nici pentru a primi cu brațele deschise îmbogățirea în acest mod a culturii comune și a înțelegerii comune. Tânjim însetați după noblețe: prea rarele cuvinte și gesturi care pun în armonie simplitatea și adevărul” (*în Gardner, 2014, p. 217*).

de forțe între interlocutori, marcate de tensiune, efort și strategii de seducție care urmăresc un raport de complicitate, de atracție, de asimilare.

Rațiuni spirituale

Aceste rațiuni includ principiile apreciate în viață, ca piloni ai derulării și dezvoltării ei, moralitatea interlocutorilor, ideile lor despre ceea ce este – în mod fundamental – corect și ceea ce este greșit. Ele presupun convingerile noastre referitoare la semnificația vieții și a morții. Din acest punct de vedere, comunicarea le permite oamenilor să-și exprime stările axiologice fundamentale ale personalității, precum credința, valorile și opțiunile profunde. Ea le permite posibilitatea împărtășirii celorlalți a ideilor și practicilor lor filosofice, religioase, spirituale.

Rațiuni instrumentale

Comunicarea îi ajută pe oameni să-și atingă obiectivele lor practice, cotidiene, să-și îndeplinească multe dintre sarcinile zilnice. Componentele practic-instrumentale ale comunicării „pot să nu contribuie întotdeauna cu mult la îmbunătățirea sănătății, identității sau spiritualității noastre, precizează K. Floyd (2013). Totuși, fiecare comportament este valoros, deoarece servește o necesitate (și un obiectiv – n.n. – G.A.) care ne ajută să ne comunicăm existența cotidiană” (p. 29).

Rezumând, putem spune că existența competenței de comunicare la o persoană este dată de capacitatea ei de a comunica în moduri eficiente și adecvate în funcție de particularitățile situației (oportunități și constrângeri) în care se găsește la un moment dat. Pe de o parte, comunicarea eficientă constă în atingerea obiectivelor ei, iar pe de altă parte, comunicarea adecvată „respectă regulile și expectanțele care se aplică într-o situație socială”, reguli care reglementează conversația între interlocutori (*idem*, p. 46).

Potrivit lui Ed. Marc (2010a), în comunicarea interumană intervin următoarele procese psihologice.

a. *Anticiparea* (în privința emitătorului)

Astfel, în funcție de mizele comunicării și de propriile obiective, locutorul își face un calcul anticipativ în ceea ce ar putea spune, calcul ce are în vedere modul în care el – locutorul în cauză – ține seama, se raportează și la modul în care îl percepe și îl situează pe interlocutor în contextul relațiilor și al vieții sale.

Când se raportează la celălalt, ca partener de dialog, vorbitorul se raportează întotdeauna la imaginea pe care o are despre el. Aceasta din urmă – imaginea – îi influențează conținutul și stilul comunicării. Reprezentarea

celuilalt – ca om și ca interlocutor – conține date despre el (încărcate mai mult sau mai puțin subiectiv), dar și așteptări, anticipări în ceea ce privește reacțiile posibile la mesajele pe care le transmite vorbitorul (bunăoară, cele potrivit întrebării: „cum va reacționa la ceea ce vreau să spun?”).

Cel mai adesea, anticiparea se sprijină pe experiența (atâta câtă este, dacă este) cu interlocutorul și – în bună măsură – pe cunoașterea de sine a locutorului însuși: așteptările, dorințele, angoasele, sensibilitățile și fragilitățile sale. În esență, calculul anticipativ are în vedere atât riscurile, cât și beneficiile (în sensul minimalizării riscurilor și al maximizării câștigurilor).

b. *Compromisul* (în privința mesajului)

Ca cel de-al doilea proces psihologic al comunicării interumane, compromisul nu este o prezență conjuncturală. În atare condiții, mesajul poate apărea ca *o formă de compromis* între a spune și a tăcea, care antrenează cenzurarea, inhibarea, autoconstrângerea, discernământul, noncomunicarea verbală. El exprimă, totodată, „intenția comunicativă a locutorului și mecanismele de apărare folosite, plecând de la un calcul anticipativ care include imaginea interlocutorului și reacțiile sale posibile” (Mark, 2010a, p. 49).

c. *Interpretarea* (în privința receptării)

În actul comunicării (interpersonale), receptorul este protagonistul unui proces de interpretare. C-o vrem sau nu, este întotdeauna implicat un proces inferențial, care „are la bază un univers de reprezentări și de semnificații comune, dar și o grilă de interpretare proprie receptorului” (*idem*, p. 49).

În context comunicațional, interpretarea este „o operație de evaluare centrată pe ego, adică de atribuire a unor semnificații și intenții în funcție de motivațiile profunde ale receptorului” (*ibidem*). Interlocutorul face apel la mecanisme de selecție, de accentuare sau de estompere, de deformare, de inferență etc. Acest proces interpretativ explică de ce mesajul primit diferă – într-o proporție mai mare sau mai mică – cel mai adesea de mesajul emis. Cum se vede, receptorul nu este niciodată un spectator neutru, pasiv. El „filtrează, decodifică, selecționează, reinterpretează informația primită” (Dortier, 2010, p. 19). Cu atât mai mult vorbitorul, care dă conținut și întreține, dezvoltă convorbirea.

Potrivit lui K. Floyd (2013), un bun comunicator are, în principiu, următoarele caracteristici (pp. 48 – 50).

• *Monitorizarea sinelui*

Persoanele care comunică bine își conștientizează comportamentul și efectul lui asupra celorlalți. Cercetătorii numesc această conștientizare *automonitorizarea emoțiilor*. Cu riscul de a părea false sau extrem de

controlate, acest tip de persoane acordă o foarte mare atenție felului în care arată, în care vorbesc și se comportă în diferitele situații sociale date. „Persoanele care se monitorizează foarte atent – precizează profesorul de la Arizona State University – prezintă adesea niveluri sporite de inteligență socială și emoțională, calități care le permit să înțeleagă bine comportamentele sociale și emoționale ale celorlalți” (2013, p. 48). Pe scurt, un bun comunicator conștientizează modul în care comportamentul său (verbal, nonverbal și paraverbal) îi influențează pe interlocutorii săi.

- *Adaptabilitatea*

Persoanele care comunică în mod competent sunt capabile să perceapă ce anume este (sau va fi) adecvat și eficient într-un anumit context colocvial sau altul, iar apoi își vor schimba comportamentul în raport cu particularitățile acestuia.

- *Capacitatea empatică*

Persoana înzestrată cu abilități de comunicare are capacitatea de a se orienta către celălalt, de a-i înțelege gândurile și stările emoționale. Ea dorește să se identifice cu stările interioare ale interlocutorului său *ca și cum* ar fi ale sale, să simtă cât mai fidel ce simte acesta, fără a uita condiția lui *ca și cum*.

A fi empatic nu este la îndemâna oricărei persoane (absorbită și presată de preamultele probleme ale vieții sale cotidiene). Ea cere răbdare, experiență, imaginație, memorie afectivă, bunăvoință, sensibilitate, introspecție, grijă pentru celălalt, interes pentru cel de lângă noi (sau din fața noastră).³⁰

În calea realizării înțelegerii empatică, Ed. Morin (2010) constată următoarele obstacole.

Primul, este „incapacitatea de a ne înțelege pe noi înșine, incapacitatea de a ne «autoasculta»”; adică, altfel spus, este vorba de „minciuna în legătură cu sine, proces ce funcționează fără încetare” (p. 31). Există mereu – notează sociologul francez – „o parte din noi care ne înșală, care ne minte, care ne face să uităm ceea ce ne displace și scoate în relief ceea ce ne place” (*ibidem*);

Cel de-al doilea obstacol (cea de-a doua dificultate) în înțelegerea celuiilalt se concretizează în „tendința de a-l reduce la o personalitate stereotipă, de a-l închide într-o imagine rigidă, ignorând multipotențialitatea sa,

³⁰ Ne permitem să invocăm – cu încredința cititorului (și pe seama timpului său) – și lucrarea noastră anterioară *Educația, profesorul și vremurile*, apărută la Editura Paralela 45 din Pitești, în anul 2009, unde sunt analizate și alte aspecte, ipostaze legate de problematica empatiei.

multipersonalitatea sa” (*ibidem*). Din păcate, în superficialitatea și în graba celor mai mulți dintre noi (eventual, în îngâmfarea unora), în încercarea de a-l defini pe celălalt, îl reducem la o simplă trăsătură, la un singur episod al vieții sale, îl etichetăm (și foarte rar ne mai schimbăm o asemenea percepție despre el/ea).

- *Complexitate cognitivă*

Cum se vede, un bun comunicator este dotat cu – ceea ce specialiștii numesc – complexitate cognitiv-conceptuală. Este vorba de capacitatea de a lua în considerare nu numai marea complexitate a personalității interlocutorului, a problemelor și a lumii lui interioare, dar și de abilitatea de a lua în considerare o varietate de explicații „și de a înțelege o situație dată în multiple feluri” (Floyd, 2013, p. 49).

- *Etica*

Orice bun comunicator ține seama de codul etic al desfășurării întrevederii date. Reglată de valorile etice, comunicarea implică, în general, tratamentul just al celorlalți, onestitate și evitarea comportamentului imoral. „Considerentele etice – precizează profesorul nord-american – sunt adesea foarte importante atunci când suntem implicați în strategii de obținere a cooperării” (*ibidem*).

Totodată, persoanele care comunică bine, ușor, competent sunt conștiente de faptul că ideile despre etică ale oamenilor variază (în funcție de spațiile culturale, de timpul cultural, de educația și credințele întru care au fost crescuți). Este un lucru comun a ști că fiecare dintre noi este influențat (mai mult sau mai puțin profund) de valorile culturale în care a crescut.

Demn de precizat este și faptul că, un bun comunicator este și cel care știe cum, cât și când să se (auto)dezvăluie. De asemenea, un consilier nu creează un context al respectului, al sincerității, al congruenței, al autenticității, dacă nu dezvăluie și ceva din el însuși, din lumea lui interioară și din experiența sa de viață, dezvoltării făcute cu decență, cu simțul măsurii și cu bună-credință. Autodezvăluirea – atât a consilierului, cât și a clientului – reprezintă un element esențial al reușitei demersului de consiliere.

Din punctul de vedere a lui K. Floyd (2013), comunicarea de sine are câteva atribute importante (pp. 116 – 120).

- a. *Autodezvăluirea este intenționată și sinceră*

Pentru ca un act de comunicare să fie considerat o autodezvăluire, el cere să satisfacă cel puțin două condiții:

- să comunicăm în mod deliberat informații, date despre noi înșine;
- să considerăm că acele informații, date sunt adevărate.

Dacă încălcăm aceste minime condiții, a-i comunica unei alte persoane în mod neintenționat ceva despre noi se numește *scăpare verbală*, iar a-i oferi informații, date neadevărate/false se numește *impostură*, *perversitate*, *nemernicie*, *fraudă*.

b. *Autodezvăluirea variază sub aspectul amplitudinii și al profunzimii*

Conform teoriei penetrării sociale (elaborată de Irwin Altman și Dalmis Taylor), autodezvăluirea, derulată în timp, se aseamănă desprinderii treptate a foilor de ceapă. Cu fiecare autodezvăluire, învățăm tot mai multe despre o persoană, cu care comunicăm și pe care începem – tot mai mult – să o cunoaștem. Potrivit acestei teorii, desprinderea treptată a straturilor, pentru a ajunge să cunoaștem pe cineva, necesită comunicarea unor dezvăluiri (cât mai) ample și (cât mai) profunde. *Amploarea* descrie multitudinea de subiecte despre care discutăm cu o persoană și în raport cu care ea ne face dezvăluiri/ mărturisiri. La rândul său, *profunzimea* descrie cât de personale sau de intime sunt dezvăluirile noastre. Ea depinde, în mare parte, de cât de atent simțim că trebuie să ne protejăm informațiile (private) din aceste dezvăluiri.³¹

c. *Autodezvăluirea variază de la o relație la alta*

Ne este la îndemână înțelegerea faptului că nu toate relațiile se caracterizează prin aceeași amploare și profunzime a autodezvăluirii. Unele relații implică (auto)dezvăluiri profunde, dar foarte puțin ample. Altele sunt caracterizate prin (auto)dezvăluiri ample, dar de o profunzime (foarte) redusă. Alte relații – precum cele dintre prietenii apropiați – se dezvoltă doar prin intermediul unor niveluri superioare atât ca amploare, cât și ca profunzime.

³¹ Întotdeauna în comunicare există o zonă personală, pe care fiecare ne-o protejăm – mai mult sau mai puțin – în raport cu semnificația (pentru noi a) persoanelor cu care comunicăm. *Între comunicare și intimitate* există – precum ne dăm seama – o relație foarte strânsă. Această relație afectează modalitățile în care apreciem informațiile personale și cum, dar și cât și când le valorificăm în comunicare.

Intimitatea poate fi definită ca „spațiul personal, ce nu se dorește a fi invadat de «întruși»” (Duduță, 2013, p. 106). De intimitate ține „tot ceea ce aparține unui individ și nu devine public”. De obicei, se referă la domeniul privat al vieții unui individ (precum bunurile, relațiile, gândurile, sentimentele, experiențele personale). Intimitatea presupune două aspecte fundamentale: pe de o parte, informații despre viața privată a interlocutorilor; pe de altă parte, distanța psihologică dintre ei.

Încălcarea intimității poate determina, în cele mai frecvente cazuri, întreruperea comunicării.

d. *Autodezvăluirea este un proces gradual*

În relații noi, oamenii se dezvăluie adesea lent, la suprafață, comunicând doar puține detalii. Cu cât au încredere mai mare unul în celălalt, cu cât se plac mai mult, ei își oferă (tot) mai multe detalii personale. Există și situații în care oamenii „încep să comunice rapid informații intime, însă autodezvăluirea progresează cu pași mici” (p. 119).

e. *Autodezvăluirile sunt, de obicei, reciproce* (potrivit principiului reciprocității existent în relațiile interumane)

Ne dezvăluim din lumea privată pentru că celălalt o face deja sau pentru a declanșa autodezvăluirea lui, în cazul în care îi este teamă, nu se ia în serios, nu are curaj.

f. *Autodezvăluirea poate servi multor scopuri*

În consiliere, ea poate institui o atmosferă de acceptare, de apropiere, de deschidere, de dezvăluire a problemelor sufletești și/sau existențiale (ce preocupă clientul). De asemenea, trebuie precizat (și) faptul că autodezvăluirea nu este adecvată în toate cazurile. În unele momente, este bine/oportun să fim discreți și să păstrăm informațiile pentru noi (dacă rănesc, dacă mai degrabă răvășesc sau jignesc interlocutorul).

g. *Autodezvăluirea este influențată de rolurile culturale și de gen*

Ca majoritatea deciziilor și a comportamentelor noastre, și autodezvăluirea are anumite avantaje și dezavantaje. Ca avantaje, reținem:

– consolidează relațiile și încrederea: ea contribuie, adesea, la menținerea unor relații de calitate superioară, durabile, stabile, profunde;

– declanșează reciprocitatea: când le facem dezvăluiri altora, aceștia tind – la rândul lor – să ne facă dezvăluiri; prin urmare, o modalitate de a cunoaște (și de a ne apropia de) alți oameni este să le spunem lucruri despre noi înșine. „Când le împărtășim altora informații personale, ei se pot simți mai bine dacă fac la fel, în schimb”, menționează K. Floyd (2013, p. 121);

– se produce descărcarea emoțională; autodezvăluirile adecvate pot constitui o descărcare emoțională; ele pot diminua stresul asociat cu păstrarea unui secret, a unei frământări, a unei bănueli;

– reprezintă un sprijin pentru alții; putem face autodezvăluiri, astfel încât să-i ajutăm pe alții, mai ales atunci când consolăm sau consiliem persoane care trec prin momente/perioade dificile.

Există însă și riscuri ale autodezvăluirii. Între acestea, enumerăm: respingerea, posibilitatea de a-i obliga pe alții, rănirea interlocutorului, încălcarea intimității altor persoane.

În sinteză, stăpânirea exprimării orale (sau scrise), arta argumentării, a ascultării și a empatizării sunt elemente esențiale ale comunicării, în general, și a celei în consiliere, în particular. La toate acestea, adăugăm – ca inerente – politețea și limbajul pozitiv, încurajator, îmbălsămător, consolator.

Politețea, cadru inerent, obligatoriu oricărei comunicări în consiliere

De la o vreme, pare a fi luată ca de la sine înțeleasă existența politeței în comunicarea dintre oameni. Tratată astfel, nu mai facem din ea o preocupare cotidiană sau una de formare la scara sistemului de învățământ. Lăsată la discreția indiferenței, observăm că politețea este din ce în ce mai puțin prezentă în contactele noastre comunicative, dacă nu total ignorată (în preocupările educatorilor, în interacțiunile interpersonale, în viața de zi cu zi).

Or, este important să interiorizăm faptul că orice relație dintre oameni – care se vrea omenească – nu poate trece cu vederea și încălca regulile politeții. Ele sunt și coordonatele între care se desfășoară relația de consiliere, în particular.

Politețea (numită și „știința de a trăi”, „buna creștere”, „bunele maniere” etc.) constă „într-un ansamblu de modele de comportament și de prescripții după care se conduc interacțiunile sociale” (Picard, 2010, p. 105). Ea este resimțită ca necesară, mai ales „în funcția sa de fortăreață împotriva lipsei de civilitate” (*ibidem*).

Politețea constituie „un cod care permite și ușurează contactul în condiții optime: maximizând câștigurile și minimizând riscurile” (*idem*, p. 128).³² Orice act de politețe se manifestă prin dovezi de respect (pentru sine și pentru celălalt). Astfel, *a se respecta pe sine* constă în „a avea o ținută considerată bună: a fi îngrijit, a purta haine curate și cu bun gust, a fi atent la propria comportare și la propriul limbaj.” De asemenea, „a-i respecta pe alții înseamnă a le oferi locul și considerația pe care le merită și nu a abuza de ei. Aceasta se traduce prin dovezi de respect și prin tact” (*idem*, p.127).

Tactul este considerat unul dintre rafinamentele politeții. „A avea tact înseamnă a-i ajuta pe ceilalți să facă o bună impresie societății; de exemplu, a le ignora greșelile și gafele comise” (*ibidem*), a atinge puncte sensibile ale interlocutorului fără a se simți lezat, pus în inferioritate, stigmatizat.

³² Desigur, noi vorbim aici despre – și avem în vedere – *politețea sinceră*; în condițiile în care specialiștii fac distincție între *politețea sinceră* și cea *prefăcută, artificială*, între cea independentă și cea dependentă de context (Duduță, 2013).

Din punct de vedere practic, a avea tact implică a respecta bunurile, proprietatea și teritoriul celuilalt; iar din punct de vedere simbolic, tactul se traduce, în același timp, prin „respectul față de sfera personală, de intimitatea și de secretele celuilalt: nu manifestăm o curiozitate indiscretă; nu obligăm niciodată pe cineva să ne vorbească despre câștigurile sale, despre cheltuielile sale” (*ibidem*). Prin urmare, este vorba despre acea *distanță optimă* (psihologică) față de celălalt: nici prea aproape (căci, am putea să-l deranjăm, să-i invadăm intimitatea), dar nici prea departe (pentru a nu sugera disprețul, respingerea sau, de-a dreptul, indiferența).

Contrar unor idei preconcepute, răutăcioase sau pretins emancipate, politețea nu este nici o formă de etichetă ipocrită sau dezavuată, în numele spontaneității sau al originalității, ci constituie – potrivit D. Picard (2010) – „forma cotidiană a ritualurilor sociale și se dovedește a fi fundamentul relațiilor umane” (p. 125). Chiar dacă formele aparent particulare variază de la o cultură la alta (sau de la un mediu social la altul), peste tot „actele esențiale ale vieții sociale au un aspect ritualizat” (*ibidem*). Putem invoca, bunăoară, salutul pe care îl întâlnim peste tot. Sintagme precum: „bună ziua”, „mulțumesc”, „vă rog”, „poftiți”, „cu ce vă putem fi de folos”, „cu ce să vă ajutăm” etc. sunt principii care răspund unor nevoi fundamentale ale sociabilității (*idem*, p. 126).

Departate de a fi o conduită desuetă (cu atât mai puțin astăzi, în condițiile escaladării violenței și a hiperindividualismului), supraviețuirea unor epoci apuse și dincolo de rolul său de întărire a ordinii sociale și a coeziunii de grup, politețea își asumă, în mod esențial, două funcții:

- una *psihologică*, de protecție a sinelui; politețea apare din nevoia participanților la interacțiune „de a fi respectați, apreciați, dar și din nevoia de libertate de acțiune și de exprimare, scopul final al fiecărui individ fiind atât păstrarea imaginii pozitive proprii, cât și menajarea imaginii pozitive a alocutorului” (Duduță, 2013, p. 192).

- alta *comunicațională*, de înlesnire a contactelor umane; politețea are rolul de a înlătura stânjeneala și încurcăturile ivite între oameni, în anumite momente ale comunicării lor (de exemplu, ordinea prezentărilor, salutarilor, în cazul unor persoane aflate pe poziții profesionale diferite sau a unor persoane care nu s-au cunoscut încă).

Pe scurt, principala caracteristică a politeții, a unui comportament politic o constituie contribuția la menținerea și la dezvoltarea relațiilor interpersonale. Ea – politețea – implică „permanenta atenție acordată celuilalt și sentimentul de responsabilitate față de alocutor” (Duduță, 2013, p. 29; Gurlui, 2009).

R. Lakoff (1977, *apud* Duduță, 2013, pp. 32 – 33) formulează următoarele reguli ale politeții:

- *regula formalității*: conform căreia se cere să nu ne impunem în situația comunicațională, să fim rezervați în raport cu interlocutorul;
- *regula ezitării*: conform căreia emițătorul oferă receptorului posibilitatea alegerii (lăsăm interlocutorului posibilitatea de opțiune);
- *regula egalității*: exprimă cerința ca emițătorul, prin comportamentul său, să-l facă pe receptor să se simtă în largul său.

Circumscrișă mai strict perimetrului comunicațional, politețea se caracterizează „printr-un comportament strategic, prin care emițătorul își modifică enunțurile (în mod) adecvat, în funcție de relația sa cu receptorul, în funcție de distanța socială (și psihologică – n.n. – G.A.), dar și în funcție de baza informațională de care dispune, pentru a asigura un echilibru conversațional și pentru a evita sau a reduce pe cât posibil eventualele tensiuni sau conflicte, care pot apărea în interacțiunea verbală” (Duduță, 2013, p. 192).

Cercetările în domeniu arată faptul că mijloacele de exprimare a politeții se pot distinge de la o cultură la alta și sunt alese în funcție de factorii personali, precum statut social, vârstă, fundalul educațional, gradul de intimitate al relației. În ceea ce ne privește, în cultura română, specialiștii au remarcat *o gradație a politeții* (Duduță, 2013). Din acest punct de vedere, distingem:

- gradul zero de politețe: este primul nivel al politeții, în cadrul căruia se folosesc pronumele personale propriu-zise: tu, voi etc.;
- gradul minim de politețe: este nivelul la care se folosesc formele familiare și afective ale pronumelui de politețe: dumneata, mata, dânsul, dânsa;
- gradul maxim de politețe: este nivelul caracterizat prin formele pronumelui de politețe: dumneavoastră, dumnealui, dumneaei, dumnealor;
- tendința limbii este de a accepta un al patrulea grad de politețe, încadrat în registrul formal, marcat prin formele vechi ale pronumelui de politețe: Domnia Voastră/Sa, Domniile Voastre/Lor.

Se-nțelege că trecerea de la un grad la altul al politeții ține de evoluția relației dintre interlocutori din punct de vedere emoțional-afectiv. Gradele de politețe marchează momentele transformării ei sub aspectul intimității.

Totodată, specialiștii au remarcat faptul că cele mai frecvente formule de politețe, în limba română, sunt:

- formulele de salut: *Bună, Bună-ziuă/seară/dimineața, Salut, Servus, Sărut-mâna, Cu tot respectul*;
- formule de întâmpinare: *Bine ați/ai venit, Bine v-am/te-am găsit*;

- formule de despărțire: *Pa, La revedere, Somn ușor, Noapte bună, Cu bine;*
- formule interogative sau de continuare a conversației: *Ce (mai) faci?, După cum spuneam..., Unde rămăsesem?;*
- formule de mulțumire: *Mulțumesc (frumos), Mii de mulțumiri, Mulțumesc din suflet;*
- formule de exprimare a regretului sau a scuzelor: *Îmi pare rău, Îmi cer scuze, Pardon, Vă rog să mă scuzați, Mii de scuze;*
- formule de urare și felicitare: *Spor la lucru, La mulți ani, Să vă trăiască;*
- formule de invitație: *Mai veniți pe la noi, Vă așteptăm cu drag.*

În urma cercetărilor lor, P. Brown și S. Levinson (1987, *apud idem*, 2013) au ajuns la concluzia că între oameni există/se manifestă mai multe strategii ale politeții (pp. 42 – 44):

- a. formulări directe;
- b. strategii ale politeții pozitive;
- c. strategii ale politeții negative;
- d. strategii de evitare.

Cele mai cercetate au fost strategiile politeții pozitive și cele ale politeții negative. Dacă locutorul manifestă atenție, amabilitate față de interlocutor, atunci el apelează la prima categorie de strategii; dacă, totuși, menține distanța față de acesta, de interlocutor, folosește cu precădere al doilea tip de strategii. În oricare din aceste două situații, „individul urmărește protejarea imaginii proprii, dar și a imaginii partenerului de conversație” (*idem*, p. 12).

În cazul *politeții pozitive*, este vorba de apropierea între colocutori, accelerarea relațiilor dintre aceștia prin intermediul unui limbaj familiar. Strategiile acestui tip de politețe urmăresc „afirmarea (sau chiar exagerarea) simpatiei, admirației față de alocutor, acceptarea acestuia ca membru al grupului din care face parte emițătorul și căutarea permanentă a unui acord între cei doi” (*idem*, p. 42).

Strategiile politeții pozitive constau în:

- manifestarea evidentă a interesului, a aprobării sau a simpatiei față de receptor;
- folosirea unor forme familiare de adresare;
- satisfacerea dorinței interlocutorului de a avea dreptate (prin apelul la subiecte de conversație comune);
- evitarea dezacordului, prin ocolirea răspunsurilor negative la replica partenerului;

- folosirea glumelor, pentru a-l face pe receptor să se simtă în largul lui;
- manifestarea optimismului în privința soluționării problemelor aduse în discuție, pe baza unei bune colaborări între parteneri;
- includerea ambilor parteneri în activitatea avută în vedere, prin folosirea pluralului inclusiv în locul persoanei I sau a II-a singular;
- asumarea sau exprimarea reciprocității, pe baza colaborării între interlocutori, subliniind obligativitatea fiecăruia la anumite acțiuni, respectiv beneficiile obținute în urma acestuia;
- satisfacerea dorinței receptorului de a fi înțeles, ascultat, admirat prin oferirea de replici gratificante.

Politețea negativă se bazează pe evitare, distanță și formalitate; se respectă intimitatea alocutorului. Prin utilizarea strategiilor acestui tip de politețe, individul este atent să păstreze o anumită distanță față de interlocutorul său, cu intenția de a nu-i limita libertatea de acțiune și a asigura o bună funcționare a actului comunicativ.

Pe lume și în relațiile dintre oameni nu există numai politețea. Întâlnim, fără a face un efort prea mare de căutare sau de memorare, și acte de impolitețe. Potrivit specialiștilor, diferența dintre politețe și impolitețe ține de intenție: în cazul politeții, este vorba de intenția emițătorului de a susține imaginea proprie și pe cea a interlocutorului, iar în cazul impoliteții, este vorba de intenția primului de a ataca imaginea celui de-al doilea (Duduță, 2013). Prin urmare, dacă politețea implică o interacțiune menită să mențină o relație armonioasă și să evite conflictele, impolitețea implică o interacțiune cu scopul de a atinge/a afecta imaginea celuilalt. Aceasta din urmă – impolitețea – se asociază cu grosolănia, agresivitatea, necuviințența, atitudinea insultătoare, insolența.

În sinteză, putem spune că impolitețea se referă la comportamentul negativ caracterizat prin „încălcarea unor norme sociale, prin care locutorul realizează intenționat un act de amenințare într-un anumit context, deteriorând astfel atât propria imagine, cât și imaginea interlocutorului” (*idem*, p. 18). Ea este – în ultimă instanță – un exercițiu de putere, fiind strâns legată de acest concept.

J. Culpeper (1987, *apud idem*) consideră că în relațiile interpersonale avem de-a face cu:

- *impolitețe directă* (și strategii ale impoliteții directe), prin care este atacată în mod direct și explicit imaginea interlocutorului, îi sunt negate dorințele și drepturile;

• *impolitețe pozitivă* (și strategii de impolitețe pozitivă), prin care sunt distruse cerințele eului pozitiv al interlocutorului (ignorare, dezinteres, comportament evaziv când s-ar cere luarea în seamă/manifestarea interesului, a-l face pe interlocutor să se simtă incomod, inoportun);

• *impolitețe negativă* (și strategii de impolitețe negativă), prin care sunt distruse cerințele eului negativ al interlocutorului (invadează spațiul acestuia, îl ridiculizează, îi creează un sentiment de teamă, îl pune într-o lumină negativă);

• *impolitețe indirectă* (și strategii ale politeții indirecte), prin care atacul asupra eului interlocutorului se realizează în mod indirect (prin remarci sarcastice, ironii usturătoare etc.);

• *suprimarea impoliteții*, ce vizează evitarea actelor de politețe atunci când acestea sunt așteptate (cum ar fi, de pildă, absența mulțumirilor pentru un serviciu).

Pe lângă politețe și impolitețe, mai întâlnim și *excesul de politețe*. „Actele de politețe prea frecvente – scrie I. Duduță (2013) – sunt considerate a fi un exces de politețe”; el este marcat negativ, datorită sentimentului de neîncredere pe care îl provoacă interlocutorului. El reflectă „un prost management relațional” (*idem*, p. 66). Pare că atât impolitețea, cât și excesul de politețe au efecte negative similare.

Considerăm însă că în comunicarea umană, în general, și în cea desfășurată în cadrul comunicării, în particular, între politețe și conștiința impactului psihologic al cuvintelor există o netăgăduită legătură. Limbajul are – între altele – capacitatea profundă de a comunica afecțiune și de a determina atmosfera emoțională în care are loc întrevederea dintre interlocutori, la un moment dat. Poate fi vorba fie de o stare entuziastă, tonică, robustă, stenică, fie de una posomorâtă, astenică, sceptică, dezamăgitoare.³³

Cuvintele pot aduce alinare, mângâiere, energie sau, dimpotrivă, durere, sfâșiere, suferință, epuizare. În situații deosebite (divorț, pierderea locului de muncă, deces, boală, un șir neîntrerupt de conflicte cu partenerul de viață sau cu propriul copil/propriei copii, șomaj) este (extrem de) important

³³ Considerăm că este oportun să precizăm faptul că limbajul este strâns asociat cu aspecte legate de credibilitate. „Indiferent de pregătirea sau de calificările noastre, precizează K. Floyd (2013), cuvintele pe care le folosim ne pot prezenta drept încrezători, comunicatori demni de încredere sau ne pot face să părem nesiguri pe noi înșine”, șovăielnici, ambigui, ezitanți (p. 179). Credibilitatea noastră stă întotdeauna în spatele cuvintelor noastre, după cum, cuvintele însele ne consolidează sau ne slăbesc credibilitatea.

să recunoaștem sentimentele persoanei în cauză, stările ei sufletești și să-i oferim sprijin, suport emoțional, cuvinte de încurajare și/sau de înțelegere. În fond, că suntem sau nu într-o relație de consiliere, fiecare cuvânt pe care îl rostim reprezintă o șansă de a schimba ceva rău în ceva bun sau de a proteja ceea ce îi apropie pe oameni și le dă speranța de a trăi. Cuvintele potrivite spuse la momentul potrivit pot fi – deseori – darurile cele mai frumoase, cele mai scumpe și cele mai trainice pe care le putem oferi semenilor (Urban, 2007).

Lucrul constant pe care ceilalți îl așteaptă din partea noastră este să știe că *ne pasă de ei*, că faptele lor bune inspiră mulțumire, că au în cine să aibă încredere, cine să-i înțeleagă și să-i consoleze, să le ușureze povara existențială. „Oamenilor le place – notează H. Urban (2007) – să știe că ei contează, că cineva se preocupă de *ei*” (p. 93, s.a.), că pot fi ajutați și că există oameni care să îi încurajeze, să le spună o vorbă bună.

Nu ne putem permite, așadar, să subestimăm importanța și puterea (psihologică, morală a) cuvintelor noastre.³⁴ Ele conțin imbolduri sau descurajări, manifestarea încrederii sau a neîncrederii, pot exprima aspirații sau resemnări, insistențe sau indiferență, admirație sau scepticism/neîncredere, dăruire sau arogantă compătimire. Cuvintele pot schimba vieți (spre amplificarea sau spre stingerea lor). Ele pot face o persoană să fie plină de speranță, fericită, plină de energie, încărcată de un sentiment extraordinar (de vitalitate), voioasă, exuberantă, sau să fie tristă, descurajată, amărâtă, deprimată, derutată, lovită, bolnavă. În acest context, Maya Angelou (*apud* Urban, 2007) afirmă: „cuvintele pătrund în trup. Ele ne pot

³⁴ Potrivit lui H. Urban (2007, p. 225), *cuvintele frumoase* au *puterea*: să ne învioreze, atunci când lumea pare să ne destrame visele; să ne susțină în realizările noastre; să ne facă să râdem, să facem haz de necaz; să ne îmbunătățim imaginea de sine; să ne inspire spre a da tot ce avem mai bun; să ne dea de înțeles că există cineva căruia îi pasă (de noi); să ne ridice moralul; să ne încălzească inima; să ne (re)aducă într-o stare de bine; să ne vindece rănilor (sufletești); să scoată la iveală cele mai bune laturi ale (personalității) noastre; să ne sporească gradul de încredere (în noi înșine și în alții); să ne evidențieze meritele; să ne susțină în momentele grele; de a ne celebra succesele; să ne aline (în) vremurile de răstărire; să ne facă să simțim că noi contăm; să ne ajute să credem în noi înșine; să ne dea un imbold, când suntem nehotărâți, confuzi; să ne furnizeze resurse de energie; să aflăm că suntem apreciați; să ne ofere un suport în momentele critice; să ne furnizeze recunoașterea de care avem nevoie; să ne facă să înțelegem de ce trebuie să fim recunoscători; să ne arate că alții au încredere în noi; să ne lumineze ziua; să ne îmbogățească viețile.

face să ne simțim bine, să fim plini de speranță și fericiți, să debordăm de energie și de un sentiment extraordinar de plăcut, să fim amuzați și voioși. Sau pot cauza adevărate depresii. Intră în trupuri și provoacă uneori tristețe și amărăciune, iar, în cele din urmă, boală” (p. 65).

Ca și faptele, în orice moment al vieții și al relațiilor noastre, *cuvintele sunt niște alegeri* (Urban, 2007). Putem alege să ne adresăm în cuvinte pozitive, izbăvitoare, optimiste sau în cuvinte negative, dureroase, cinice, murdare. Putem alege „să păstrăm în suflet numai cuvinte frumoase, la fel cum putem alege să le spunem celorlalți numai lucruri plăcute și încurajatoare” (*idem*, p. 70). Putem alege ca prin cuvintele noastre amabile, pline de lumină să facem lumea în care trăim mai bună, mai tolerantă.

În aceste circumstanțe, în comunicarea noastră interpersonală putem alege: să ne plângem, să ne văităm, să înjurăm, să mințim, să jignim, să supărăm, să folosim cuvinte nepoliticoase, să bârfim, să râdem de altcineva, să învinovățim (mai mult sau mai puțin justificat) pe cineva, să descurajăm, să descumpănim, să adoptăm un ton ridicat, să vorbim în timp ce vorbesc și alții, să fim zeflemitori, sarcastici, să fim îmbufnați, morocănoși, să evităm să ne privim interlocutorul în ochi, pe de o parte, sau să ne exprimăm aprecierea, să folosim un limbaj cuviincios, să le spunem – cu prudență și menajarea orgoliului – ce avem de spus, să ridicăm moralul, să folosim cuvinte politicoase, să nu bârfim, să ne arătăm admirația și recunoștința, să accentuăm părțile bune, să încurajăm, să le spunem interlocutorilor pe nume, să adoptăm un ton blând, să zâmbim, să privim persoana în ochi, pe de altă parte (Urban, 2007).

Pe scurt, putem alege între limbajul obraznic, necizelat, sălbatic, bolovănos, furios, răutăcios și limbajul empatic, respectuos, de curtoazie, amabil, civilizat, plin de considerație, blând, rafinat.

Prin urmare, în orice împrejurare interpersonală, în general, și în orice întrevedere de consiliere, în particular, este recomandabil să oferim încurajare, să mulțumim, să fim curtenitori, să recunoaștem eforturile celorlalți, să salutăm ori de câte ori este necesar, să facem (sincere) complimente, să-i felicităm pe ceilalți, să le oferim cuvinte de alinare, să-i inspirăm pe alții, să-i înveselim, să le dăm dovadă de interes, să arătăm încredere și credință în ceea ce e mai bun și mai frumos în om, să lăudăm, să onorăm, să ne exprimăm grija, să manifestăm empatie, compasiune, să facem invitații, să arătăm respect, să iertăm, să ne cerem scuze, să fim deschiși, să oferim afecțiune, să transmitem iubire (*idem*, pp. 91 – 92).

În urma cercetărilor sale, H. Urban (2007) a constatat că oamenilor nu le place să audă: lăudăroșenia, înjurăturile, limbajul murdar, bârfa, cuvintele

pline de mânie, minciunile, cuvintele rău-intenționate, insinuante, judecata altora, autocompătımirea (jocul milei față de sine), remarcile descurajatoare, stânjenirea și umilirea semenilor, perfecționismul excesiv și spiritul mult prea critic, văicăreala, îmbufnarea, ranchiuna, tachinarea, manipularea, tentativa de a-i impresiona pe ceilalți prin comentarii false sau semidocte, discriminările etnice sau rasiale, comentariile misogine, negativismul (respectiv, sesizarea și accentuarea permanentă a aspectelor negative), certurile, amenințările, întreruperea (sau a nu lăsa interlocutorul să termine ceea ce are de spus), aroganța (respectiv, povestea noastră trebuie să fie mereu mai impresionantă decât a altcuiva), a face pe atotștiutorul, lingușirea, zbieratul, blamarea sau învinovățirea altora.

Este benefic, util și – pe cale de consecință – recomandabil să întrebuițăm cuvinte care „celebrează și susțin viața” (Urban, 2007, p. 78), prin care să căutăm și să exprimăm ceea ce este bun în loc de ceea ce este rău, ceea ce este corect în locul a ceea ce este strâmb, greșit, ceea ce este frumos în locul a ceea ce este urât, ceea ce ne bucură în locul a ceea ce ne întristează.

Cuvintele sunt și vor rămâne mereu, c-o vrem sau nu, că ne-o asumăm sau că nu ne-o asumăm, o alegere. Ele țâșnesc și vor țâșni – în toate vremurile – „din ceea ce se află în sufletele noastre” (*ibidem*).

Ascultarea, calitate esențială a comunicării în consiliere

Politețea, cuvintele pe care le rostim și/sau pe care le auzim determină și vor determina – în bună măsură – calitatea vieții pe care o ducem, pe cea a relațiilor noastre și a comunicării cu noi și cu ceilalți. Când comunicăm, este important să fim „suficient de siguri pentru a vorbi despre ceea ce vrem să spunem, suficient de preocupați ca să ascultăm, suficient de cinstiți ca să spunem adevărul și cu destul de mult tact ca să știm când să o facem” (Nicols, 2010, p. 11).

Rezultă că în angajarea și derularea comunicării, a avea clar ceea ce vrem să transmitem, a spune (cu eleganță) adevărul, a da dovadă de tact și a asculta cu real interes sunt componente definitorii. Din păcate însă – în această perioadă (tot mai) grăbită –, unde, alergând către și de la multele noastre obligații, suntem tot mai presați de timp și tot mai epuizați (atât fizic, cât și psihic), căpătăm tristul exercițiu de a nu (mai) asculta. Suntem încântați și foarte încântați că am câștigat un nemaipomenit acces la informație, dar pare că am pierdut (sau suntem pe cale de a pierde) ceva foarte important: obiceiul de a ne concentra atenția, de a ne decanta de pe propria persoană și de a ne extinde interesul real și binevoitor către celălalt.