

SINELE ȘI ALTERITATEA

Amalia Andronic

Comunicarea interpersonală începe prin comunicarea cu sine. Ea nu poate fi înțeleasă, explicată și desfășurată eficient fără o raportare la conceptul de sine, pentru că între el și lume se află o relație directă. Existența concepției despre sine este legată de conștientizarea sinelui și a celorlalți, iar comunicarea cu alții asigură dezvoltarea personalității, creșterea și afirmarea sinelui. Permanentă raportare la celălalt și la sine este un element inevitabil al interacțiunii sociale.

Maniera în care individul comunică cu ceilalți este puternic influențată de maniera în care el se percepe pe sine însuși, adică de valoarea și puterea pe care el și-o atribuie sieși. În toate formele de comunicare și indiferent de nivelul la care aceasta are loc, pivotul central al afirmării eului este conștiința de sine. „Maniera în care se valorizează pe sine determină maniera sa de a comunica cu ceilalți. Conștiința de sine este forma de percepție interiorizată prin care omul se raportează simultan la sine însuși, la lumea sa interioară, ca și la exterior, la lumea în care trăiește. Conștiința de sine este percepția propriei identități ca și parte a lumii”¹.

Imaginea de sine comportă o importanță majoră pentru comportamentele noastre. Succesele conduc la noi succese, în timp ce eșecurile antrenează noi eșecuri, ceea ce înseamnă că sinele are valoare reglatoare, putând antrena serii de succese și eșecuri, angajare sau neparticipare,

exaltare sau inhibare. Ficher considera ca „sinele reprezinta elementul cheie, esential al comunicarii interpersonale”.

Jung considera ca „sinele ar putea fi caracterizat drept un fel de compensatie a conflictului dintre interior și exterior. Aceasta formulare este adecvata in masura in care sinele are caracterul a ceva ce este un rezultat, tel atins, ceva constituit numai treptat și devenit perceptibil cu mari eforturi”ⁱⁱ. Adler și Towne in lucrarea „*Comunicare și interactiune*”, ne ofera o schematizare a conceptului de sine, considerand ca putem vorbi despre „sinele material”, constituit din sinele somatic care trimite la trasaturile fetei și conditiile fizice ale persoanei și sinele posesiv care face referire la tot ceea ce posedea o persoana. Celalalt tip este reprezentat de „sinele personal” și se refera la imaginea sinelui, incluzand sentimente, atitudini, interese, gesturi, calitati, defecte, care apartin persoanei respective; el face trimitere la identitatea de sine, ce include ideologia și identitatea abstracta a persoanei.

Ceea ce asigura dezvoltarea sinelui, a personalitatii, nu este alta decat comunicarea, in cadrul careia are loc o prezentare, ceea ce inseamna a comunica unei alte persoane, verbal sau non-verbal, cate „ceva” despre propria persoana, „ceva” pe care nimeni nu poate sa-l cunoasca fara ajutorul tau.

Intr-un studiu efectuat asupra varstelor tipice pentru dezvoltarea conceptiei despre sine, Lewis și Brooks-Gunn au identificat trei componente diferite ale conceptiei despre sine: sinele existential, sinele categorial și sinele intim ⁱⁱⁱ. Sinele existential este prima componenta care se dezvolta in conceptia despre sine și cuprinde informatii despre propria persoana care-l fac pe individ sa fie special, conferindu-i unicitate. Daca sinele existential ne diferentiaza, sinele

SINELE ȘI ALTERITATEA

categorial ofera informatii despre asemanarea cu alti oameni, precum inaltimea, sexul, varsta etc.

Sinele intim completeaza aceasta triada și face referire la imaginea de sine, evaluarea și stima de sine aparute atunci cand copilul incepe sa conștientizeze care sunt expectantele și pretentiile societatii. Cercetarile efectuate de catre psihologi au demonstrat ca deosebirea dintre om și majoritatea animalelor consta in aceea ca omul posedea o conceptie de sine și ca numai maimutele ar detine o conceptie asemanatoare cu a acestuia.

Astfel, experimentul realizat de Gallup s-a concretizat in rezultate uimitoare. El a aplicat o pata de vopsea de o nuanta stralucitoare pe fruntea unor cimpanzei anesteziati care, la trezire, au fost fascinati de propria lor imagine reflectata in oglinda, atingandu-și in mod repetat fruntea. Ei au conștientizat faptul ca ei inșiși sunt reflectati in oglinda și nu alte animale. Lewis și Brooks-Gunn continua cercetarile, aplicand experimentul asupra copilului, caruia i se punea pe nas putin ruj. Copilul era incurajat sa se uite in oglinda, iar daca acesta se arata surprins sau daca își atingea nasul cand se uita din nou in oglinda, cercetatorii concluzionau ca el conștientiza faptul ca imaginea din oglinda este a lui^{iv}.

In cazul omului, conceptia despre sine este complexa, deoarece exista mai multe aspecte diferite ale sentimentului de identitate al omului. Aceasta conceptie despre sine imbraca mai multe forme. In primul rand, exista o latura obiectiva numita imaginea de sine, o latura evaluativa numita stima de sine, o latura care reflecta modul in care ai vrea sa fii, pe care o numim ideal de sine, latura referitoare la competentele și abilitatile proprii, numita conștiinta propriei eficiente, o alta legata de modul in care te

identifici cu grupurile sociale și pe care o numim identificare sociala și nu în ultimul rând modul în care sentimentul de sine a fost modelat de contextul cultural în care fiecare individ a crescut, adică influențele culturale.

Imaginea de sine este strans legată de comunicare și nu corespunde în totalitate cu realitatea. Când între realitate și imaginea de sine există o discrepanță, cea care are de suferit este comunicarea care va antrena o lezare a sentimentului stimei de sine. Imaginea de sine este alcătuită în primul rând dintr-un set de descrieri care cuprind informații privind sinele corporal, cum ar fi greutatea, culoarea părului, a ochilor, sexul, informații personale ce alcătuiesc cunoștințele și abilitățile unei persoane, preferințe sau atitudini, precum și informații sociale care fac referire la relațiile cu alte persoane, respectiv gradul de apropiere / departare față de o terță persoană. De asemenea, imaginea de sine cuprinde și informații privind apartenența unei persoane la societatea careia îi aparține, informații despre mediul în care locuiește, grupul social din care face parte sau cele referitoare la pregătirea profesională.

Imaginea de sine rezultă și din comportamentul altora față de propria persoană, fiind puternic modelată de reacțiile celorlalți. Această concluzie este accentuată de către mulți cercetători, precum Mead, care consideră că imaginea de sine este puternic influențată de contextul social și de modul în care alte persoane reacționează față de noi și că dobândim conștiința de sine atunci când învățăm să distingem între „pe mine” și „eu”. El susține că indivizii dezvoltă conștiința ajungând să se vadă așa cum îi vad alții pe ei ^v. Faptul că reacțiile celor din jur ne influențează atât de mult se datorează, așa cum am menționat, strânsei legături dintre imaginea de sine și stima de sine. Foarte mulți cercetători

SINELE ȘI ALTERITATEA

sunt preocupati de studiul modului in care oamenii își influenteaza unii altora comportamentul.

La un nivel extrem, conceptul de alteritate devine parte a argumentului behaviorist conform caruia ceilalti pot forma, controla și conditiona sinele in mod total, prin intermediul recompensei și pedepsei. Astfel, s-a ajuns la concluzia ca oamenii pot antrena efecte unii asupra celorlalti fie și numai prin simpla prezenta.

Cooley considera ca ne elaboram atitudinile fata de noi inșine pe baza atitudinilor altor persoane fata de noi. Felul in care reactioneaza cei din jur fata de noi și modul acestora de comportare pot constitui cel mai important factor care ne influenteaza perceptia de sine. Conceptul de „altul”, propus de Mead, capata o importanta deosebita in mod special pentru perspectiva interactionista simbolica, in care accentul este plasat pe comunicarea dintre sine și ceilalti. Stima de sine comporta o importanta majora pentru comportamentele noastre.

„Prezicerea succesului aduce succes, a insuccesului insucces” sinteza Petre Botezatu, orice imbunatatire a imaginii de sine contribuind la creșterea eficientei și reușitei in cadrul comunicarii interpersonale. Caci toate actiunile noastre au ca scop imbunatatirea sentimentului stimei de sine și vizeaza in ultima instanta faptul de a aparea intr-o lumina favorabila in ochii celor din jur.

Unii cercetatori au spus ca semenii noștri reprezinta imaginea noastra reflectata in oglinda și ca aceasta functie se realizeaza numai prin comunicare. Se naște intrebarea : Cat de mult depindem de reactiile celor din jur ? Cert este faptul ca depindem intr-o foarte mare masura de reactiile pozitive ale celor din jur, de feedback-ul pozitiv, deoarece datorita acestuia și noi, la randul nostru, ne vedem intr-o lumina

favorabila. Ca acest lucru este adevarat este coroborat și de efectul pe care il are asupra noastra un feedback negativ, o reactie negativa a celor din jur, contrara așteptarilor. Alti cercetatori au descoperit ca un nivel inalt al stimei de sine are efecte pozitive atat asupra sanatatii, cat și asupra actiunilor unei persoane, incurajand-o sa realizeze mai mult și sa fie mai multumita cu cat a realizat și ca, la polul opus, o persoana care are permanent o stima de sine scazuta este mult mai vulnerabila, inclusiv la boli.

S-a constatat ca persoanele care sunt increzatoare in fortele proprii invata cu mai multa eficienta decat cele lipsite de incredere in fortele proprii, chiar daca in realitate lucrurile stau invers. Acest lucru a fost relevat de un studiu efectuat asupra unor copii, studiu care compara rezultatele obtinute de catre aceștia la invatatura, evident superioare in cazul acelora care credeau ca ar avea succes daca incercau sa munceasca mai mult, reușind sa invete mult mai bine, in detrimentul celor care nu aveau incredere in fortele proprii.

Un alt studiu extrem de interesant precum „efectul Pygmalion” accentueaza asupra efectului privirii pozitive pe care il poate avea profesorul asupra elevului sau, putandu-l stimula și chiar transforma dintr-unul „in dificultate”, intr-unul bun.

Rosenthal și Jacobs in lucrarea comuna „Pygmalion in școala” sustin ideea ca profesorul fie și numai gandind ca elevul va avea succes, va face ca acesta sa progreseze, iar cel in cauza va reuși cu adevarat.

Un aspect important al concepiei despre sine il reprezinta identificarea sociala, deoarece grupurile sociale carora le apartinem formeaza o parte importanta a concepiei despre sine. Identificarea cu un grup social iti da un sentiment de apartenenta și devine o componenta a modului

SINELE ȘI ALTERITATEA

in care definim cine suntem. Jung considera ca „sinele este astfel și scopul vietii, caci este expresia completa a jocului destinului ce poarta denumirea de individ și nu doar a individului izolat, ci a unei grupari intregi in care unul ii este complementar celuilalt formand o imagine completa”vi.

Studiile efectuate asupra normelor de grup au demonstrat modul in care alte persoane ne pot influenta comportamentul, avand efect direct asupra modului in care reactionam fata de ceilalti și, cateodata, chiar și asupra modului in care gandim. Un proces psihologic fundamental care sta la baza identificarii sociale este cautarea stimei de sine, caci a apartine unor grupuri sociale este un mijloc de comparatie cu membrii altor grupuri sociale. Comparatia sociala afecteaza modul in care ne privim pe noi inșine și reactionam fata de cei care apartin altor grupuri sociale.

Conceptia despre sine este fundamentala in teoria lui Carl Rogers asupra personalitatii, deoarece acesta a descoperit ca o discrepanta intre sinele ideal și cel real conduce la tulburari de personalitate, generand anxietate, nefericire. Teoria sa este centrata pe ideea „sinelui”, deoarece, in lucrul cu pacientii sai, a constatat la aceștia tulburari care proveneau din neconcordanța dintre ideile foarte clare privind „eurile lor interioare” și comportamentele acestora. Multi dintre pacientii sai aveau o imagine puternica despre felul in care doreau sa fie (idealul de sine), dar, in același timp, diferita de felul in care se credeau in realitatevii. O alta necesitate a personalitatii umane, evidentiata de Rogers, este necesitatea pretuirii care sa se manifeste prin dragoste, pretuire sau simplu respect, insistand asupra valorii deosebite pe care o are pretuirea neconditionata. Aceasta este deosebit de valoroasa, pentru ca nu constrange individul de a

cauta tot timpul aprobarea sociala, conferindu-i libertatea de a-și descoperi talentele și capacitatile.

Rogers considera personalitatea ca fiind un fel de masca pe care o folosim in raport cu alte persoane, in viata cotidiana și sustine ca este deosebit de important ca aceasta masca sa coincida cu sinele interior real, pentru ca altfel risca sa fie considerat prefacut.

Goffman, preocupat cu precadere de reprezentarea sinelui, considera ca fiecare „actor” incearca sa ofere o imagine valorizanta despre sine însuși și ca aceasta imagine a eului, o punere in scena cu ajutorul tinutei corporale, a vestimentatiei, limbajului sau comportamentului, trebuie recunoscuta de parteneri. „Viata sociala e ca și cum ar fi interpretata viata, de actori pe o scena-sau pe mai multe scene, pentru ca modul in care actionam depinde de rolurile pe care le interpretam intr-un anumit moment”^{viii}.

Lucru verificat de altfel, daca mai era nevoie, ca, in cadrul societatii, fiecare om urmarește sa-și valorifice și sa-i fie apreciata de catre ceilalti calitatea propriei sale imagini, incercand, printr-un management al impresiei, sa-și ascunda ceea ce societatea apreciaza ca fiind negativ. Caci, intr-o era a comunicarii, oamenii au nevoie de a se confirma obiectiv unii pe altii, fiinta umana nu poate exista decat in aceasta oscilare spre sine și spre ceilalti avand nevoie de intelegere, companie dar și de autoconfruntare.

Indemnul biblic „Cunoaște-te pe tine insuti” capata și o alta motivatie : pentru a-i cunoaște pe altii. In acest context, interrelationarea nu poate exista decat prin comunicare, pentru ca ea va asigura dezvoltarea personalitatii, creșterea și implinirea sinelui. Comunicarea nu poate fi gandita doar ca placere de a relationa, ci bucuria comunicarii provine din

SINELE ȘI ALTERITATEA

confirmari. Iar cea mai mare parte a comunicărilor noastre urmăresc acest scop, de a verifica în ceilalți imaginea noastră.

BIBLIOGRAFIE

Adler, Alfred (1995): *Sensul vieții*, Editura Iri, București;

Birkenbihl, Vera (1998) : *Antrenamentul comunicării sau Arta de a ne înțelege*, Editura Gemma Press, București;

Baylon, Christian; Mignot, Xavier (2000): *Comunicarea*, Editura Universității „A.I.Cuza”, Iași;

Dinu, Mihai (1997): *Comunicarea*, Editura Științifică S.A., București;

Giddens, Anthony, (2001): *Sociologie*, Editura Bic All, București;

Hayes, Nicky; Orrell, Sue (2003) : *Introducere în psihologie*, Editura All, București;

Jung, C.G. (1997): *Personalitate și transfer*, Editura Teora, București;

Lohisse, Jean (2002): *Comunicarea: de la transmiterea mecanică la interacțiune*, Editura Polirom, Iași;

Mattelart, Armand & Michèle (2001): *Istoria teoriilor COMUNICĂRII*, Editura Polirom, Iași;

Prutianu, Ștefan (1998): *Comunicare și negociere în afaceri*, Editura Polirom, Iași;

O'Sullivan, Tim et al.(2001): *Concepte fundamentale din științele comunicării și studiile culturale*, Editura Polirom, Iași;

Șoitu, Laurentiu (2001): *Pedagogia comunicării*, Institutul European, Iași;

Șoitu, Laurentiu (1997) : *Comunicare și acțiune*, Institutul European, Iași.

NOTE

- ⁱ Șt.Prutianu, 1998, *Comunicare și negociere în afaceri*, Editura Polirom, Iași, p. 246.
- ⁱⁱ C.G.Jung, 1997, *Personalitate și transfer*, Editura Teora, București, p.123.
- ⁱⁱⁱ N.Hayes, S.Orrell, 2003, *Introducere în psihologie*, Editura Bic All, București, p.218.
- ^{iv} N. Hayes, S. Orrell, *Op.cit.*, p.219.
- ^v A.Giddens, 2001, *Sociologie*, Editura Bic All, București, p.42.
- ^{vi} C.C.Jung, *Op.cit.*, p.123.
- ^{vii} N. Hayes, S. Orrell, *Op. cit.*, p.245.
- ⁸ A.Giddens, *Op. cit.*, p.92.