

IMAGINEA DE SINE A OMUL POSTMODERN

Abstract: Autorul prezintă aspecte ale comportamentului comunicativ într-o epocă postmodernă, în care valorile nu mai au consistență, iar selectarea acestora se realizează fără criterii. Relațiile comunicative dintre indivizi presupun o implicare psihică, iar gesturile, mimica, tonalitatea vocii sunt elemente ce se manifestă aproape inconștient în expresivitatea indivizilor. Lipsa de inhibiții și asumarea unor libertăți „democratice” duc la o risipă de risc în ascunderea adevăratei identități a indivizilor în comunicare. Sunt identificate elemente sinergologice, prin care se pot observa intențiile reale la indivizii aparținând unor culturi diferite, consecință a unor mentalități colective și remanențe comportamentale diferite.

Keywords: postmodernism, comunicare și psihologie, sinergologie, mentalitate, cultură și civilizație.

1. Postmodernitate. Nu avem intenția de a plonja în problematica și nici în istoria postmodernismului, decât în măsura în care se impune limpezirea unor aspecte ale educației contemporane. Apropierea dintre un concept și o realitate poate determina serioase mirări, dacă impactul induce ideea de incongruență. Educația își alcătuiește o tradiție canonică, iar sistemele de învățământ sunt dintre cele mai rigurose structurate și reținute la schimbări. Prin aspectele sale de manifestare, postmodernismul deconstruiește, sparge tiparele, întreține incertitudine și relativizare valorică. Două situații, aparent dihotomice, au ajuns să coexiste, să-și dilueze intransigențele și să-și ajusteze opțiunile. Lipovetsky (2002) consideră că „*postmodernismul se caracterizează printr-o pierdere a reperelor*”. O educație fără repere valorice, fără modele și fără viziune nu are nici o justificare existențială. Ce tip de educație se întreține de către o societate postmodernă, animată de tendințe diversificate în ciuda unor intenții de globalizare? Lumea contemporană are prea puține momente de stabilitate. Nu numai viitorul se află sub amenințarea „șocului” (Toffler, 1973) ci și prezentul (poate chiar și imaginea trecutului). În „satul global”, rețelele comunicaționale electronice unifică voluntar apetențele informaționale, determinând transfer de mentalități și comportamente. Comunitățile își cultivau tradițiile grație unui etos de personalitate. În prezent, identitatea acestora are posibilitatea (poate chiar tendința) cosmopolită de a-și voala marginile, de „a evada” de sub tutela nucleului identitar. Există șansa – valorificată sau nu – de a râvni spre noi configurații mentale, pe baza acceptării voluntare a „Celuilalt”, printr-un recurs la coeziune etică și printr-o năzuință de deconstrucție a ierarhiilor, până nu demult intangibile. „*Deconstrucția*, spune Derrida (1967), urmat de Norris (1988),

¹ Prof. univ. dr., Universitatea "Aurel Vlaicu" Arad, România; anton.ilica@yahoo.com

presupune dislocuirea ierarhiilor conceptuale tradiționale". Într-o lume educată și educabilă pentru schimbare și adaptare, de-construcția nu mai poate fi receptată ca un defect, ca un fapt de rebeliune împotriva tradiției. Necesitatea alcătuirilor tot mai inedite – determinate de „șocurile” cunoașterii de vârf ajunsă în tehnologie de confort public – implică reajustări, distrugeri, recarosări. Ca să construiești ceva e nevoie de de-construire. Remanierele de comportament sunt determinate nu numai de perspectivismul lumii contemporane, ci și de dinamismul existențial al acesteia.

Pentru agrementul unor libertăți democratice, comunitățile se debarasează de orice inconvenient care le-ar afecta și impieta adaptarea. Dintr-un asemenea inventar nu vor lipsi nici ethosul identitar și nici sacrificiul mental. Derivă dintr-o asemenea atitudine lipsa de scrupule în „dezagregarea oricăreia autorități” și relativizarea propriilor valori, în jurul cărora s-au coagulat specificitatea, conturul identitar al comunității.

Tendența de relativizare a propriilor valori a alimentat ideea de-canonizării, a spargerii unor tipare mentale, a înlocuirii etichetelor până nu demult intangibile. Când „s-a îndrăznit” scoaterea lui Eminescu din formulele consacrate („poet național”, „poet nepereche”, „cel mai mare ...”) gestul „de-constructorilor” a fost receptat ca o blasfemie. În atitudinea „dilemiștilor”, n-a existat vreo intenție de punere în paranteză a virtuților reale ale operei eminesciene, cât alcătuirea unui nou fundament epistemic pentru un alt tip de analiză a textului. Distrugerea „idolului” are o puternică justificare ontologică în tentația de a-l remodela și revaloriza.

Teoretician al postmodernismului, L. Vattimo (1993) susține ideea că se impune dizolvarea valorii absolute spre a permite afișarea valorilor individuale. Fără autoritate, „totul e permis”, pentru că faptele devin contextuale. Arta însăși – ca fenomen de creație, un mimesis al gesturilor divine – se democratizează, amestecându-se în existența publică. Ea iese în stradă, se dizolvă în mass-media, etichetează cutii de chibrituri, se amestecă în pastișe și coabitează generos în hipermedia. Arta a ajuns „eveniment de fundal” (Heidegger, 1980) prin des-nobilarea ei, precum și prin slăbiciunile pentru amestecul impvizibil cu kitschuri.

Prin urmare, lipsa autorității valorice duce la transformare ontologică a lumii obiective și subiective „*într-un imens șantier de supraviețuire*” (L. Vattimo, 1993). Lupta de supraviețuire e un antrenament de dedublare a ființei. Pe de o parte, ființa râvnește spre aglutinarea năzuințelor în jurul unui „centru”, pe de altă parte, agreează sălbăția democratică, găsind în apropierea (izotopică) dintre *margin*e și *centru* o sursă de fericire și de sens existențial.

Aceasta e lumea noastră, postmodernă, pe care o alcătuim și o mângâiem cu libertățile democratice. Câteva dintre trăsăturile ei sunt: decanonizarea valorilor; decapitarea autorității valorilor clasice; decompimarea eticii; voalarea percepției timpului și spațiului; umanizarea informațiilor și a tehnologiei; oscilația între vocația identitară și aspirația globalizatoare; agresivitatea spectacolului senzual; indeterminarea epistemologică; umanizarea educației.

Cele de mai sus pot fi umbrelate de apoftegma: „*tot ceea ce nu e interzis este permis*”. Generația actuală nu se mai interesează despre ceea ce a fost, nu trage prea mult cu ochiul la istorie, ci se privește pe sine. Nici timp nu mai are pentru proiecții de viitor, pentru că timpul nu mai are trei dimensiuni, fiind unidimensional

(prezentul contează!). Există doar vremea „*de acum și de aici*”, a mea, a noastră, a unui prezent ce include doar cioburi de timp trăit și reflecții de timp anticipat. Un asemenea timp aplatizat și redus este compensat de o extensie de spațiu real și virtual. Nici o distanță pământeană nu e imposibilă, aproape nici un spațiu nu-și poate ascunde enigmele. Spațiul cosmic este revendicat, extraterra a ajuns spațiu opțional.

Insertia artei în viața cotidiană și stimularea voluptății senzuale, epidermice, constituie o altă provocare postmodernistă. Showurile televizate, cu un amalgam de gesturi libere, decoruri intens colorate, fese și piepturi dezgolite, cu „vipuri” fardate etc. dau o altă imagine întreținută încă de gusturile consumatorilor. În tot acest mixaj de sunet și lumină, apar actori de teatre selecte, dansatoare de cabaret, scriitori de succes și rostitori de versificări, politicieni căutători de imagine și coafeze de pisici, circari și sportivi de performanță. Seriozitatea pare abandonată în favoarea buneii dispoziții, întreaga facilitate derulându-se cu cea mai insensibilă *inocență intelectuală*. „Aspectul comercial” și manifestările sale publicitare polarizează interesul manifestărilor artistice, determinând impregnarea acestora cu experiențe senzoriale, stimulate de forme mișcătoare, culori vesele, gesturi obscene și estetică de compensație. Atitudini postmoderniste sunt identificabile, de asemenea, în experiențele virtuale. Trecerea, prin butonare, de pe un canal de televiziune pe altul, „surfing-ul cultural”, serialele, briefurile informaționale, se alătură spectacolului oferit de site-uri, un imens și fascinant univers al lumii artificiale, dar vii, dinamice și atrăgătoare. Este clar vorba de un nou tip de civilizație, cu alte repere decât cele ale modernității, o lume în care se poate trăi cu adjuvante, cu imitații, în mijlocul mulțimii excitată de muzică, dinamism și evenimente calde, spectaculoase.

Comunicarea globală a schimbat viziunea, “a ridicat privirea” omului spre Ceilalți îndepărtați, iar *această deschidere spre orizonturi are semnificația “ridicării în picioare” a vechiului strămoș*. Grație comunicării, o lume nouă se construiește în fiecare om, în fiecare societate, în fiecare spațiu locuit. Comunicarea este lăcașul ființei, conchidea un filosof, și, iată că oamenii înțelepți au construit instrumente extrem de perfecționate pentru ca informațiile despre Alții și faptele lor înțelepte să fie cunoscute de către Toți și imediat.

2. Implicare afectivă în comunicare. *Comunicarea e un proces*, presupunând interacțiune într-un **context**. Relaționarea între persoane constituie o **tranzacție** de tip social (“*nu poți, ca om, să nu comunici*”, Watzlawick (1972), iar omul intră în relația comunicativă însoțit de alaiul elementelor “contextuale” ca într-o orchestră. Chiar dacă ne referim la relaționarea dintre indivizi, **aceleași probleme sunt valabile pentru grupuri, organizații, instituții și/sau chiar comunicarea cu sine**. Pentru determinarea unei comunicări optime e nevoie de reconsiderarea aspectelor legate de **psihologia socială**, de o serie de factori psih(olog)ici preponderenți, specifici interlocutorilor. Bunăoară, în procesul de comunicare interactivă, persoana X nu poate cunoaște intențiile ascunse ale persoanei Y, așa cum nici nu poate bănui interesele și motivațiile subsidiare ale acesteia.

A reduce procesul comunicării la un simplu schimb de informații înseamnă a distorsiona valoarea reală a manifestării acestuia în relația dintre “locutori”. Se apreciază (Abric, 2002 și ceilalți) că procesul comunicării este influențat de câțiva factori între care și cei *psih(olog)ici*. Procesul comunicativ este motivat de nevoile și tensiunile individuale, evident de natură psihică; un individ are “nevoi”, nevoile produc tensiuni, tensiunile generează un comportament necesar pentru reducerea insatisfacțiilor și eliminarea nevoilor. Există năzuințe (nevoi) pozitive și deopotrivă negative, care tulbură și reechilibrează stările psihice ale interlocutorilor. În procesul de comunicare nu se pot exclude aspectele afective specifice indivizilor, cu zestrea lor de tendințe și particularizări.

De altă parte, fiecare individ, grup, instituție dispune de un anumit *tip de cultură*. Interacționăm cu Celălalt pe baza unei identități culturale sau cu intenția de echilibrare emoțională; subtilitățile afective și obiectivele mascate ale interlocutorilor țin de o anumită psihologie situațională. La urma urmei, fiecare individ este purtătorul și reprezentantul unei culturi, iar - prin extrapolare - comunicarea indivizilor este o formă de relaționare dintre culturi și mentalități.

3. Mentalitate culturală și civilizație. a. Cultura. O definiție de dicționar neologic (1997) consideră cultura drept „*totalitate a valorilor materiale și spirituale create de omenire, de societate*”. Definiția induce o confuzie determinată de așezarea în concept atât a „valorilor materiale” cât și a „valorilor spirituale”. Un dicționar filosofic (1988) alimentează confuzia, prin includerea în concept a „*produselor materiale și spirituale*” și „*transformarea conștientă a mediului natural și social*”. Asemenea imprecizii a dus la identificarea a aproape 300 de intenții de definire a conceptului. Dicționarul *Larousse* (1996) definește **cultura** ca „*formația socială și intelectuală a unui individ*” (derivând termenul de la „cult”), iar Lucian Blaga determină cultura în relația cu valorile artistice. Indiferent de multiplele înțelesuri ce determină un concept atât de simplu până în momentul intenției de *definire*, vom considera produsele culturale acelea care rezultă în urma unui proces de creativitate spirituală. Cultura ține de geneza și intelectualitatea artelor, de virtuțile creatoare ale științelor, de proliferarea textelor despre cultură. Un om cult are inteligență, înțelepciune și impulsuri de creativitate, fiind capabil să genereze creații și să aprecieze axiologic produsele rezultate din gesturile culturale. Noi așezăm în concept operele literare, creațiile estetice, muzicale, plastice, design-ul produselor și orice consecință a esteticii artistice. Mai concret, cultura include *Faust* și *Miorița*, *Grădinile suspendate* și *Versailles*, *David* și *Laocoon*, *Cina cea de taină* și *Car cu boi*, *Rapsodia română* și *Bolero*, *Coloana Infinitului* și *Turnul Eiffel*, *Ferari* și *Pentium VI*, dar și *Portavionul*, *Submarinul* ori *Racheta cosmică*. Cultura, ca și concept, suportă definiții artistice, funcționale, instituționale, științifice și tehnologice.

Omul este plăsmuitor de cultură, dând astfel sens, conținut și configurație întregii sale activități, într-o formă supremă și creativă. Generând cultură, omul se orânduiește în faptele divine, perpetuând mitul creației prin repetare faustică și deopotrivă sisifică a propriei deveniri. Deopotrivă, *omul este consecința sintetică a unei culturi comunitare*.

b. Civilizația, un alt concept dificil de definit, are la rândul său o carieră de dicționar. Provine din latinescul „*civis*” („*cetățean*”), adică locuitor al cetății, al așezării în comunitate (în opoziție cu izolatul, cu pustnicul, cu mitocanul). Spre a fi tolerat de comunitate ca cetățean, este nevoie de respectarea unor norme de conviețuire, pe care individul trebuia să le asimileze în comportamente, în conduite. Acestea țin de igienă, de comunicare, de respect reciproc, toleranță, decență, dar mai ales atașament față de valorile sociale, între care figurează tradițiile, obiceiurile, legile de bună conviețuire. Nu în ultimul rând, civilizația presupune relații sociale corecte ordonate în jurul bunelor maniere și politetii.

Conceptul a evoluat, căpătând alte conotații, prin păstrare și adăugare de nuanțe semantice. Unele dintre acestea se referă la includerea în „civilizație” a mijloacelor prin care omul transformă și organizează mediul, altele la asigurarea confortului și a esteticii de viață. Astfel că o consecință a efortului omenirii de a-și perfecționa habitatul în „cetate”, în ceea ce se poate înțelege prin « acasă » (locuință, sat, oraș, ținut, țară, continent) se aglutinează în noțiunea de „civilizație”. Concret, sfera *civilizației* cuprinde elemente legate de satisfacerea confortului, a nevoilor materiale, a utilităților, cum ar fi locuința, alimentația, îmbrăcăminte, comportamentul, tehnologia de comunicație, de mobilitate, activități economico-administrative, organizare juridică, politică, civică. Acestea ating dimensiunea stilului de existență a unei comunități, ducând la configurarea unei civilizații. S-a ajuns până la stabilirea unor entități de civilizație, care ar sta la baza conflictelor („*Umanitatea este împărțită în subgrupuri-triburi, națiuni, entități culturale mai largi, numite în mod normal civilizații*”) (**The Clash of Civilizations**). Huntington (1993) consideră că în lumea civilizată există șapte civilizații, care pot intra oricând în conflict prin incompatibilizarea normelor și a stilurilor de conviețuire. Fără a insista asupra împărțirii (A. Toynbee, 1956, identifică 21 de civilizații), precum și asupra blocajelor care împiedică o comunicare între acestea, vom arăta că persistă confuzie în stabilirea unei relații coerente între „cultură” și „civilizație”.

c. Efectele creației se exprimă în *acte de cultură*, care se convertesc în ***produse de civilizație***. Nivelul de cultură generează configurația nivelului de civilizație. Înțelegem astfel, prin civilizație, un ecou al culturii, o reprezentare materială a spiritului de creație culturală. Numai o cultură superioară va fi capabilă să alcătuiască/ să genereze o civilizație superioară. Fără o cultură tehnică și științifică, e imposibil să ne închipuim socializarea tehnicilor de informare și comunicare. Aparatele casnice, televiziunea publică, calculatoarele personale, autoturismele etc., tehnicile care asigură confortul sunt consecința progresului în cultură. Când cultura riscă să devină istorie, civilizația îi salvează oportunitățile. Așa că între cultură și civilizație există o relație reciprocă de inseparabilitate. Trăind civilizat, omul se află în ecoul culturii, așa cum creând, omul își perfecționează confortul existențial: “**Comunitățile interculturale sunt grupuri culturale, etnice, religioase etc, care trăiesc în același spațiu, întrețin relații deschise de interacțiune, schimb și recunoaștere mutuală, respectând valorile, tradițiile și modurile de viață ale fiecăruia**” (Cozma, Seghedin, 2001).

4. Stil comunicativ intercultural. Culturile și civilizațiile aparțin unui stil existențial. Atunci când cultura unei comunități este puternic marcată de religie, limbă, istorie, obiceiuri, valori, simboluri, comportamente – elemente ce-i dau specificitatea -, civilizația este unitară. Volumul „*Zece mii de culturi o singură civilizație*”, spune M. Malița (1998), ar fi schița geomodernității secolului XXI. Culturile pot coexista într-o singură civilizație planetară, bazată pe știință, tehnică, administrație, economie, mod de viață. Când cetățenii (toți) se pot bucura de avantajele unei civilizații, care să le satisfacă nevoi de trai confortabil, atunci vor putea suporta oricâtă diversitate culturală.

Putem comunica, putem trăi în „interculturalitate” numai de la un anumit standard de civilitate. E greșit să credem că avem dreptul (sau pretenția) de a dansa pe ring o femeie cu unghiile murdare sau de a sta cu cineva la aceeași masă având cămașa ruptă în coate. Comunicarea între oameni, aparținând unor culturi diferite, vizează armonizarea posibilității de conviețuire, asumarea unor comportamente civilizate, a promovării dialogului egal. Cultura alimentează propensiunile de individualizare ale comunităților, cum ar fi apartenența la o rasă, neam, religie, spațiu geografic, areal social ori istoric etc. O comunicare civilizată („interculturală”) devine reală și eficientă doar dacă se înlătură blocajele determinate de apartenența la un stil comunitar, la o mentalitate puternic individualizată. A trăi împreună înseamnă a-l accepta pe „celălalt” așa cum este, dar să fie peste un anumit standard de civilitate. Acceptarea celui alt presupune declanșarea unor facultăți emoționale care să excludă diferențele rasiale, sociale, naționale, etnice, religioase.

Pentru a realiza comunicarea în medii interculturale este nevoie să se declanșeze relații de diminuarea incertitudinilor față de Celălalt, aparținător culturii conlocuitoare (*Celălalt* se află în același „spațiu”, dar este „un altul” îndepărtat din cauza diferențelor culturale). Aceste incertitudini țin de suporturile identității sale culturale: limbă, etnie, naționalitate, religie, habitat, statut social și economic, autoritate. Pentru înlăturarea acestora, este nevoie (T. Cozma, 2001) de *cunoștințe* despre celălalt, *interes* pentru interacțiuni, *abilități* de implicare și *capacitate* de transfer.

Un aspect important al relaționării interculturale ține de identificarea „*sensului împărtășit de ambele părți*”, adică de negocierea înțelegerii, în vederea diminuării **incertitudinii** (reprezentarea cognitivă a celui alt) și **anxietății** (reprezentare afectivă a celui alt). Cele de mai sus pledează pentru necesitatea *competenței interculturale*, definită ca o „*capacitate de a negocia semnificațiile culturale și de a săvârși în mod adecvat comportamente de comunicare eficiente care recunosc diferite identități ale interacțanților într-un mediu specific*”, sau „*capacitate de a mobiliza cunoștințe, metode de acțiune, trăiri afective, atitudini pozitive în rezolvarea situațiilor de interacțiune culturală*”.

În vederea interacțiunii, este nevoie de anumite abilități cum ar fi: tolerarea incertitudinii, crearea de noi categorii relaționale, altele decât referința „mea”, empatizarea, adaptarea la comunicare, abținerea de la afirmarea prejudecăților, gestionarea interacțiunii. În echilibrarea comunicării interculturale, se face apel la conceptul de *democrație*, grație căreia voința majorității nu impune autoritate, iar

binele comun devine o supremă valoare umanitară. Democrația degajează o geometrie variabilă în interacțiunile culturale, prin care fiecare are drept la identitate (respectarea valorilor, tradițiilor, modurilor de existență) fără a fi lezabile pentru Celălalt.

5. Sinergologia ca și comportament. Hamlet, personajul shakespeareian, instruind trupa de actori, le spune acestora : „și să nu spintecați aerul cu mâna, uite așa ! Fiți cât mai stăpâniți. Chiar și în noianul, în furtuna, în vârtejul pasiunii, trebuie să păstrați o măsură care să-i mai domolească puțin sălbăticia”. „Nu spintecați aerul cu mâna” se referă la gestul care însoțește rostirea. Mâna e prelungirea gândului, a glasului, a sentimentului. Gestul devine “sufletul” mesajului, partea sa sentimentală, carnația ideii seci, fruste. E respirația emoțională a gândului rațional, așa cum poate fi “echilibrul” unei pătimașe rostiri sălbătice.

Comunicarea verbală și comunicarea extraverbală (paraverbală și nonverbală) coexistă, se manifestă simultan și nu numai că nu se exclud, ci se presupun. **Comunicarea paraverbală** este reprezentată de elemente care însoțesc vorbirea, cum ar fi “caracteristicile vocii, particularitățile de pronunție, intensitatea pronunției (rostirii), ritmul și debitul vorbirii, intonație, pauză etc.” (C. Postelnicu, 2000). Se poate observa că tipul de comunicare paraverbală presupune o angajare **auditivă, sonoră**, determinând o anumită afectivitate afișată. Paraverbalitatea se manifestă numai la nivelul oralității, fiind însoțită de intonație, accent, volum. Acest “alai” paraverbal care însoțește comunicarea orală a fost numit fenomen de “metacomunicare”, prin care se valorifică “la maximum “haloul” de semnificații ale cuvântului rostit” (C. Postelnicu, 2000).

Rolul comunicării paraverbale este de a determina starea de emoție și implicarea afectivă a interlocutorilor. “Relieful” vocii ține la rândul lui de o anumită educație, de o artă a vorbirii, de implicare afectivă în ceea ce se rostește. Prin comunicarea paraverbală, se exprimă nu numai atașamentul față de cele spuse, ci și respingerea acestora. Mai mult ca celelalte tipuri de comunicare, paraverbalitatea ține de o anumită educație a comunicării, de angajarea și implicarea emoțională. Vorbirea afectivă, modulară ca tonalitate, atitudinea afișată prin timbrul vocii țin de paraverbalitate.

Un personaj slavician stătea multă vreme pe banca din fața căsuței sale din Siria, iar autorul îi justifică opțiunea: „Îi plăcea să scruteze mutre”. Capacitatea de a observa pe alții, de a le scruta comportamentele, de a le analiza „mutrele” înseamnă știința de a citi gândurile oamenilor prin descifrarea gesturilor și înfățișării lor. Un specialist în comunicarea non-verbală, îl numim pe universitarul Allan Pease, mărturisește că a auzit de „limbajul trupului” abia în 1971, la un seminar în care s-a afirmat că „prin gesturi, ținută, poziție a trupului și prin distanța menținută se realizează o cantitate mai mare de comunicări interumane, decât pe oricare altă cale” (A. Pease, 2002). Mai apoi A. Mahrebian, pe baza unor cercetări specifice, a afirmat că din multitudinea de semne și semnale de comunicare interumană, 7 % sunt verbale, 38 % sunt paraverbale (nuanțe și tonalități ale vocii care se adresează urechii), iar 55 % sunt mesaje nonverbale. Ph. Turchet, actor și regizor francez, a

fondat o metodă de lectură a limbajului trupului prin intermediul căreia se poate citi o parte din gândurile Celuilalt, intitulată *sinergologia*.

Trupul omului are un limbaj prin manifestările pe care le evidențiază grație elementelor componente. Corpul „*spune cu voce tare ceea ce spiritul gândește în șoaptă*”, spune Turchet. Un sinergolog știe să lectureze semnele mâinilor, picioarelor, ale mișcărilor corporale, palmelor, degetelor, feței, sprâncenelor, ochilor, gurii și chiar ale părului. Toate mărturisesc sinceritatea, gesturile, mimica și postura sunt exprimări instinctuale, mai puternice în manifestări decât sunt capabile rațiunea și limbajul să ascundă. Ultimele două părți ale volumului lui Ph. Turchet (2005) sunt intitulate după un concept lingvistic: *Lexicul feței și Lexicul corporal*, ceea ce denotă o identificare a semnelor emise prin intermediul feței și al corpului cu *cuvintele*.

Ce „citește” sinergologul? Ph. Turchet justifică opțiunea sa sinergologică pornind de la fățarnicia existențială a omului (încât s-ar putea spune că omul e definibil prin a fi capabil de minciună, spre deosebire de animale, bunăoară): „*În fiecare om, două profiluri își dispută orgoliul armoniei: o față brută, instinctivă, pulsională, senzuală, care se armonizează sau se destramă, după bunul plac al individului, și o a doua față, educată, rafinată, condiționată. Omul își acordă cu o mână libertăți pe care le cenzurează cu cealaltă. Vrea să spună că iubește, dar o ascunde. Urăște în taină, în timp ce rostește vorbe civilizate și calme ... Omul una spune și alta gândește ... Prin gura sa, vorbește înțelepciunea grupului, în timp ce din corpul său, din străfundurile acestuia, o mică voce interioară îl îndeamnă să acționeze în contradicție cu vocea seriozității și a civilizației*”. (Ph. Turchet, 2005)

„*Corpul spune deci cu voce tare ceea ce spiritul gândește în șoaptă*”. Prin cuvinte, omul comunică mesaje raționalizate, controlate de gândire și bun simț, în timp ce formele nonverbalității (ale corpului) transmit mesaje afective, sincere, spontane, naturale. Unii indivizi sunt chiar frustrați și au o jenă și o insatisfacție, pentru că nu sunt capabili să-și controleze în întregime comportamentul comunicațional. De aceea, comunicarea are aproape întotdeauna două măsuri pentru calitatea mesajului: orice mesaj are o înfățișare internă (psihologic spontană și intuitivă, dar mai ales sinceră) și o înfățișare externă (elaborată și agreată de partener). Când spui cuiva „*vreau să te invit la o cafea*”, textul rostit mărturisește (în intenția bărbatului) mai multe sensuri: „*mi-ar face plăcere să bem o cafea împreună*”, ochii îi vorbesc: „*dacă acceptă, mă place*”, tonul cald și îmbietor avansează un proiect de prietenie, iar mimica feței îi trădează adevărata intenție: „*Aș vrea să facem dragoste*”. Din partea receptorului, invitația anticipează suma acestora. Citind mimica feței și tonul îmbietor, femeia poate rosti: „*nu beau de obicei cafea*”, ceea ce ar însemna un refuz categoric, dar decent. Răspunzând „*nu beau de obicei cafea, dar te însoțesc la un ceai*”, femeia a decodat semnificația finală a intenției și răspunde proactiv, fapt vizibil prin ridicarea sprâncenelor a mirare, precum și aruncarea unei priviri aspre; dincolo de vorbe, refuzul unei potențiale prietenii crește și se manifestă ferm.

Nicodată prea simplu, un dialog dezvoltă o serie de nuanțe și supoziții, întrucât interlocutorii au fățarnicii, intenții ascunse și o duplicitate relațională. Vorbele maschează o atitudine, pe care o trădează manifestările trupului. Nefericirea

cea mare a omului este că nu poate asigura o congruență în formele sale de manifestare comunicativă, că sinceritatea îi este dată omului să fie liber, dar relația verbală îl așează în tinda minciunii: „*omul e singura specie de pe pământ care a integrat filtrul minciunii în ordinea nevoilor sale cotidiene și care este în stare să mintă în mod „natural”, oricând îi e necesar. El falsifică realitatea atunci când micile sale slăbiciuni îl împiedică să semene cu imaginea omului perfect pe care și-a creat-o ... Minciuna apare astfel ca o certitudine necesară*” (Ph. Turchet).

Oamenii dispun încă de multă inocență și spontaneitate, având interesul (social) să nu fie complet sinceri. Rațiunea îndeamnă spre obiectivitate și onestitate în relațiile sociale, iar inima are motivele ei să fie suspicioasă față de o minte gânditoare. Impresia primă despre un interlocutor cuprinde sentimentalitate, iar eticheta - cu care se cataloghează aprioric cineva – derivă dintr-o consecință a acesteia și nu a unei judecăți raționale. Când te întâlnești pentru prima oară cu o față, întâia impresie s-ar putea să fie extrem de subiectivă și să atingă contururile minciunii: „*E prea elegantă ca să fie sinceră*” sau „*N-are niciun șarm*”, „*E prea frumoasă ca să fie și deșteaptă*” etc. Sunt înșelătorii nevinovate, dar care ne marchează clipa și-și pune amprenta pe starea situațională a relației. Comunicarea cu Celălalt are fățărnicile sale derivate din dualitatea relației dintre rațiune și afect, dintre gândire și sensibilitate. Gândirea relațională tinde să asigure o comunicare decentă, reală, sinceră, onestă, iar gesturile răbufnesc într-o sinceritate debordantă, dând la iveală o contradicție faustică. Spui unei femei că este frumoasă, dar, privind-o chiorâș, în mod inconștient o grimasă se așează în colțul gurii. Adevărul se citește în forma de comunicare nonverbală, în limbajul trupului, care contestă în întregime sinceritatea vorbelor. Altfel îl chemăm în sprijin pe J. J. Rousseau care afirmă că „*rațiunea l-a creat pe om, dar sentimentul îl conduce*”.

Citind adevărul sufletesc al omului, așa cum acesta este reflectat în gesturile sale, *sinergologul* este un fel de vrăjitor. În felul său, orice individ dispune de har sinergologic. Lecturând gesturile, el sesizează conflictul real dintre vorbe și fapte și constată că aproape întotdeauna vorbele spun neadevăruri. El „vede” ceea ce oamenii ascund, punând “oglindea ochilor întorși” să identifice transparența sufletului și să releve adevăratele sentimente ale interlocutorilor aflați în relație comunicativă. El pătrunde în intimitate, în cotloanele de taină ale sufletului prin intermediul gesturilor, al limbajului trupului, manifestări corporale instinctive și impregnate de sinceritate.

Unele gesturi fundamentale sunt cunoscute tuturor oamenilor. Un om posac este trist sau supărat, în timp ce un om fericit râde. Un „da” aprobator se realizează cu mișcarea pe verticală a corpului, iar un „nu” – printr-o mișcare orizontală. Zâmbetul e gestul acceptării, iar încruntarea este gestul refuzului. Ridicatul din umeri înseamnă „nu știu”, iar clătinarea degetului arătător este o avertizare etc. Gesturile au semnificația lor în contextul în care apar și au cantitatea lor de întâmplare. Ar putea urma ca împreună să citim gesturile oamenilor, pornind de la poziția trupului, a mâinilor și picioarelor, a corpului până la mișcarea sprâncenelor, a ochilor și a mușchilor faciali (Sediul sufletului se află în ochi; există privire socială, relațională, înflăcărată, metaforică precum și opozantele lor („Nu văd ce vrei să

spui”). Altfel spus, mijloacele de care dispun oamenii ca membri ai aceleiași comunități sau mentalități sunt *limbaje vocale și limbaje corporale*.

•

Concluzia acestor considerații sintetizează relația dintre indivizi într-o societate postmodernă, în care – după cum afirmam la început – valorile pot fi mascate de un anumit tip de relaționare, într-un context artificial. Oamenii nu comunică, ci psihicul lor relaționează, angajat într-o competiție de aflare a adevărului real, mascat cu atâta inocență în personalitatea atât de complexă a fiecărui individ. Un postmodern – așa cum suntem – își coafează existența în funcție de evenimentele comunicative în care se angajează sau e motivat să fie actor implicat. *De altfel, o situație comunicativă lasă individului un spațiu de exprimare pentru Orgoliu și o nouă Imagine de sine.*

BIBLIOGRAFIE

1. Abric, Jean-Claude, (2002), *Psihologia comunicării. Teorii și metode*, Editura Polirom, Iași.
2. Anghel, Petre, (2003), *Stiluri și metode de comunicare*, Editura Aramis, București.
3. (2000), *Convergențe teoretice și locuri de mediere*, Editura Cartea Românească, București.
4. Cazacu-Slama, Tatiana, (1999), *Psiholingvistica o știință a comunicării*, Editura All, București.
5. Cozma, Teodor (coord), (2001), *O nouă provocare pentru educație: interculturalitatea*, Editura Polirom, Iași.
6. Dinu, Mihai, (2002), *Comunicarea*, Editura Științifică, București.
7. Frumușani-Rovența, Daniela, (1999), *Semiotică, societate, cultură*, Institutul European, București.
8. Gavreliuc, Alin, (2002), *O călătorie alături de “celălalt”. Studii de psihologie socială*, Editura Universității de Vest, Timișoara.
9. Ilica, Anton, (2007), *Filosofia comunicării*, Editura Universității “Aurel Vlaicu”, Arad.
10. Ilica, Anton, (2010), *Comportament comunicativ și cultura organizațională*, Editura Universității “Aurel Vlaicu”, Arad.
11. Ionescu, Miron, (2007), *Instrucție și educație*, Editura Garamond, Cluj-Napoca.
12. Marinescu, Valentina, (2004), *Efectele comunicării, o perspectivă culturologică*, Editura Tritonic, București.
13. Mcquail, Denis, (1999), *Comunicarea* (trad. de Daniela Rusu), Institutul European, București.
14. Mucchielli, Alex, (2005), *Arta de a comunica*, Editura Polirom, Iași.
15. Pease, Allan, (2002), *Limbajul trupului*, Editura Polimark, București.
16. Pedler, Emmanuel, (2001), *Sociologia comunicării*, Editura Cartea Românească, București.
17. Postelnicu, Constantin, (2003), *Fundamente ale didacticii școlare*, Editura Aramis, București.
18. Sebeok, A., Thomas, (2002), *Semnele: o introducere în semiotică*, Editura Humanitas, București.
19. Siebert, Horst, (2001), *Pedagogie constructivistă*, Institutul European, București.

20. Turchet, Philippe, (2005), *Sinergologia. De la limbajul trupului la arta de a citi gândurile celuiilalt*, Editura Polirom, Iași.

Anton ILICA, Ph.D.,
University "Aurel Vlaicu" Arad
anton.ilica@yahoo.com

COMPETENȚA DIDACTICĂ ȘI REFORMIȘTI EDUCAȚIEI

Pornim de la o **afirmație ipotetică**: atribuirea esențială a unui sistem de învățământ superior este/nu este de a forma competențe. De aici decurg următoarele **probleme**: Care este capacitatea unui sistem de a genera competențe? Cine solicită (și cum se configurează) asemenea competențe? Care sunt componentele unei competențe? Care este rolul pedagogiei în ecuația cerere și ofertă de competențe? În studiul cu caracter de analiză fundamentală a unor concepte esențiale pentru domeniul pedagogiei, autorul aduce o seamă de argumente pentru determinarea sensului conceptului în relație cu o posibilă reformizare a învățământului.

Cuvinte cheie: competență, pedagogie, învățământ, reformă educațională.

