

Universitatea Babeș-Bolyai
Facultatea de Științe Politice, Administrative și ale Comunicării
Master Relații Publice
IFR
Anul universitar 2015-2016
Semestrul 2

Psihologie socială și comportamentală

Călin Rus

Cluj-Napoca
2016

I. Informații generale

- **Date de identificare a cursului** (orientativ - 1 paragraf)

Date de contact ale titularului de curs:

Date de identificare curs și contact tutori:

Nume: Flaviu Călin Rus

Birou: str. G-ral T. Moșoiu, nr.71, sala V/1

Telefon: 0264-431505

Fax: 0264-406054

E-mail: calin.rus@ubbcluj.ro

Consultații: marti orele: 16.00-18.00

sala: IV/4 din sediul facultății

Numele cursului: Psihologie socială și comportamentală

Codul cursului: MRP1208

Nr credite. 7

Anul I, Semestrul II

Tipul cursului: obligatoriu

Pagina web a cursului

Tutori: Flaviu Călin Rus

Adresa e-mail tutori: calin.rus@ubbcluj.ro

- **Condiționări și cunoștințe prerechizite**

Pentru o înțelegere mai bună a acestui curs sunt utile cunoștințele acumulate în cadrul cursului și seminarului de Psihologie socială și Psihologie generală, cuprinse în programa specializării Psihologie, la nivel de licență. Astfel, masteranzii care provin din rândul absolvenților acestei specializări dispun de cunoștințe în ceea ce privește domeniul științific al Psihologiei sociale care cuprinde capitole precum: imaginea de sine, fenomenul atribuirii, grupuri și chiar unele aspecte legate de procesul comunicării etc., ceea ce va facilita însușirea de noi cunoștințe în domeniu. Cunoașterea prealabilă a unor metode de cercetare din științele sociale este de asemenea utilă, deoarece metodele și instrumentele de cercetare stau la baza analizei situaționale și ajută la culegerea de date, în cadrul oricărui demers științific .

Trebuie menționat că, deși absolvenții unei specializări din domeniul psihologiei la nivel de licență au avantajul de a deține anumite cunoștințe în acest domeniu, acest fapt nu condiționează participarea la cursul de față, dar prezența la curs e binevenită, întrucât sunt incluse noțiuni introductive cu care se va opera pe parcursul derulării modulelor.

• **Descrierea cursului**

Obiectivele cursului:

1. Formarea unei viziuni de ansamblu asupra domeniului psihologiei sociale și comportamentale.
2. Prezentarea principalelor teme analizate în cadrul acestei discipline.
3. Formarea unui sistem care să includă definiții, reguli, modele.
4. Crearea unui limbaj de profil.
5. Analiza unor fenomene ale realității în explicarea cărora este nevoie de interdisciplinaritatea dintre psihologia socială și științele comunicării.
6. Formarea unei baze de date necesare studierii și aprofundării diferitelor domenii ale acestei discipline.
7. Însușirea unor noțiuni de bază, care să poată permite explicarea structurii micro și macro-climatului, în vederea înțelegerii relaționării individului uman cu mediul social.

Pe parcursul acestui curs masteranzii se vor familiariza cu înțelegerea unor noțiuni teoretice în ceea ce privește domeniul psihologiei sociale. De asemenea, vor fi analizate cele mai importante fenomene ale relaționării individ - individ sau individ – mediu cum ar fi: grupurile, imaginea de sine și percepția socială, puterea, influența, etc. Cursul își propune să prezinte și aspecte legate de fenomenul atribuirii, precum și fenomenul conducerii. Nu în ultimul rând, masteranzii vor aprofunda principalele caracteristici ale celor mai importante tehnici de manipulare care au la bază procesul de comunicare.

• **Organizarea temelor în cadrul cursului**

Cursul își propune abordarea următoarelor teme:

Modulul I

Introducere în disciplină – scurt istoric

Imaginea de sine și percepția socială

Fenomenul atribuirii

Grupul ca formațiune psiho - sociologică

Relații de status și rol

Modulul II

Comunicarea interpersonală în grupuri non-formale și formale

Comunicarea în plan vertical și orizontal

Manipularea

Tehnici de manipulare și reacții de apărare împotriva acesteia

- **Formatul și tipul activităților implicate de curs**

Cursul se va desfășura pe două module, care vor aborda teme diferite.

Metode utilizate în cadrul predării: expunerea, exemplul demonstrativ, sinteza cunoștințelor, descoperire dirijată.

- **Materiale bibliografice obligatorii**

Mcquail, Denis, *Comunicarea*, Editura Institutul European, Iași, 1999.

Neculau, Adrian, *Psihologie socială*, Editura Polirom, Iași, 1996.

Radu I., Iluț, P., Matei Liviu, *Psihologie socială*, Editura Exe SRL, Cluj-Napoca, 1994.

Rus, Flaviu Calin, *Introducere în știința comunicării și a relațiilor publice*, Ed. Institutul European, Iași, 2002.

Deși nu sunt singurele surse bibliografice de valoare, cărțile de mai sus conțin informația necesară pentru înțelegerea informațiilor predate la curs și prezintă avantajul de a fi în limba română, putând fi comandate pe site-ul editurilor.

- **Materiale și instrumente necesare pentru curs**

Suportul de curs, împreună cu celelalte materiale indicate ca bibliografie pot fi împrumutate acasă sau consultate în biblioteca facultății. Pentru optimizarea condițiilor de desfășurare a cursului este necesar accesul la un calculator dotat cu CD-ROM și conectat la internet.

- **Calendar al cursului**

Prezența masteranzilor la curs nu este obligatorie. Pentru fiecare curs, se cere lecturarea capitolelor corespunzătoare din cel puțin una dintre cărțile prezentate la bibliografie.

Cursul se va desfășura în cadrul celor două întâlniri din lunile noiembrie și ianuarie. Calendarul acestora va fi comunicat în timp util de către secretariatul IDD.

Curs 1 (martie 2016). Modulul I

Temele modulului I au fost prezentate anterior. La fiecare temă veți găsi obiective, noțiunile cheie și bibliografia necesară.

Curs 2 (mai 2016). Modulul II

Temele modulului II au fost prezentate anterior. La fiecare temă veți găsi obiective, noțiunile cheie și bibliografia necesară.

- **Politica de evaluare și notare**

Evaluarea se va realiza pe baza unui examen scris. Nota de la acest examen va reprezenta nota finală a studentului. Subiectele vor fi din tematica syllabus-ului.

Contestațiile se pot face personal în termen de 48 de ore de la afișarea rezultatelor finale.

- **Elemente de deontologie academică**

În acord cu reglementările Universității Babeș-Bolyai, pentru informații suplimentare cu privire la respectarea standardelor de onestitate academică, va rugăm să consultați adresa: http://www.polito.ubbcluj.ro/polito/documente/reguli_plagiat.pdf. Sub nici o formă nu se va accepta plagiatul, adică preluarea unor idei sau texte de la alți autori fără semnele citării și fără a se preciza sursa. În cazul încălcării acestei reguli se va aplica regulamentul în vigoare al universității, regulament ce merge până la exmatriculare pentru astfel de situații.

Fraudarea examenului se penalizează prin exmatriculare. Discuțiile sau colaborările în timpul examenelor se sancționează cu nota 1. Contestarea notei primite la un examen, se face în scris, la catedra de Comunicare și Relații Publice, în termen de 48 ore de la afișarea rezultatelor. Nota finală la disciplina respectivă este cea obținută în urma contestației.

- **Studenti cu dizabilități**

Facultatea asigură accesul în sălile sale ale persoanelor cu handicap locomotor. Acestea pot folosi liftul facultății pentru a ajunge la sălile de la etaj. De asemenea, persoanele cu deficiențe de vedere pot fi însoțite de către o altă persoană, iar la examen acestea pot scrie după dictare. Masteranzii cu dizabilități pot adresa solicitările lor pe adresa de e-mail a tutorelui.

- **Strategii de studiu recomandate**

Masterandul trebuie să citească cu atenție informațiile din suportul de curs și să aprofundeze materia. O simplă citire a suportului de curs nu este suficientă pentru obținerea unei note de trecere. Pentru o mai bună înțelegere a unor elemente prezentate în suportul de curs se poate recurge la bibliografia opțională.

Cuprins

Modulul I

Introducere în disciplină – scurt istoric	7
Imaginea de sine și percepția socială	9
Fenomenul atribuirii	12
Grupul ca formațiune psiho - sociologică	17
Relații de status și rol	21

Modulul II

Comunicarea interpersonală în grupuri non-formale și formale	23
Comunicarea în plan vertical și orizontal	28
Manipularea	38
Tehnici de manipulare și reacții de apărare împotriva manipulării	41

Introducere în disciplină-scurt istoric

Obiective:

- Cunoașterea premiselor care au condus la formarea disciplinei;
- Scurtă prezentare a evoluției disciplinei.

Noțiuni cheie: *social, psiho-sociologie, socio-psihiologie, antropologie culturală.*

- 1860 filozoful M. Lazarus și lingvistul H. Steinthal întemeiază o revistă denumită: „Zeitschrift für Völkerpsychologie - revistă pentru psihologia popoarelor”. Această revistă a existat timp de 20 de ani.
- 1898 în Franța G. Trade a publicat o carte denumită „Studii de psihologie socială”
- 1908 - R. A. Ross publică „Social Psychology”, carte în care acesta dezbate probleme cum ar fi: imitația, sugestibilitatea, moda, datina, starea de mulțime, spiritul de grup.
- În același an, W. McDougall publică „Introduction to social Psychology”, carte în care vorbește despre natura umană și despre componentele instinctuale primare ale acesteia. În viziune lui Mc. Dougall instinctul e de trei feluri: cognitiv, afectiv, conativ. De asemenea Mc. Dougall încearcă să explice faptul uman social prin instincte sau propensiuni native.
- Psihologia socială se dezvoltă abia la începutul secolului XX, odată cu studiile experimentale ale lui F. Allport, S. Gates, L. Travis etc. Din punct de vedere științific, psihologia socială se găsește la întretăierea dintre psihologie și sociologie. Există în literatura de specialitate două curente, unul cultivat de psihologi, iar celălalt de sociologi. Psihologia e mai mult centrată pe individ iar sociologia pe marea masă.

Dacă ne-am imagina un triunghi echilateral, iar în vârfurile acestuia s-ar afla psihologia, sociologia și antropologia culturală, psihologia socială s-ar afla undeva la intersecția înălțimilor la 2 treimi de vârf și la o treime de bază.

Problematika psihologiei sociale:

1. Studiul comportamentului individual în context social;
2. Relații interpersonale în grupuri mici;
3. Fenomene psiho-sociale în grupuri mari;
4. Cercetări interculturale.

Teme:

1. Ce revistă întemeiază M.Lazarus și H. Steinthal în 1860?
2. Care sunt cele două mari curente care au stat la baza formării psihologiei sociale?
3. Care este problematica psihologiei sociale?

Bibliografie:

Radu, I., Iluț, P., Matei, L., *Psihologie socială*, Editura Exe S.R.L., Cluj-Napoca, 1994

Imaginea de sine și percepția socială

Obiective:

- Analiza percepției sociale
- Descrierea fenomenului imaginii de sine

Noțiuni cheie: *percepție socială, imaginea de sine, succes, insucces, trăsături, autoapreciere.*

Comunicarea interpersonală este prezentă și la nivelul percepției sociale și a imaginii de sine a individului. Acest capitol se bazează pe următorii termeni specifici: *percepție socială, imaginea de sine, succes, insucces, trăsături, autoapreciere.*

Definiția *percepției sociale* după R. Baron și D. Byrne (1991): „se numește *percepție socială* un segment al procesului cognitiv prin care individul ajunge să-și formeze o imagine despre sine și în același timp, felul cum se conturează impresiile, aprecierile despre alții.”¹

Avem în această definiție două laturi ale aceluiași fenomen:

1. individul abordează pe altul pornind de la sine;
2. reprezentarea despre altul face parte din procesul percepției de sine.

În cunoașterea și formarea imaginii de sine un rol foarte important l-a avut simțul comun și clișeele. În psihologia socială un clișeu e o judecată simplificată corespunzând unei opinii

¹I., Radu, P., Iluț, L., Matei, *Psihologie socială*, Editura Exe S.R.L., Cluj-Napoca, 1994, p. 19.

modale într-un grup, care deformează modul de gândire personal, impunându-se ca un fel de adevăr obiectiv.

O altă metodă de simplificare a realului este etichetarea.

Conform lui P. Fraisse (1967) individul uman recurge la o dublă cunoaștere:

- a. una centrată pe sine, prin care el își sesizează și conștientizează propriile judecăți de valoare, senzații, sentimente, expectanțe etc.
- b. una centrată pe grup – individul se percepe pe sine, așa cum îi percepe pe ceilalți și cum îi vede trăind pe aceștia. Astfel el ajunge să se cunoască pe sine în același mod și prin același mecanism prin care îi cunoaște pe ceilalți.

În cunoașterea de sine coexistă doi factori importanți:

1. succesul
2. insuccesul

În ceea ce privește evoluția imaginii de sine C. Barmboim consideră că aceasta se formează în trei faze:

”

1. o fază a comparațiilor comportamentale;
2. o fază de utilizare a unor constructe psihologice;
3. o fază a comparațiilor psihologice propriu-zise.”²

Metode de studiu a imaginii de sine și a aprecierii altora

1. metoda trăsăturilor;
2. inventarul de personalitate Minnesota (MMPI) – scala D.S.;
3. chestionar Bianca Zazzo;
4. Testul W-A-Y – who are you?.

² I. Radu, P. Iluț, L. Matei, *Psihologie socială*, Editura Exe S.R.L., Cluj-Napoca, 1994, p. 22

Determinantele sociale ale autoaprecierii

Definiția metapercepției (D. Henny și D. Paulo 1993) – „sesizarea imaginii de sine în viziunea celorlalți se numește metapercepție.”³

Conform lui T. Rodriquez (1967) imaginea de sine are două componente:

1. imagine proprie de sine – cum se vede subiectul pe sine însuși;
2. imagine socială de sine – cum îl vede grupul.

Modalitățile perceperii de altul

1. clasificarea în anumite categorii;
2. empatia.

Conform lui R. Baron și D. Byrne (1991) oamenii vor să facă o impresie bună celorlalți și folosesc anumite gesturi în acest sens: conformism, etalarea aptitudinilor și succeselor proprii, mimarea modestiei, asocierea în fapt sau relatări cu persoane de prestigiu, manipularea scuzelor etc.

Factori facilitatori și discordanți în percepția socială:

1. cristalizarea;
2. prezumția de nevinovăție;
3. efectul de halo;
4. efectul indulgenței.

Teme:

1. Scrieți definiția percepției sociale a lui R. Baron și D. Byrne.
2. Care sunt componentele imaginii de sine conform lui T. Rodriquez?
3. Care sunt factorii facilitatori și discordanți în percepția socială?

³ I., Radu, P. Iluț, L., Matei, *Psihologie socială*, Editura Exe S.R.L., Cluj-Napoca, 1994, p. 32.

Bibliografie:

Radu, I., Iluț, P., Matei, L., *Psihologie socială*, Editura Exe S.R.L., Cluj-Napoca, 1994.

Fenomenul atribuirii

Obiective:

- Descrierea fenomenului atribuirii
- Analiza principalelor teorii care susțin acest fenomen

Noțiuni cheie: *atribuire, echilibru cognitiv, covarianță, siguranță, inferență.*

În anul 1980 H. H. Kelley și J. L. Michela scriseseră peste 900 de lucrări despre atribuire. Fenomenul atribuirii a dat naștere la diferite polemici în decursul timpului. Nu putem spune că există o teorie a atribuirii ci mai degrabă un cadru conceptual. Interesele asupra fenomenului atribuirii au în comun explicații naive. Există două idei cu valoare de postulat care stau la baza acestor explicații:

”

1. Înțelegerea comportamentului social nu se poate dispensa de explicarea modului în care omul obișnuit, în existența cotidiană, cunoaște realitatea, dă sens evenimentelor cu care vine în contact, este capabil să facă predicții, dispune de un control relativ asupra mediului său.
2. există o continuitate a manierei în care omul obișnuit, respectiv omul de știință procedează la asimilarea și dominarea cognitivă a realității.”⁴

De fapt, cunoașterea realității rezultă dintr-o îmbinare dintre simțul comun și teoria științifică.

În decursul timpului s-au cristalizat mai multe teorii asupra fenomenului atribuirii.

⁴I., Radu, P., Iluț, L., Matei, *Psihologie socială*, Editura Exe S.R.L., Cluj-Napoca, 1994, p. 49.

1. *Teoria echilibrului cognitiv a lui F. Heider (1944 -1958)*. Esența acestei teorii constă în următoarele:

- a. La nivelul mentalului cognitiv există un set de valori.
- b. Omul construiește un univers cognitiv alcătuit din cogniții cu statut de termeni primitivi-dominat de o psihologie naivă.
- c. În perspectiva gestaltistă universul cognitiv trebuie să fie echilibrat conștient.
- d. Judecățile unui individ în legătură cu un aspect al mediului nu trebuie să fie în contradicție cu judecățile, implicațiile relative la alte aspecte.
- e. Individul își organizează universul propriu și dă un sens evenimentelor cu care vine în contact, situând în același timp originea și cauza acestora.
- f. Omul trece de la observații la interpretări conform principiilor coerenței și echilibrului.
- g. Cunoaștem realitatea dând sens distalului pornind de la proximal.
- h. În plan comportamental atribuirea constă în aceea că activitățile sunt dirijate de relații cauzale.
- i. Darea unui sens realității e un proces de atribuire.

E. E. Jones, Davis și H. H. Kelley vor sintetiza și vor extinde ideile lui F. Heider.

2. *Teoria inferenței corespondente*.

În cadrul acestei teorii intenția este criteriul decisiv în procesul atribuirii. Criteriul intenționalității e operant doar dacă sunt îndeplinite trei condiții:

”

- a. autorul să fi dorit desfășurarea acțiunii;
- b. autorul să fie capabil să o desfășoare;
- c. autorul să aibă posibilitatea alegerii.”⁵

Atribuirea unor trăsături prin inferență se realizează conform acestei teorii în trei pași:

⁵ I., Radu, P., Iluț, L., Matei, *Psihologie socială*, Editura Exe S.R.L., Cluj-Napoca, 1994, p. 52.

”

- a. repetarea efectelor acțiunii;
- b. compararea efectelor acțiunii date cu efectele acțiunilor posibile;
- c. atribuirea-stabilirea unei corespondențe între acțiune, intenție și dispoziție.”⁶

3. Modelul covarianței.

Acest model este legat mai mult de H. H. Kelley. Prin acest model se introduc termenii de „variabilă dependentă și independentă”. Variabila dependentă, adică efectul, e analizat în funcție de variabila independentă. Conform acestui model imaginea lumii subiective are la bază structuri cauzale. Evaluările subiective se realizează conform următorului set de criterii:

”

- a. specificitatea sau caracterul distinct al efectului;
- b. consistența efectului în timp;
- c. consistența efectului de-a lungul diferitelor modalități de acțiune;
- d. consensul interpersonal în legătură cu relațiile cauzale prezumate.”⁷

Îndeplinirea acestor patru criterii creează individului un sentiment de siguranță.

Modelul covarianței încearcă să depășească postulatele teoriei inferenței corespondente introducând în analiza fenomenului atribuirii elemente noi:

- a. Schema cauzală;
- b. Auto-atribuire, heteroatribuire;
- c. Atribuire internă-externă.

E. E. Jones, D. McGillis și V. A. Harris au încercat să realizeze o sinteză între teoria inferenței și modelul covarianței. Din punctul de vedere al acestor cercetători acțiunile individului pot fi interpretate printr-o grilă focalizată pe:

⁶ I., Radu, P., Iluț, L., Matei, *Psihologie socială*, Editura Exe S.R.L., Cluj-Napoca, 1994, p. 53.

⁷ Ibidem, p. 53, 54.

- a. categoria de apartenență - când acțiunile sunt interpretate pe baza normelor grupului;
- b. pe persoană – când acțiunile sunt interpretate prin prisma informațiilor despre individ ca entitate distinctă.

Conform grilei cu cele două criterii rezultă două concepte noi, acela de stil atribuțional individual, care reprezintă un mod propriu de a utiliza inferențe sau atribuiri cauzale, precum și un stil atribuțional specific unei anumite culturi, reprezentat de un mod de a utiliza inferențe sau atribuiri cauzale prin prisma respectivei culturi.

Atribuirea cauzelor succesului și eșecului.

Când analizăm succesul și insuccesul ne referim la așa-numita psihologie a controlului. Un cercetător important al acestui tip de psihologie e J. B. Rotter, care introduce ideea de „Locus of control” (LOC 1966). Această idee s-a dezvoltat inițial independent de fenomenul atribuirii. Pornind și de la teoria învățării sociale a lui Phare (1957) și Bandura (1977), J. B. Rotter pune bazele unei scale de atitudini prin care se explică acțiunile situaționale ale indivizilor ca fiind determinate de:

”

- a. propriul lor comportament;
- b. de factori situați dincolo de propriul control (control extern).”⁸

De cele mai multe ori individul uman are tendința de a valoriza superior explicația de tip intern.

În 1979 B. Weiner explică mecanismul cauzelor succesului printr-un sistem cu patru factori și trei dimensiuni.

„ Factori:

1. capacitate;
2. efort;
3. dificultatea sarcinii;

⁸I., Radu, P., Iluț, L., Matei, *Psihologie socială*, Editura Exe S.R.L., Cluj-Napoca, 1994, p. 57.

4. șansă.

Dimensiuni:

1. stabilitate (stabil-instabil);
2. LOC (internalitate-externalitate);
3. posibilitate de control (controlabil-necontrolabil).”⁹

Conform lui B. Weiner, combinarea dimensiunilor cu factorii conduce la atribuirea cauzelor succesului și insuccesului în următoarele matrici:

”

1. capacitate: stabilă, internă, necontrolabilă
2. efort: instabil, intern controlabil
3. dificultatea sarcinii: stabilă, externă, incontrolabilă
4. șansa: instabilă, externă, incontrolabilă.”¹⁰

Paralel cu cercetările lui B. Weiner, un alt cercetător C. B. Wortman(1976) studiază fenomenul controlului și elaborează o teorie care se sprijină pe următoarele postulate:

1. Individul trăiește cu nevoia de a controla mediul;
2. Individul trăiește, de asemenea, cu iluzia sentimentului controlului.

3. *Teoria socială a atribuirii*

Teoria socială a atribuirii se bazează pe următoarele idei:

1. Explicarea realului și a lumii se bazează pe factori culturali;
2. Relațiile inter-individuale sunt similare celor inter-grupuri;
3. Nu există un rol individual ci mai degrabă o categorie în care e inclus individul.

⁹ I., Radu, P., Iluț, L., Matei, *Psihologie socială*, Editura Exe S.R.L., Cluj-Napoca, 1994, p. 58.

¹⁰ Ibidem, p.58.

Teme:

1. Descrieți pe scurt teoria echilibrului cognitiv a lui F. Heider.
2. Ce spune teoria inferenței corespondente?
3. Ce înțelegeți prin modelul covarianței?
4. Ce înseamnă LOC?
5. Care sunt ideile pe care le elaborează B. Weiner referitor al fenomenul controlului?

Bibliografie:

Radu, I., Iluț, P., Matei, L., *Psihologie socială*, Editura Exe S.R.L., Cluj-Napoca, 1994.

Grupul ca formațiune psiho-sociologică

Obiective:

- Definirea grupului ca formațiune psiho-sociologică
- Analiza mai multor tipuri de grupuri
- Descrierea parametrilor grupului
- Analiza relațiilor și proceselor care au loc în interiorul grupului

Noțiuni cheie: *grup, parametri grupului, tipologii curente ale grupurilor.*

Definiția lui M. Sherif (1969): „un grup este o unitate socială costând dintr-un număr de indivizi, care se găsesc unii cu alții în relație de rol și de status, stabilite după o perioadă de timp, și care posedă un set de valori sau norme ce reglementează comportarea reciprocă, cel puțin în probleme ce privesc grupul.”¹¹

¹¹ apud I.,Radu, P.,Iluț,L., Matei, *Psihologie socială*, Editura Exe S.R.L., Cluj-Napoca, 1994, p. 105.

Definiția cuprinde trei idei:

1. grupul e o formațiune de mai multe persoane;
2. persoanele se află în inter-relație;
3. grupul dezvoltă în timp norme și valori care reglementează comportarea comună.

Inter-relațiile reprezintă liantul grupului și contribuie la formarea coeziunii colective. Datorită conexiunilor reciproce în grup apar raporturi de influență și de atracție mutuală.

Orice relație reciprocă cuprinde două părți:

1. una funcțională
2. una emoțională

Din punctul de vedere cognitiv al lui J.Turner (1981) și J.Eiser (1986), „grupul e conceptualizat ca o colecție de persoane, care au interiorizat aceeași identitate drept componentă a imaginii de sine.”¹² În aceeași idee, J. Turner și G. Mugny vorbesc despre un proces de influență referențială care cuprinde trei faze:

”

1. individul se recunoaște ca membru al unei categorii sociale distincte;
2. pentru aceasta el dispune de o reprezentare colectivă fixată în stereotip, care prefigurează modalitățile de comportare specifice categoriei;
3. urmează influența referențială care s-ar baza pe auto-atribuirea acestor caracteristici fixate în stereotip.”¹³

Apartenența la un grup sau categorie socială aduce cu sine două efecte:

1. diferențierea grupului propriu de alte grupuri
2. tendința de privilegiere a grupului propriu

¹² apud I.,Radu,P., Iluț, L., Matei, *Psihologie socială*, Editura Exe S.R.L., Cluj-Napoca, 1994, p. 106.

¹³ Ibidem, p. 107.

Conform lui W. Doise: „conștiința unei identități comune reprezintă condiția minimă pentru apariția la macro și micro nivel a comportamentului social.

Analizând cele două tipuri de definiții date conceptului de grup rezultă existența a două modele :

”

1. modelul coeziunii susținut de psihologia socială experimentală
2. modelul identității susținut de psihologia cognitivă.”¹⁴

Radiografia grupului mic

Din punctul nostru de vedere cel mai mic grup e diada. Unii autori consideră triada ca fiind cel mai mic grup.

Conform lui H.Tajfel și C. Fraser: o formațiune în doi e o diadă, în trei e un microgrup.

Cei mai mulți autori considera un grup mic o formațiune formată din 7 ± 2 membri. În funcție de unitatea de analiză se poate accepta ca un grup mic să fie format din 10, 20 sau 30 de membri.

L.L. Moreno și TH. Newcomb susțin că baza formării și existenței grupului e reprezentată de atracția interpersonală care e de fapt un factor socio-afectiv.

Th. Newcomb are o viziune originală asupra grupului pe care-l consideră ca o extensie a diadei, mai exact a relațiilor diadice. Astfel grupul se conturează prin multiplicarea diadelor.

Grupul e o formațiune psiho-socială care se bazează pe relațiile mijlocite de activitatea comună, peste care se suprapun configurațiile afective dintre persoane.

¹⁴I.,Radu, P., Iluț, L., Matei, *Psihologie socială*, Editura Exe S.R.L., Cluj-Napoca, 1994, p. 106, p. 109.

Parametrii grupului

Conform lui M. Deutsch (1968) parametri grupului sunt următorii:

1. Mărimea grupului;
2. Compoziția grupului;
3. Sarcina, respectiv activitatea grupului;
4. Procese de interacțiune;
5. Structura grupului;
6. Conștiința colectivă;
7. Gradul de coeziune;
8. Eficiența grupului.

Tipologii curente:

- Grup primar-grup secundar
- Grup restrâns între 2 și 3 persoane
- Grup de apartenență
- Grup de referință
- Grup difuz (fază incipientă) și colectiv (fază structurată)
- Grup formal-grup informal

R. Muchielli distinge mai multe ipostaze ale unei persoane aflată în spațiul social, față de un grup:

„

1. Persoana integrată grupului: se identifică cu colectivul, își însușește țelurile și valorile acestuia, pe care la susține și le apără în raport cu grupul străin sau cu devianța internă.
2. Noul-venit: tinde să se integreze în grup, rapiditatea acestui proces fiind condiționată de distanța care există față de grupul anterior de apartenență. Contează desigur și condițiile venirii în grup (libere sau impuse). Față de noul venit fiecare grup are o marjă de toleranță.
3. Deviantul: nu se supune normelor comune ci se conduce după standarde personale sau împrumutate. În funcție de statutul deviantului și a riscului estimat, grupul

reacționează și, în numele solidarității, face presiuni pentru aducerea deviantului la valorile grupului. Dacă reacția de opoziție a deviantului este lucidă și sistematică grupul îl va sancționa și în ultimă fază îl va exclude total.

4. Individul marginal: se situează la periferia colectivului participând doar sporadic la activitățile comune.
5. Străinul: se găsește în afara grupului intrând totuși în contact cu acesta ca și vizitator sau turist. Străinul nefiind implicat în activitățile grupului este obiectiv și poate percepe realitatea psiho-socială a colectivului vizitat.”¹⁵

Teme:

1. Care este definiția grupului conform lui M. Sherif?
2. Enumerați parametri grupului conform lui M. Deutsch?
3. Care sunt principalele tipuri de grupuri?

Bibliografie:

Radu, I., Iluț, P., Matei, L., *Psihologie socială*, Editura Exe S.R.L., Cluj-Napoca, 1994.

Relații de status și rol

Obiective:

- Definirea noțiunii de status (statut)
- Explicarea noțiunii de rol
- Analiza modelului lui G. Allport

Noțiuni cheie: *statut, rol.*

¹⁵ apud I.,Radu,P., Iluț, L.,Matei, *Psihologie socială*, Editura Exe S.R.L., Cluj-Napoca, 1994, p. 117.

Teme:

1. Definiți statutul în viziunea lui M. Sherif.
2. Ce este rolul?

Bibliografie:

Radu, I., P. Iluț, L., Matei, Psihologie socială, Editura Exe SRL, Cluj-Napoca, 1994.

Comunicarea interpersonală în grupuri non-formale și formale

Obiective:

- Analiza comunicării verbale și nonverbale ca parametri importanți ai comunicării interpersonale și intragrup.
- Descrierea factorilor care influențează comunicarea intragrup
- Analiza grupului în viziunea lui Homans

Noțiuni cheie: *comunicare, grup, sistem, coeziune, norme.*

Comunicarea verbală

Comunicarea verbală reprezintă unul dintre principalii vectori ai comunicării interpersonale. Procesul de comunicare se realizează bazându-se pe funcția semiotică care este definită astfel: „Funcția semiotică desemnează capacitatea indivizilor de a utiliza semne

și simboluri ca substitute ale obiectelor, respectiv acțiunilor și de a opera cu acestea în plan mental.”¹⁸

Exprimarea verbală se realizează în baza a două sisteme de operare:

1. sistemul vorbirii – gândite
2. sistemul înțelegerii – auzind

Vorbirea se realizează cu ajutorul propozițiilor și al frazelor. Există două posibilități de elaborare a propozițiilor și al frazelor:

- a. când știm de la început ce vrem să spunem
- b. când nu știm decât pe parcursul frazei ce vrem să spunem.

Vorbirea liberă se confruntă cu cinci probleme fundamentale:

1. Controlul din timpul comunicării atât al vorbirii cât și al gândirii
2. În timpul vorbirii nu reușim întotdeauna să despărțim pașii cu sens
3. Folosirea de construcții mentale prea complicate îngreunează percepția
4. Disfuncționalități între gândire, vorbire și respirație
5. Eliminarea involuntară din vorbire a verbelor și creșterea numărului de substantive.

Factori care influențează negativ vorbirea citită și verbalizată:

1. Prea multe intonații fără sens
2. Tempoul prea ridicat
3. Citirea mecanică în necunoștință de cauză
4. Insuficiența respiratorie
5. Melodicitate monotonă
6. Accentuarea părților finale ale frazelor
7. Folosirea acelorași tonalități pentru sensuri diferite
8. Dorința de a părea interesant
9. Lipsa pauzelor
10. Pauze prea scurte
11. Ton ridicat

¹⁸ I., Radu, P., Iluț, L., Matei, *Psihologie socială*, Editura Exe S.R.L., Cluj-Napoca, 1994, p.186.

12. Citirea „fără putere, fără viață”.

Comunicarea nonverbală

Comunicarea nonverbală se numește și limbajul trupului. O serie întreagă de experimente au vrut în decursul timpului cât la sută din conținutul unui mesaj se transmite prin comunicare verbală și prin cea nonverbală. Experimente în acest sens au fost realizate de R.L. Birdwhistell, E. Mehrabian și Rime. S-a constatat în final că o pondere mai mare o are comunicarea nonverbală deoarece e susținută de către mai mulți analizatori. Cei mai importanți analizatori prin intermediul cărora se realizează comunicarea sunt:

1. Analizatorul vizual
2. Analizatorul auditiv
3. Analizatorul tactilo-chinestezie
4. Analizatorul olfactiv
5. Analizatorul gustativ
6. Al șaselea simț

O formă deosebită de comunicare nonverbală este reprezentată de utilizarea spațiului.

Prin împletirea formelor verbale, nonverbale și paralingvistice ale comunicării ia naștere comunicare interpersonală care este influențată de o serie de factori:

- a. gradul de apropiere sau proximitatea spațială.
- b. limitele și întinderea contactelor fizice în aceste relații.
- c. stilul cald sau autoritar în comunicare.
- d. schimbul de priviri ca formă de comunicare.
- e. volumul și ritmul interacțiunilor.
- f. dinamica autodezvăluirilor reciproce.”¹⁹

Factori care influențează comunicarea intra și inter-grup:

¹⁹ I.,Radu, P., Iluț, L., Matei, *Psihologie socială*, Editura Exe S.R.L., Cluj-Napoca, 1994, p. 192.

- „ - apropierea spațială.
- apropierea socială sau similaritatea.
- asocierea, însemnând forma de contact care apare prin implicarea împreună cu alții, în aceleași activități cotidiene, așa cum sunt călătoria, cumpărăturile, munca.
- cooperarea și colaborarea.
- conflictul, în sensul că relațiile dintre părțile aflate în conflict, fac necesară o formă de comunicare, după cum se poate vedea în conflictele industriale, războaie, acțiuni polițienești, ca și în disputele dintre indivizi.”²⁰

Definiția grupului dată de C. Homans:

”număr de persoane care comunică între ele destul de des, într-o perioadă de timp și care sunt suficient de puține pentru ca fiecare să poată comunica cu toți ceilalți direct, nu prin intermediul altora.”²¹

Grupul va reacționa întotdeauna atât față de cei care respectă normele și valorile sale cât și față de devianți. Referitor la aceste aspecte A. Berelson și G. A. Steiner au următoarea părere:

„Răspunsul unui grup față de abaterea de la normele sale comportamentale este, în primul rând, discuția pentru a convinge minoritatea dizidentă să se alinieze; în al doilea rând dezaprobarea; în al treilea rând discreditarea dizidenților perseverenți; și, în sfârșit, în al patrulea rând, excluderea sau impunerea retragerii din grup.”²²

Unul dintre cei mai importanți factori ai comunicării interpersonale în cadrul grupurilor este reprezentat de coeziune.

Festinger consideră că normele de grup conduc la coeziune, norme care se formează în baza canalelor de comunicare astfel:

²⁰ Denis, Mcquail, *Comunicarea*, Editura Institutul European, Iași, 1999, p. 104.

²¹ apud, *Ibidem*, p. 105.

²² apud, *Ibidem*, p. 107.

„un grup social odată format, conexiunile din cadrul lui funcționează și drept canale de comunicare, prin care circulă informația și opiniile...legarea unei prietenii implică și crearea unui canal de comunicare activ între două persoane. Cu cât mai intimă este prietenia, cu atât este mai largă gama de conținuturi care circulă prin acest canal de comunicare și mai reduse forțele care restrâng comunicarea. De aceea deschiderea unor astfel de canale active de comunicare înseamnă împărtășirea informației, a opiniilor, a atitudinilor și a valorilor.”²³

Un alt factor existent în interiorul grupurilor este reprezentat de diferențierea membrilor acestuia în cadrul structurilor formale și al celor non-formale.

În conformitate cu F. Bales indivizii sunt diferențiați față de alții în grupurile non-formale în funcție de trei acțiuni:

”

1. numărul de acte care li se adresează.
2. numărul de acte pe care ei îl adresează anumitor alți indivizi.
3. numărul de acte pe care ei îl adresează grupului în ansamblu.”²⁴

În ceea ce privește liderul unui grup și comunicarea acestuia mai ales în sisteme formale C. Homans susține:

„Comunicarea se îndreaptă către lider atât în conversațiile generale, cât și în cele private. Oamenii săi îi încredințează problemele lor și îi fac confidențe, așa că el este cel mai bine informat în legătură cu ce se petrece în grup... Dar comunicarea nu numai se îndreaptă către lider, ci și pornește de la el. El este omul care ia deciziile, demarează acțiunile și se așteaptă ca el să facă toate acestea.”²⁵

În cadrul grupurilor comunicarea se desfășoară atât în plan vertical de la lider spre grup și invers, cât și în plan orizontal între membri grupului aflați pe același nivel ierarhic.

Teme:

1. Care sunt cele cinci probleme cu care se confruntă vorbirea liberă?
2. Care sunt factorii care influențează comunicarea intra și inter-grup?

²³ apud Denis, Mcquail, *Comunicarea*, Editura Institutul European, Iași, 1999, p. 108.

²⁴ apud, *Ibidem*, p. 110.

²⁵ apud, *Ibidem*, p. 111.

3. Care este viziunea lui Bales referitoare la diferențierea indivizilor unii în raport cu alții în grupurile non-formale?

Bibliografie:

Mcquail, Denis, *Comunicarea*, Editura Institutul European, Iași, 1999.

Radu, I., Iluț, P., Matei, L., *Psihologie socială*, Editura Exe S.R.L., Cluj-Napoca, 1994.

Comunicarea în plan vertical și orizontal (aspecte psihologice ale conducerii)

Obiective:

- Cunoașterea fenomenului conducerii
- Comparația termenilor putere, conducere, influență
- Determinarea ipostazelor fenomenului conducerii

Noțiuni cheie: *putere, conducere, influență, lider, șef.*

Acest tipuri de comunicare sunt specifice relațiilor interpersonale lider – grup și invers precum și relațiilor interpersonale ale persoanelor care se află pe aceeași treaptă în ierarhia socială a grupurilor. Noțiunile cheie care se regăsesc în acest capitol sunt: *putere, conducere, influență, lider, șef.*

Structurile de conducere asigură organizarea și direcționarea grupurilor, în vederea țelurilor propuse. Alături de noțiunea de conducere apare și cea de putere. Conform lui F. E. Fiedler (1971) „conducerea și puterea sunt esențial sinonime”²⁶. Peste structura de conducere într-o

²⁶ apud I.,Radu, P.,Iluț, L.,Matei, *Psihologie socială*, Editura Exe S.R.L., Cluj-Napoca, 1994, p. 157.

Fenomenul conducerii prezintă și alte aspecte demne de analizat. De exemplu, atitudinea de simpatie sau de antipatie dintre membri din conducerea unui grup poate să aibă efecte pozitive sau negative asupra membrilor grupului.

Există o distincție foarte clară între conducerea la macro-nivel și micro-nivel:

1. La nivel macro liderul este cel care dă direcția necesară schimbării și pune accent pe transformare
2. La nivel micro relația de conducere se desfășoară în termenii de față-n față. Pe baza relațiilor interpersonale rolurile de conducere pot fi interșanjabile. Altfel spus un individ poate fi conducător într-un context și poate fi subaltern în alt context.

Conducerea o putem defini ca fiind un ansamblu de activități desfășurate în vederea atingerii aceluiași obiectiv. Conform lui H. Fayol avem 5 feluri de activități:

»

1. a prevedea (a studia și a întocmi proiecte);
2. a decide și / sau a realiza (a face alegeri, opțiuni);
3. a conduce oamenii, a da dispoziții, ordine;
4. a coordona (a comunica, a face sinteze);
5. a controla (a compara obiectivele și rezultatele obținute).”²⁹

Ipostaze ale fenomenului conducerii:

Conform lui C. A. Gibb, R. Lambert (1965) și E. Hollander (1985) există 5 ipostaze ale conducerii:

1. Șeful instituțional: versiunea cea mai recunoscută a liderului, care ne apare ca fiind persoana investită prin numire sau alegere într-o funcție de conducere în cadrul unor structuri organizaționale prestabilite.

²⁹ I.,Radu, P.,Iluț, L.,Matei, *Psihologie socială*, Editura Exe S.R.L., Cluj-Napoca, 1994, p. 159, 160.

2. Persoana centrală în grup: e o altă ipostază a liderului. Este vorba de persoana care concentrează atenția celorlalți, întrunește aprecierea și stima grupului, constituind un exemplu demn de urmat pentru membri săi.
3. Liderul sociometric: sau persoana cea mai populară în grup întrunește sufragiile celorlalți membri sub unghi afectiv.
4. Liderul situațional: (poate deveni lider) e persoana care se angajează spontan în acte de conducere în situații diferite.
5. Liderul ca fiind persoana cea mai influentă.

Funcțiile de conducere și însușirile personale:

Sistemele formale au nevoie de conducători. Problema care apare este următoarea: Cine poate fi conducător? În decursul timpului s-au cristalizat mai multe modele care încearcă să explice care sunt calitățile unui bun conducător. În continuare vom prezenta aceste modele:

1. *Modelul trăsăturilor:*

O primă dihotomie pe care ne-o oferă acest model este următoarea: buni și mai puțin buni conducători.

Modelul se bazează pe o serie de categorii de trăsături pe care trebuie să la aibă un individ pentru a fi un bun lider.

- a. Caracteristicile fizice asociate prezumtiv unei funcții de conducere sunt: vârsta, înfățișarea, sexul, prestața, robustețea etc.
- b. Dintre aptitudinile psihologice care sunt necesare, dar nu și suficiente, pentru a îndeplini o funcție de conducere amintim următoarele:
 - însușirile de personalitate: energie, dinamism, spirit de inițiativă etc.
 - activități complexe care cer: inteligență, competență, rapiditate perceptivă, siguranța raționamentului, flexibilitatea gândirii, ușurința de a învăța etc.
 - aptitudini specifice: competența profesională, fluența verbală, senzitivitatea în relațiile interpersonale etc.

- Alte însușiri: încrederea în sine, ascendența sau tendința de dominare, gradul de auto-control, extraversiunea
- c. În relația biunivocă funcție de conducere-însușiri personale cauza și efectul își schimbă permanent locurile.

Modelul situațional:

M. Argyle și B. Little (1972) fac o cercetare vrând să determine în ce măsură trăsăturile personale sunt operante la nivelul comportamentului social. Rezultatele au fost următoarele:

”

- 16% din variația comportamentului revine însușirilor de personalitate;
- 44% din variația este datorată diversității situaționale;
- 40% revine interacțiunii persoană-situație.”³⁰

Modelul situațional arată că activitățile de conducere nu sunt omogene și că majoritatea grupurilor au mai mulți lideri care se impun alternativ în raport cu situațiile concrete în care sunt implicați. Cercetările întreprinse în această direcție conchid că aptitudinea de conducere este omogenă și unitară în interiorul unor grupuri cu activități relativ înrudite.

Modelul tranzacțional:

Acest model e susținut de E. Jones, P. Verba, E. Hollander și A. Neculau și pune accentul pe interacțiunea lider-grup.

Conform acestui model liderul influențează grupul fiind și senzitiv în același timp. Între lider și subalterni are loc un proces de schimb social. Se reliefează astfel un rol mai activ al subordonaților în relația de schimb cu liderul și putem vorbi în acest caz de o relație de influență bilaterală. În baza acestei teorii, grupul va face anumite propuneri liderului și va avea anumite așteptări de la acesta, iar liderul va veni cu oferta personală de însușiri și acțiuni. Se va instala astfel o relație bilaterală dinamică între lider și grup și va avea loc un proces de

³⁰ I., Radu, P., Iluț, L., Matei, *Psihologie socială*, Editura Exe S.R.L., Cluj-Napoca, 1994, p. 168.

transfer și contratransfer de intenții. După ce se stabilește o cale de urmat unanim acceptată, liderul poate conduce grupul spre succes, iar subordonații îi vor oferi acestuia prețuire, putere și influență. În grup, conform lui E.P. Hollander, liderul va dobândi „creditul de particularism”³¹ și va avea latitudinea de a schimba sau inova, dar va fi sancționat pentru acțiuni în interes personal.

O anumită funcție poate modela un individ sau un lider care, la rândul său, poate modela postul pe care îl ocupă. Aceste transferuri pot însemna:

”

- a. adaptarea postului la domeniul personal de calificare (medic, inginer, avocat);
- b. tendința de a utiliza poziția pentru a satisface motivații personale;
- c. preocuparea de asimilare a prescripțiilor sociale de rol sau refuzul lor;
- d. opoziția față de prescripțiile sociale cu efecte de frustrare.”³²

În negocierea dintre lider și grup pot să apară trei situații:

”

1. nepotrivire evidentă între poziție și rol - grupul sancționează, relevă „decalajul și invită la echilibru;
2. identificare totală - respectarea cerințelor, a prescripțiilor, devine scop, valoare finală, ceea ce conduce la rigiditate, stereotipie, incapacitate de adaptare la situații noi;
3. individul răspunde cerințelor funcției și încearcă să le îmbogățească în conținut - situație care apare cel mai frecvent.”³³

Conform acestui model avem:

1. o funcție de conducere cu cerințele sale;
2. persoana care ocupă această funcție, persoană care vine cu o ofertă proprie;
3. grupul.

³¹ I., Radu, P., Iluț, L., Matei, *Psihologie socială*, Editura Exe S.R.L., Cluj-Napoca, 1994, p. 169.

³² Ibidem, p. 170.

³³ Ibidem, p. 170.

Grupul va lansa un set de așteptări pe care liderul va încerca să le satisfacă și să confirme încrederea acordată. În timp se va constitui o unitate compusă din cerințele grupului și oferta indivizilor cu funcții de conducere, care va face să funcționeze acest sistem în baza Țelurilor comune. Astfel liderul va oferi grupului un model, va aduce noul, va schimba tipare, adaptând permanent grupul la prezent și îndreptându-l spre viitor. Se va crea astfel un circuit dinamic și complex.

SelecȚia psihologică a personalului de conducere.

Persoanele care conduc sunt denumite în general cadre de conducere. Conform lui F. Dozol : „prin cadre înțelegem persoanele cu funcții de îndrumare și conducere asupra unui personal subordonat sau cu funcții care cer punerea în valoare a unor tehniciȚi ce lasă celui interesat o margine de iniȚiative și responsabilităȚi.”³⁴

Pentru selecȚia unei persoane în vederea ocupării unei funcȚii avem nevoie de:

1. Date biografice;
2. Culegerea de informaȚii - teste care măsoară capacităȚile intelectuale și însușirile de personalitate;
3. C.V.-uri cu format tipizat pentru a putea compara datele.

Datele biografice sunt relevante doar pentru primul palier al conducerii. Pentru palierele superioare se folosește interviul.

„Cadrele” sunt alese în general dintre persoanele cu studii superioare.

Toate evaluările pe care le folosim au drept scop crearea unui profil care să cuprindă atât aptitudini intelectuale cât și însușiri de personalitate.

³⁴I., Radu, P., IluȚ, L., Matei, *Psihologie socială*, Editura Exe S.R.L., Cluj-Napoca, 1994 , p. 171.

Pentru evaluarea capacităților intelectuale sunt folosite:

- a. Matrici progresive standard - testul Raven;
- b. Testul Domino - D48.

Pentru evaluarea însușirilor de personalitate sunt folosite: inventare de personalitate, teste proiective, teste situaționale de grup cum ar fi:

- a. Inventarul psihologic California (CPI), versiunea prescurtată și adaptată a M.M.P.I.;
- b. Testul 16 PF – Cattle;
- c. Inventarul de temperament Guilford-Zimmermann;
- d. Chestionarul de personalitate Eysenk;
- e. Testul de interese Kuder - pentru sondarea motivațiilor;
- f. Cele mai utilizate teste proiective sunt:
 - Testul Rorschach
 - Testul Holzmann
 - T.A.T
 - Testul Rosenzweig
 - Testul arborelui

Alături de aceste probe se folosesc uneori și așa-numitele improvizații de „role-playing”.

Aceste jocuri de rol se derulează în baza anumitor teme cum ar fi:

1. testul contactelor umane - exemplu luarea unui interviu;
2. situații implicând teste morale (furtul);
3. reacția față de o critică personală în grup;
4. modul în care e acceptată respingerea unei propuneri proprii;
5. alternanța autoritate - subordonare în activități diferite;
6. conflictul de rol – cum e executat un ordin neplăcut.

Toate aceste informații sunt culese prin:

1. interviuri și teste situaționale
2. probe creion-hârtie

Comportament și stil de conducere:

După numeroase studii efectuate de către R.Gibb și E. Hollander au fost desprinse patru caracteristici ale indivizilor cu funcții de conducere:

- a. Respectul, considerația față de subalterni 49,6%
- b. Inițiativa organizării și structurării grupului 33,6%
- c. Accentul pe producție 9,8%
- d. Senzitivitate 7%

După cum se poate observa caracteristicile a și b sunt mai importante însumând 83,2%

În funcție de stilul de conducere B. M. Bass (1972) distinge în funcție de motivație trei orientări ale conduitei liderului:

1. orientare spre sine - cu preponderență mai mult spre succesul personal decât spre eficacitate;
2. orientare spre sarcină - cu accent spre eficiență;
3. orientare spre interacțiune - e preocupat mai mult de relațiile interpersonale.

K. Lewin distinge de asemenea, trei stiluri de conducere:

1. stilul autoritar
2. stilul democratic
3. stilul laissez-faire

J. Faverge (1976) distinge 3 caracteristici ale liderului democratic:

1. senzitivitatea - presupune perceperea sentimentelor, temelor și nevoilor grupului;
2. permisivitatea – presupune acordarea fiecăruia a dreptului de a se exprima fără a fi sancționat;

3. non - directivitatea – presupune acceptarea părerilor, reformularea lor etc.

Conform lui D. Chalvin există 5 tipuri de lideri împreună cu contrarele lor care au la bază spiritul de angajare personală și cel de colaborare:

”

1. organizatorul: stabilește relații ierarhice corecte; acordă suficientă autonomie subalternilor; nu se lasă influențat de ei; *variantele ineficiente e birocratul.*
2. participativul: colaborează strâns cu subalternii, îi influențează și se lasă influențat; *variantele ineficiente e paternalistul, demagogul.*
3. Întreprinzătorul: influențează nemijlocit pe fiecare subaltern determinându-l să obțină rezultate optime; își afirmă deliberat autoritatea; *variantele ineficiente e tehnocratul și autocratul.*
4. realistul: dă dispoziții și asigură condițiile pentru aplicarea lor; consultă subalternii și îi lasă să-și rezolve singuri problemele interpersonale; *variantele ineficiente e oportunistul.*
5. maximistul: îi influențează și îi incită pe subalterni cu scopul ca aceștia să se inter-influenteze reciproc la maximum; cere prezentarea deschisă a conflicte-lor în vederea soluționării lor; *variantele ineficiente e utopistul modernist.*”³⁵

Teme:

1. Descrieți modelul trăsăturilor.
2. Descrieți modelul tranzacțional.
3. Care sunt cele mai utilizate teste proiective de personalitate?
4. Care sunt stilurile de conducere după K. Lewin?
5. Descrieți cele cinci tipuri de lideri după D. Chalvin?

Bibliografie:

Radu, I., Iluț, P., Matei, L., *Psihologie socială*, Editura Exe S.R.L., Cluj-Napoca, 1994.

³⁵apud I., Radu, P., Iluț, L., Matei, *Psihologie socială*, Editura Exe S.R.L., Cluj-Napoca, 1994, p. 181.

Manipularea

Obiective:

- Analiza fenomenului manipulării.
- Analiza principalelor tehnici de manipulare.

Noțiuni cheie: *manipulare, psihoză în masă, dezumanizare, dezindividualizare, anomia, spălarea creierului, confuzie emoțională.*

Definiții ale manipulării:

„Manipularea reprezintă o tehnică prin intermediul căreia se direcționează opinia publică într-un anumit sens dorit și bine precizat, folosindu-se pentru aceasta diferite forme de comunicare, tipuri de acțiuni, slogane, imagini, profiluri, precum și toată gama de mijloace de comunicare în masă.”³⁶

Manipularea reprezintă fenomenul de creare premeditată a unei situații sociale cu scopul de a influența reacțiile și comportamentul manipulaților în scopul dorit de manipulanți.

Fenomenul contagiunii: reprezintă transmiterea rapidă la nivelul mulțimilor a emoțiilor și manifestărilor de comportament. Individul aflat într-o situație ambiguă încearcă să se adapteze reacțiilor celorlalți.

Existența unei singure surse de informare amplifică la maximum efectele manipulării. O astfel de situație poate da naștere chiar la așa-numitul fenomen de psihoză în masă.

Manipularea face apel și la latura afectiv-emoțională a individului și la cele mai profunde sentimente umane (copii, bătrâni etc.)

³⁶Flaviu Călin, Rus, *Introducere în știința comunicării și a relațiilor publice*, Editura Institutul European, Iași, 2002, p. 37.

Există tehnici de manipulare cu efecte imediate și cu efecte cu bătaie lungă în timp.

Există, de asemenea, și anumite teoreme ale comunicării verificate empiric ca de exemplu: „cel care ți-a făcut odată o favoare este mult mai disponibil să te ajute din nou decât acela care îți este obligat.”

Un fenomen deosebit de important folosit în manipulare este cel al dezumanizării. Acesta înseamnă actul de a percepe victimele ca ființe non-umane. Dezumanizarea slăbește sentimentul de respingere instinctivă a violenței și facilitează escalada actelor de agresiune, sub diferite forme.

În funcție de efectul și amplitudinea modificărilor comportamentale avem:

1. manipulări mici - care constau în modificări minore ale situației sociale rezultând efecte surprinzătoare și ample (tehnica „piciorului în ușă”, tehnica „trântitului ușii în față”).
2. manipulări medii - care se referă la modificări importante ale situației sociale (dezindividualizarea sau pierderea în anonimat).
3. manipulări mari - care influențează întreaga cultură în care viețuiește individul. Manipulările majore stau la baza răspândirii diferitelor curente de opinii, formează tradiții și obiceiuri, conturează mentalități, determină curente etc. Și pot determina chiar și anomii.

Definiția anomiei

Anomia este fenomenul de prăbușire al unui întreg sistem de valori al unei societăți.

Metode și instrumente ale manipulării:

1. controlul comunicațiilor umane - cine controlează prezentul controlează și viitorul;
2. manipularea mistică - situarea grupului conducător sub o aureolă mistică;
3. cerința de puritate – delimitarea strictă bine / rău;

4. cultul confesiunii – conducerea subordonată religiei;
5. știința sacră – crearea unei surse sacre în jurul dogmelor;
6. remodelarea limbajului – limba de lemn;
7. redefinirea limbajului – anularea logicii și deformarea realității;
8. doctrina mai presus de oameni și invers;
9. delimitarea socială – o parte are drepturi și o parte nu are nici un drept;
10. aparența libertății de decizie;
11. crearea de stereotipii dinamice;
12. apariția în prejma unor persoane foarte populare;
13. inocularea fricii(spaimei) față de părăsirea grupului;
14. controlul limbajului și al gândirii;
15. propagarea de disonanțe cognitive;
16. spălarea creierului – se realizează în trei etape:
 - a. dezghețarea – distrugerea totală a vechiului element de identitate;
 - b. schimbarea – inocularea noului element de identitate;
 - c. reînghețarea – fixarea noii personalități a individului.
17. mesajele subliminale;
18. exagerarea ușoară a succeselor proprii și amplificarea insucceselor celorlalți.

Teme:

1. Definiți procesul de manipulare.
2. Ce este anomia?
3. Care sunt tipurile de manipulări pe care le puteți descrie în funcție de efectul și amplitudinea modificărilor comportamentale?

Bibliografie:

Marga, A., Mureșan, M., Ștefan, M., F. C., Rus, Luțaș, M., Lazăr, D., Blaban, D., Chereji, Ch. R., Mureșan, I., *Științe ale Comunicării. Note de curs*, Editura Accent, Cluj-Napoca, 2006.

Rus, Flaviu Călin, *Introducere în știința comunicării și a relațiilor publice*, Editura Institutul European, Iași, 2002.

Tehnici de manipulare și reacții de apărare împotriva acestora

Obiective:

- Analiza principalelor tehnici de manipulare.
- Prezentarea principalelor reacții de apărare împotriva manipulării.

Noțiuni cheie: *control, normalitate, similaritate, competență, confuzie cognitivă.*

Toate metodele și instrumentele de manipulare au drept scop obținerea controlului.

Alături de metode sunt cunoscute și mai multe tehnici de manipulare. Dintre acestea amintim:

1. Observarea normalității aparente: se creează doar o aparență a normalității, care e de fapt un paravan, o imagine după care să nu se poată trece.
2. Sesizarea falsei similarități: manipulatorul devine cel mai bun prieten al victimei, îi captează afecțiunea și respectul putând astfel s-o influențeze pe aceasta mult mai eficient.
3. Identificarea competenței aparente: pe cei din jur îi impresionează competența, încrederea și siguranța de sine.
4. Sesizarea confuziei cognitive: se apelează la analogii false, la distorsiuni semantice, la etichetări retorice formându-se astfel o lume iluzorie.
5. Sesizarea confuziei emoționale: cel mai puternic instrument de manipulare a individului este apelul la sentimentele sale. Se trece de la barierele rațiunii la emoțiile sale. Prin această tehnică se speculează sursele de teamă, se induce un sentiment de vinovăție, se află interesele intime mai puțin vizibile, se evită cu tact bunăvoința din partea adversă etc.
6. Jocul de-a alegerea: după ce individul alege ceea ce dorim, îl convingem că a făcut bine și astfel acesta îi va convinge și pe alți indivizi să facă la fel.
7. Tendința fructului oprit: în scopul atingerii unui țel se pun în calea celui ce dorește să atingă țelul cât mai multe piedici. Prin acest mod de acțiune creștem dorința

individului de a atinge țelul și îi focalizăm atenția pe un singur drum îndepărtându-l de alte variante posibile. Trebuie să ne gândim întotdeauna că mai există cel puțin o soluție care nu a fost luată în calcul.

8. Gândirea de grup: dorința manipulatorului de a cufunda în anonimatul masei și de a învăța din greșelile trecutului pentru a nu le mai repeta.
9. Structuri impersonale: nu se permite nici o împotrăvire la regulile și normele impuse.

Alături de tehnicile de manipulare sunt cunoscute și reacții de apărare, de rezistență la manipulare. Dintre acestea amintim următoarele:

1. combaterea propriei imagini;
2. roștiți: „am greșit” sau „îmi pare rău” sau „e vina mea”;
3. fiți atenți la perspectiva din care alții încearcă să prezinte o problemă;
4. acceptați pierderile pe termen scurt;
5. puneți „piciorul în prag” când sunteți nemulțumiți sau agasați;
6. evitați să luați decizii sau hotărâri pripite;
7. întotdeauna când ceva vi se pare neclar, insistați cu întrebările până ce vă lămurii complet;
8. exersați-vă în descifrarea sensurilor ascunse ale lucrurilor sau situațiilor întâlnite la fiecare pas, indiferent cât de banale ar părea;
9. fiți atenți la regulile impuse de gazde, atunci când sunteți în rolul oaspetelui;
10. nu acordați credit soluțiilor simple în cazul unor probleme personale, sociale sau politice complexe;
11. amintiți-vă că nu există prietenie totală necondiționată din partea unui străin;
12. dacă ajungeți într-o situație nouă, într-un anturaj nou, într-o companie nefamiliară, încercați imediat să aflați de pe ce poziție puteți intra în contact cu cei din jur și care sunt principalii agenți de influență ai grupului;
13. evitați situațiile total neprielnice, în care nu vă puteți manifesta libertatea de acțiune sau de exprimare;
14. nu vă dezvăluiți sentimentele, dorințele ascunse, slăbiciunile sau limitele în fața oricui;
15. obișnuți-vă cu momentele de detașare emoțională mai ales atunci când doriți să analizați cu atenție o anumită problemă;
16. nu vă lăsați la cheremul lăcomiei și al satisfacerii orgoliului propriu;

17. acceptați schimbul de idei, analizați obiectiv opiniile sau concepțiile ce nu coincid cu ale dumneavoastră, mai ales când sunt susținute de argumente concrete;
18. identificați momentele în care simțiți un sentiment de vină și încercați să-i aflați originea;
19. acționați pe deplin conștienți în toate situațiile și nu luați decizii doar că așa trebuie;
20. gândiți-vă că uneori consecvența poate conduce la rigiditate;
21. autoritățile legitime trebuie respectate, dar nu și cei care se erijează în autorități;
22. vociferările sau reacțiile emoționale nu sunt suficiente pentru contracararea actelor de inechitate.

Teme:

1. Descrieți trei tehnici de manipulare.
2. Descrieți trei reacții de apărare împotriva manipulării.

Bibliografie:

Marga, A., Mureșan, M., Ștefan, M., F. C., Rus, Luțaș, M., Lazăr, D., Blaban, D., Chereji, Ch. R., Mureșan, I., *Științe ale Comunicării. Note de curs*, Editura Accent, Cluj-Napoca, 2006.