

DISTORSIUNI ÎN COMUNICAREA INTERPERSONALĂ

Conf. univ.dr. Mihaela STOICA
Universitatea „Dimitrie Cantemir”, Târgu -Mureș

Abstract

This article shows the distortions that occur in interpersonal communication, in particular, distortions in perception of other. The most frequent errors in subject perception are due to interpersonal communication: schematization, projection, halo effect, perceptual inertia and personal equation. Most important methods to reduce these distortions are Portrait of an unknown, Johari window and Technical Disney - generator of bright ideas. The practical part of this paper is to describe the stages of these techniques.

Keywords: Inter-person communication, distortions, projection, perception, errors

În fiecare moment, mintea noastră recepționează și prelucrează o multitudine de informații despre „celălalt”, pe baza cărora încercăm să cunoaștem persoana, să îi înțelegem felul de a fi, motivele, intențiile și, astfel, să putem anticipa reacțiile sale. Spre deosebire de percepția unui obiect fizic, perceperea "altuia" este mult mai complexă, nu numai pentru că individul uman are o mulțime variată de însușiri, ci și pentru că "obiectul" percepției este, la rândul lui, "subiect cunoscător", conștient de sine și de actul percepției, care ne influențează în mod activ și, de multe ori, intenționat, percepția. În, acest fel, percepția interpersonală se include în mecanismul interacțiunii cu celălalt.

Cunoașterea celuilalt se face printr-o categorizare inițială, prin care îl includem în schema unul „alter” generalizat (raportare la genul proxim), urmată de analizarea aspectelor secundare care îl individualizează (diferență specifică). De obicei includerea în genul proxim se face pornind de la statutul social, cu tot ce deținem ca informație anterioară despre trăsăturile categoriei (tânăr, inginer etc.) și individualizarea se face după relevanța pe care o au diferite criterii pentru noi înșine, astfel încât „imaginea” pe care o avem despre celălalt să fie cuprinzătoare și congruentă. Deducțiile pe care le facem apoi, pornind de la această categorizare, în interpretarea celorlalți indici, depinde de stilul nostru asociativ, rezultat al experienței anterioare. Avem tendința de a judeca cu mai multă acuratețe persoanele care aparțin propriei noastre subculturi (sat /oraș, zonă geografică), similare nouă ca vârstă, gen, statut socio-profesional, decât pe cele care provin din subculturi diferite sau față de care distanța socială este mai mare. Pe măsură ce experiența crește, se produce astfel o specializare într-un anumit domeniu al relațiilor interpersonale (de exemplu relațiile cu un anumit tip de public), dar nu întotdeauna raționamentele transductive sunt valide în alt context: polițistul, obișnuit cu mentalitatea infractorilor, are tendința de a fi suspicios în relațiile sale cu oamenii obișnuiți, medicul vede în jurul său numai oameni bolnavi etc.

Dificultatea formării unei imagini corecte despre persoanele cu care dezvoltăm relații interpersonale rezulă nu numai din complexitatea „obiectului” perceput, ci și din caracteristicile „subiectului” percepător, ca și din însuși procesul percepției celuilalt. Când percepem ceva, nu o facem gratuit. Avem o anumită motivație. La fel se întâmplă și când încercăm să ne facem o

impresie despre oameni: îi percepem prin „ochelarii așteptărilor” noastre. Subiectul percepător are un set de așteptări, un montaj, în raport cu care organizează informațiile provenite de la „obiectul” perceput. În virtutea respectivului montaj, imaginea despre celălalt va reflecta mai mult sau mai puțin corect realitatea, întrucât percepția celui alt apare ca o sinteză a experienței trecute cu faptele de observație actuale. Orientarea anticipativă a celui care percepe (montajul lui) introduce o puternică segregare a informațiilor.

Ca și în cazul lucrurilor, când percepem o persoană avem tendința să o plasăm într-o categorie anterior cunoscută. Impresiile prezentate interferează cu experiența trecută, reprezentările senzoriale cu judecățile evaluative. Un om nu ne oferă doar o imagine individuală. Când îi percepem, îi introducem imediat în categoria celui alt generalizat. Dar oamenii, chiar ei mai tipici pentru categoria în care i-am încadrat, sunt foarte diferiți, departe de tiparul modal. Romanii nu sunt toți la fel. Nici tinerii. Și nici bătrânii. A ne opri la cunoașterea celui alt generalizat, cum procedează adesea cei fără prea multă experiență în viață, înseamnă a nu reuși decât să percepem specia (grupul, clasa) nu individul.

Cunoașterea celui alt se supune aceluiași greșeli ca și gândirea în general: interpretarea datelor unei observații superficiale, rememorarea infidelă, premisele eronate, deducțiile greșite, prejudecățile, proiecția. Cele mai frecvente erori în cunoașterea interpersonală datorate subiectului receptor sunt: schematizarea (simplificarea exagerată a celor percepute), proiecția (atribuirea de către subiect a unor trăsături, intenții, trăiri care sunt de fapt ale lui, fie prin similaritate, fie prin complementaritate), efectul de halou (interpretarea indicilor se face în funcție de informații / experiențe anterioare: persoanele cu funcții mai înalte sunt percepute ca fiind mai inteligente decât cele fără funcții; persoanele frumoase / atractive fizic sunt percepute ca mai inteligente și mai bune decât cele antipatice), inerția perceptivă (interpretarea comportamentului actual prin prisma celor anterioare, efect de primacitate), ecuația personală (unele persoane au tendința de a fi constant binevoitoare și indulgente în judecarea celorlalți, pe când altele sunt constant prudente și exigente). În absența unor informații despre contextul situației și despre istoricul relației, indicii perceptivi sunt greu de interpretat (un gest sau o privire au cu totul altă semnificație atunci când știm „despre ce a fost vorba” până în prezent în relația respectivă. Cunoașterea poziției socio-profesionale a unei persoane influențează judecarea ei. Statutul social al persoanei pot provoca chiar distorsiunea percepției staturii: persoanele de rang înalt (profesori, demnitari) sunt percepute ca fiind de statură mai înaltă decât în realitate. Schimbarea contextului în care are loc percepția poate aduce surprinzătoare modificări de imagine: văzut pe stradă sau în autobuz, același profesor pare mai scund decât în sala de curs. Trăsăturile de personalitate manifestate în comportament pot induce modificări ale percepției: persoanele arogante par mai înalte, persoanele umile par mai scunde, persoanele vesele par mai frumoase! Intenția de disimulare sau suprasimulare a exprimării emoționale poate „păcăli” percepătorul neavizat. Există persoane care au un grad ridicat de autocontrol asupra propriului comportament (se pot preface foarte ușor) și persoane care nu sunt atât de autocontrolate sau care consideră că este mult mai important să se arate așa cum sunt în realitate.

Printre metode de reducere a distorsiunilor de percepție amintim: Portretul unui necunoscut

Portretul unui necunoscut

Subiect: Percepția interpersonală în situații publice: prima impresie.

Obiectiv: Participanții vor fi capabili să analizeze indicii perceptivi care contribuie la formarea primei impresii și să identifice posibilele surse de distorsiune.

Condiții prealabile: Participanților li s-a cerut, cu o zi înainte, să observe, timp de 5 minute, o persoană necunoscută, într-un loc public (stație de autobuz ...) și să consemneze impresiile într-un eseu de 50-100 de cuvinte ("Portretul unui necunoscut"), în cursul aceleiași zile.

Numărul de participanți: oricâți, se cer 2-3 voluntari pentru prezentarea „portretelor” în grup.

Durata: 10-15 minute.

Desfășurare:

1. Se solicită 1.-3 contribuții voluntare.
2. Primul "voluntar" citește eseuul său despre „portretul unui necunoscut”.
3. Sunt evidențiate trăsăturile de personalitate atribuite și participantul este solicitat să-și amintească pe ce particularități de înfățișare sau comportament s-a bazat atribuirea respectivei trăsături.
4. Se cere participantului să identifice posibilele surse de distorsiune aparținând subiectului, obiectului sau situației, după schema prezentată în expunerea teoretică.
5. Se reiau pașii 2-4 pentru fiecare contribuție.
6. Se sintetizează elementele comune ale contribuțiilor și se cer impresii despre capacitatea personală de formare a unei prime impresii nedistorsionate.

Fereastra Johari

Subiect: Percepția interpersonală în situația de grup: imagine de sine și imagine de altul.

Obiectiv: Participanții vor fi capabili să analizeze diferențele dintre imaginea de sine și imaginea altora despre ei și să identifice aspectele comune, ignorate și ascunse.

Condiții prealabile: Participanții vor completa un autoportret din 20 de atribute (caracteristici personale)

Numărul de participanți: Participanții vor fi grupați câte 5.

Durata: 35 minute.

Mijloace și materiale: Două coli de hârtie

Desfășurare:

1. Se constituie grupurile de câte 5 persoane.
2. Se cere fiecărui participant să rupă una din foi în 4 sferturi și să scrie pe fiecare petic de hârtie numele câte unuia din ceilalți 4 membri ai grupului.
3. Fiecare participant scrie pe foaia cu numele colegului un "portret" format din 5 atribute,
4. Fiecare participant remite celorlalți 4 "portretul" astfel realizat și primește, la rândul său, portretul pe care i l-a făcut fiecare coleg.
5. Profesorul desenează pe tablă schema "Ferestrei Johari", explică semnificația fiecărei arii (deschisă, oarbă, ascunsă, necunoscută) și dă instrucțiuni despre modul

de completare al ariilor.

6. Participanții desenează, fiecare pe foaia sa, aceeași schemă și completează ariile ferestrei proprii prin confruntarea "autoportretului" cu "portretele" făcute de colegi.
7. După completarea ferestrei, fiecare membru al grupului poate cere lămuriri colegilor în privința ariei oarbe ("Ce anume din înfățișarea / comportamentul meu te-a făcut să mă vezi așa?").
8. Participanții vor fi stimulați să reflecteze la aria oarbe ("de ce nu mi dau seama de aceste trăsături?", "De ce le văd altfel decât ceilalți?").
9. Participanții vor fi stimulați să-și analizeze aria ascunsă ("Ce, motive am să ascund aceste însușiri?", "Cât de transparent / opac sunt?").
10. (Facultativ) Participanții vor face o analiză calitativă a ariilor: deschisă, oarbă, ascunsă, conform schemei (calități / defecte / fizice, psihologice, sociale).
11. (Facultativ) Autoevaluare pe baza conținutului celor trei arii („Cine sunt eu și cum mă văd alții?”).
12. Se cere participanților să discute impresiile pe care le-au produs schimburile de informații despre imaginea de sine.

Scopul general al acestui exercițiu este de a spori obiectivitatea percepției de sine și a percepției celuilalt prin conștientizarea tendințelor de distorsiune în formarea impresiei. În percepția interpersonală, fiecare „actor” al procesului este centrat pe receptarea / expunerea unor caracteristici și ignorarea altora.

Aria deschisă cuprinde însușirile evidente atât pentru subiect cât și pentru ceilalți; atunci când ea are o suprafață redusă (număr mic de însușiri pe care le prezentăm celorlalți în mod explicit), fie că percepem situația ca „nesigură”, „amenințătoare” și avem tendința de a ne „expune” cât mai puțin pentru a ne proteja, fie că nu avem abilități sociale care să favorizeze o bună comunicare (stângăcie în relaționare). Mărirea suprafeței se poate realiza prin dezvăluire (oferirea de informații despre noi înșine și reducerea ariei ascunse) și prin feedback-ul celorlalți (acceptarea / receptivitatea față de informația furnizată de ceilalți și reducerea ariei oarbe).

Aria oarbă cuprinde însușiri de care nu suntem conștienți, dar care sunt evidente pentru ceilalți. Existența acestora este explicabilă prin faptul că avem tendința de a ignora acele informații care ne amenință imaginea de sine, ceea ce afectează obiectivitatea percepției pe care o avem despre noi înșine. În condiții speciale suntem dispuși să admitem astfel de informații, dar numai de la persoane pe care le cunoaștem bine și cărora nu le atribuim reavoință. Un număr mare de însușiri cuprinse în această arie indică necunoașterea de sine și subiectivitatea.

Aria ascunsă. Fiecare dintre noi are aspecte ale personalității pe care nu le dezvăluie cu ușurință pentru că le consideră ca ținând de intimitatea sa.

Aria necunoscută, există însușiri pe care nu ni le cunoaștem și pe care nici ceilalți nu le văd, dar care pot „ieși la suprafață” în situații limită.

Tehnica Disney – Generatorul de idei strălucite

Multe idei mor de la naștere, unele se dovedesc bune, iar altele proaste. La fel, dintre doi oameni care au aceeași idee, unul reușește să o pună în practică, altul nu, iar altul se blochează pe parcurs. Acest articol dorește să-ți vină în sprijin tocmai în acest sens, anume să-ți testeze ideea. Metoda oferă oportunitatea analizării complexe a unei idei, iar maniera în care o face permite amplificarea punctelor forte și identificarea mecanismelor de diminuare a riscurilor, în același,

timp metoda oferă o viziune completă asupra punerii în practică a ideii respective. V-ați întrebat vreodată cum au fost create celebrele desene animate cu „Tom și Jerry” sau „Chip și Dale”? Unul dintre „secretele” celor de la Walt Disney care a fost conceput chiar de fondatorul companiei, constă în metoda de concepere și creație. De fapt, este un brainstorming mai avansat care constă în următorii pași:

1. Echipa de producție intră într-o cameră comodă ce are pereții roz. Membrii echipei încep să viseze și doar să viseze la tot ce le trece prin minte legat de un viitor desen sau film animat. Această cameră se numește „camera visătorului”. O persoană notează toate ideile generate de către echipă, oricât de absurde și nerealizabile ar părea la prima vedere.

2. Echipa se mută apoi într-o a doua cameră ce inspiră energie, aceasta având pereții de culoare verde. Aici se încearcă realizarea și doar realizarea tuturor ideilor generate în prima cameră. Se concep astfel planuri și strategii. Această cameră se numește „camera realizatorului”. Se notează toate planurile concepute.

3. Ultima cameră în „care se mută echipa este una neprimitoare cu pereții urâți ce oferă un confort minim, în această locație se critică visele și planurile de realizare concepute în prunedle două camere, și doar se critică.

Scopul este ca până la urmă, Visătorii, Realizatorii și în primul rând Criticii să se pună de acord și să fie toți mulțumiți. Visătorii pot să mai lase de la ei, realizatorii să își ajusteze planurile în funcție de critici, iar criticii să fie mai înțelegători. Se trece prin aceste camere ori de câte ori este nevoie pentru a se ajunge la un consens.

În rândurile de mai jos, este expusă o tehnică de exersare cu participanții în scopul Dezvoltării Personale. Poți încerca să o faci acasă, iar după două trei încercări, odată ce înțelegi mecanismul, este posibil să ai rezultate. Această tehnică a fost modelată de Robert Dilts care a creat un proces (exercițiu) extrem de simplu și cu rezultate excelente. Ne trebuie doar un spațiu într-o cameră și 4 bilețele de hârtie (eventual postiruri colorate diferit) pe care scriem: observator, visător, realizator și critic. Așezăm aceste bilețele pe podea la o distanță de minim 50 de cm unul față de altul și urmăm următorii pași:

Etapa I

1. Ne poziționăm pe bilețelul „observator” și ne gândim la o idee sau la un plan de afaceri unde avem nevoie de creativitate.

2. Ne mutăm pe bilețelul „visător” și ne aducem aminte de un moment din trecut când am fost plini de imaginație. Observăm ceea ce vedem, ceea ce auzim și simțim, încercăm apoi să reținem sau să notăm pe cât posibil aceste lucruri. (se poate apela la o a doua persoană care să poarte o discuție cu dumneavoastră și să-și noteze tot ceea ce spui).

3. Ne deplasăm apoi pe bilețelul „realizator” și ne gândim la un moment din trecut în care am conceput un plan excelent. Observăm ceea ce vedem, ceea ce auzim și ceea ce simțim, încercăm din nou să reținem.

4. Ne ducem pe bilețelul „critic” și trăim un moment din trecut în care am fost foarte critici cu noi înșine sau cu cei din jur. Observăm ceea ce vedem, ceea ce auzim și simțim.

Etapa 2

5. Revenim în poziția observator și facem o pauză de 2-3 minute.
6. Ne poziționăm pe bilețelul „visător” și începem să creăm dându-ne frâu liber imaginației legat de scopul propus la pasul 1. Visăm... visăm, visăm, ne imaginăm că totul este posibil, încercați să vă lăsați cuprinși de sentimente și vizualizați, sub forma unor imagini, măreția ideii. Gândiți-vă că aveți tot ceea ce vă trebuie pentru a reuși, că trăiți într-o lume în care totul este posibil. Stați atâta timp cât aveți idei, puteți visa oricât. Puteți sta 2 minute sau 10 minute. Apoi încercați să rețineți aceste lucruri.
7. Trecem apoi în poziția „realizator”, încercăm să facem planuri pentru a putea îndeplini tot ceea ce am visat mai devreme. Căutăm resurse, stabilim limite de timp, etc. Încearcă să gândești un plan genial, gândește-te la oportunități, caută două trei căi de a pune ideea în practică. Critica rămâne pentru mai târziu. Acum faci un plan și încerci o transpunere în realitatea a viselor tale. Gândește-te la cine te-ar putea ajuta, gândește-te la resursele tale interne, gândește-te la resursele tale externe, pune totul la lucru și găsește-i o utilitate. Prin vocație, imaginează-ți că ești un om al planurilor, un om înregistrat cu spirit practic, care izbândește acolo unde nimeni n-a reușit. Când ai un plan cadru, un draft, când te-ai convins că ai conceput PLANUL PLANURILOR poți trece la pasul următor.
8. Ne mutăm în poziția de „critic” și începem să criticăm visele și planurile concepute mai devreme: descoperim toate neajunsurile și piedicile, suntem critici înverșunați, punem totul la îndoială. Ne disociem de poziția visătorului sau a realizatorului și jucăm rolul lui Gigi Contra. Sesizăm probleme la care nimeni nu s-ar fi gândit. Când terminăm de criticat totul, trecem la pasul următor.
9. Revenim în poziția observator.
10. Facem o pauză de 2-3 minute.

Repetăm pașii din etapa 2 (6-9) până se ajunge la un consens între visător, realizator și critic. Atenție, criticul este cel care trebuie să fie mulțumit în primul rând. Probabil, primul gând care-ți vine în minte este : „eu așa fac de obicei.” Numai aparent faci așa, acest exercițiu îți propune ferm o disociere fermă în fiecare poziție, o separare față de celelalte poziții, în realitate, fiecare dintre noi este mai mult visător, mai mult realizator, sau mai mult critic. Acesta este și motivul pentru care cineva reușește să pună în practică o idee, iar altcineva care încercă același lucru nu reușește. De remarcat, ca această tehnică presupune să faci obligatoriu aceste lucruri pe rând. De câte ori nu ai avut o idee care ți se părea bună, însă, înainte de a visa la ea, criticul din tine te-a oprit, nelăsându-te să visezi și ți-a demontat un plan de realizare pe care nu ai apucat nici măcar să-l faci? Le fel se întâmplă și când visezi prea mult. Nu mai ești suficient de atent la realizare și criticului îi spui ceva de genul: „lasă că vedem”.

În viața de zi cu zi, atunci când concepem un plan sau ne stabilim un obiectiv noi suntem în același timp, visători, realizatori și critici. Dezavantajul este că fiind câte puțin din fiecare putem scăpa din vedere multe idei creative, planuri de realizare sau neajunsuri. În plus, există pericolul ca una (sau mai multe) dintre cele trei părți să fie nemulțumită și noi să scăpăm acest lucru din vedere pe moment. Acest lucru poate genera pe parcurs în conflicte interne care se manifestă la nivel subconștient și care se pot agrava dacă nu sunt soluționate.

Atenție: Recomandăm ca pentru prima dată, acest exercițiu să fie făcut sub îndrumarea unui expert în programare neurolingvistică pentru a avea efectele scontate. Însă, puteți încerca, nu vă costă nimic. Prima dată încercați cu idei mai simple. Acest exercițiu are aplicabilitate atât la nivel individual cât și în organizații. Dacă are cineva o idee, iar ca manager vrei să faci o primă testare a acestei idei, poți face exercițiul cu 4 - 5 persoane în același timp și trece-i prin pasul 1-9. Sunt foarte importanți și pașii 1-4 pentru că ajută la o asociere mai bună cu stările respective, iar reușita metodei, depinde enorm de acest lucru.

Bibliografie:

- Pease, A. (1993) *Limbajul trupului*, Ed. Polimark, București
- Pease, A., Gardner, A. (1994) *Limbajul vorbirii*, Ed. Polimark, București
- Pease, A., Pease, B. (2008) *Enciclopedia limbajului trupului*, Ed. Polimark, București
- Ludlow, R., Panton, F. (1992) *The Essence of Effective Communication*, Prentice Hall International, UK
- Neveanu, Paul, Popescu (1978) *Dicționar de Psihologie*, Ed. Albatros, București
- Schafer, C. (2004) *Limbajul corpului*, Ed. Niculescu, București
- Stoica, M. (2008) *Elemente de psihologie organizațională*, Ed. Risoprint, Cluj Napoca
- Paus, V. A. (2006) *Comunicare și resurse umane*, Ed. Polirom, Iași