

Nicoleta Corbu, *Brandurile globale. O cercetare cros-culturală*, București : Editura Tritonic, 2009, 208 p.

Există un interes remarcabil în spațiul românesc pentru orice subiect legat de brand, branduire, brand de țară etc., deși literatura autohtonă în domeniu este destul de săracă. În acest peisaj apariția lucrării științifice *Brandurile globale. O cercetare cros-culturală* merită a fi remarcată cum se cuvine.

Nicoleta Corbu, autoarea acestei cărți, este lector univ. dr. la Facultatea de Comunicare și Relații Publice – SNSPA. Lucrarea ei apare după un travaliu de studiu și cercetare desfășurat de-a lungul a câțiva ani. Amintim de stagiul de cercetare, prin Fundația Fulbright, la James M. Cox Jr. Center for International Mass Communication Training and Research University of Georgia, SUA, perioadă în care și-a îmbunătățit pregătirea metodologică și a desfășurat o amplă cercetare cros-culturală pentru teza de doctorat.

Autoarea nu este la prima apariție editorială. Este și coautoare cu Paul Dobrescu și Alina Bârgăoanu a unei lucrări de referință, *Istoria comunicării*, Comunicare.ro, București, 2007. În cartea *Brandurile globale. O cercetare cros-culturală* Nicoleta Corbu și-a propus analiza unei teme destul de puțin cercetată în câmpul științific românesc, asumându-și, neîndoindu-se, un demers nu lipsit de dificultăți și de aceea apreciem efortul său de a studia o problemă inedită, în toată complexitatea ei.

Perspectiva lucrării este formulată cu claritate de autoare în Introducere. Deși accentul cade pe viziunea semiotică asupra brandului ca formă specială de semn publicitar,

lucrarea propune o analiză pluridisciplinară prin referire la pragmatică, sociologie, imagologie, științele comunicării. Autoarea este interesată de modul cum se construiește sensul unui brand și de modul în care el apare în diferitele situații particulare, în contexte culturale diferite. În plus, autoarea creează un concept, *publisferă*, acesta fiind definit ca un spațiu al existenței și decodării semnelor publicitare. În afara acestui spațiu, decodarea semnelor publicitare nu ar fi posibilă. Lucrarea dezvoltă o vastă argumentație de susținere a conceptului de *publisferă*, și în acest fel Nicoleta Corbu a răspuns unei condiții fundamentale pentru o lucrare științifică, originalitatea demersului său. Un alt merit al lucrării este actualitatea temei, dată fiind prezența publicității în toate sectoarele societății.

Primul capitol, „Problematica semnului în context publicitar”, face o sinteză a principalelor concepții privind relevanța semnului în viața socială. În sprijinul analizei sunt aduse argumente de istorie a semioticii, epistemologice și metodologice pentru definirea semiotică și pragmatică a semnului, precum și situarea lui în context publicitar. Din bogata exegeză asupra semnului, autoarea se oprește la concepția fondatoare în semiotică a lui Charles Sanders Peirce și la conceptul de „Umwelt” al biologului Jakob von Uexküll. Analizele despre semnul tratat ca semn publicitar rămân contribuții la dezvoltarea domeniului de studiu al publicității, aflat, după părerea noastră, într-o acută suferință teoretică în mediul academic românesc.

Al doilea capitol, „Semnele publicitare în context cultural. Brandul ca semn publicitar”, situează problematica publicității, în special a brandului în context semiotic și, în același timp, în context cultural. Problema sensului brandului este abordată de autoare

prin prisma a două concepte care definesc brandul : asociațiile legate de brand (imaginea de brand) și personalitatea de brand. Lucrarea oferă o perspectivă culturală derivată din câmpul semiotic, prin valorificarea conceptului creat de Iuri Lotman, cel de „semiosferă”. Un spațiu adecvat este acordat conceptelor de „cultură” și „spațiu cultural” din perspectivă semiotică, cu un accent special pe orizontul deschis de teoria dimensiunilor culturale a lui Geert Hofstede.

Ultimul subcapitol (al capitolului al doilea) conturează teoria inovatoare a autoarei care situează cercetarea publicității din perspectivă semiotică prin introducerea conceptului de „publisferă”, definită drept spațiul semiotic în afara căruia decodarea semnelor publicitare nu este posibilă. Publisfera este organizată pe principiul intersecțiilor universurilor subiective ale indivizilor și în același timp dând seamă de asemănările, respectiv deosebiriile dintre decodările semnelor publicitare în culturi diferite.

„O cercetare a decodării brandurilor în spații culturale diferite”, – capitolul trei – prezintă o cercetare pilot, de tip cross-cultural, despre semnificațiile atribuite brandurilor globale ; cercetarea comparativă a publicității în patru culturi plasate în spații geografice diferite, care se situează pe toată lungimea scalei individualismului elaborată de Hofstede (1980) : Statele Unite ale Americii, Franța, România, China. Este, după câte știu, printre foarte puținele cercetări empirice comparative realizate de un cercetător român.

Autoarea discută o problemă de metodologie controversată : alegerea tipului de metodă în investigarea publisferei, ținând cont de implicațiile epistemologice, ontologice și de natură practică. Putem spune că autoarea dovedește o reală capacitate de inovație conceptuală și metodologică.

Cercetarea propriu-zisă este una cantitativă, cu valoare mai ales exploratorie, iar scopul ei este acela de a deschide direcțiile de cercetare în investigația publisferei, oferind prime rezultate orientative în analiza cross-culturală a publisferei. Instrumentul de investigare folosit este chestionarul de opinie autoadministrat (colectiv în cazul Franței,

României, Chinei și individual online în cazul Statelor Unite). Toți subiecții investigați sunt studenți în anul întâi la diferite facultăți, din universități recunoscute din cele patru țări. Scopul cercetării este investigarea diferențelor culturale, cu precădere din perspectiva individualism-colectivismului ca trăsături ale culturilor, așa cum au fost ele teoretizate de Hofstede. Autoarea are în vedere că aceste caracteristici sunt parte importantă a identității culturale „care dictează într-o anumită măsură modul în care oamenii reacționează în anumite situații, pe de o parte, și felul în care atribuie sensuri semnelor în general (semnelor publicitare în particular) în interiorul propriei culturi” (p. 130). Cele patru spații culturale discutate reprezintă patru atitudini distincte pe scala individualismului propuse de Hofstede.

Autoarea are știința delimitării între întrebarea de cercetare și ipoteze și, prin urmare, întâi formulează problema de cercetat și apoi ipoteza. De pildă, la întrebarea : „Cum se construiește sensul brandurilor globale în cele patru culturi ?” Sensul acestei întrebări se referă la diferențele de sensuri atribuite în diferitele culturi, în cele două dimensiuni purtătoare de semnificație a brandurilor : imaginea de brand și personalitatea de brand. Asociate acestei întrebări sunt operaționalizată în patru ipoteze.

O a doua întrebare de cercetare : „Există o relație între frecvența de utilizare a media pentru a obține informații despre mașini, frecvența de expunere la publicitate în general și modul în care se construiește sensul brandurilor globale într-o cultură dată ?” este operaționalizată în trei ipoteze, testate în fiecare cultură în parte, în mod individual.

Ultima întrebare de cercetare se referă la caracteristicile care țin de gradul de individualism al culturilor în strânsă legătură cu modul în care sunt formulate opiniile în răspunsurile la chestionare, întrebare asupra căreia se poate discuta din cauza nediferențierii dintre răspunsurile de tipul „nu știu” și nonrăspunsuri. Autoarea a căutat o explicație la impactul gradului de individualism al culturilor asupra opiniilor extreme lipsei de opinie și asupra refuzului de a răspunde la

întrebări specifice. Acestei întrebări de cercetare îi corespund trei ipoteze.

În continuare, lucrarea prezintă datele din cercetarea proprie în ceea ce privește imaginea de brand. Sensul brandurilor se construiește prin două „filieri”: sensul primar al brandului, construit din beneficiile asociate cu acesta și din atribute ale brandului, și un sens implicit, format din semnificațiile emoționale și psihologice extinse ale atributelor brandului și alte asociații. Atributele pe care respondenții le-au asociat acestora fac parte din cele două categorii, respectiv cinci atribute pentru sensul primar și șapte atribute pentru sensul implicit.

Autoarea și-a însușit destul de bine modelele teoretice, unele destul de sofisticate și cu o terminologie foarte specializată. A abordat o arie largă de teorii și idei pe baza unei grile de analiză foarte bine elaborată.

Tema lucrării este dificilă și de actualitate. Lucrarea face, înainte de toate, dovada unei temeinice culturi a autoarei în domeniul studiat. Sunt abordate concepte și teorii de ultimă oră bine asimilate, iar autoarea are știința de a le integra într-o viziune proprie.

Trebuie spus, cu rare excepții, că scriitura lucrării este foarte bună. Autoarea stăpânește tehnica redactării coerente și cu acribie a unui text științific. Lucrarea este întocmită cu rigoare și meticulozitate, este bine structurată și clar prezentată.

Nu mai puțin semnificativă rămâne remarcabila capacitate de analiză și de interpretare a autoarei. Proiectarea designului cercetării și cercetarea pun în relief realele sale calități de cercetător. Cercetarea respectă standardele de bază, prelucrarea informației este făcută în mod calificat. Doamna Corbu stăpânește metodele și tehnicile de investigare empirică, dovedind o excelentă pregătire în domeniul metodologiei cercetării sociale.

Capitolul de Concluzii face o pertinentă analiză a rezultatelor obținute, evidențiindu-se contribuțiile proprii, precum și dezvoltările ulterioare posibile pentru activitatea din domeniul publicității. Am reținut cea mai importantă concluzie: „Publisfera este un spațiu semiotic caracterizat prin convenția

oricărei forme de publicitate ca act de vorbire indirect directiv. În context social, publicitatea este recunoscută ca atare în virtutea acestei convenții, că există un scop ultim al oricărei forme de publicitate, iar acest scop nu este de a oferi satisfacții cumpărătorilor, nici de a impune personaje interesante, nici de a prezenta vedete care poartă anume tipuri de bunuri sau de branduri. Scopul ultim al publicității este acela de a vinde, un produs, un serviciu, o imagine, orice. În afara acestei convenții decodarea semnelor publicitare devine una aberantă” (p. 185).

Lucrarea include o amplă bibliografie alcătuită din lucrări de referință în domeniu, precum și cercetări de ultimă oră legate de brand, spațiu cultural, semiotică.

Lucrarea nu este scutită de observații critice. Aș sublinia că autoarea nu reușește întotdeauna să realizeze o unitate organică între partea teoretică și partea de cercetare empirică a lucrării sale. Credem că ar fi fost oportun ca unele dintre ideile din partea teoretică să fie regăsite ca argument în explicarea concluziilor cercetării.

De asemenea, nu am găsit în lucrare suficiente comparații între concluziile cercetării doamnei Corbu și cercetările altor autori.

S-ar fi convenit un spirit critic mai pronunțat față de cercetări pe tema brandului, mai ales în ceea ce privește limitele lor, pentru că în acest fel autoarea ar fi putut justifica în mai mare măsură originalitatea demersului său.

În carte nu am întâlnit nici o referire la cercetări românești. Putem presupune că nu prea sunt și tocmai din acest motiv autoarea ar fi trebuit să remarce și să explice acest fenomen, cauza acestei situații eu o văd în imaturitatea științelor comunicării în România.

În ansamblu, lucrarea oferă o perspectivă teoretică nouă, pluridisciplinară, situată la intersecția semioticii, pragmaticii, teoriilor publicitare și analizei cros-culturale, oferind deschideri spre spații de cercetare noi în direcția înțelegerii semnelor publicitare și a modului în care se construiește sensul acestora.

Bogdan Murgescu, *România și Europa : acumularea decalajelor economice (1500-2010)*, Iași : Editura Polirom, 2010, 523 p.

Lucrarea profesorului Bogdan Murgescu (Facultatea de Istorie – Universitatea din București), *România și Europa : acumularea decalajelor economice (1500-2010)* reprezintă o noutate absolută pentru literatura românească de specialitate, întrucât tratează, într-o manieră deopotrivă sincronică și diacronică, problema adâncirii decalajelor de dezvoltare economică (dar și socială), în ultimii 500 de ani, între spațiul răsăritean al Europei (abordând, cu precădere, situația de eșec economic a României și Serbiei) și cel Occidental (exemplificat prin cazurile de succes al Danemarcei și Irlandei), în condițiile în care, la începutul epocii moderne timpurii (anii 1500), cele patru țări nominalizate se găseau la un nivel (relativ) similar de (sub)dezvoltare, dar care ulterior au evoluat atât de diferit. Autorul constată că decalajele economice au crescut de-a lungul celor mai multe perioade istorice, ceea ce înseamnă că unele țări și regiuni (mai curând din vestul Europei) au devenit (tot) mai bogate, iar altele (din răsăritul continentului), care din diverse motive au ratat dezvoltarea, au devenit relativ mai sărace.

Creșterea decalajelor economice nu înseamnă neapărat că România a stagnat (nivelul de trai, condițiile de viață, indicatorii macroeconomici și cei sociali plasează astăzi România pe o poziție mai bună față de epocile istorice anterioare), ci mai cu seamă că Occidentul a progresat mult prea repede, iar România pur și simplu nu a putut ține pasul (și deci a rămas în urmă datorită unui ritm de creștere oarecum încet). Interesant este că spațiul economic românesc și cel occidental se găseau încă, înainte de declanșarea Revoluției industriale, în veacul al XVIII-lea, la un decalaj de dezvoltare relativ apropiat (1 : 1,6), distanța mărindu-se considerabil în următorii două sute de ani. La 1913, de pildă, raportul dintre Marea Britanie și Bulgaria era deja de 3,75 : 1 (107).

România în secolul al XIX-lea

În secolul al XIX-lea, decalajele economice dintre răsăritul și apusul Europei au început să crească, România plasându-se constant în ultimul eșalon al țărilor europene. În aceste condiții, decalajul relativ al României față de media europeană s-a agravat, raportul fiind 1 : 1,6 la 1800, 1 : 2,83 în 1860 și 1 : 3,46 în 1913 (142).

Concomitent cu sporirea decalajului extern dintre România și Europa Occidentală, în veacul al XIX-lea se poate observa adâncirea unui decalaj intern (rural/urban), în sensul că „lumea satelor a rămas oarecum defazată în raport cu modernitatea urbană” (care a cunoscut o dezvoltare progresivă din punct de vedere edilitar, urbanistic, dar și al serviciilor publice). Deși ponderea locuințelor din piatră a crescut de la 1,8% în 1860 la 9,5% în 1912, în preajma primului război mondial 54,5% din locuințele sătenilor români erau încă din pământ și nuiiele. Decalajul intern de dezvoltare (rural/urban) este cu atât mai grav cu cât majoritatea veniturilor publice proveneau din impozitele plătite de populația satelor, iar cea mai mare parte a cheltuielilor se îndreptau spre oraș, principalele destinații fiind funcționarea aparatului de stat (administrația, ordinea publică, armata), economia (mai ales investițiile în infrastructuri moderne – căi ferate, poduri, instalații portuare și subvenții pentru industrie), precum și plata datoriei publice (143-144).

În ceea ce privește eficacitatea economică în secolul al XIX-lea, Bogdan Murgescu apreciază că cea a statelor din răsăritul Europei, nu au stimulat industrializarea, iar funcția lor redistributivă mai degrabă a inhibat dezvoltarea economică prin drenarea resurselor dinspre economie spre alte sectoare publice bugetofage. De altfel, împrumuturile externe la care au apelat statele est-europene, după 1860, nu au servit creșterii economice, ci au fost utilizate mai ales pentru a construi aparate administrative și militare. Ulterior, pentru plata datoriilor au trebuit mărite impozitele, reducându-se astfel posibilitățile de investiții și consumul intern. În acest fel, folosirea neproductivă a sumelor împrumutate

din exterior a devenit „o grea povară asupra economiei fără a aduce vreun profit direct” (197).

România în perioada interbelică

Dacă până la primul război mondial (la anul 1913), România era deasupra tuturor statelor est-europene în ceea ce privește indicatorul PIB pe cap de locuitor, și chiar peste unele țări meridionale sau central-europene (Albania, Bulgaria, Iugoslavia, Rusia, Grecia, Portugalia sau Polonia), în perioada interbelică, România s-a plasat permanent sub media mondială, ocupând penultima poziție în Europa (doar Albania situându-se mai jos decât România). În perioada interbelică, decalajul dintre extreme a crescut în Europa de la puțin peste 1 : 6 în 1913 (Albania față de Marea Britanie) la circa 1 : 9 (Albania față de Elveția) (211).

Potrivit aprecierilor lui Bogdan Murgescu (2010, 219), la sfârșitul perioadei interbelice, România Mare era unul dintre statele cele mai slab dezvoltate economic și social la nivelul Europei. În fapt, decalajele României față de cele mai multe țări europene s-au amplificat în perioada dintre cele două războaie mondiale¹.

Între cauzele eșecului economic al României în perioada interbelică, Bogdan Murgescu menționează costul economic al angajamentului politic pentru înfăptuirea Marii Uniri și intrarea României în primul război mondial. Această participare a avut o raționalitate politică, dar a costat, din punct de vedere economic, pe cetățeanul de nivel mediu o parte însemnată a averii acumulate în perioada anterioară și a nivelului său de trai. În spiritul epocii, când interesele statului și ale națiunii primau asupra celor ale cetățenilor, decizia clasei politice de a intra în război în 1916 putea părea justificată. Dacă se iau în calcul însă criteriile de raționalitate economică, atunci această decizie poate fi interpretată drept o „teribilă eroare istorică” (225).

Trebuie menționat, de asemenea, eșecul politicilor economice naționaliste promovate de Vintilă Brătianu în anii '20, deceniu

dominat politic de Partidul Național Liberal și de doctrina sa economică „Prin noi înșine !”, având la bază o concepție teoretică „eronată, rigidă și primitivă” (în raport cu realitatea economică postbelică). Iar atunci când, sub guvernul național-țărănist instalat în 1928 s-a produs deschiderea economiei românești către fluxurile de capital străin și a fost abandonat vintilismul economic, prețurile la principalele produse de export ale României au scăzut dramatic datorită contractiei pieței mondiale în urma crizei financiare (concomitent cu retragerile masive de capitaluri de către investitorii străini mai ales în anii 1931-1932). În concluzie, „politicile liberale din anii 1928-1931, cât și cele național-țărăniste din 1928-1931 au fost defazate față de evoluțiile economice mondiale” (251-257 și 269).

Datorată eșecului înregistrat pe tărâm economic, imaginea sumbră a României este confirmată și de către unii indicatori sociali la sfârșitul perioadei interbelice. În anul 1938, România era statul european² cu cea mai scăzută speranță medie de viață (40,2 ani pentru bărbați și 41,4 ani pentru femei, situându-se în urma Iugoslaviei cu 41 ani pentru bărbați și 42 ani pentru femei, și a Bulgariei, cu 45,92 de ani pentru bărbați și 46,64 de ani pentru femei), cu cea mai înaltă rată de mortalitate infantilă (182,5 copii morți sub un an la 1.000 de nou-născuți, mult înaintea Bulgariei, care ocupa poziția secundă – valoarea acestui indicator fiind de 144,4) și cu cel mai mare procent de analfabeți din populația totală a țării (54,3%, față de 45,2%, cât avea Iugoslavia, care ocupa locul doi în acest clasament) (218-219).

România în epoca postbelică

Chiar dacă la 1989, prin raportare la perioada de început a „erei socialiste” (anul 1950), în termeni absoluți, volumul valoric al producției industriale era de 44 de ori mai mare, România producând de 25 de ori mai multă energie electrică pe cap de locuitor, de 18 ori mai mult oțel, de 2,5 ori mai multe cereale, având un număr semnificativ mai

mare de locuințe cu dotări moderne, iar mortalitatea infantilă scăzând de 4,3 ori, dacă privim însă poziția relativă a României în context european la sfârșitul perioadei comuniste, se poate constata, din nefericire, că la majoritatea indicatorilor economici România se plasa, în continuare, pe unul dintre ultimele locuri în Europa, în urma nu numai a țărilor capitaliste dezvoltate, ci și a majorității statelor foste socialiste din Europa Central-Răsăriteană și Sud-Estică (328 și 341). În anul prăbușirii regimurilor comuniste în Europa, România ocupa un loc codaș inclusiv la unii indicatori sociali, cum ar fi mortalitatea infantilă (în ciuda progreselor reale, mortalitatea infantilă în 1989 era cea mai ridicată din Europa după Albania) sau speranța medie de viață la naștere (cu 71 de ani, în 1989, România se plasa pe locul 24 din 25 de țări europene, în urma chiar și a Albaniei, care ajunsese la o speranță medie de viață de 72 de ani). În ceea ce privește Indicatorul Dezvoltării Umane (IDU), România se afla pe ultimul loc, în 1989, între cele 25 de țări europene analizate (329).

Eșecul economic al socialismului românesc este pus de Bogdan Murgescu pe seama creșterii economice „forțate” (nesustenabilă pe termen lung), pe seama ratelor înalte ale investițiilor preponderent industriale (în ramurile mari consumatoare de energie, de resurse umane și materiale) și pe seama consumului redus (propunsiunea spre cantitate, în detrimentul calității). În alegerea domeniilor către care au fost orientate investițiile în perioada socialistă și eficacitatea economică a acestora, „România a fost un exemplu de decizii greșite și de irosire a resurselor” (majoritatea deciziilor economice în alocarea investițiilor fiind luate în discordanță cu posibilitățile și necesitățile reale ale economiei, în funcție de voința și prioritățile politice). Concentrarea excesivă a investițiilor spre industrie (50,9% în 1980, 48,4% în 1985 și 43,7% în 1989) s-a făcut deseori în dauna celorlalte ramuri economice și în defavoarea populației. Împărțirea pe destinații a fondurilor de investiții trădează o evidentă cantonare a factorilor de decizie politică într-un model de creștere economică

specific primelor faze ale industrializării (fiind favorizată industria grea: extractivă, metalurgică, constructoare de mașini), puțin receptiv la dezvoltarea serviciilor sau a societății bazate pe informație și pe cunoaștere (valoarea investițiilor alocate, în 1989, pentru învățământ, cultură și artă fiind de numai 1,1%; pentru știință – 1%; pentru ocrotirea sănătății și asistență socială – 0,3%) (338-339, 369 și 399-400).

Recuperarea decalajelor.

Danemarca și Irlanda : modele de succes economic

Experiența celor 4 țări studiate de Bogdan Murgescu – Danemarca, Irlanda, România și Serbia – confirmă faptul că „străpungerea pe calea dezvoltării”, adică „ajungerea din urmă” sau chiar „depășirea” țărilor dezvoltate „este posibilă, dar nu frecventă în istorie”. Asemenea străpungeri au realizat Danemarca în 1885-1914 și Irlanda în 1987-2007. În Danemarca, aceste transformări sociopolitice și economice au început în ultimele două decenii ale secolului al XVIII-lea, iar acumulările lente care au permis succesul dezvoltării au fost realizate treptat de-a lungul întregului secol al XIX-lea. În Irlanda, transformările au devenit posibile abia la sfârșitul anilor '50 (secolul XX). Cu alte cuvinte, dacă străpungerea propriu-zisă a fost realizată în câteva decenii, perioada transformărilor pregătitoare a fost încă mai lungă, de circa un secol în cazul Danemarcei și de circa trei decenii în cazul Irlandei (485-486).

Referitor la experiențele economice de succes ale Danemarcei și Irlandei, autorul mai observă faptul că „în nici unul dintre aceste [două] cazuri, perioadele de «ajungere din urmă» și de «depășire» [a decalajelor economice] nu au necesitat o conducere politică «genială» și nici măcar deosebit de creativă sau superperformantă”, succesul economic al Danemarcei fiind posibil în condițiile unei guvernări „foarte pedestre” (același lucru fiind valabil și pentru guvernele irlandeze din perioada „tigrului celtic”), ca urmare a unui șir lung de

„acumulări realizate în timp și de contribuții punctuale la mai bunul mers al instituțiilor statului și al economiei”. Evitarea polarizărilor sociale prea accentuate și deschiderea graduală și controlată spre circuitele economice supranaționale (europene și/sau mondiale) au constituit alți doi factori care au contribuit la recuperarea decalajelor economice de către Danemarca și Irlanda (486-487).

Ca pentru încheiere, Bogdan Murgescu arată că recuperarea decalajelor („ajungerea din urmă”) reclamă, în general, rate înalte de economisire și investiții, îmbunătățirea continuă a standardelor educaționale și a forței de muncă (capitalul uman), ameliorarea neîncetată a competitivității, un nivel tolerabil de încordare socială (o coeziune socială apreciabilă), o creștere constantă rapidă a productivității totale a factorilor de producție (care depinde de creșterea înaltă a productivității muncii) și instituții adecvate care să favorizeze creșterea economică. În concluzie, investiții, capital uman, coeziune socială, productivitate, instituții. Poziționarea geografică, religia, statalitatea sau (in)dependența politică și a conjuncturilor economice au avut un rol mai degrabă modest în mărirea decalajelor de dezvoltare între România și restul Europei Occidentale (480-481).

Bogdan Bucur

Note

1. Din punctul de vedere al productivității agricole, dacă luăm în considerare și sporul demografic, putem constata o scădere severă a producției cerealiere pe cap de locuitor, de la circa 890 kg/locuitor în Vechiul Regat în anii 1910/1913, la circa 578 kg/locuitor în 1919 și la circa 550 kg/locuitor în media anilor 1934/1938. Scăderea randamentelor la hectar în perioada interbelică (față de 1911/1915 – Vechiul Regat) pentru majoritatea cerealelor cultivate (grâu, porumb, orz, ovăz, fasole) a condus nu numai la mărirea decalajului de productivitate față de țările dezvoltate ale Europei, ci și la rămânerea în urmă față de țările predominant agricole vecine României (Bulgaria, Iugoslavia, Ungaria, Polonia). Printre explicațiile eșecului agriculturii românești interbelice trebuie formulate

fragmentarea exploatațiilor agricole (prin reforma agrară din anii 1918-1921) și nivelul agrotehnic redus (227).

2. În tabelul respectiv nu este prezentată situația Albaniei.

Corey Robin, *Frica : Istoria unei idei politice*, București : Editura Vremea, 2009, 431 p. ; *Fear : The History of a Political Idea*, New York & London : Oxford University Press, 2004. Trad. Doina Jela Despois și Sorin Gherguț

Așa cum este teoretizată în cadrul domeniului psihosociologiei, frica face parte din categoria emoțiilor primare, cu rol atât în motivarea indivizilor de a acționa cu prudență – când este vorba de urmărirea interesului și siguranței personale, cât și în justificarea actelor care pun în pericol interesele și siguranța celorlalți parteneri sociali. Tocmai datorită eficienței, ca factor motivator sau, respectiv, care inhibă acțiunile oamenilor, frica a devenit o unealtă a politicii.

Corey Robin este un teoretician american liberal al politicii, jurnalist și profesor de științe politice la Brooklyn College și la The Graduate Center, City University of New York. Deși cea mai mare parte a lucrării a fost concepută ca parte a tezei de doctorat susținută la Yale University în 1999, *Frica : Istoria unei idei politice* își are apariția editorială – la prestigioasa Oxford University Press, în 2004 – în mijlocul campaniei prezidențiale din Statele Unite ale Americii. Momentul ales pentru publicarea lucrării (perioada din istoria SUA de după atentatele teroriste de la 11 septembrie 2001), precum și perspectiva sub care este descrisă frica politică au făcut ca materialul să fie recenzat de publicații cu notorietate, precum *The New York Times*, *Foreign Affairs*, *New Statesman*, *Los Angeles Times* și să se bucure de un adevărat succes.

Cartea se constituie ca o demonstrație a faptului că prin materializarea în „temerea trăită de oameni față de o amenințare la adresa bunăstării lor colective – frica de terorism, îngrijorarea în legătură cu criminalitatea, anxietatea în privința degradării morale – sau intimidarea exercitată împotriva oamenilor de către guverne sau grupuri” (Robin, 2009, 9), frica politică reprezintă un instrument actual și eficient aflat la dispoziția puterii. Caracterul politic al fricii emerge din originea în societate și din efectele ei asupra societății. Frica politică face parte din categoria fricilor sociale: este o emoție predominant negativă, împărtășită în comun de un număr de persoane relativ mare sau de grupuri; apare ca reacție la un pericol real, se dezvoltă prin comunicarea interpersonală și prin intermediul mass-mediei (vezi Septimiu Chelcea „Piramida fricilor sociale. Fricile sociale în România – o schiță psihosociologică”, *Sociologie Românească*, 2009, 4, 3-18).

Lucrarea este organizată în două părți. În prima parte, „Istoria unei idei”, profesorul Corey Robin explorează istoria conceptului de „frică” în teoria politică modernă (secolele XVII-XXI); cea de-a doua parte, „Frica în stil american”, analizează implicațiile concrete ale fricii în procesele politice, economice și sociale contemporane din SUA. Unitatea lucrării reiese din scopul declarat pe care îl urmărește autorul: demonstrarea faptului că societatea liberală modernă are la bază frica. Este și cazul societății americane, în care „frica represivă” duce la o distribuire inegală a puterii.

Reflectând subtitlul dat cărții, în prima parte a acesteia autorul realizează analiza istorică a ideii de frică în teoria politică modernă. Discursul se concentrează asupra concepțiilor despre frică ale lui Thomas Hobbes (secolul al XVII-lea), Montesquieu (secolul al XVIII-lea), Alexis de Tocqueville (secolul al XIX-lea) și Hannah Arendt (secolul XX). Rațiunea raportării la ideile acestor filozofi are în vedere nu doar influența intelectuală și rezonanța politică de care s-au bucurat abordările lor la vremea respectivă, dar și explicarea și înțelegerea, în

prezent, a modului de a gândi despre frică pe care omenirea l-a moștenit de la o generație la alta.

Astfel, atât Thomas Hobbes, cât și Montesquieu susțin că frica este instrumentul central aflat în mâinile puterii politice. Dar, în vreme ce la Hobbes frica este folosită pentru a inhiba potențialele acte de opoziție pentru menținerea supunerii indivizilor față de stat și față de instituțiile societății civile, la Montesquieu utilizarea fricii are ca scop inhibarea potențialelor acte de opoziție pentru a izola oamenii, frica luând, de această dată, forma terorii. În cazul lui Alexis de Tocqueville, frica devine anxietate, respectiv o stare psihică permanentă cu rolul de a-i ține pe oameni împreună și de a le da un sentiment de constanță. La Hannah Arendt asistăm la transformarea fricii în teroare totală, având ca unic scop servirea ideologiei totalitare a mișcării care o inspiră, „de a elimina spontaneitatea libertății omenești, de a transforma oamenii în curele de transmisie ale naturii și istoriei” (Robin, 2009, 153).

Thomas Hobbes, în *Leviathanul* (1651) și *Behemothul* (scrisă în 1668 și publicată în 1681), considera prezența fricii ca fiind absolut necesară în toate sistemele politice. El afirmă astfel că statul era îndreptățit să aibă un rol coercitiv pentru a menține starea naturală. Suveranul – care era, de altfel, autorizat să reprezinte poporul – avea în slujba sa instrumentele politice (ideologii, elite, instituții) prin care să constrângă indivizii să se supună și să (re)stabilească, prin urmare, ordinea politică. La Montesquieu, în schimb, frica politică era o armă la îndemâna despotului, utilizată cu violență pentru satisfacerea intereselor personale de putere. De aceea, ca liberal, în *Scrisori persane* (1721) și *Despre spiritul legilor* (1748), Montesquieu considera necesară înfăptuirea unei reforme politice și constituționale prin care tirania despotică să fie suprimată.

Liberalul Alexis de Tocqueville (*Despre democrație în America*, vol. I, 1835; vol. II, 1840) vorbește despre apariția unei noi forme de despotism, reprezentată de tirania majorității. Deși autoritatea tradițională lipsește, noua structură este una integrată,

deoarece fiecare individ al mulțimii trăiește emoția de anxietate, iar coeziunea socială se realizează prin intermediul mecanismelor opiniei populare și ale credințelor comune.

Hannah Arendt argumentează, pe de-o parte, că ideologia și anxietatea de masă favorizează apariția terorii totalitare (vezi *Originile totalitarismului*, 1951), iar pe de altă parte, arată cum indivizii obișnuiți, din dorința de a avea o carieră strălucită, participă la construirea ordinii totalitare (vezi *Eichmann la Ierusalim*, 1963).

Prima parte a lucrării se încheie cu reflecțiile autorului, inspirate și de o serie de teoreticieni politici contemporani, pe seama identificării unor noi fundamente pentru liberalism. Unul dintre aceste fundamente, deși negativ, îl constituie teroarea. Un exemplu din istoria recentă îl reprezintă rolul avut de atacurile teroriste din SUA, din 11 septembrie 2001, în revigorarea democrației și a societății americane. Astfel, terorismul, ca generator extern de frică politică, legitimează instituțiile americane să ia atitudine, în această situație, inducând la rândul lor frica represivă. În acest sens, este evidentă – în prezent – influența teoriilor lui Montesquieu și ale lui Tocqueville asupra noii forme de liberalism.

În a doua parte a lucrării, autorul demonstrează convingător că unul dintre rolurile instituțiilor politice, economice și sociale este acela de a genera cu regularitate frici represive în cadrul societății contemporane americane care, în timp, adâncesc inegalitățile dintre oameni.

Capitolul „Educații sentimentale” (237-284) oferă o serie de exemple care acoperă intervalul de la perioada mccarthy-istă până după atacurile din 11 septembrie 2001. Astfel, se subliniază pluralitatea actorilor implicați în producerea și răspândirea fricii represive: de la elite la numărul mare de colaboratori și de la victime la simpli spectatori, care, prin neimplicare, nu au făcut nimic pentru a combate efectele represive ale fricii.

Faptul că generalizarea fricii represive se realizează tocmai prin mecanismele care ar trebui să i se opună – fragmentarea puterii în stat, federalismul, autoritatea legii și

societatea civilă pluralistă (vezi capitolul „Diviziuni ale muncii”, 285-325) – ni se pare deosebit de incitant intelectual. La fel, capitolul „La vârful și la baza scării” (326-358). De această dată se discută despre modul în care frica represivă acționează zi de zi la nivelul societății civile, despre relațiile de permanent control social care se stabilesc între angajat și patron la locul de muncă, cu scopul de a menține raportul de putere în favoarea celui din urmă. Acesta se realizează prin intermediul unor instrumente psihice și psihologice de dominație a salariaților care își au ca surse ierarhia stabilită la locul de muncă și organizarea în sindicate.

Lucrarea se încheie cu apelul lansat de autor de a se combate frica prin reînnoirea luptei împotriva inegalității sociale, pentru a se reveni la principiile liberale de egalitate și libertate. Ce sociolog autentic din lume nu ar subscrie unui asemenea apel?

Andrea-Mariana Marian

Valerie Lynn Manusov și Miles L. Patterson (editori),

The Sage Handbook of Nonverbal Communication, Thousand Oaks : Sage Publications, 2006, 587 p.

Specializarea în domeniul comunicării non-verbale poate fi un demers științific realizat cu succes în zilele noastre datorită informațiilor din ultimii 20 de ani. *The Sage Handbook of Nonverbal Communication* reprezintă o lucrare de bază în acest sens. Ceea ce asigură unicitatea acestui volum atât de complex este faptul că analizează comunicarea nonverbală prin prisma mai multor discipline: lingvistică, sociologie, psihologie, psihiatrie, educație, biologie, fiziologie, antropologie și, nu în ultimul rând, comunicare.

Editorii, Valerie Manusov, profesor la departamentul de comunicare al Universității din Washington, și Miles L. Patterson, profesor la departamentul de psihologie al Universității din Missouri, au reușit performanța de a grupa o serie de articole științifice

care aparțin unor specialiști recunoscuți în domeniul comunicării nonverbale. Scopul studiilor, așa cum se menționează și în prefață (pagina XII), este de a oferi cititorilor oportunitatea de a înțelege „subtilitățile interacțiunilor noastre sociale”, accentul fiind pus pe „întâietatea comunicării nonverbale în facilitarea contactului interpersonal și reglementarea relațiilor noastre sociale”.

Pleiada specialiștilor în comunicare nonverbală cuprinde peste 40 de nume de referință în acest domeniu, printre care găsim pe renumiții Nalini Ambady, Judee K. Burgoon, Robert S. Feldman, Laura K. Guerrero, Judith A. Hall, Mark L. Knapp, Ronald E. Riggio, Aldert Vrij.

Noutatea lucrării de față este dată de prezentarea argumentelor științifice ale autorilor despre aspectele importante din aria de cercetare a fiecăruia. Fiind evitată simpla înșiruire a cercetărilor și teoriilor aferente comunicării nonverbale, autorii ne oferă tocmai relaționarea multidisciplinară menționată prin scoaterea în evidență a perspectivelor cele mai recente asupra domeniului, ca subiecte noi de interes în psihologia socială mondială.

În plus, fiecare articol științific din această carte are la final o bibliografie impresionantă, cărți, articole care reprezintă puncte de plecare pentru viitoare cercetări și studii, dar care pot ajuta și la redactarea unor teze de doctorat specializate în comunicare nonverbală. Cititorul interesat va fi atras de paginile ample de bibliografie ce cuprind și lucrările altor autori în acest domeniu, dar și în altele strâns corelate cu cel al comunicării nonverbale.

Modalitatea de structurare a articolelor constituie un alt punct forte al lucrării, multitudinea argumentelor științifice în favoarea comunicării nonverbale urmând patru direcții principale: fundamente, factori de influență, funcții, contexte și consecințe.

Prima parte a volumului „Fundamente” cuprinde precizări din istoria domeniului cercetării comunicării nonverbale (într-un amplu articol scris de Mark L. Knapp), alături de o trecere în revistă a evoluției teoriilor dedicate comunicării nonverbale de-a lungul

timpului, realizată de Miles L. Paterson. Astfel, Patterson prezintă evoluția de la teoria echilibrului a lui Michael Argyle și Janet Dean (1965) până la propriul model al proceselor paralele ale comunicării nonverbale (2001). Nu aveau cum să lipsească, din această parte introductivă, metodele cele mai recente folosite pentru studiul comunicării nonverbale. Autoarele, Heather M. Gray și Nalini Ambady, pun accentul pe beneficiile pe care le poate avea societatea (școlile, spitalele, secțiile de poliție, tribunalul, guvernul, piața de muncă etc.) prin utilizarea rezultatelor care reies din aplicarea acestor metode de investigare științifică a comunicării nonverbale.

Pentru a întări argumentația necesară evidențierii importanței informațiilor nonverbale, Jessica L. Larkin vorbește despre legătura dintre procesele cognitive automate și comunicarea nonverbală. Astfel, comunicarea nonverbală este privită ca fiind una dintre metodele puternice de comunicare, deoarece transmite informații esențiale despre ceea ce îi place sau displace unei persoane, despre emoțiile, caracteristicile personale și relațiile sale interpersonale (intimidare, dominanță, încredere, egalitate etc.).

Acest fapt este reiterat și de Ronald E. Riggio în discursul despre competența nonverbală și abilitățile de decodificare a semnalelor nonverbale. El leagă preocupările pentru cunoașterea abilităților nonverbale de apariția și dezvoltarea unor instrumente științifice care să le măsoare. Sunt menționate testele: PONS (*Profile for Nonverbal Sensitivity*) realizat de Robert Rosenthal și colegii săi, BART (*Brief Affect Recognition Test*) dezvoltat de Paul Ekman și Wallace Friesen, DANVA (*Diagnostic Analysis of Nonverbal Accuracy*) realizat de Steve Nowicki și Marshall Duke, IPT (Interpersonal Perception Task) de Dane Archer și Mark Costanzo.

În încheierea primei părți, Janet Beavin Bavelas tratează legătura dintre comunicarea nonverbală și cea verbală, prin intermediul expresiilor faciale și ale gesturilor făcute cu mâinile ca parte integrantă a limbajului folosit în dialogul față în față. Prezentarea contextului istoric și teoretic ale vorbirii

directe este urmată de propunerea a patru direcții teoretice care să demonstreze impactul elementelor nonverbale în situația menționată: sincronicitatea cu vorbirea spontană, prezența actelor simbolice induse de expresiile faciale și gesturi, integrarea lor în cuvinte și atribuirea de semnificații indispensabile unei comunicări eficiente.

Prima secțiune ne furnizează și un ansamblu de informații științifice care subliniază cele mai importante concepte și cercetări din domeniul comunicării nonverbale și ne ajută să înțelegem modul de funcționare a istoriei comunicării nonverbale (Knapp), rolul proceselor paralele în comunicarea nonverbală (Patterson), metodele de cercetare (Gray și Ambady), bazele cognitive (Lakin), abilitățile de decodificare a mesajelor nonverbale (Riggio) și coordonarea cu limbajul (Bavelas și Chovil).

Partea a doua atrage atenția asupra fundamentării științifice a „factorilor de influență” care ne determină modalitățile concrete prin care aplicăm comunicarea nonverbală în viața noastră de zi cu zi: importanța biologiei, evoluției, personalității, vârstei, genului, culturii și mediei. Ross Buck și Stacie Renfro Powers prezintă perspectiva bazelor biologice ale organizării sociale, introducând în tot acest sistem o întrebare esențială: putem vorbi de o dinamică a structurii sociale având la bază comunicarea nonverbală?

Răspunsul celor doi autori demonstrează prin cercetări științifice rolul foarte important pe care îl are comunicarea nonverbală în cadrul structurii societale: argumentele pornesc de la bazele biochimice ale motivației și emoțiilor umane, examinează apoi rolul special al limbajului în organizarea socială cu accent pe interacțiunea dintre comunicarea nonverbală spontană și partea lingvistică a comunicării, urmând ca în final să prezinte interacțiunea umană asemenea unui sistem dinamic cu o organizare proprie, la baza căruia stau emoțiile sociale.

Kory Floyd leagă preocupările pentru abordarea evoluționistă a comunicării nonverbale de teoria lui Charles Darwin despre selecția naturală, apărută în 1859, iar pentru a întări și mai mult relația dintre limbaj, comunicarea nonverbală și organizarea socială,

introduce argumentele psihologiei evoluționiste. Aflăm, așadar, care sunt principiile teoriei selecției naturale descrise de Darwin și cum pot ele să ne faciliteze studiul altor aspecte esențiale ale comunicării nonverbale, cum ar fi emoțiile și atracția interpersonală.

Evoluția cercetărilor dedicate comunicării nonverbale, în strânsă legătură cu personalitatea umană începând de la Aristotel până în zilele noastre, s-a aflat în atenția specialiștilor din domeniu. Completarea legăturii dintre personalitate și comportamentul nonverbal, pusă uneori la îndoială de cercetători, o face Robert Gifford, prin argumente despre cel puțin zece „complexități” care pot fi studiate și analizate în cercetările științifice. Enigma relației „personalitate – comportament nonverbal” este dezvăluită prin studii recente realizate în această direcție, propunându-ne totodată și o paradigmă pentru viitoare cercetări care să includă „complexitățile” descrise de autor.

Robert S. Feldman și James M. Tyler examinează în premieră dezvoltarea comunicării nonverbale pornind din perioada copilăriei și până la stadiul de adult, focusându-se pe două dintre cele mai cunoscute direcții de cercetare: expresiile faciale și mișcările corpului. Autorii ne prezintă modele, concepte, puncte de vedere clasice și ilustrarea lor cu exemple concrete de cercetări științifice despre cum descifrăm și codificăm expresiile faciale și mișcările corpului de-a lungul întregii noastre vieți. Analiza evoluției comportamentelor nonverbale din perspectiva ontogenezei ne oferă posibilitatea de a înțelege cum le folosim, cum le interpretăm și cum ne influențează calitatea interacțiunilor sociale.

Studiul impactului personalității și al vârstei asupra emergenței comunicării nonverbale este întregit și de investigarea asemănărilor, diferențelor existente în stereotipurile de gen (femei-bărbați). Renumita cercetătoare Judith A. Hall prezintă diverse cercetări empirice din literatura științifică pentru a distinge intensitatea și importanța stereotipurilor de gen în cadrul comunicării nonverbale, corelate cu abordarea teoriilor care să ne ajute în înțelegerea lor. Hall

analizează natura comportamentului nonverbal al femeilor și bărbaților, oferind argumentele științifice care să explice diferențele dintre acestea și integrând în acest context conceptul „profeției autoîmplinite”.

Alți doi factori care pot influența comunicarea nonverbală și care sunt analizați în partea a doua a lucrării sunt cultura și media. David Matsumoto atrage atenția asupra modului profund în care cultura influențează comportamentele nonverbale, mai ales dacă ne referim la recunoașterea bazelor universale care stau la originea lor. Dacă vorbim, spre exemplu, de felul cum ne comunicăm emoțiile, cu toții pornim de la aceleași expresii faciale universale, însă în funcție de cultura în care ne naștem sau trăim învățăm reguli despre cum să ne modificăm comportamentele și cum să le gestionăm în baza circumstanțelor sociale (*cultural display rules*) și ulterior a judecăților sociale (*cultural decoding rules*).

Un alt element de noutate al lucrării este legatură dintre comunicarea nonverbală și ceea ce noi numim media tradițională (televiziune, film, presă) propusă de Valerie Manusov și Adam Jaworski. Abordarea este bazată pe identificarea unor argumente pertinente care răspund la patru întrebări esențiale: 1) Cum sunt învățate codurile nonverbale? 2) Care este conținutul acestor coduri? 3) Ce coduri legate de semnalele nonverbale există în media? 4) Care sunt consecințele pe care le au aceste coduri asupra utilizatorilor de media? De aceea, abordarea teoriilor socializării afective și cognitive, codării și discursului mediatic circumscriu un nou perimetru de studiu al comunicării nonverbale, și anume: ce procese declanșează media și cum influențează înțelegerea și folosirea mesajelor nonverbale.

Partea a treia vizează relația dintre studiul comunicării nonverbale și diversele implicații pe care le poate avea asupra relațiilor interpersonale: transmiterea mesajelor de apropiere sau de dominanță, exprimarea intențiilor și emoțiilor, crearea și gestionarea impresiilor, descifrarea minciunii, reglementarea interacțiunilor sau construirea raportului interpersonal. Mergând pe ideea complexității

funcțiilor comunicării nonverbale, scopul acestui capitol este de a scoate în evidență, încă o dată, importanța semnalelor nonverbale în relațiile umane fundamentale.

Articolul care relevă importanța comportamentului nonverbal în relațiile intime, scris de Peter A. Andersen, propune o evidențiere a modalităților de exprimare a intimității (ca tip de relaționare, emoție, experiență subiectivă, proces interpersonal, scop, comportament etc.), dar examinează și mesajele nonverbale care indică implicarea pozitivă a partenerilor aflați în interacțiune. Rolul comportamentului nonverbal în procesualitatea relațiilor intime (de apropiere) este regăsit pe deplin în modelul centrat pe interacțiunea intimă propus de autor, unde regăsim exprimarea nonverbală a implicării, reciprocității, apropierii și intimității alături de caracteristicile pozitive ale sentimentelor și emoțiilor. La polul opus relațiilor de apropiere întâlnim în lucrare exprimarea la nivel nonverbal a dominanței și puterii, atribute fundamentale la actorii sociali. Judee K. Burgoon comentează pe larg cercetări științifice renumite ce au scos în evidență semnificația socială a dominației și puterii prin intermediul comunicării nonverbale, plecând de la lucrarea lui Charles Darwin (*The Expression of Emotion in Man and Animals*, 1872), continuând cu tratatele psihoanalitice ale lui Sigmund Freud și culminând cu operele antropologice și de psihologie socială ale lui Ray Birdwhistell (*Kinesics and context: Essays on body motion communication*, 1970) și Edward Hall (*The Silent Language*, 1959).

Cunoscută prin cercetările extinse în domeniul influenței nonverbale, autoarea (Judee K. Burgoon) continuă munca clasicilor prezentați mai sus reliefând și dimensiunea deliberată, adaptativă, aflată sub controlul actorilor sociali a dominanței și exprimării puterii interpersonale. Depășirea dimensiunii reflexive a proceselor dominante și puterii, care oferă perspectiva controlului exercitat de stimulii externi, permite indicarea unor strategii nonverbale ce pot fi folosite pentru semnalarea dominanței și supunerii, dar și a puterii și lipsei de putere,

pe care autoarea le grupează în trei categorii : 1) strategii corelate cu puterea fizică ; 2) strategii ce țin de controlul resurselor ; 3) strategii care au la bază controlul interacțiunilor.

Chiar dacă referirea la expresiile faciale o regăsim și într-un capitol dedicat lor în totalitate, cu titlul „The Functions of Facial Expressions : What’s in a Face?”, Alan J. Friedlund și James A. Russell ne oferă argumente ce depășesc orientarea tradițională conform căreia emoția este canalul principal pentru a explica apariția expresiilor faciale și le consideră drept „instrumente sociale” capabile să modifice rapid orice traseu al interacțiunilor noastre. Ca instrument social, fața este analizată din perspectiva anatomiei și fiziologiei, dar se fac referiri și la modalitățile prin care ea ne poate transmite informații precise și mai ales despre cum relațiile cu ceilalți pot fi afectate de mesajele exprimate cu ajutorul expresiilor faciale. Altă noutate, la finalul părții a treia, este descoperirea recentă a „neuronilor oglindă” care sunt localizați în lobul frontal al creierului. Faptul că locația acestor neuroni este aceeași cu aria Broca, ce este implicată în mecanismele motorii ale vorbirii, poate fi surprinzător. Însă autorii lasă cercetărilor viitoare demonstrarea legăturilor dintre expresiile faciale, neuronii oglindă, gesturi și vorbire, ca elemente esențiale pentru socializare.

Caroline F. Keating introduce un nou concept în aria comunicării nonverbale, și anume „managementul nonverbal al impresiei”, care exprimă felul cum indivizii îmbină mesajele nonverbale pentru a proiecta anumite imagini ce produc rezultatele dorite de aceștia. Sunt prezentate tehnicile pe care actorii sociali le pot folosi pentru accelerarea managementului impresiei prin intermediul vestimentației, înfățișării fizice, expresiilor faciale, gesturilor, posturii, privirii, atingerii și paralimbajului. În plus, în acest articol este scoasă în evidență relația dintre abordările funcționale ale comunicării nonverbale și perspectivele teoretice ale managementului impresiei și al autoprozentării. Astfel, perspectivele evoluționistă, ecologică, emoțională și sociocognitivă prezentate de

autoare scot în evidență cel puțin trei caracteristici ale managementului nonverbal al impresiei, demne de urmărit în interacțiunile umane : intensificarea atributelor biologice, producerea de răspunsuri adaptative la nivel social și urmărirea îndeplinirii unor scopuri sociale.

Detectarea minciunii nu putea lipsi dintr-o lucrare dedicată comunicării nonverbale, deoarece există numeroase dispute despre rolul pe care îl au mesajele nonverbale în identificarea minciunii sau a adevărului. Tocmai de aceea, profesorul Aldert Vrij apleacă în studiul său inedit asupra discrepanțelor dintre încercările de a detecta minciuna și semnalele clare care ne ajută să o identificăm. În acest scop, el vorbește despre importanța comunicării nonverbale în detectarea minciunii, prezentând pe larg teoriile de bază din acest domeniu (cercetările lui Miron Zuckerman, Bella DePaulo, Judee K. Burgoon și David B. Buller despre detectarea minciunii) și ne propune câteva elemente nonverbale care ne pot ajuta să descoperim minciuna. Cadrul interacțiunilor sociale, fie că dorim să-i impresionăm pe ceilalți prin managementul impresiei, fie că vrem să descoperim adevărul sau minciuna, ne permite să exercităm o multitudine de comportamente prin care să influențăm persoana din fața noastră. Joseph N. Cappella și Darren M. Schreiber oferă argumente referitoare la faptul că interacțiunea nu înseamnă doar o generare de simboluri sociale sau doar receptarea și interpretarea acestora, introducând conceptul de „coordonare” care presupune un schimb mutual între două persoane. Astfel, ei discută despre coordonarea mutuală și scot în evidență impactul pe care îl are relația copil-mamă sau nivelul relațional între doi adulți. Importanța „neuronilor-oglină” se regăsește și aici, utilizați de autori în descrierea bazelor neurologice ale feedback-ului interpersonal la nivel facial, vocal și comportamental.

În finalul părții a treia a lucrării, Linda Tickle-Degnen vorbește despre un concept nou în literatura științifică de specialitate, raportul interpersonal, în contextul căruia comportamentul nonverbal are o pondere

covârșitoare. În viziunea autoarei, *rapport* reprezintă procesul prin care doi oameni relaționează bine, ajung la construirea încrederii, armoniei și cooperării în relație cu celălalt. Cheia intrării în *rapport* este acceptarea, ceea ce înseamnă găsirea unor elemente comune, familiare cu celălalt, indiferent dacă este vorba de locuri, comportamente sau atitudini. De ce este introdus și analizat acest concept în domeniul comunicării nonverbale?

Pentru că este un instrument foarte puternic pentru influența socială, iar articolul are rolul de a descrie funcțiile comportamentului nonverbal și de a prezenta un model de *rapport* ce conține trei componente: atenția mutuală, orientarea pozitivă față de persoana din față și coordonarea. Aceste componente au puternice semnificații sociale, deoarece la baza lor stă analiza comportamentelor în funcție de contextul în care ele apar. Pentru a intra în *rapport* la nivel comportamental, tot ce ai de făcut este să potrivești tonalitatea, ritmul vocii și celelalte elemente nonverbale pe care le observi și să spui ceea ce ai de spus în același mod ca și partenerul tău de dialog. Cele mai evidente tipare de comportament nonverbal care pot fi potrivite sunt: poziția corpului (întregul corp, poziția capului și a umerilor), tonul și ritmul vocii, mișcărilor repetate.

Ultima parte a lucrării include studii care dezbate importanța comunicării nonverbale, prin evidențierea contextelor și consecințelor pe care le implică folosirea ei. Dacă ne referim la contextele unde este aplicată comunicarea nonverbală, vom afla implicațiile ei în relațiile interpersonale apropiate, în educație, în relația doctor-pacient, în interacțiunea socială, dar și în comunicarea prin intermediul calculatorului, comunicarea în grupuri sau organizații.

Patricia Noller prezintă în articolul său cercetările științifice și teoriile care au investigat contextul comunicării nonverbale aplicate în relațiile interpersonale apropiate (*close relationships*). Accentul este pus pe conceptul de sensibilitate interpersonală, adică cum să decodifici cu succes mesajele transmise la nivel nonverbal în cadrul

acestor relații apropiate. Sensibilitatea interpersonală nu este suficientă pentru o comunicare reală între indivizi și tocmai de aceea autoarea ne introduce un alt concept care să-l întărească pe primul prin faptul că se referă la modalitățile de codare a mesajelor nonverbale în relațiile apropiate, și anume cel de expresivitate nonverbală. Fiind înarmați cu cele două concepte, putem afla în continuare cum putem aplica comunicarea nonverbală în ritualurile de flirt și în contextul a două teorii importante ale psihologiei sociale: teoria atribuirii și teoria atașamentului. Apoi se face trecerea la contextul educațional, unde James C. McCroskey și Linda L. McCroskey prezintă argumente care pun în ecuație procesul de predare-învățare și capacitatea profesorilor de a decodifica și utiliza comunicarea nonverbală. Pentru a susține teoria conform căreia eficiența procesului educațional depinde de abilitățile nonverbale ale profesorilor, autorii furnizează o perspectivă istorică despre cum au evoluat ariile de cercetare dedicate comunicării nonverbale și celei instrucționale, oferindu-ne rezultatele directe ale acestor cercetări pentru creșterea eficienței profesorilor. Nu este neglijată nici relația medic-pacient, căreia Jeffrey D. Robinson îi alocă un articol separat, despre rolul pe care îl joacă abilitățile doctorilor de codificare-decodificare a mesajelor nonverbale în construirea și gestionarea empatiei, raportului și a unui stil de comunicare pozitiv în relația cu pacienții. Sunt analizate comportamente nonverbale individuale (orientarea privirii, datul din cap, orientarea corpului), dar și cel puțin trei aspecte legate de contextul interacțional: 1) modul în care se comunică (*turn taking*); 2) acțiunea socială; 3) secvențialitatea comunicării. În ultimii zece ani cercetările științifice în această direcție s-au stopat și autorul îndeamnă cercetătorii care au dezvoltat diverse metodologii de investigație socială să continue studiul relației medic-pacient, punând accentul pe rolul comunicării nonverbale, deoarece beneficiile ar putea fi indispensabile pentru actorii sociali implicați.

Un alt element de noutate al acestei lucrări îl constituie atenția acordată comunicării nonverbale din perspectiva Web 2.0. Chiar dacă s-ar părea că pe Internet nu este suficient spațiu pentru elementele nonverbale, cercetările realizate ne demonstrează contrariul: există cel puțin câteva indicii nonverbale, legate de cronemică și de simboluri de tip text (*emoticons* – ce sunt asimilate expresiilor faciale) care totuși comunică. Joseph B. Walther face o muncă de pionerat în această direcție inedită, încercând să ne pună la dispoziție cercetări științifice care să justifice prezența și importanța elementelor nonverbale în comunicarea mediată de computer.

Cu toate acestea, numărul cercetărilor în această direcție este foarte limitat, iar dezvoltarea extrem de rapidă a aplicațiilor Internetului (prin apariția avatarului, a videoconferinței, Facebook, Twitter) reduce posibilitatea investigării științifice a noilor fenomene. Cronemica joacă un rol privilegiat în acest context, deoarece a beneficiat de studii științifice extinse prin identificarea de scale temporale alternative, prin interpretarea presiunii timpului, prin găsirea de indicii temporale care să influențeze judecățile interpersonale în mediul online. În final Joseph B. Walter include modalități de investigarea a minciunii în mediul online, dar și alte cercetări privind sistemele virtuale, lansând o provocare pentru alte cercetări în acest mediu atât de dinamic. John F. Dovidio, Michelle Hebl, Jeniffer A. Richeson și Nicole Shelton amintesc despre comunicarea nonverbală în contextul grupurilor și despre implicațiile rasiale existente. Este interesant de aflat cum membrii unor grupări diferite, majoritare sau minoritare, pot avea comportamente nonverbale variate. Autorii propun un model general de „interacțiune socială mixtă”, care se focusează pe dinamica interacțiunilor dintre membrii diferitelor grupuri, pe identificarea acelor elemente care le influențează comportamentele nonverbale, pe analiza cauzelor și consecințelor care intervin. Chiar dacă relația dintre relațiile intergrupale și comportamentul nonverbal este privită doar prin prisma interacțiunilor

dintre albi și negri din cultura americană, sunt furnizate informații despre elementele cheie care stau la baza dinamicii comunicării într-un context intergrupul.

Ultima intervenție din această parte este dedicată contextului organizațional, unde comunicarea nonverbală este o parte vitală a vieții profesionale și se regăsește în diferențele de poziții sociale, în metodele de conducere, în interacțiunile față în față cu superiorii, subordonații sau colegii. Cercetările științifice demonstrează foarte clar că există diferențe majore între gestionarea mesajelor nonverbale ce exprimă un statut social ridicat față de unul scăzut, fapt care declanșează apariția a trei consecințe: leadership disfuncțional, hărțuire sexuală și discriminare la locul de muncă. Martin S. Remland propune un model funcțional pentru gruparea cercetărilor din domeniul comunicării nonverbale în contextul organizațional, care are patru direcții: identificarea ca individ sau membru al unui grup, crearea și menținerea de relații, exprimarea și recunoașterea emoțiilor, coordonarea și integrarea canalelor verbale și nonverbale.

Contextul organizațional, la fel ca și cel grupal, este oarecum neglijat de cercetătorii sociali și cu toate acestea consecințele pozitive care reies din modul cum interpretăm și folosim semnalele nonverbale în organizații sunt vitale pentru a crea organizații și grupuri „sănătoase”. În ultimii ani, cercetători precum Nalini Ambady au demonstrat că mesajele nonverbale existente în așa numitele *thin slices* (felii subțiri de evaluare a comportamentelor) care apar natural în timpul interacțiunilor sociale prezic cu o acuratețe destul de mare rezultate pe termen lung. Îndemnul final al autorului este adresat organizațiilor să fie mai receptive în viitor la asemenea cercetări care au ca scop studierea impactului comunicării nonverbale, mai ales când un scurt episod, de câteva secunde, poate prezice un comportament cu consecințe extinse la nivel personal și profesional.

În finalul acestei lucrări, cei doi editori, Valerie Manusov și Miles Patterson, își rezervă câteva gânduri de încheiere, prezentând elementele cheie ale mesajelor nonverbale,

dar și direcții de dezvoltat în viitor. Accentul este pus pe schimbările care s-au petrecut în acest domeniu în ultimii 50 de ani, care au condus la realizarea tot mai multor cercetări științifice ce au adâncit cunoașterea acestui domeniu atât de vast. Sunt interesante totodată aserțiunile despre viitorul comunicării non-verbale, unde, atrag atenția editorii, vom întâlni cercetări despre procesele automate (*automatic processes*), noi metode de cercetare (cele legate de imaginile creierului și tehnicile realității virtuale) și noi modalități de folosire a tehnologiilor media.

The Sage Handbook of Nonverbal Communication este un compendium dedicat complexității și interdisciplinarității comunicării nonverbale și are o utilitate remarcabilă pentru cei care doresc să fie la curent cu cercetările științifice de ultimă oră din acest domeniu. Cel mai puternic argument în favoarea importanței comunicării nonverbale în domeniul extins al psihologiei sociale îl reprezintă direcțiile de cercetare expuse de toți autorii prezenți în această carte.

Lucrarea pusă la dispoziție de Valerie Manusov și Miles L. Patterson reușește un lucru pe care nu multe cărți de specialitate îl dovedesc : prezintă, pe de o parte, informații utile pentru cei care doresc să aprofundeze studierea comunicării nonverbale, îmbinând subtil aspectele teoretice cu cele practice, istoria conceptelor cu aplicabilitatea lor în domenii variate (de la educație la organizații), iar pe de altă parte, oferă și o lectură interesantă a cercetărilor științifice concludente pentru a înțelege validitatea conceptelor, dar și cu direcții posibile de dezvoltat pentru viitorii cercetători sociali.

Poate cel mai valoros aspect al prezentului volum îl reprezintă evidențierea importanței comunicării nonverbale în viața noastră de zi cu zi, datorită impactului social real pe care îl are. Și pentru că cercetările au stabilit faptul că acele persoane care pot citi și interpreta eficient mesajele nonverbale vor avea un succes mai mare în viață decât indivizii care nu au aceasta abilitate (Daniel Goleman, *Emotional intelligence*, 1995, 13-92), se ridică întrebarea : Câtă importanță acordați comunicării nonverbale ?

Cu certitudine mediul științific românesc contemporan, asemenea celui internațional, acordă importanță comunicării nonverbale. Iată câteva argumente clare : a) în cadrul Facultății de Sociologie și Asistență Socială se predă un curs de comunicare nonverbală inițiat de profesorul universitar doctor Septimiu Chelcea ; b) în coordonarea acestuia a apărut în 2004, la editura Tritonic, cartea *Comunicarea nonverbală în spațiul public. Studii, cercetări și aplicații*, urmată de un curs universitar dedicat tot acestui domeniu *Comunicarea nonverbală : gesturile și postura. Cuvintele nu sunt de-ajuns* (Septimiu Chelcea, Loredana Ivan, Adina Chelcea, Editura Comunicare.ro, 2005) ; c) există tinere cercetătoare care și-au susținut deja doctoratul în acest domeniu : Loredana Ivan (care este și autoarea unei alte cărți românești de referință, *Cele mai importante 20 de secunde. Competența în comunicarea nonverbală*, Editura Tritonic, 2009) și Alina Duduciuc cu tema *Sociologia modei – stil vestimentar și dezirabilitate socială* (lucrare ce urmează a fi publicată) și cercetarea științifică a impactului mesajelor nonverbale desigur va continua.

Revenind la planul internațional, doresc să menționez, în încheiere, cea mai recentă carte publicată în domeniul comunicării nonverbale și care aparține mentorului meu, Joe Navarro. Cartea se intitulează *Louder than words. Take your career from average to exceptional with the hidden power of nonverbal intelligence* (apărută în februarie 2010 la Editura Harper Collins, carte scrisă împreună cu Toni Sciarra Poynter). Așadar, la multitudinea conceptelor pe care le regăsim în *The Sage Handbook of Nonverbal Communication*, mai adăugăm încă unul : inteligența nonverbală (*nonverbal intelligence*), acea abilitate de a interpreta și folosi semnalele nonverbale pentru evaluarea și influențarea celorlalți. Vreți să aflați cum să vă sporiți inteligența nonverbală ? Citiți *The Sage Handbook of Nonverbal Communication* și *Nonverbal Magazine* (www.nonverbal.ro), prima revistă românească dedicată inteligenței nonverbale.

Mihaela Liliana Stroe