

## Medierea. De la acțiunea comunicativă la justiția deliberativă

Masificarea societății de consum transformă deliberarea într-o serie de practici seductive, îndepărtând dezbateră de la caracterul său rațional – discursiv.

Un exemplu<sup>2</sup> de practică deliberativă în spațiul public îl constituie *medierea* ca alternativă la sistemul justiției civile sau penale (Popa, 2006). Spațiul public devine un spațiu al *consumului public*, informația și comunicarea în sine (Habermas, 1998) devenind un produs al societății de masă. Societatea de masă se caracterizează prin anonimitate, asociativitate uniformă (Salánki, 2003), și consum depersonalizat (Habermas, 1998). Dezbateră cu privire la sfera publică se extinde, manifestând interes pentru probleme precum: opresiunea, inegalitățile sociale și de gen, biopolitica, etc. Gerard Hauser (1999) critică ideea originii de clasă a sferei publice, sugerând originea acesteia în cadrul dialogului tematic, mai degrabă decât în cadrul proceselor de construcție identitară (Sandu, 2014b). Una dintre cele mai importante contribuții ale lui Habermas (2000) la dezvoltarea științelor comunicării, a eticii, a filosofiei sociale

---

<sup>2</sup> Acknowledgement: Capitolul este un rezultat al Grantului intern de Cercetare din cadrul Centrului de Cercetări Socio-Umane Lumen intitulat: *Acțiune comunicativă și construcția socială a eticii afirmativ-apreciative*. O parte dintre rezultatele obținute au mai fost publicate: Sandu, A., (2014). Medierea apreciativă. De la conflict la creativitate, *Inventica*, și Sandu, A. (2014). Mediation-communicative action and philosophical practice, *Revista Românească pentru Educație Multidimensională*, Vol. 6, Issue 1, June. Reproducerea fragmentelor respective a fost făcută cu acordul Redacției și cu respectarea regulilor de citare.

și științelor politice, o constituie teoria acțiunii comunicative. Habermas (2000) consideră acțiunea comunicativă ca fiind modelul predilect de exercitare al puterii în societatea contemporană (Sandu, 2014b). Teoria acțiunii comunicative se înscrie pe linia teoriilor critice asupra societății. Criticismul habermasian reunește doi poli teoretici distincți: teoriile de nivel micro asupra raționalității sociale bazate pe structuri comunicative și pe acte de limbaj, și la nivel macro, teoriile integrării societății moderne prin intermediul unor mecanisme sociale de piață (Sandu, 2014b). Teoria habermasiană este articulată pe două niveluri, cel al analizei raționalității comunicative și cel al modernizării societății (Bohman, Rehg, 2011). Acțiunea comunicațională are ca scop înțelegerea reciprocă a membrilor comunității interpretative, înlocuind acțiunea strategică, care era îndreptată în sensul obținerii puterii ca influență, și acțiunea instrumentală, ce viza puterea sub aspectul material (Maxim, 2010). În opinia noastră, acțiunea comunicativă, îndreptată spre obținerea consensului (Sandu, 2012a), codifică o strategie a puterii particulară postmodernității și anume *consensul* (Sandu, 2014b). Strategiile puterii devin subtile, seductive, înlocuind puterea propriu zisă cu puterea blândă - puterea *soft* (Dârdală, 2013; Nye, 1990; Nye, 2011). Jürgen Habermas (1998) consideră relațiile intersubiective ca fiind mediate lingvistic și cultural, nu rațional-instrumental. Exercițarea unei forțe lipsite de coerciție poate fi un rezultat al acțiunii comunicative. Acordul semiotic asigură o unitate interpretativă a lumii (Sandu, 2013a). Decizia politică este produsă prin consens, revenindu-se la o politică participativă și la un model de democrație deliberativă. Teoria acțiunii comunicative se bazează pe analiza raționalității

epistemice, practice și intersubiective, cuprinse în interiorul structurilor discursive (Bohman, Rehg, 2011). Competența comunicativă este statuată prin apartenența interlocutorilor la societate (Vidam, 2010) sau mai exact la comunitatea interpretativă în care se construiește sensul comunicării (Sandu, 2012a). Paul Dobrescu (2010) arată că înțelegerea într-un proces comunicativ presupune o negociere prealabilă a definițiilor situațiilor cu care partenerii de dialog operează. Nici un participant nu are, în mod *apriori*, monopolul interpretării, consensul comunicațional fiind liber consimțit de toți participanții. Criteriile de validitate (validity claims) trebuie să fie clar definite și agreeate de toți partenerii implicați în comunicare. Cu toate că în cadrul dialogului specific procesului de *mediere* sunt implicate mai multe accepțiuni ale adevărului, printre care teoria adevărului - corespondență, teoria adevărului - sinceritate, înțeleasă ca o adecvare între aserțiuni și intenții (Dobrescu, 2010), modelul acțiunii comunicative are ca presupuziție o teorie consensuală a adevărului (Habermas, 2000). Teodor Vidam (2010) arată că în teoria acțiunii comunicative – a cărei expresie predilectă o considerăm practica medierii - relația interlocutivă este întemeiată și nu întemeietoare. Validitatea derivă din conformitatea socială, tocmai de aceea adevărul nu reprezintă o reflectare a realității, cât un acord interpretativ asupra acesteia. Raționalitatea formală, orientată teleologic, este substituită prin activitatea orientată axiologic și va reflecta conștient - sau nu - interesele emitentului. Acțiunea comunicațională are la bază strategiile discursive de obținere ale acordului interpretativ. Raționalitatea, în viziunea habermasiană este evidențiată în modalitățile prin care subiectul achiziționează și utilizează cunoștințele în

procesul comunicațional. Cunoașterea pragmatică este însoțită de o atitudine performativă. În construcția strategiilor de mediere se urmărește identificarea unor structuri invariante ale comunicării, denumite pragmatici formale (Bohman, Rehg, 2011). Atitudinea performativă a mediatorului vizează adoptarea de către vorbitor a unor strategii de facilitare și *îmbogățire* a înțelegerii sale de către receptor (Ignat, Șustac, Danileț, 2010). Atitudinea favorabilă receptării reprezintă acțiunea comunicativă. Scopurile urmărite de vorbitori în cadrul acțiunii comunicative sunt întotdeauna raționale și justificate –meritate. Succesul acțiunii comunicative este acordul liber al actorilor (Bohman, Rehg, 2011), consensul, ca formă de coordonare a actorilor comunicaționali, sociali sau politici. Pragmatica habersiană a comunicării este în același timp o teorie etică a acesteia.

Medierea este o acțiune comunicativă de tip particular care generează socializare profesională și aderență normativă (Sîrbu, Gheorghiu, Croitoru-Anghel, 2013). În această lucrare ne vor interesa strategiile comunicaționale, precum și modalitatea de obținere a consensului interpretativ în desfășurarea procesului de mediere. Analiza strategiilor comunicaționale identificate sub forma principiilor medierii ne va permite să realizăm un model al construcției unei noi paradigme comunicaționale, care pune obținerea acordului mutual în procesul de comunicare mediată de un terț – mediatorul, a cărui funcție este aceea de reconfigurare a hărților interpretative cu privire la obiectul conflictului. Acest proces ne apare sub forma unui parteneriat bazat pe simetrizarea relațiilor comunicaționale. O relație eficientă între părțile aflate în mediere, precum și între acestea și mediator, este bazată pe

oferirea încrederii și a feedback-ului (Roșu, 2010). Scopul practicii medierii îl constituie maximizarea eficienței comunicaționale, fapt ce duce la rezolvarea conflictului fără apelul la forța constrângătoare a justiției (Gagu, Bădulescu, 2014).

Valorile constitutive ale medierii ca acțiune comunicativă sunt legate de justiție socială, echitate, caritate - și nu în ultimul rând acceptarea alterității și înțelegerea specific postmodernă a celuilalt ca fiindu-ți complementar și partener. Echitatea, din perspectivă postmodernă, nu mai este înfăptuită de justiție, ci de înșiși *partenerii de conflict*. Conflictul este considerat o experiență de învățare, care nu necesită tranșat ci rezolvat prin recadrarea poziției fiecăruia, prin aspecte particulare ale abordării victorie-victorie. În timp ce acțiunea socială vizează eficiență socială, adică schimbare socială, acțiunea comunicativă vizează obținerea consensului interpretativ. În opinia noastră, medierea este o acțiune comunicativă (Habermas, 1987; Vlăduțescu, 2013; Vlăduțescu, 2014) deoarece vizează practicile reflective asupra propriilor strategii de acțiune ale persoanelor angrenate în conflict, și care și-au dat acordul să participe la mediere. În general, acțiunea comunicativă are eficiență socială - generează schimbare socială - doar generând practici interpretative noi. Acțiunea socială creează o reîncadrare a paradigmei conceptuale în care subiecții operează. Acțiunea socială operează în cadrul aceleiași paradigme, transformând realitatea socială în favoarea subiectului. Ambele tipuri de acțiune pot fi utilizate în practica medierii. Din punctul nostru de vedere, acțiunea socială se păstrează în cadrul *paradigmei deficienței* în sensul că se identifică o problemă și se urmăresc soluții posibile de rezolvare a

acesteia. Trecerea la o paradigmă alternativă cum este cea apreciativă vizează însăși schimbarea acordului interpretativ asupra realității și nu poate fi decât o acțiune comunicativă. Noi considerăm că instrumentul predilect al medierii este acțiunea comunicativă, tocmai pentru că rolul mediatorului, printre altele, este conectat cu inventivitatea socială. Prin inventivitate socială înțelegem capacitatea de schimbare paradigmatică prin modificarea convenției interpretative. Prin inovativitate socială înțelegem capacitatea de schimbare socială în interiorul aceleiași paradigme interpretative. Modelul inventivității versus inovativității sociale l-am adaptat pornind de la viziunea lui Kirton (2003) asupra creativității în inventică. Nu negăm faptul că în toate practicile sociale funcționează atât acțiunea socială, cât și cea comunicativă în funcție de stilurile particulare ale mediatorului care pot îmbrăca prioritar forma acțiunii sociale sau acțiunii comunicative. Acțiunea planificată este integrabilă în acțiunea strategică așa cum aceasta este definită de Habermas (2000). Rezultatul acțiunii strategice este *eficiența* – în principal în plan economic. Considerăm că eficiența strategică este importantă pentru succesul acțiunii sociale a asistentului social, tocmai pentru că în paradigma deficienței clientul suferă de o vulnerabilitate cognitivă (Cojocaru, 2005) sau o vulnerabilitate teleologică. Acțiunea strategică a mediatorului generată în cadrul funcției planificării este coordonată în procesul medierii ca formă a practicii filosofice (Codoban, 2011) luând forma unei reflecții asupra practicii – în perspectiva mediatorului – și asupra propriei poziții în conflict pentru părțile aflate în procesul de mediere. Această reflecție asupra practicii transformă medierea într-o metapracică – o practică autoreflexivă de identificare a propriilor acorduri

paradigmatică. Această practică în sine, când ia forma supervizării de etică în procesul de mediere, are natura acțiunii comunicative. Opinia reflectată și reconstruită în practica medierii este ea însăși un alt exemplu de acțiune comunicativă. De asemenea, au fost puse în evidență practici de transfer a responsabilității dinspre participanții la procesul de mediere și mediator. Abordarea paternalistă a medierii reflectă un model inegal al relației mediator - participanți la mediere. Această relație se transformă într-una de putere prin intermediul influenței. Conform lui Habermas (2000) acțiunea socială vehiculează un proces de exercitare al puterii de tip *soft power*. Acțiunea comunicativă, pe de altă parte, având ca scop obținerea consensului, vizează simetrizarea puterii prin transformarea actorilor comunicativi în parteneri, în procesul de co-construcție a sensurilor (Sandu, 2014b). Ideea de referențial social a fost prezentată de Dumitru Borțun (2014) care arăta că subiectul acțiunii sociale este tributar referențialului social din care privește acțiunea, așa cum un individ aflat într-un tren are un alt referențial inerțial decât un individ aflat lângă vehiculul în mișcare, tot astfel un individ aflat într-un mediu social își însușește referențialul social propriu aceluia mediu. Acțiunea comunicativă exercitată într-un proces de supervizare are tocmai rolul de schimbare a referențialului comunicativ, chiar în contextul în care referențialul social rămâne nemodificat. Ca exemplu, medierea prin strategia compromisului constituie un referențial pentru practica medierii centrate pe problemă (paradigma deficienței). Schimbarea referențialului comunicativ prin centrarea pe abordarea victorie - victorie (Stoica-Constantin, 2004) — constituie un alt referențial comunicativ – o altă metapovestire

despre conflict și despre persoanele implicate în acesta – transformând rezolvarea conflictului într-o poveste de succes (Sandu, 2014b). De aceea considerăm că deși practicile apreciative au fost create în sfera dezvoltării organizaționale și a resurselor umane, fiind preluate în România de Ștefan Cojocaru (2005) în sfera asistenței sociale, pot fi puse la baza practicii medierii pe baza abordării victorie – victorie (Cornelius, Faire, Cornelius, 2006) (apreciativă). În acest context menționăm că aspectul de acțiune comunicativă cu impact în transformarea socială suferă un clivaj teoretic dinspre sfera sociologiei și asistenței sociale, către cea a științelor comunicării, ca un cadru metateoretic. Din științele sociale este preluat ca alternativă la justiția tradițională, atât în sfera civilă cât și în cea penală (Sandu, 2014b).

### **Conflictul. Clarificări conceptuale**

Conflictul reprezintă o neînțelegere, un dezacord, o ceartă, definiția putând fi extinsă și la o contradicție între idei, interese sau sentimente (Fairfield, 1977). Într-un conflict pot exista puncte de vedere diferite între opinii, interese, scopuri, credințe, convingeri, experiențe, sentimente și valori (Frunjină, Teșileanu, 2002). Conflictul evocă imagini ale unor stări generate de lucruri nedorite. La baza apariției unui conflict stă îndeosebi o comunicare negativă, realizată între două sau mai multe persoane, aceasta conținând obiecții, reproșuri, critici (Frunjină, Teșileanu, 2002). Mihaela Vlăsceanu (1993) spune că un conflict este “*o formă de opoziție centrată pe adversar*” și care se bazează pe “*incompatibilitatea scopurilor, intențiilor și valorilor părților componente*” (Frunjină, Teșileanu, 2002). Teri Kwal Gamble și Michael Gamble (1993) definesc conflictul ca o variabilă



pozitivă, în sensul în care, "dincolo de toate perspectivele, conflictul este o consecință naturală a diversității".

Rezolvarea conflictelor depinde în mare măsură de conștientizarea lor (Cornelius, Faire, 1996). Freud credea într-un conflict fundamental, universal și care nu putea fi rezolvat, conflict existent între impulsurile noastre instinctuale și mediul prohibitiv: familia și societatea; tot ceea ce se poate face, susține autorul, este să se ajungă la un mai bun compromis sau la un mai bun control (Horney, 1998).

Conflictul poate fi pozitiv sau negativ, constructiv sau distructiv, și aceasta în funcție de ce aleg părțile implicate în conflict să facă din el. Foarte rar se poate vorbi de un conflict static, pentru că el se poate schimba oricând: se poate transforma cearta în distracție, însă această transformare este o artă care necesită o pregătire specială. Certurile și diferențele individuale fac parte din viață și aceasta poate fi îmbunătățită dacă se poate anticipa un conflict și dacă se poate trata în faza incipientă constructiv.

Literatura de specialitate propune mai multe taxonomii ale conflictului care variază în funcție de criteriile de clasificare avute în vedere. Moore (apud Stoica-Constantin, Neculau, 1998) identifică două tipuri fundamentale de conflicte: cele autentice și cele inutile. Conflictele care au la bază disfuncții de comunicare, de relaționare, diferențele de percepție asupra unor situații, conflictele bazate pe diferențe axiologice și noncongruențe informaționale sunt considerate *conflicte inutile*. Conflictele inutile dispar prin optimizarea proceselor și adecvarea strategiilor comunicaționale. Conflictele așa zis autentice sunt cele care au la bază *conflictele de interes, diferențe structurale ireconciliabile*. (Marușca, 2010) între părți. Acestea

necesită o abordare comunicatologică adecvată, destinată acordului interpretativ și obținerii consensului. Acestea au la bază o *acțiune comunicativă*. Din perspectivă psihologică, o clasificare a conflictelor propusă de Schrupf, Crawford și Usadel se bazează pe patru nevoi: nevoia de apartenență, nevoia de putere, nevoia de libertate și nevoia de umor (apud Stoica-Constantin, Neculau, 1998). Evident că și alte nevoi se pot afla la originea unor conflicte și, în opinia noastră, cu cât nevoile se află mai spre baza piramidei lui Maslow, cu atât conflictele vor fi mai violente și pozițiile ireconciliabile.

În funcție de sursele conflictului, Wall (1985) identifică, pornind de la teoriile organizaționale: conflicte originare în relațiile de interdependență, în diferența de scopuri, și în diferența de percepție. Pornind de la aceleași perspective teoretice, Tichy (1983) identifică la rândul său: conflictul tehnic – care vizează dezacordul în ceea ce privește gestionarea resurselor, conflictul politic – axat pe teoriile retributive și gestionarea (echitabilă) a distribuției, inclusiv al avantajelor și penalităților, și conflictul cultural – constituit la nivelul axiologic și al proiecției propriului univers valoric asupra alterității.

După modul de poziționare al părților în conflict, Ana Stoica Constantin, pornind de la Morton Deutsch (1977), formulează o tipologie în șase categorii de conflicte:

- *veridic*: conflictul are un caracter obiectiv și șanse reduse de rezolvare rapidă. Conflictul, așa zis obiectiv, poate fi considerat un conflict structural, care are la bază interese divergente, *profund justificate*, din perspectiva părților implicate. Din perspectiva teoriilor acțiunii comunicative a lui Habermas (1987), noi considerăm că acest tip de conflict necesită o

acțiune strategică, care să permită simetrizarea pozițiilor comunicaționale ale subiecților.

- *contingent*: are un caracter circumstanțial, și este dependent mediului extern în care se desfășoară conflictul. Modificarea mediului conflictogen va genera rezolvarea conflictului. Ca tip de acțiune comunicativă considerăm că este potrivită acțiunea strategică, combinată cu cea socială.

- *deplasat*: este conflictul a cărui exprimare externă diferă conflictului *central*, care este mai profund, dar nerecunoscut de părți. Rezolvarea acestui conflict se realizează prin *identificarea conflictului principal* care de obicei este cronic, dar latent. Acțiunea specifică este acțiunea comunicativă care vizează consensul asupra conflictului real și dimensiunilor acestuia.

- *greșit atribuit*: părțile în conflict nu reușesc să identifice adevărata amploare a acestuia și adevăratele părți în conflict. Este un tip de conflict *delegat*, ce are la bază o strategie de participare indirectă. Rezolvarea conflictului trebuie să se bazeze pe strategii de normalizare și simetrizare a relațiilor de putere și includere a tuturor părților interesate în procesul de mediere.

- *latent*: conflictul este potențial, nu are o manifestare evidentă la nivelul strategiilor comunicative sau ale acțiunii sociale a părților. Deși în principiu rezolvarea conflictelor în faza latentă ar fi de dorit, întrucât ar diminua consecințele conflictelor manifeste, există puține șanse ca părțile să recurgă la mediere, sau la orice altă formă alternativă de rezolvare a conflictelor în această fază. Rezolvarea acestui conflict ar trebui să implice strategii bazate pe acțiune comunicativă, dar dublate de acțiune strategică și de acțiune socială.