

Pe gaura cheii

PP

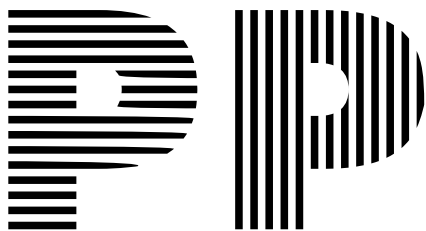
PSIHOLOGIE
PRACTICĂ

Află firea celorlalți
cotrobăind prin lucrurile lor

SAM GOSLING

TREI





PSIHOLOGIE PRACTICĂ

COLECȚIE COORDONATĂ DE

Vasile Dem. Zamfirescu

TREI

Pe gaura cheii

Cunoaște-i pe ceilalți
cotrobăind prin lucrurile lor

SAM GOSLING

Traducere din engleză de Daria Protopopescu

EDITORI:

Silviu Dragomir
Vasile Dem. Zamfirescu

DIRECTOR EDITORIAL:

Magdalena Mărculescu

DESIGN:

Faber Studio

DIRECTOR PRODUȚIE:

Cristian Claudiu Coban

REDACTOR:

Victor Popescu

DTP:

Ofelia Coșman

CORECTURĂ:

Rodica Petcu
Eugenia Ursu

Descrierea CIP a Bibliotecii Naționale a României

GOSLING, SAM

**Prin gaura cheii. Cunoaște-ți pe ceilalți cotrobâind
prin lucrurile lor** / Sam Gosling ; trad.: Daria Protopopescu. –
București : Editura Trei, 2012
Bibliogr.

ISBN 978-973-707-569-7

I. Protopopescu, Daria (trad.)

159.9

Titlul original: Snoop: What Your Stuff Says About You

Autor: Sam Gosling, Ph.D.

Copyright © 2008 by Sam Gosling

First published in the United States by Basic Books,
a member of the Perseus Books Group

© Editura Trei, 2012
pentru prezenta ediție

C.P. 27-0490, București

Tel./Fax: +4 021 300 60 90

E-mail: comenzi@edituratrei.ro

www.edituratrei.ro

Cuprins

<i>Prolog. Sosirea cutiei misterioase</i>	9
1. Când nu cunoști persoana	19
2. Cinci dimensiuni ale personalității	47
3. Când cineva îți devine familiar	71
4. Detectivi belgieni și păsări nordice	95
5. Salturi, dansuri și mâini întinse	108
6. Asanarea spațiului	139
7. În apărarea stereotipurilor	166
8. Când judecățile bune dau greș	199
9. Expertul în cotrobăit	222
10. Un birou și un gentleman	241
11. O casă pe măsura ta	259
<i>Mulțumiri</i>	273
<i>Note</i>	277

*Dedic această carte părinților mei, precum și mentorilor mei, Oliver și Ken,
mulțumindu-le pentru înțelepciunea, creativitatea și iubirea pe care mi le-au dăruit.*

Prolog

Sosirea cutiei misterioase

În camera de corespondență mă aștepta un pachet venit prin poșta rapidă. Cutia nu se deosebea cu nimic special de celelalte cutii. Era o cutie obișnuită, maronie, cam de mărimea unei cutii de pantofi, însă puțin mai pătrătoasă. Ceea ce deosebea această livrare de altele era setul neobișnuit de instrucțiuni care o însoțise. Nu aveam voie să o deschid până când nu mi se dădea permisiunea să o fac. Și în cazul în care aș fi avut vreo nedumerire în această privință, pe banda lipită deasupra cutiei scria cu litere aldine în cerneală neagră A NU SE DESCHIDE. Potrivit unor instrucțiuni care îmi fuseseră lăsate pe căsuța vocală, urma să mă înregistrez pe bandă video la o dată prestabilită când aveam să deschid pachetul. Așa că, a doua zi la ora 15:00 am dus cutia într-o cămăruță dotată cu cameră video. Aflat înăuntru, am îndreptat camera video către locul unde aveam să stau și i-am dat drumul. M-am așezat în câmpul vizual al camerei și am scos din buzunar o bucățică de hârtie, unde era mâzgălit un număr pe care l-am format pe mobil.

— Sunt domnul Gosling. Aș dori să vorbesc cu Gary.

— Vă fac legătura.

Se aude un păcănit. Apoi o pauză.

— Gary la telefon.

— Sunt Sam și sunt gata.

— Dă-i drumul, deschide-l.

În sfârșit liber să îmi exercit pornirile pandoriene, am tăiat pachetul și am deschis cutia.

— Înăuntru vei găsi niște lucruri care aparțin unei singure persoane, spuse Gary. Toate sunt luate din baia acelei persoane. (Am observat că evitase să spună *a ei* sau *a lui*). Scoate obiectele unul câte unul, continuă acesta, și zi-mi ce îți spun ele despre proprietarul lor.

Pe măsură ce scoteam obiectele, le întorceam pe toate părțile. Era un tub mic cu cremă de piele, un CD ușor zgâriat de muzică dance, o perie de păr din plastic maro și o fotografie instant a zonei chiuvetei proprietarului. Pe măsură ce inspectam fiecare obiect ca să găsesc indicii, am început să-mi depăn firul gândurilor în fața camerei de luat vederi.

— Ei bine, periuța de dinți este destul de mare, deci aparține probabil unui bărbat.

Teoria mea era susținută de fotografia instant care înfățișa zona chiuvetei cu suprafețele din jurul ei fără chestii care să miroasă dulceag, cu straturi de jeg și într-o oarecare dezordine, care se asociază mai degrabă cu bărbații decât cu femeile. Am observat că firele de păr din perie erau scurte, drepte și închise la culoare. Poate că persoana respectivă era de origine asiatică sau hispanică. Fotografia arăta că ușa de la măsuța de toaletă din baie nu era bine închisă și firul de la foen atârna afară; tubul de cremă de piele fusese stors la mijloc, nu la capăt, iar pe margine exista o crustă de reziduu în jurul capacului. CD-ul era o compilație de muzică house, un gen de muzică asociat în mod stereotip cu cluburile gay. Dacă e să mai adăugăm și faptul că existau dovezi potrivit cărora persoana respectivă era preocupată de propria înfățișare (acum eram destul de sigur că proprietarul era bărbat), începea să se contureze o imagine coerentă.

După câteva minute, Gary mă întrebă:

— Deci, ce-mi poți spune despre proprietarul acestor lucruri?

Pe baza a ceea ce văzusem, am spus că eram de părere că proprietarul era un bărbat de origine asiatică trecut de douăzeci de ani și că se prea putea să fie homosexual. Îi subestimaseam vârsta cu câțiva ani — acesta avea vreo treizeci de ani — dar avusesem dreptate în legătură cu restul. Gary părea mulțumit.

Ce se întâmpla aici? Ce căutam eu să vorbesc cu această voce fără chip și în condiții atât de ciudate?

Misteriosul apelant era un producător de televiziune care planifica o nouă serie a unui reality show care avea să se ocupe de cea mai cunoscută și aproape irezistibilă tendință umană, aceea de a-ți băga nasul unde nu-ți fierbe oala. Dacă semănați cât de cât cu mine, atunci când intrați pentru prima dată în spațiul locuit de cineva faceți mai mult decât să vă uitați distrat în jurul dumneavoastră. Mie îmi vine tot timpul să mă uit în jur și să adun, să filtrez și să procesez informații despre locatar. Sunt amabil să scuz gazda cât timp se duce până la toaletă? Cum să nu! A plecat. Bun. Mă îndrept cu viteza luminii către bibliotecă. Trec în revistă cărțile. Un ghid de călătorie cu buget redus în Madagascar. O ediție cadou în miniatură a cărții *O cameră separată* de Virginia Woolf. Interesant. Și acum pozele. Hm, toate cu excepția uneia sunt poze ale gazdei într-un grup mare de prieteni, și fiecare imagine dă senzația unei veselii la beție. Nu mai am timp să zăbovesc asupra imaginilor, pentru că tocmai am auzit apa trasă la toaletă și mai sunt și CD-urile, coșul de gunoi și o mulțime de nimicuri pe pervazul de la geam. Și toate astea înainte să fi reușit să mă uit prin dulăpiorul cu medicamente... ce-ar fi să mă scuz că am o treabă la toaletă? (Dulăpioarele cu medicamente sunt niște locuri atât de esențiale pentru a cotrobăi pe furiș, încât m-am gândit adesea că ar fi o bună surpriză pentru musafiri să lași înăuntru o „carte de oaspeți“.)

Producătorii de televiziune au dus acest impuls comun către punctul lui culminant: Ce poate spune un spațiu fizic despre o persoană pe care nu ai cunoscut-o și nu ai văzut-o niciodată? Scenariul acestei emisiuni — spre deosebire de populara producție



MTV *Room Raiders* — includea un rol pentru un expert care să ofere idei asupra procesului de „cotrobăire“.

De ce mă contactaseră producătorii tocmai pe mine? Sunt profesor de psihologie la Universitatea din Texas și sunt specializat în studiul diferențelor de personalitate și al modului în care oamenii își formează impresii despre ceilalți în viața de zi cu zi. Linia mea de cercetare se concentrează pe aceeași problemă după care se ghidează și acest program de televiziune: în ce fel obiectele oamenilor ne pot spune și mai multe despre personalitățile lor decât întâlnirile față-în-față sau decât cele spuse de cei mai buni prieteni despre ei. Într-adevăr, primul meu studiu despre această problemă, pe care l-am efectuat când eram încă student la Universitatea din California, Berkeley, este echivalentul științific a ceea ce au în minte producătorii pentru emisiunea lor. Studiul examina ce puteau afla observatorii despre niște bărbați și femei pe care nu îi cunoscuseră niciodată numai pe baza cercetării pe furiș a dormitoarelor acestora.

„Studiul dormitoarelor“, așa cum a ajuns să fie cunoscut, a dus la rezultate fascinante în sine (voi povesti mai multe despre asta mai încolo) și, spre surprinderea mea, cercetarea și ideile din spatele acesteia au declanșat un viu interes dincolo de zidurile academice. Cu toate că au existat și alți psihologi care au cercetat impresiile produse de personalitate bazându-se pe crâmpie de informație, cum ar fi videoclipuri sau interacțiuni scurte, nimeni nu mai examinase până atunci camerele oamenilor. Și nimeni nu mai adusese o asemenea pleoră de informații. Evident că presa s-a bucurat să relateze rezultatele noastre. Reportajele titrau: „Lecții despre obiecte“, „În spatele liniilor inamice“ și „Cameră cu vedere interioară“.

Mi-am continuat cercetarea în facultate și apoi am dezvoltat-o mai departe de când am preluat postul de la Universitatea din Texas, din 1999. Împreună cu studenții mei, am efectuat multe studii asupra personalității umane în viața de zi cu zi. Am tras cu ochiul pe sub paturi și ne-am aruncat privirea prin șifoniere; am

dat iama prin colecții de muzică și am cercetat profiluri de pe Facebook. Am vizitat optzeci și trei de cămine și aproape o sută de birouri din bănci, firme de imobiliare, școli de afaceri, agenții de publicitate și birouri de arhitectură. Și am cercetat modul în care oamenii își dezvăluie personalitatea în cadre atât de obișnuite cum ar fi paginile lor de web, cărțile lor, cuvintele pe care le folosesc în conversațiile normale și adresele unde locuiesc.

De-a lungul anilor în care am efectuat acest studiu, am aflat împreună cu membrii echipei mele cum își formează oamenii impresii despre ceilalți pe baza lucrurilor acestora și ne-am învățat ochii să exploateze indiciile care ne dezvăluie cum este cineva în realitate. Să însemne oare prezența volumului Virginiei Woolf că prietena mea este o feministă înflăcărată? Sau poate că acea carte era doar una din multele ce trebuiau citite pentru un curs de literatură britanică? Să însemne pozele cu veselia la beție că aceasta folosea alcoolul ca o portiță de salvare? Sau poate că era doar o fată căreia îi plăceau petrecerile? După vreo zece ani de cercetări, adunasem o cantitate impresionantă de informații care arătau cum își înfățișează și cum își trădează oamenii adevărata personalitate.

Așa se face că poate oamenii de televiziune erau pe calea cea bună. Poate că ce aveam de spus în legătură cu această chestiune era ceva util.

* * *

La două săptămâni după sosirea cutiei, m-am trezit în Los Angeles. A doua zi urma să filmăm episodul-pilot. În timp ce stăteam pe Bulevardul Hollywood în fața teatrului chinezesc Mann și mă uitam la amprente de picioare de pe trotuar, mă gândeam la cum aș fi putut contribui la acel program. Speram să pot explica diferitele modalități în care oamenii lasă amprente comportamentale în locurile pe care le ocupă. Speram să îi pot ghida pe concurenți pentru a nu face greșelile obișnuite de judecată, cum ar



fi să ajungă prea repede la concluzii doar pe baza unui singur indiciu sau să se lase induși în eroare de anumite lucruri care au tendința să-ți atragă atenția. Și am sperat să fac asta fără să simplific prea mult partea științifică aflată la baza cercetării mele.

În timp ce cugetam la aceste chestiuni am început să îmi dau seama că nu exista nicio sursă care să combine toate aceste părți diferite ale cercetării mele. Așa că, la scurtă vreme după aventura mea din Los Angeles, când m-am întors în Texas ca să îmi continui munca, am început să îmi formulez planurile pentru această carte.

Sarcina cu care mă confruntam în cadrul cercetării mele — și prin urmare și în cartea de față — nu este cu mult diferită de sarcina cu care ne confruntăm cu toții când încercăm să înțelegem universurile sociale în care trăim; adică, extragem sensuri din artefacte. Bineînțeles că de regulă nu ne dăm seama că facem asta, pentru că o facem inconștient și cu mare ușurință. Când cunoaștem pe cineva pentru prima dată, nu observăm că ne formăm o impresie prin integrarea informației — de la capul ras sau hărțile de pe peretele din sufragerie, de la primele cuvinte care îi ies pe gură sau de la fermitatea cu care strânge mâna. Însă dincolo de toată această aparentă ușurință cu care desenăm aceste portrete se află o serie de procese mentale complexe care au început abia de curând să fie cercetate sistematic.

Și uneori aceste procese dau greș. De exemplu, cei care au tras cu ochiul prin căminele studențești s-au dovedit destul de buni în a judeca valorile politice ale studenților uitându-se doar la spațiul în care locuiau aceștia. Însă nu erau nici pe departe niște judecători perfecți. Au folosit în mod corect indicii evidente cum ar fi decorul politic explicit — abțibilduri, postere cu personalități politice cum ar fi Malcolm X, Che Guevara sau Ronald Reagan. Au existat însă și indicii pe care nu ar fi trebuit să le folosească și totuși le-au folosit, așa cum au existat indicii pe care nu le-au folosit și ar fi trebuit să o facă. În cadrul cercetărilor noastre, cei care au efectuat judecățile s-au folosit de prezența operelor de artă și a cărților de artă pentru a ghici faptul că ocupanții lor aveau

opinii de stânga. Însă în ciuda a ceea ce am putea crede, acestea nu au nimic de-a face cu afilierea politică. Ceea ce oferea totuși un indiciu cu privire la preferințele politice (conservatoare) era decorul care avea legătură cu sportul, un indiciu pe care observatorii noștri l-au omis complet. Aceasta ne arată că deși, de cele mai multe ori, bunul-simț are dreptate, tot el ne poate duce și într-o direcție total greșită. Iar dacă nu consultăm aceste studii, nu vom ști niciodată dacă ne folosim raționamentul de bun-simț care este folositor sau cel care ne induce în eroare.

În plus, raționamentul de bun-simț ne poate păcăli să credem că rezultatele cercetărilor nu fac altceva decât să confirme ceea ce știm deja. În timpul unei prezentări m-a frapat această abordare. Înainte de a-mi începe o prezentare obișnuiesc să îmi rog publicul să ghicească ce arată studiile despre dormitor. Iar asta se dovedește a fi o sarcină destul de grea. Puțini sunt în stare să prevadă că atractivitatea este ușor de identificat în dormitor, dar că nervozitatea e mai greu de rezolvat. A existat o ocazie în care am făcut greșeala de a dezvălui rezultatele cercetării fără să rog publicul să ghicească la început. Și de această dată s-a întâmplat ceva diferit: participanții nu au părut deloc surprinși de rezultate. Astfel, mi s-a confirmat încă o dată că doar pentru că ceva pare „logic“ după prezentarea faptelor, asta nu înseamnă că a fost evident de la bun început. În capitolele care urmează, voi arăta cum a trage cu ochiul pe furiș poate pune într-o nouă lumină toate aceste concluzii „evidente“.

* * *

Scopul cercetării mele de decodare a decorului și munca oamenilor de știință care studiază natura personalității în sine este de a crea portrete ale oamenilor bazate pe indiciile lăsate de aceștia — la fel cum detectivii și profilerii FBI-ului creează o imagine completă a unui individ strângând în mod strategic informații dispartate. Pe lângă modul de a discerne elementele de bază, cum ar fi



sexul, vârsta și etnia — așa cum am procedat în cazul cutiei misterioase — voi arăta cum putem reține ceva despre caracterul și personalitatea cuiva, despre valorile și obiceiurile, speranțele și visele acestuia, doar la o mai atentă inspecție a camerelor sau birourilor sale.

Unul dintre scopurile mele când m-am apucat să scriu această carte a fost să împărtășesc ceea ce am învățat despre acest soi special de voyeurism pe care îl numesc „cotrobăială“ și de a descrie cum poți deveni și tu un expert într-ale cotrobăielii. Așa că data viitoare când faceți o vizită cuiva la birou, când intervieuați un posibil candidat la o slujbă sau când vă aruncați privirea prin locuința unei prietene, veți ști să vă puneți întrebări de genul: ce spune colecția de fleacuri siropoase de pe monitorul calculatorului despre proprietarul ei? Și de ce sunt toate îndreptate către scaunul musafirului? Care este povestea din spatele acelor mesaje pline de încurajări lipite pe oglinda de deasupra măsuței de toaletă? Veți învăța cum să folosiți astfel de elemente pentru a vă da seama dacă o persoană este extravertită sau introvertită, prietenoasă sau suspicioasă, exigentă sau cu o voință slabă.

Veți mai învăța, de asemenea, cum să fiți pe fază la mesajele false și cum să vedeți dincolo de „propaganda“ care există doar ca să vă păcălească. Oamenii recurg la multe tertipuri pentru a-și ascunde identitatea când se află față în față cu cineva, însă într-o cameră unde există o acumulare treptată de indicii, le e mai greu să se prefacă. Și majoritatea nici măcar nu se gândesc la cum se prezintă cu mormanul de pantofi de sub birou, planta care se veștejește într-un colț sau cu puiul de plastic care atârână de lampă. Oare chiar pot oamenii să controleze ce impresii își fac ceilalți despre ei? Și dacă o pot face, cât de des o fac și ce indicii se pot folosi pentru a vedea dacă cineva vrea să te aburească?

De asemenea, s-ar putea să vă intereseze să aflați, așa cum mi s-a întâmplat și mie, că nu există o corelație exactă între indicii și semnificațiile lor. După cum vom vedea, un birou dezordonat nu indică întotdeauna o minte dezordonată (e nevoie de mai multe

indicii pentru a ajunge la o astfel de concluzie), iar prezența unui crucifix deasupra șemineului nu înseamnă neapărat că tovarășul dumneavoastră este un sfânt.

Se pot deduce indicii din tot felul de lucruri — nume de e-mail și echipamente de exerciții, colecții de CD-uri și mașini — însă nu toate domeniile se pretează la aceleași interpretări. Dacă vrei să afli mai multe despre cât de încredere este persoana cu care te întâlnești, colecția sa de muzică nu te va ajuta prea tare; acesta ar fi mai degrabă un loc potrivit pentru a afla care sunt interesele și valorile sale. Însă dacă te interesează să afli care este poziția sa politică, o să îți dai seama imediat în primele două minute de la intrarea în casa sa — asta dacă ajungi până acolo.

Pentru a stăpâni cu desăvârșire arta de a cotrobăi trebuie să știi unde și cum să cauți indicii privind personalitatea cuiva. Și ce se întâmplă atunci când alții își dau seama de indiciile pe care le lași chiar *tu*? Oare spațiul tău de lucru îi spune șefului tău că meriți o promoție sau te condamnă definitiv la iadul lucrului într-un birou de mărimea unei celule? Oare posturile de radio pe care le ai presetate în mașină îți trădează mai mult decât gusturile muzicale? Și cum se face că persoanelor cu care te întâlnești le ajunge să arunce o privire în apartamentul tău ca să se scuze prompt și să plece definitiv? Ca să poți afla lucruri despre alții trebuie mai întâi să înțelegi legăturile dintre propria ta personalitate și spațiul din jurul tău.

Bineînțeles, știința cotrobăielii presupune cu mult mai mult decât doar a observa ce este pe perete sau sub pat. Așa ceva necesită de asemenea o îmbinare a ceea ce au descoperit psihologii după decenii de cercetări cu studiile de ultimă oră asupra comportamentului uman. În această carte voi face o trecere în revistă a acestor cercetări. Împreună vom explora ideile noi și demne de luat în seamă care își au originea în știința cotrobăielii.

Pe parcursul cărții vă voi arăta cum gusturile și obiceiurile dumneavoastră oferă niște căi extrem de folositoare către propria dumneavoastră personalitate. Voi explora ce înseamnă să cunoști



bine pe cineva — și de ce e nevoie pentru ca o cunoștință să se transforme într-un prieten. Vom face o incursiune în curiosul obicei de a strânge lucruri, în lumea uluitoare a paginilor personale de internet și vom vedea de ce faptul că ne bazăm pe stereotipuri se bucură de o presă negativă. În cele din urmă, vom împărtăși ce am aflat despre o afacere incitantă care se ocupă cu construcția de case menite să se potrivească personalității oamenilor. Însă mai întâi trebuie să ne întoarcem la elementele de bază, și anume trebuie să învățăm cum să cotrobăim.

Capitolul 1

Când nu cunoști persoana

Într-o dimineață însorită de septembrie din 1960, John Steinbeck împreună cu pudelul său franțuzesc, Charley, au pornit într-un tur al Statelor Unite. Scriitorul și-a petrecut următoarele trei luni împreună cu iubita sa potaie călătorind prin țară într-un camion special modificat pentru această expediție. Plecaseră împreună să caute adevărata Americă. Volumul *Eu și Charley descoperim America* este cronica acestui voiaj.

La jumătatea călătoriei, Steinbeck își aranjase să ia o pauză de drum și să petreacă o vreme cu soția sa, care avea să îl întâmpine în Chicago. Acesta a ajuns mai devreme ca să constate că deși camera sa nu era gata, hotelul se bucura să îl găzduiască pentru a se odihni și a face o baie. Un alt musafir plecase mai devreme, astfel încât hotelul i-a permis eminentului scriitor să facă o baie și să tragă un pui de somn în camera proaspăt eliberată dar încă necurățată. În timp ce se dezbrăca, atenția lui Steinbeck a fost distrasă de semnele pe care le lăsase în urma sa fostul locatar al camerei, un tip pe care acesta l-a botezat Harry Singuraticul:

Un animal care se odihnește sau trece lasă în urmă iarbă călcată, urme de labe și uneori excremente, dar un om care ocupă o cameră pentru o noapte își imprimă caracterul, biografia, ultimele întâmplări din viață și câteodată speranțele și planurile

de viitor. Cred, de asemenea, că personalitatea lui este absorbită de pereți, care o degajă apoi cu încetul (...) Cum stam așa în camera aceea necurățată, Harry Singuraticul începu să se contureze și să capete dimensiuni. Îl simțeam pe oaspetele abia plecat din priile lui resturi pe care le lăsase în urmă.*

Observația lui Steinbeck se bazează pe o intuiție potrivit căreia mediile pe care oamenii și le creează oferă informații din belșug referitoare la personalitățile, valorile și stilurile lor de viață. Steinbeck a pus cap la cap din niște bonuri de la curățătorie, o scrisoare neterminată aruncată în coșul de gunoi și o sticlă goală de whisky, și alte indicii variate, pentru a schița un portret al lui Harry Singuraticul.

INVADATORII SPAȚIULUI

Fiecare dintre noi se confruntă cu aceleași provocări în fiecare zi. Asamblăm frânturi de indicii, de oriunde le-am găsi, pentru a alcătui portrete coerente ale personajelor care ne populează sferile sociale. Ne inspirăm din informațiile pe care le deținem de pe urma unei istorii îndelungate cu prieteni dragi și vechi, tragem concluzii pripite din câteva gesturi din cadrul unor interacțiuni sociale scurte — în acele contexte în care nu cunoști persoana —, iar dacă ești o persoană care cotrobăie, te folosești de indiciile pe care le lasă oameni pe care nu i-ai cunoscut niciodată. Integrezi informațiile noi, te descotorosești de ceea ce crezi în momentul respectiv și umpli golurile cu ipoteze de lucru noi. Dar care sunt mecanismele prin care o personalitate iese la iveală și intră în

* John Steinbeck, *Eu și Charley descoperim America*, Editura Tineretului, București, 1967, pp. 99–100. (N. red.)

legătură cu lumea fizică? Mai exact, cum reușește sinele să își transmită semnalele?

Acestea erau întrebările din spatele studiului meu când mi-am adunat prima echipă de „evaluatori de mediu“ în 1997, pentru a mă ajuta să dezvolt o știință a cotrobăitului. Unul dintre scopurile noastre a fost acela de a explora modurile în care oamenii au impact asupra spațiilor lor personale. Care sunt dovezile caracterului lor pe care le lasă în urmă? Care sunt elementele de personalitate cel mai probabil să lase amprente? Am vrut, de asemenea, să investighez judecățile emise de evaluatorii mei pe baza acestor spații. Nu încercam să îmbunătățesc procesul de judecată, ci să examinez evaluările obișnuite, de fiecare zi — cele pe care le-am putea face oricare dintre noi, nu cele de care s-ar putea interesa FBI-ul.

După multe discuții cu coordonatorul meu științific, mi-am făcut un plan. Aveam să recrutez câțiva voluntari care să-și părăsească la un moment dat camerele. În timp ce aceștia erau plecați, aveam să trimit în camerele lor o echipă de evaluatori care să își formeze o impresie cu privire la cei care tocmai plecaseră bazată numai pe dovezile din camerele acestora. Apoi, aveam să trimit o altă echipă care să evalueze trăsăturile fizice ale spațiului. Aveam să le fac locatarilor camerelor și niște teste de personalitate și aveam să strâng informații despre aceștia de la prietenii lor.

Având în vedere că la acea vreme nu eram decât un student amărât, singurul stimulent pe care îl puteam oferi voluntarilor era părerea exprimată de ceilalți pe baza celor constatate în camerele lor. Spre surprinderea mea, s-au înscris aproape o sută de oameni; mai târziu, când a început să umble vorba despre acest studiu, au mai venit și alții, care aproape că implorau să fie incluși.

De îndată ce am pus piciorul în prima cameră, mi-am dat seama că descoperisem ceva. Camerele erau diferite mai mult decât mă așteptam, nu numai în ceea ce privește cantitatea obiectelor, ci și în ceea ce privește natura obiectelor în sine. Unele camere nu aveau cine știe ce în afara unui pat modest într-un colț.

Altele erau pline de obiecte și erau atât de încărcate, încât evaluatorii noștri au fost nevoiți să fie atenți să nu zdrobească dovezile pe care trebuiau să le examineze. Și chiar și în camerele care dădeau pe dinafară exista o varietate a obiectelor care se luptau pentru un teritoriu pe rafturi, scaune, paturi, podele și pervaze.

O astfel de cameră etala o colecție impresionantă de figurine și jucării inspirate de *Războiul stelelor*, o temă care își găsea ecoul în posterele ce împodobeau pereții și tavanul. Un număr surprinzător de camere îi înfățișau pe Winnie — Ursulețul de Pluș — și prietenii săi. Unele spații erau aranjate cu meticulozitate; altele sugerau faptul că locatarul lor țintea spre un nivel de organizare cel mai bine descris ca „undeva în cameră”. Unele spații erau întunecate și îmbâcsite, altele luminoase și aerisite. Unele aveau un aer intim, altele păreau reci și impersonale.

Pe măsură ce examinam camerele, am început să observăm amprente psihologice ale locatarilor lor și să prindem crâmpoie ale diferitelor moduri în care se exprimă personalitatea. Trei mecanisme mari — mărci de identitate, elemente de reglare a sentimentelor și reziduuri comportamentale — păreau să facă legătura dintre oameni și spațiile care îi înconjurau. Aceste mecanisme erau pregnante cu precădere în camerele locatarilor lor pe care îi voi numi Cindy, Duncan și Gideon.

MĂRCI DE IDENTITATE: SEMNALELE LUI CINDY

Petrecem ore în șir în cadrul mediului nostru înconjurător, însă nu există niciun motiv funcțional evident pentru care ar trebui să îl decorăm. Nu se poate spune că motivul cu căpșuni de pe pătură ne garantează vise plăcute sau că peștele pirahna împăiat de pe monitorul calculatorului îl va ajuta pe cel care concepe reclame să producă ceva vii. Cu toate acestea, ne decorăm în continuare

spațiile pe care le ocupăm, iar decorarea lor este departe de a fi una întâmplătoare; aceste schimbări aduse spațiului, care par la nivel superficial „nefuncționale“, pot avea un impact major asupra a ceea ce se petrece acolo. Într-adevăr, rezultatele unui studiu cu privire la confortul și implicarea muncitorilor apărut în *Gallup Management Journal* a raportat că „este mult mai probabil ca angajații care lucrează într-un mediu confortabil să aducă o contribuție pozitivă la succesul financiar la organizației.“ Acest studiu a avut grijă să evedențieze faptul că ideea de „confort“ se extinde cu mult dincolo de condițiile fizice. Mediul psihologic pe care și-l construiesc oamenii este, de asemenea, de o importanță vitală. Asta este desigur în consonanță cu observațiile adunate de noi — eforturile vaste și insistente făcute de mulți dintre subiecții noștri pentru a-și decora și modifica spațiile sugerează o puternică nevoie de a-și schimba mediul psihologic.

O modalitate prin care facem ca spațiile să fie ale noastre este să le decorăm cu „mărci de identitate“ — postere, premii, fotografii, nimicuri și alte amintiri — care fac declarații simbolice deliberate. Camera lui Cindy era plină de astfel de simboluri. Împreună cu colegii mei din echipa de cercetare le-am observat chiar dinainte de a intra în cameră. Pe ușă era lipit abțibildul unei organizații de studenți care anunța astfel apartenența la un anumit grup. Un autocolant de pus pe spatele mașinii cu inscripția „Fii propria ta zeiță“ proclama autoafirmarea publică, având o tentă feministă. După ce am trecut pragul, am aflat mai multe. Pe tabla din cameră se afla un citat din Nietzsche: „Acolo unde nu mai există voință de putere, începe declinul“, iar în josul tablei scris cu litere mari era „Gândește pozitiv!“. De perete atârnav pompoane de majoretă.

Mărcile de identitate sunt îndreptate fie către ceilalți, fie către sine, și ambele au propriile lor funcții psihologice. Oamenii folosesc mărcile de identitate îndreptate către ceilalți — cum ar fi pompoanele lui Cindy și autocolantul cu referire la zeiță — pentru a semnală modul în care doresc să fie priviți. Atâta vreme cât este



esențial ca cei din jurul unui individ să înțeleagă clar mesajul, mărcile de identitate se bazează pe senzuri de toți știute. Auto-colantul transmite mândria lui Cindy de a aparține genului feminin, iar pompoanele afirmă loialitatea sa față de universitate.

La locul de muncă, ușile birourilor (sau, în zilele noastre, paravanele birourilor de tip cubicul) sunt foarte bune depozite de mărci de identitate îndreptate către ceilalți. Data viitoare când vizitați pe cineva la locul de muncă, vă sfătuiesc să mergeți pe holuri și să pescuiți mesajele pe care ceilalți le trimit despre sine. Dacă în peregrinările dumneavoastră pe coridoare se întâmplă să ajungeți la ușa mea, veți da peste un poster mare produs de despair.com, o firmă care parodiază posterele inspiraționale ce promovează munca în echipă, încrederea și alte valori sănătoase. Posterul meu înfățișează o fotografie uluitoare a Turnului înclinat din Pisa pe fundalul unui apus de soare spectaculos. Mesajul de dedesubt spune: „Fii mediocru! Îți ia mult mai puțin timp, iar lumea n-o să-și dea seama decât când va fi prea târziu“. Când am agățat posterul pentru prima dată nu m-am gândit profund la valoarea sa simbolică, însă acum îmi dau seama că încercam să proiectez imaginea unei persoane care nu numai că are simțul umorului și al ironiei, dar are și o neîncredere destul de mare în proverbialele momente în care „te simți bine în pielea ta“.

Posterele de pe ușile birourilor (spre deosebire de cele atârinate pe partea de dinăuntru a ușii, unde sunt îndreptate către ocupantul biroului) sunt deosebit de interesante deoarece proprietarii lor le observă rareori. Astfel, acestea sunt în mod explicit niște mesaje îndreptate către ceilalți. După cum vom vedea mai târziu, ele sunt menite să transmită informații veridice despre proprietarii lor. Însă acestea pot fi de asemenea manipulative și chiar înșelătoare. Era clar că studentul care își decorase camera de cămin cu imaginile unor figuri legendare cum ar fi Bruce Lee și Tupac și cu postere ale unor filme cult precum *Profesioniștii crimei* dorea să pară o persoană „cool“. Însă pentru asta ar trebui să ne uităm mai departe ca să vedem cât de grozav este, de fapt, acel student.

Mărcile de identitate îndreptate către ceilalți pot varia în funcție de persoana pe care încerci să o influențezi — lucrurile pe care le faci ca să îți impresionezi șeful ar putea să coincidă doar parțial cu lucrurile pe care le-ai putea face ca să impresionezi un posibil partener. Cu toate acestea, este tot mai greu să îți păstrezi separat cele două publicuri, după cum a descoperit producătoarea de televiziune Colleen Kluttz. Potrivit unui articol din *New York Daily News*, o prietenă a postat fotografia lui Kluttz pe profilul ei de pe MySpace, arătând-o pe aceasta cu ochii pe jumătate închiși; textul de dedesubt indica faptul că ar fi fumat o substanță ilegală. Deși atât fotografia, cât și textul au fost doar o glumă între două prietene, nimic nu i-a împiedicat pe potențialii angajatori să o caute pe Google. După ce a pierdut câteva slujbe, în al unsprezecelea ceas Kluttz a intuit că lumea sa profesională intrase în conflict cu lumea sa personală, așa că a scos poza de pe site.

Pe măsură ce cultivăm tot mai multe relații în văzul lumii, pe internet, este din ce în ce mai greu să ne păstrăm variatele noastre identități separate. Și este și mai greu să proiectăm o anume identitate către o audiență special țintită. Nu mă dau în vânt după poza mea extrem de neatrăgătoare de tocilar din liceu pe care oricine o poate descoperi cu ușurință pe net, deși sper ca tocmai acele persoane să mă considere un bărbat misterios, sofisticat și cosmopolit.

În afara faptului că pozăm în diverse moduri, vrând să facem impresie în ochii celorlalți, putem poza într-un fel sau altul și pentru beneficiul imaginii de sine. Mărcile de identitate îndreptate către sine întăresc modul în care ne privim. În camera lui Cindy, printre obiectele de pe biroul său se numărau un ciocănel de lemn pentru judecători și o insignă care susținea candidatura unui primar local. Faptul că erau amplasate chiar acolo unde Cindy le putea zări oricând sugera faptul că se aflau în acel loc spre propriul ei beneficiu — erau poate amintiri ale realizărilor sale din cadrul echipei de dezbateri și ale implicării sale ca voluntar în cadrul alegerilor locale anterioare. Ambele simboluri motivau

anumite ipoteze despre unele trăsături definitorii ale identității lui Cindy ce urmau să fie susținute sau respinse de alte dovezi.

Posterele produse la scară largă sunt o bună sursă de simboluri culturale. O fostă colegă de-a mea afișase pe perete un mic poster cu Martin Luther King. Asemenea ciocănelului și insinelor politice ale lui Cindy, amplasarea lui MLK deasupra biroului colegei mele era deliberată și plină de semnificații. Posterul nu era tocmai la vedere, căci era parțial acoperit de monitorul calculatorului; însă dacă te așezai la biroul ei, se putea observa că imaginea fusese atârnată într-un loc de unde colega mea nici măcar nu trebuia să își miște capul pentru a-și vedea idolul — era de ajuns o privire scurtă la dreapta ecranului calculatorului. Acest aranjament îmi sugera faptul că ea folosise această figură legendară a progresului gândirii și valorilor pentru a inspira și susține modul în care se privea pe sine. Se pare că acel poster se afla acolo mai degrabă pentru beneficiul său, decât pentru cel al musafirilor biroului.

Așa cum se întâmplă cu multe figuri legendare, semnificația lui MLK este cât se poate de clară, însă mărcile de identitate îndreptate către sine pot face uz și de artefacte al căror sens poate să nu fie clar pentru persoanele din afară. Atâta vreme cât acele obiecte au sens pentru acea persoană, funcționează. O pietricică luată de pe plajă în timpul unei vacanțe în Maroc îi poate aminti posesorului de moștenirea sa marocană. Un stilou dat drept recompensă în cadrul unui concurs de științe din liceu poate consolida identitatea actuală a cercetătorului în chimie. Artefacte private pot transmite un mesaj generos unui cotrobăitor chiar dacă semnificația lor exactă rămâne neclară. În combinație cu alte obiecte, pietricica sau stiloul ar putea sugera faptul că respectivul colecționar are nostalgii cu privire la o anumită perioadă din viața sa.

O metodă experimentală simplă de aproximare a identității — a percepției de sine — o reprezintă testul celor douăzeci de afirmații, care constă din douăzeci de rânduri, fiecare începând cu „Sunt...” urmate de un spațiu alb. Participanții completează cât

mai multe spații în decurs de douăsprezece minute. (Gândiți-vă câteva clipe la lucrurile care v-ar putea veni în minte.) De obicei, lumea ajunge cam la șaptesprezece răspunsuri în intervalul de timp alocat. Cele „Douăzeci de răspunsuri“ pot varia foarte mult și includ afirmații cum ar fi: fată, sportiv, blondă, căsătorit, din Chicago. Unii respondenți fac referire la propria persoană ca fiind pur și simplu *religios* sau *student*; alții se descriu în termeni mai specifici ca fiind *creștin*, *baptist* sau *un biet creștin* sau *student la medicină*, *student la inginerie* sau *un student destul de bun*. Chiar și un set atât de redus de răspunsuri ne poate da o idee cu privire la gama posibilă de identități care se pot exprima prin intermediul acestei metode.

Pozele expuse la vedere sunt echivalentul vizual al testului „Sunt...“ deoarece acestea surprind un moment pe care acea persoană a dorit să îl înregistreze („Iată-mă, aici sunt eu însumi“): „Sunt un călător prin lume lipsit de inhibiții“ (poza unui tânăr neîngrijit pe acoperișul unui tren care merge prin munții din Rajasthan); „Sunt o fiică iubitoare“ (o adolescentă care își îmbrățișează părinții în momentul în care se întoarce acasă dintr-o călătorie); „Sunt un student de succes“ (un tânăr în momentul în care primește un premiu în cadrul unei ceremonii de absolvire).

De fapt, testul celor douăzeci de afirmații a fost adaptat și vizual. În loc să completeze spațiile goale, oamenii primesc un aparat foto și un film cu douăsprezece poziții (acest test a fost elaborat cu mult înainte de apariția camerelor foto digitale) la care se adaugă următoarele instrucțiuni: „Vrem să descrieți felul în care vă vedeți. Pentru asta am vrea să faceți (sau să puneți pe cineva să vă facă) douăsprezece fotografii care să vă definească. Aceste fotografii pot fi cu orice atâta vreme cât spun ceva despre cine sunteți dumneavoastră“. Exercițiul oglindește îndeaproape ceea ce fac oamenii în mod obișnuit când selectează și expun fotografii în case, birouri, mașini sau portofele.

Tatuajele sunt de obicei privite ca mărci clasice de identitate îndreptate către ceilalți. Nu numai că proclamă o anumită valoare,



atitudine sau devotament față de ceva, dar permanența tatuajelor semnaleză faptul că purtătorul lor anticipează că nu va renunța niciodată la acea valoare. Nu te tatuezi cu un mesaj despre care crezi că va fi trecător; e mai bine să ai mesajul „Perot președinte“ aplicat pe un tricou sau pe un autocolant, decât să îl ai tatuat cu cerneală pe frunte. Nu toate tatuajele sunt însă menite pentru ceilalți. Înainte de a pleca în California, la facultate, prietena mea, Amanda, și-a tatuat pe braț un contur al hărții Texasului. Ceea ce nu a fost deloc surprinzător, deoarece aceasta era complet devotată statului din care venea. Locul unde era amplasat l-a transformat însă într-o marcă de identitate orientată în mod surprinzător către sine: era pe partea interioară a antebrațului și, din punctul meu de vedere, era îndreptat cu susul în jos. Așa ceva ar putea părea ciudat până când îți dai seama că de fapt tatuajul era acolo pentru a-i reaminti Amandei înseși de statul din care venea, și nu pentru a le semnala celorlalți de unde se trage. Amplasarea lui însemna că ea se putea uita în jos și se putea gândi la Texas, lucru care nu s-ar fi întâmplat dacă și-ar fi făcut tatuajul pe biceps sau pe umăr. Acest exemplu evidențiază importanța atenției date amplasării atunci când este vorba despre mărci de identitate. Amplasarea determină funcția psihologică pe care o deservește acel indiciu.

Se pot face mărci de identitate pe tricouri, nasturi, lanțuri, inele de pus în nas, tatuaje, semnături de e-mail, postere, steaguri, abțibilduri de pus pe parbrizul mașinii și cam pe orice alt spațiu care este destul de mare încât să găzduiască un simbol de acest tip. În cartea sa despre iPod-uri, *Lucrul perfect*, Steven Levy descrie „războaiele“ în care purtătorii de iPod-uri își aruncă playerele lor digitale pentru a demonstra cât de „tari“ sunt. În anii '80, când erau la modă „casetofoanele mari“ și „combinele“, era simplu (de fapt chiar imposibil de evitat) să le transmiți celorlalți gusturile tale muzicale. Însă această formă de exprimare ne-a fost refuzată, pe măsură ce căștile au scos din circuitul stradal aceste embleme acustice, transferându-ni-le direct în creiere. Deși este mai puțin

invaziv decât umplerea unui întreg vagon de metrou cu sunetele ultimului hit al formației Fat Boys, ecranul iPod-urilor a salvat, cel puțin în parte, posibilitatea de a le arăta celorlalți care sunt ultimele melodii care îți încântă lumea ta interioară.

Acum avem și aparate care redau muzică și te lasă să transmiți gusturile tale muzicale oricui este în zona ta de recepție în sistem wireless. Deși această „partajare“ a fost concepută ca un sistem care îți permite să-ți împărtășești cântecele cu acele persoane care au playere compatibile, sistemul poate fi folosit și pentru a vedea *playlist*-urile și muzica altor oameni. După cum vom vedea în capitolul 7, o privire aruncată asupra muzicii ascultate de cineva îți poate oferi indicii rapide cu privire la personalitatea persoanei respective sau la convingerile politice, tendințele artistice sau chiar la gusturile acesteia în ceea ce privește băuturile alcoolice.

În realitate, poate fi greu să îți dai seama dacă o marcă de identitate este îndreptată către sine sau către ceilalți. Expunerea unui poster cu Martin Luther King poate în același timp să-ți întărească părerea despre tine și să le comunice celorlalți valorile tale, însă e bine să tratezi ambele tipuri de mărci separat, deoarece ele reflectă motivații distincte. De exemplu, această distincție ne poate ajuta să înțelegem diferența dintre spațiile publice și cele private. Prin ce se disting, într-o casă, holul, sufrageria, camera de zi și baia pentru oaspeți, care vor fi cu siguranță văzute de ceilalți, de spațiile mai bine „securizate“, cum ar fi dormitoare, biroul sau baia personală? S-ar putea ca în spațiile publice să existe iconografie religioasă, cum ar fi o cruce sau un sfeșnic evreiesc, în timp ce în spațiile private există amintiri de familie. Sau, în cazul în care locatarul nu este foarte preocupat de intimitatea familiei, dar își trăiește identitatea spirituală la un nivel mai intim, lucrurile pot sta invers, caz în care simbolurile iconografice vor fi ascunse, în timp ce fotografiile de familie vor fi expuse în văzul tuturor.



Pentru căutătorul de indicii, astfel de diferențe sunt de neprețuit atunci când sunt detectate, deoarece fac aluzie la o posibilă fragmentare a sinelui. Acum câțiva ani, Genevieve, o prietenă cercetătoare, se afla în oraș pentru o conferință legată de studierea celulelor stem; m-am întâlnit cu ea într-un bar, unde discuta cu un coleg neurobiolog de la conferință. Acesta nu era tocmai domeniul meu de cercetare și nici nu cunoșteam pe nimeni de la acea conferință, așa că am fost cam nepoliticos atunci când mi-am ales subiectele de conversație. Am adus dintr-o dată vorba despre moralitate și religie și am observat că foarte repede și în mod ciudat colegul lui Genevieve a tăcut. Mai târziu a reieșit că, spre deosebire de marea majoritate a oamenilor de știință din domeniul biologiei, aceasta era o persoană extrem de religioasă, însă își ținea ascunse convingerile religioase — până când au fost rapid date la iveală de neașteptata schimbare a subiectului de conversație. Dată fiind predilecția pentru diversele ambiente, nu am putut să nu îmi imaginez cum se reflecta această schismă stânjenitoare în locurile pe care le ocupa acesta — eram sigur că nu existau în biroul său de cercetare sau în laborator semne ale acestor credințe-tabu, însă având în vedere că părea extrem de cutremurat de această dezvăluire, am bănuțit că existau câteva simboluri spirituale în locurile publice din casa sa; sau poate că aveam să le regăsim doar în locurile unde se simțea cu adevărat în siguranță, cum ar fi dormitorul sau biroul de acasă.

Prin urmare, în calitate de persoană care cotrobăie, trebuie să fii atent la toate discrepanțele care pot apărea în semnalele pe care oamenii le transmit sieși și celorlalți. Trebuie să fi însă și pregătit să observi absența unei discrepanțe — personalitatea proiectată se poate potrivi cu percepția de sine a locatarului —, pentru că asta ar putea reflecta faptul că nu există un conflict atât de puternic între sinele interior și cel exterior. Uneori, un spațiu care la prima vedere pare să fie unul public poate include zone care sunt private. Multe birouri sunt așa: scena este astfel organizată încât scaunele orchestrei sunt în partea din față a biroului, separată psihologic de

zona culiselor din spatele biroului. Puteți folosi această diferență între public și privat pentru a vă ghida în cotrobăiala după mărcile de identitate din cadrul unui singur spațiu. Într-o încăpere unde funcționarul este despărțit de vizitatori printr-un birou, uitați-vă în ce direcție sunt îndreptate obiectele de pe acea masă de scris. Pozele cu familia sunt îndreptate spre locatarul biroului („Sunt atât de mândru că sunt un membru al acestei familii“), sau sunt cu fața spre vizitatori, ca să le vadă mai mult alții („Uitați-vă la frumoasa mea soție și la odraslele mele“)?

De asemenea, fiți atenți și la diferențele dintre curtea din față și cea din spate. Curtea din spate este în general locul unde îți petreci timpul și unde te relaxezi. Curtea din față este locul unde majoritatea oamenilor se exprimă față de lumea din afară. Dacă vrei să atârni un steag, nu are sens să îl atârni în curtea din spate, ci în cea din față. Spațiile curții din față, care pot fi văzute de oricine trece prin fața lor, oferă de asemenea indicii cu privire la personalitatea proprietarilor lor.

În cadrul unui studiu fascinant, Carol Werner și colegii săi de la Universitatea din Utah au cercetat modul în care putem învăța ceva despre cât de sociabili sunt oamenii uitându-ne la modul în care își decorează fațadele caselor. Pentru început, a strâns poze cu case din Salt Lake City din perioada Crăciunului (toate casele erau locuite de persoane care sărbătoreau acest eveniment). Apoi cercetătorii au intervievat gospodinele din acele case pentru a stabili cât de sociabile erau. După care, pozele a șaisprezece case au fost date celor cincizeci și doi de evaluatori; pe baza celor văzute în poze, evaluatorii au măsurat cât de sociabili erau proprietarii acestora. Din cele opt case care erau decorate, patru aparțineau unor locatari sociabili și patru unora nesociabili; în cazul celor opt case nedecorate, distribuția locuitorilor sociabili și a celor nesociabili a fost aceeași.

Așa cum era de așteptat, evaluatorii i-au perceput pe locuitorii caselor decorate de Crăciun ca fiind mai sociabili decât cei ai caselor nedecorate. Însă cercetătorii au mai arătat și că proprietarii de



case pot expune o identitate îndreptată către ceilalți care este diferită de cea îndreptată către sine. În rândul caselor decorate, locuitorii nesociabili transmiteau cel mai puternic mesaj de sociabilitate; această descoperire i-a sugerat lui Werner că aceștia sperau ca aparența casei, inclusiv a ornamentelor de Crăciun, avea să proiecteze o imagine de amabilitate care să îi ajute să își facă prieteni în cartier.

Însă chiar în lipsa decorațiunilor, evaluatorii au putut identifica familiile sociabile după casele lor. Evaluatorii au descris casele celor sociabili ca fiind mai „deschise” și mai „primitoare” prin comparație cu casele celor mai puțin sociabili, care au fost considerate ca fiind relativ închise și abandonate (evaluatorii nu au sesizat nicio diferență între casele rezidenților sociabili față de cele ale proprietarilor mai puțin sociabili în ceea ce privește întreținerea lor, curățenia și farmecul lor). Astfel, observatorii s-au bazat nu numai pe expresiile deliberate ale identității, cum ar fi ornamentele de Crăciun, ci și pe inevitabilele lucruri care trădează personalitatea, cum ar fi aparența spațiului „primitiv”.

ELEMENTE DE REGLARE A SENTIMENTELOR: SANCTUARUL LUI DUNCAN

Psihologii știu de multă vreme că performanța optimă se asociază cu un nivel optim de stimulare — pentru a face ceva bine, trebuie să fii alert, implicat, dar nu atât de incitat încât să nu te poți concentra pe ceea ce trebuie să faci. În plus, există diferențe foarte mari între oameni în ceea ce privește condițiile care le declanșează nivelurile optime de stimulare. Unii oameni au cea mai mare eficiență la lucru într-un loc în care nu au niciun stimul vizual sau auditiv — într-o bibliotecă sau într-o cameră unde este liniște și

care este decorată simplu. Alții preferă ca în jurul lor să se întâmple diverse lucruri. Mie îmi place să lucrez în cafenele aglomerate unde se aude muzică, unde lumea vine și pleacă, unde se aud conversații peste tot în jurul meu, însă am colegi care nici măcar nu ar citi ziarul în astfel de locuri.

Multe dintre lucrurile pe care le adunăm și mediile pe care le creăm nu există pentru a transmite mesaje despre identitățile noastre, ci tocmai pentru a ne administra emoțiile și gândurile. „Elementele de reglare a sentimentelor“ — fotografiile de familie, suvenire, CD-urile din aparatul stereo, chiar și culoarea pereților — pot ajuta o persoană să își reamintească vremurile trecute dar fericite pentru a se concentra asupra unei sarcini importante sau pentru a-și încărca bateriile pentru o noapte în oraș.

Unul dintre spațiile evaluate de către echipa noastră, camera lui Duncan, părea anume meșteșugită pentru a-i permite acestuia să se cufunde într-o vastă colecție de muzică, cărți și casete video, care să îi ofere o atmosferă liniștitoare. Era o ascunzătoare luxoasă (cel puțin pentru standardele unui student) menită să îi permită să se bucure de mult prețuitele sale lucruri. Cea mai mare parte a spațiului era ocupată de un pat matrimonial care era acoperit cu o plapumă generoasă și îndesată și încoronat la margine cu perne pufoase. Cu fața spre pat se afla un sistem multimedia de ultimă generație, alcătuit dintr-un televizor imens și un sistem stereo. Camera era înconjurată de boxe. Tot spațiul de pe perete era acoperit de rafturi încărcate cu sute de casete video, CD-uri și cărți.

Spre deosebire de majoritatea mediilor înșesate de aparatură de ultimă generație, care au tendința de a fi reci și intimidante, acest spațiu era unul cald și îmbietor. Rafturile din lemn și pătura voluptuoasă sugerau un loc unde ți-ar fi plăcut să stai o vreme și să te bucuri de experiențele senzoriale pe care ți le oferea camera. Îți îndeplinea toate nevoile. Dacă urmăreai un film, nu trebuia să îți bați capul încercând să-ți amintești numele unui actor sau titlul filmului în care apărea alături de Audrey Hepburn, pentru că aveai la îndemână o colecție de cărți despre muzică și filme (am evaluat



camera lui Duncan cu mult înainte ca Google și IMDB să transforme astfel de surse în ceva demodat). Vrei să dai puțin mai tare simfonia aceea de Haydn? Nicio problemă. Telecomanda era la îndemână. Am observat cum în loc să se îndrepte spre următoarea cameră, evaluatorii echipei mele au fost absorbiți de sanctuarul lui Duncan. Își crease cu măiestrie un spațiu personal care dezvăluia despre el ce fel de persoană era. Spre deosebire de mulți studenți care se bucură de o viață frugală și nutresc o suspiciune aproape puritană față de orice aduce a viață de huzur, lui Duncan îi plăcea să se răsfețe; putea să se deconecteze de grijile muncii și vieții și chiar era pregătit să facă un efort considerabil pentru asta. Unii nu se pot deconecta sau nu vor să o facă — evident că Duncan era în stare de așa ceva.

Băile sunt alte locuri în care se pot căuta elemente de reglare a sentimentelor. Intimitatea pe care o conferă (spre deosebire de băile pentru oaspeți) și faptul că nu trebuie să întrunească nevoile altor persoane în afară de cele ale proprietarului le pot transforma într-un refugiu psihologic. Ca parte a proiectului nostru de cercetare, am vizitat împreună cu colaboratorii mei un astfel de sanctuar. O cadă imensă și adâncă înconjurată de lumânări și borcane cu săruri de baie, un preș de baie în care ți se afundau picioarele și reviste aflate la îndemână creau imaginea unei persoane care dorea să lase lumea în urma sa. Pentru că își crease mijloacele unui mediu în care să se răsfețe, lăsase indicii cu privire la spațiul psihologic către care țintea și la metodele prin care spera să ajungă acolo. Știam că pentru ea liniștea era o stare dorită și știam că se retrăgea în acea stare de liniște ascunzându-se în acel sanctuar privat în care distracțiile lumii din afară păreau îndepărtate, mult prea îndepărtate (alții își găsesc momentele de liniște în vârf de munte sau stând cu soțul sau soția într-o cafenea pe o stradă lăturalnică într-un orașel adormit din Toscana).

Oamenii mai folosesc și muzică pentru a-și manipula și întreține sentimentele și gândurile, iar alegerile lor pot fi un indiciu folositor cu privire la personalitate. Când văd o colecție de CD-uri

care are o preponderență de jazz îmi sugerează că proprietarul ei este cineva care întreține o stare de liniște; cei care se laudă cu colecții mari de Stan Getz, Duke Ellington și Billie Holiday sunt, în medie, mai puțin agitați decât cei cărora nu le place jazzul. Muzica este un mijloc răspândit și extrem de flexibil de manipulare a ceea ce simțim. De fapt, efectele muzicii sunt atât de puternice, încât sunt uneori folosite în cadrul experimentelor psihologice pentru a influența stările subiecților cercetării.

Au existat vreo două excepții (cum ar fi muzica jazz), însă, spre surprinderea noastră, spațiile locuite adăposteau extrem de puține indicii cu privire la cât de anxioși erau oamenii. Cu toate acestea, s-a evidențiat un indiciu interesant: posterele inspiraționale. Aparent, oamenii anxioși, mai afectați de nevroză, se folosesc de afirmații despre sine și mesaje inspiraționale din postere pentru a-și regla tendința de a-și face griji și de a se deprima. Posterele sunt o formă vizuală de automedicație.

De curând, mi-a fost dat să observ încă o dată versatilitatea unor astfel de simboluri ca elemente de reglare a emoțiilor. Am fost invitat la o universitate pentru a prezenta o parte a rezultatelor cercetării și, înainte de prezentare, am avut întâlniri separate cu unii membri ai corpului profesoral. Un bărbat, să-i spunem Larry, părea puțin înverșunat; vorbind cu el mi-a transmis mesajul că viața e grea — trebuie să ai grijă de propria persoană pentru că nimeni altcineva nu va avea grijă de tine și nu îți va face favoruri. Așa că dacă ești sever cu studenții înseamnă că de fapt le faci o favoare, pentru că vor afla mai repede cât de brutală este lumea. Acesta a și spus la un moment dat: „Poți să muncești cât vrei, dar nimeni nu îți va da vreun premiu pentru asta.“

Pe măsură ce profesorul continua să spună vrute și nevrute, au început să-mi sară în ochi o serie de elemente de pe biroul lui care mi s-au părut importante din punct de vedere psihologic. Printre puținele lucruri care atârnavă pe pereții lui Larry se aflau câteva diplome și premii înrămate. Mai interesante erau diplomele false amplasate pe rafturile de cărți din cameră — trofee de plastic sau

animăluțele de pluș cu funde de care erau atașate mesaje de tipul „Cel mai bun tată din lume“ și „Meriți o medalie“. Bineînțeles, toate acestea pot fi trecute cu vederea ca fiind puțin amuzante. Dar de ce oare tocmai el, dintre toți membrii corpului profesoral pe care îi vizitasem, a ales să se amuze fix în felul acesta? Diplomele false în combinație cu premiile reale îmi sugerau că la un nivel fundamental Larry nu se simțea apreciat. Pun pariu că îl roade foarte tare ori de câte ori vreun coleg de-al său primește o mărire de salariu sau este recunoscut în vreun fel.

Cei mai mulți dintre noi doresc să știe că sunt apreciați, însă Larry resimțea puternic nevoia de laude din partea unei lumi pe care o simțea dură și ostilă. Am presupus că atât șeful său de catedră, cât și colegii săi știau că dacă făceau din când în când remarci de apreciere la adresa sa și a ceea ce realizase, aveau să obțină multe de la el. Familia sa și oricine îi mai dăduse acele diplome false învățaseră deja această lecție.

Premiile lui Larry stăteau permanent în biroul lui, pentru a servi, la nevoie, ca forme de autoreglare. Colegul meu Bill Swann are în biroul său o fotografie a lui Ned Jones, un celebru psiholog social, acum decedat, care fusese un extrem de bun prieten al lui Bill și admirat de acesta. Fotografia se află într-un loc neobișnuit — este lipită pe ușa interioară a unui dulăpior de deasupra biroului lui Bill. Poza lui Ned îi trezește amintiri frumoase despre prietenia lor și îl inspiră pe Bill în munca pe care o face. Însă dacă ar fi pus poza la vedere, pe tabla de anunțuri, pe pervaz sau chiar lipită pe partea exterioară a dulăpiorului, ar fi fost prea mult. Bill vrea să se poată cufunda în sentimentele și amintirile calde despre Ned, însă nu vrea să fie copleșit sau distras de ele în mod constant. Astfel încât a conceput un sistem de reglare a „dozelor de Ned“. Ori de câte ori Bill simte nevoia unei „doze de Ned“, nu face altceva decât să deschidă dulapul și să se uite la fotografie. Sistemul lui ne spune ceva nu numai despre Bill și stima pentru prietenul său, ci și despre stilul său de a-și regla emoțiile.

REZIDUURI COMPORTAMENTALE: PE URMELE LUI GIDEON

În momentul în care deschide ușa dormitorului din apartamentul lui Gideon, musafirul este întâmpinat de un șuvoi de lucruri aruncate alandala pe birou, masă, rafturi, scaune, pat, podea. O cascadă de dosare, haine și hârtii scufundate într-o baltă de șosete, prosoape, cărți și CD-uri. Stivele de pe rafturi se prăbușiseră.

Pe un perete, un set de rafturi de metal era încoronat de câteva răftulețe. Părea că la un moment dat, demult, rafturile goale de metal fuseseră un loc îmbietor pentru orice se întâmpla să aibă Gideon în mână la momentul respectiv. Uitându-te acum la ele, era greu să distingi vreo ordine sau vreo „logică” a dispunerii lucrurilor sale. Să ne uităm de pildă la stiva de pe al doilea nivel: stratul de jos era alcătuit dintr-o mână de monede, chitanțe, o papiotă de ață verde, o bucată de hârtie cu câteva notițe mâzgălite pe ea și o bomboană de mentă în dungii albe și roșii din acelea care îți se dau la restaurant împreună cu nota de plată. Următorul strat consta dintr-o cutiuță de carton alb întoarsă cu susu-n jos, o sticluță cu pastă de șters, o punguță de plastic închisă etanș ce conținea o varietate de vitamine sau alte medicamente și o pungă de hârtie maro pe jumătate mototolită. Al treilea strat conținea un șiret alb de pantof, o cutie de pixuri deschisă și o grămăjoară de plicuri de la bănci sau de la companiile de utilități. Al patrulea strat se compunea în principal din hârtiuțe disperate. Stratul de sus nu părea stabil. Alunecând de pe o margine a acestei stive se vedea o chitanță roz împăturită. De cealaltă parte atârna o singură șosetă de sport. În fața grămezii era cocoțată precar o cutie goală de șervețele.

Am folosit termenul de *reziduu comportamental* pentru a mă referi la urmele fizice lăsate în mediu în urma activităților noastre



de zi cu zi. Uneori *lipsa* unei acțiuni este cea care lasă un reziduu. Cana goală murdară de cafea de pe birou este un reziduu al faptului că nu te-ai obosit să o speli. Nu orice comportament lasă reziduuri fizice. Zâmbitul nu lasă nicio urmă și nici mersul pe jos sau vorbitul. Însă reziduuul activităților care lasă o amprentă poate spune multe despre trăsăturile, valorile și scopurile unei persoane. Reziduurile lăsate în urma lui Gideon — adică, obiectele și aranjarea (sau deranjarea) lor — sugerau acțiuni întreprinse întâmplător, de pe un moment pe altul. Ca să fim cinstiți, poziția stivelor nu părea să fie întru totul arbitrară. Cu excepția șosetei, lucrurile păreau să se limiteze mai mult sau mai puțin la un anumit sector al camerei. Sectorul cărților, spre exemplu, conținea în proporție de cam 90% cărți; restul erau notițe, dischete, fișe și un plic personalizat. Cutia de reciclare conținea în principal hârtie, deși deasupra zăcea o pungă de plastic, iar sub câteva foi mai jos se ascundea o cutie nedesfăcută ce cereale.

Așa cum se întâmplase cu toți subiecții, îi făcusem lui Gideon teste de personalitate și examinaseam relatările persoanelor care îl cunoșteau bine; atât testele, cât și prietenii confirmaseră ceea ce sugeraseră reziduurile comportamentale — și anume că nu acorda prea multă vreme planificării și nu era recunoscut pentru aptitudinile sale organizatorice.

Analiza reziduuului comportamental se înscrie clar în tradiția a ceea ce este cunoscut sub denumirea de „măsurători discrete“. Scopul acestei metode este acela de a evalua ce gândesc oamenii, cum simt și ce fac fără să știe că sunt observați.

Îmi place să folosesc măsurătorile discrete. Ating un echilibru remarcabil între creativitate, viclenie și spionajul amator — deci sunt exemple perfecte de „cotrobăială“. În cadrul unui curs pe care îl predau despre evaluarea personalității, îmi încurajez studenții să se gândească la modalități de a măsura personalitatea fără să fie văzuți. Îi trimit în grupuri și sunt mereu uimit de ingeniozitatea lor. Acum câțiva ani, un astfel de grup a dorit să măsoare narcisismul, trăsătură de personalitate care se bazează pe mitul

lui Narcis, frumosul tânăr care s-a înfometat până când a murit, deoarece nu s-a putut dezlipi de propria reflecție din apă. Psihologii care se ocupă cu studiul personalității folosesc termenul de *narcisism* pentru a se referi la o exagerare a propriei importanțe, la o nevoie de atenție și admirație constantă și la o serie de fantezii legate de succesul nelimitat, putere și frumusețe.

Studentii mei au conceput un studiu care aducea aminte de mitul lui Narcis. Unele dintre clădirile din campus au geamuri reflectorizante pentru a combate căldura crâncenă din Texas. Un grup de studenți s-a poziționat într-una dintre clădiri și i-a urmărit pe furiș pe cei care treceau pe lângă ei. Ori de câte ori cineva se uita la propria reflexie, studenții îi marcau pe foile lor. Luau aminte la cei care încetineau sau se opreau din mers ca să se uite mai bine. Apoi un alt grup de studenți aștepta acel trecător nevizat căruia îi administra un test scris ce măsura narcisismul. Deși studiul nu s-a efectuat la fel de riguros ca în cazul unei cercetări minuțioase, a scos totuși în evidență un tipar interesant: după cum era de așteptat, cu cât erau mai mari scorurile la testul de narcisism, cu atât mai des aceste persoane se uitau la propria reflexie în timp ce treceau prin fața geamului. Acest studiu ilustrează cu acuratețe un avantaj al măsurătorii discrete: posibilitatea de a evalua trăsături de caracter care altfel ar putea fi greu de măsurat direct. Oamenii sunt de obicei reticenți când trebuie să ofere răspunsuri sincere despre trăsăturile lor de caracter, cum ar fi narcisismul, pe care îl consideră o trăsătură negativă. Mai general, această tehnică de cercetare le-a permis studenților mei să evalueze oameni care nu erau conștienți de faptul că erau evaluați și fără să se amestece în comportamentul lor (până la sfârșit, când au folosit evaluarea convențională a narcisismului pentru a testa validitatea testului lor viclean bazat pe observarea de după geamul reflectorizant).

Oamenii pot fi măsurați în mod discret și atunci când le inducem un răspuns iar ei nu știu că tot comportamentul lor este observat și evaluat. Mai multe grupuri de studenți au folosit astfel



de metode. Una dintre ele, strategia teatrului de stradă, implică punerea în scenă a unui eveniment în prezența unei persoane-țintă și apoi observarea pe furiș a reacției acesteia. Studenții mei și-au scăpat „din greșeală” cărțile, au stat în fața unei uși închise cu brațele pline de cutii sau chiar au „furat” o geantă de pe masă dintr-o cafenea. Voiau să știe dacă martorul-țintă avea să le ridice cărțile, să le deschidă ușa sau să intervină în cazul furtului. Trebuie spus încă o dată că asta nu este cea mai științifică abordare, însă studenții au descoperit că cei care ajutau într-un context ajutau cel mai probabil și în alte situații. Alte metode discrete clasice includ strategia după care îți dai seama ce exponate de muzeu sunt cele mai populare numărând cât de des trebuie înlocuite bucățile de gresie din fața lor sau estimarea numărului de vizitatori după frecvența amprentelor nazale de pe geamul din fața fiecărui exponat — poate chiar estimând grupele de vârstă ale vizitatorilor după înălțimea amprentelor.

Reziduuul comportamental este un fel de măsurare discretă. Însă în loc să îl folosesc pentru a evalua tipare de comportament generale (vizitatorii muzeelor preferă mumia egipteană sau scriitorii din timpul Războiului Civil?), cercetarea mea se axează pe comportamentul repetat al unei persoane (oare Alfie își împăturește rufele?). Persoanele puse pe cotrobăit caută contexte în care există dovezi clare că anumiți indivizi ce pot fi identificați au afectat într-un fel anume. Asta se întâmplă cel mai bine în locurile unde lumea își petrece multă vreme (și, prin urmare, are multe posibilități să lase urme) și unde noi, cei care facem investigații, avem o șansă destul de mare să atașăm acel reziduu făptașului corect. Aceste considerații ne-au dus la studierea mediilor personale, cum ar fi dormitoarele sau birourile, și să ne uităm la modurile de exprimare, cum ar fi preferințele muzicale sau stilurile de îmbrăcăminte.

Pentru a înțelege de ce reziduuul comportamental este atât de important pentru munca noastră, să luăm în calcul următoarea definiție a personalității: *tiparul unic și constant de gândire, simțire*

și comportare al unui individ. Dacă îți pui în ordine alfabetică toate cărțile doar o dată, asta nu te face o persoană organizată. Dacă încerci o dată un fel nou de mâncare de pe meniu, asta nu sugerează neapărat faptul că ai o minte deschisă. Pentru ca un anumit tip de comportament să fie parte a personalității tale, ar trebui să fie ceva ce faci în mod repetat. Pentru a fi cu adevărat organizat, trebuie să îți pui cărțile pe raft în mod sistematic și să continui să le pui înapoi la locul lor. În plus, ar trebui să îți organizezi CD-urile, să creezi fișiere pentru e-mail-uri și să păstrezi tirbușonul în sertarul pentru tirbușoane.

Ca să fii deschis la minte, trebuie să încerci cât mai des un fel nou de mâncare din meniu, nu doar ca o deviere de la repertoriul tău culinar tipic conservator. Ar trebui, de asemenea, să preferi vacanțele neconvenționale celor tradiționale și ar trebui să te bucuri să riști o seară la o reprezentație obscură de dans mai degrabă decât să vezi *Spărgătorul de nuci* an de an. Bineînțeles, tiparele repetate de comportament lasă urme mai pregnante decât un gest ocazional. Dormitoarele și birourile sunt adesea depozite de dovezi pentru aceste tipare repetate de comportament; sunt de părere că asta este ceea ce le face să fie niște locuri atât de bune de unde poți afla cum sunt oamenii. Reziduul acumulat dintr-un dormitor emană mult mai multe tipuri de comportament decât se pot înregistra de către un observator în cadrul unui interviu sau chiar după mai multe întâlniri.

Urme ale personalității se pot găsi în cele mai neașteptate (și dezgustătoare) locuri. Când o crimă gravă apare la știri, poliția obișnuiește să scoată dovezile în pungi mari de gunoi. După toate probabilitățile, una dintre acele pungi chiar conține gunoiul locatarului. Gunoiul este unul dintre locurile cele mai bogate unde se pot găsi reziduuri comportamentale. Bineînțeles că FBI-ul este mai interesat să găsească dovezi referitoare la comportamente criminale decât la cele legate de personalitate, însă principiul este același. Spre tristețea anumitor celebrități, cei care caută prin gunoaie au aruncat o nouă lumină asupra ariei informației ce se



poate extrage observând ceea ce aruncăm la gunoi. După ce a dat iama prin gunoiul lui Cher în 1973, un astfel de cotrobăitor, Ward Harrison, a remarcat că „era ca și cum aveam toată lumea ei în mâna mea” și mai târziu chiar a sugerat că „gunoiul este o fereastră către suflet”.

În același an în care Harrison căuta prin gunoiul lui Cher, un proiect oarecum mai puțin senzațional pornea la Universitatea din Arizona. William Rathje și colaboratorii săi de la Biroul de cercetare aplicată în antropologie exploraseră timp de mulți ani poveștile spuse de gunoi. Nu este una dintre cele mai strălucitoare slujbe din cadrul comunității academice, dar este una dintre cele mai interesante. Proiectul Gunoiului a fost pornit de Rathje pe principiul potrivit căruia, așa cum arheologii au învățat despre culturile antice explorându-le rămășițele, putem afla câte ceva despre propria noastră societate dacă cercetăm gunoiul contemporan. Cu mai bine de două decenii înainte să încep să cotrobăi prin camere și birouri, Rathje, care a fost poreclit „Indiana Jones al gunoiului solid”, coordona deja cercetători echipați cu costume de protecție, mănuși și măști pentru a descoperi indicii în gropile de gunoi ale orașului.

Analiza gunoiului este o metodologie științifică și serioasă care identifică și cuantifică ce cumpără, consumă și la ce renunță oamenii. Mai degrabă decât să afle ceva despre anumiți oameni, Proiectul Gunoiului documentează tendințele generale de consum și aruncat la gunoi. De exemplu, cercetătorii au urmărit tipare de interacțiune socială uitându-se la câte cutii de mâncare semipreparată fuseseră aruncate într-un anumit cartier.

Principiile și metodele Proiectului Gunoiului se pot aplica la studiul anumitor oameni, însă din păcate în cadrul studiului nostru asupra dormitoarelor și birourilor nu am avut permisiunea să atingem nimic. Așa că oricât de mult am fi vrut să o facem, nu am putut să răsturnăm tomberoanele de gunoi. Bineînțeles că nimic nu îi împiedica pe evaluatorii noștri să se uite prin tomberoane. Și dacă se întâmplă să aveți parte de o posibilitate

(legitimă) să cotrobăiți prin gunoiul cuiva, vă sfătuiesc să nu o ratați. E posibil să nu fie o fereastră către sufletul proprietarului, dar va dezvălui mai mult decât ați putea crede. Acolo ați putea găsi însemnări personale care să vă dezvăluie cum gândește persoana și la ce se gândește aceasta — cinci scrisori către un prieten începute și abandonate, fiecare presărată cu referiri la aure și puterea cristalelor, nu vă spun ceva numai despre tipul său de spiritualitate new age, ci și despre grija pe care o are față de administrarea relațiilor sociale, chiar dacă nu apucăm să vedem vreodată scrisoarea care ajunge în cele din urmă în cutia de scrisori. Listele de cumpărături mototolite și chitanțele de la magazine vă vor da o idee nu numai despre ce cumpără, ci și cum cumpără — un cumpărător impulsiv va avea pe chitanțe lucruri ce nu apar pe lista de cumpărături, însă un planificator se va gândi dinainte dacă va cumpăra lucruri în cantități mari cu mult timp înainte de a avea nevoie de ele. Obiectele folosite de artiști, aruncate la gunoi, atestă un fler creator. Sticlucșe goale de medicamente prescrise de medic — antidepressive, medicamente împotriva anxietății și altele asemenea — toate trădează tendințe existente care ne pot scăpa în orice alt loc am căuta.

Lucrurile recuperate din tomberoane sunt extrem de folosite din două motive. În primul rând, pe măsură ce obiectele sunt înlăturate, acestea nu mai sunt luate în considerare de conștientul proprietarului lor, așa că nu se mai bucură de același tip de atenție de care au avut parte în viața lor înainte de a ajunge la gunoi. Această diferență dintre ceea ce am făcut și ceea ce plănuim să facem în viitor ne aduce la o nouă clasă de reziduuri comportamentale: în spațiile fizice se pot detecta nu numai comportamente trecute, dar se pot descoperi și indicii despre comportamente anticipate. Într-una din camere am găsit o sticlă de vin deschisă și un set de pernuțe de podea aranjate în cerc, obiecte ce indicau faptul că locatarul camerei plănuia să primească oaspeți; într-o altă cameră, am văzut un album de amintiri, o foarfecă și lipici pe



un raft, obiecte care sugerau că femeia care trăia acolo plănuia să se ocupe de nevoile sale sentimentale.

Metafora reziduurilor se năruie întru câtva în cazul activităților care sunt încă în curs de desfășurare, însă procesul general de inferență este același. Obiectele dintr-un spațiu și modul în care acestea sunt aranjate reflectă un comportament potențial. Așa cum este instructiv să examinăm diferențele dintre reziduuul din spațiul public și cel din spațiul privat, este de asemenea util să căutăm discrepanța dintre semnele de comportamente anticipate și semnele unor comportamente trecute. Speră această persoană să aibă ca musafiri niște prieteni la un ceai, așa cum ne arată ceainicul, ceșcuțele și numeroasele pachetele de ceai? Sau nu face asta niciodată, așa cum sugerează un indiciu pe care numai un cotrobăitor excelent îl poate detecta — absența petelor de ceai din ceainic și ceșcuțe și datele de vânzare vechi de pe pachetelele de ceai nedesfăcute?

În cadrul spațiilor lor personale oamenii dezvăluie și reziduuri ale activităților în care sunt implicați în afara acelor spații. O femeie din cadrul studiului nostru, Frida, a stivuit lângă perete o placă de surf, una de snowboard și un skateboard, sugerând un locatar în căutare de senzații tari. Dacă ne-am fi uitat în garajul acesteia am fi găsit o geantă plină cu echipament de cățărare pe munte, schiuri nautice și o mașină sport. Pe ușa de la frigider era lipit un calendar care lista evenimente legate de mountain-biking și o notiță cu privire la o programare la doctor pentru a îngriji glezna sucită în timpul uneia dintre pasiunile sale extreme. Aceste exemple ilustrează cât de multă informație putem afla despre viețile oamenilor din ceea ce găsim în spațiile lor personale — bilete de teatru, pantofi de fotbal plini de noroi, chitanțe de parcare, toate pot fi privite ca indicii interioare despre comportamente exterioare.

Unele dintre aceste deducții nu necesită o muncă de Sherlock Holmes — simpla percepție poate fi uneori de ajuns. Dacă descopăr o bibliotecă mare cu DVD-uri și un sistem DVD sofisticat

într-o cameră de cămin, nu e nerezonabil să presupun că persoanei care locuiește acolo îi place să se uite la filme. Echipamentul sportiv este probabil un semn evident cum că locatarul este sportiv. Ceea ce este interesant în cazul „luării de urme“ este faptul că acest proces poate adesea transforma un talent înnăscut într-un instrument de cercetare.

CUM SĂ DEVII UN SCOTOCITOR AGER

La începutul capitolului, am vorbit despre fotografiile și simbolurile pe care le-ai putea expune pentru a stabili mărci de identitate pentru propriul beneficiu — o fotografie cu tine și soțul/soția și copiii sau o cană de cafea cu emblema Harvardului. Aceste mărci de identitate îndreptate către tine funcționează pentru că îți confirmă și îți susțin imaginea despre tine; te liniștesc și te fac să te simți bine. Cu alte cuvinte, obiectele funcționează simultan atât ca mărci de identitate, cât și ca elemente de reglare a sentimentelor. Așa că pe măsură ce înaintezi cu lectura acestei cărți și cu cotrobăitul prin spațiile personale ale altor persoane, întreabă-te nu numai ce fel de identitate are acea persoană, ci și ce fel de gânduri sau sentimente sunt trezite de mediul său. Fotografiile expuse reflectă sentimente de succes prin muncă (la volanul unui Jaguar în drum spre o întâlnire de la terminarea liceului), de umilință în fața unor minuni ale naturii (un loc de tabără în Munții Atlas), de putere prin asociere (dând mâna cu Bill Clinton), de legătură cu un partener iubit (o poză a locatarului îmbrățișându-și soțul/soția) sau de companie oferită de un animal îndrăgit (tu împreună cu Rover la debarcader, uitându-vă împreună spre lac)?

În acest capitol am văzut cum oamenii, prin intermediul mărcilor de identitate, al elementelor de reglare a sentimentelor și al

reziduurilor comportamentale, lasă urme proprii în mediile lor personale. Aceste mecanisme nu se exclud reciproc și nu este mereu clar care mecanisme sunt responsabile pentru care indicii. O placă de snowboard rezemată de peretele dormitorului poate într-adevăr reflecta tipare de comportament care caută senzații tari, însă hotărârea locatarului de a lăsa placa de snowboard la vedere în loc să o pună bine într-un dulap poate de asemenea reflecta dorința de a transmite celorlalți că are o viață activă. În momentul în care vă formați impresii trebuie să țineți cont de aceste diferențe. Pe măsură ce vă educați abilitățile de cotrobăit, opriți-vă și uitați-vă împrejur. Indiferent dacă stați acasă, în tren, în mașină sau la cafenea, e greu să vă scape dovezile unei exprimări deliberate, dar ușor contradictorii. În timp ce vă gândiți cum a ajuns fiecare obiect acolo unde este, puteți începe să construiți povestea persoanei responsabile pentru asta.

Aprecierile pe care le faceți despre oameni în funcție de dormitoare, birourile lor sau de paginile de web nu sunt diferite de celelalte păreri pe care ni le facem față despre personalitate în fiecare zi. Pur și simplu, au ca sursă de inspirație alt tip de informație și treaba dumneavoastră în calitate de cotrobăitor este să învățați cum să o interpretați. În acest scop, trebuie să participăm la niște petreceri antice ateniene și să aflăm mai multe despre modelul de personalitate cunoscut sub denumirea de „Big Five” — adică, trebuie să învățăm ceea ce ne-a spus cercetarea despre felurile moduri în care oamenii diferă între ei.

Capitolul 2

Cinci dimensiuni ale personalității

Sunteți o persoană petrecăreață, iubitoare de evenimente bahice? Vorbesc aici despre adevărații adepți ai lui Băhus, nu despre acele versiuni moderne de petreceri date de Jay Z și prietenii săi pe un iaht acostat lângă o insulă din Marea Egee. Vorbesc aici despre petrecerile ce se țineau acum două mii de ani nu la mare depărtare de locul unde își ține Jay Z întrunirile în zilele noastre.

Dacă ai fi fost un obișnuit al petrecerilor de la Atena, ai fi putut observa un personaj care nu părea să aparțină peisajului, cineva care nota furibund cât de repede îi permiteau stiletul din os și tăblițele acoperite de ceară. Și dacă ai fi fost puțin mai strâns la pungă, tipul care pusese monopol pe conversația de ieri despre cursa de care de luptă, sau, Doamne ferește, ai fi încercat să dansezi cu cineva înainte ca aceea persoană să fi fost complet beată, e posibil să fi fost subiectul acestor notițe. Mulți îl consideră pe acest culegător de notițe, Teofrast, ca fiind primul psiholog al personalității. Fiind marele cronicar al tipurilor de personaje, acesta și-a petrecut multe ceasuri observând comportamentul locuitorilor Atenei. Și cu toate că nu avea la îndemână instrumentele statistice ale cercetării moderne a personalității, dispunea totuși de ceva la fel de bun: un simț de observație dezvoltat combinat cu o capacitate de a prinde în imagini vii modul în care



anumite tipuri de comportament pot apărea în același timp pentru a da la iveală diferite tipuri de personalitate.

Teofrast a observat că oamenii care întârziu să plătească arginții pe care îi împrumutaseră se tocmeau cel mai mult când cumărau o amforă de vin, și că tot ei erau aceia care își instruiau servitorii să se asigure că croitorul le vopsea toga în culori cât mai cenușii ca să reziste mai bine la murdărie. Teofrast a observat că era foarte probabil ca persoana care stătea încrezătoare în piață pălăvrăgind despre cursa de cai să vorbească încontinuu despre tot felul de subiecte în orice moment și în orice loc, indiferent dacă făcea parte dintr-un juriu, urmărea o piesă de teatru sau se afla la cină.

TIPOLOGII ANTICE

Teofrast și-a dat seama în mod direct și profund că tiparele comportamentale nu sunt distribuite la întâmplare. Dacă știi ceva despre o persoană poți avea mai multe șanse să faci o deducție bună referitoare la alte lucruri. Această confluență de caracteristici are drept rezultat un tip de personalitate. În marea sa operă, *Caracterele*, Teofrast a schițat treizeci de tipuri umane — de la zgârcit la guraliv, la lingușitor și la lacomul nerușinat — ilustrând portretul caracterelor sale la un nivel surprinzător al detaliului. Iată un exemplu al omului „nerezonabil“:

Lipsa de raționalitate este o atitudine deplasată față de cei pe care îi întâlnim. Omul nerezonabil este acel tip de persoană care începe să ți se destăinuie atunci când ești ocupat. Îi face serenade iubitei sale când aceasta este bolnavă. Roagă pe cineva să garanteze pentru el chiar și atunci când acea persoană și-a pierdut credibilitatea. Ajunge la tribunal în calitate de martor când procesul s-a

terminat deja. La o nuntă face femeile cu ou și cu oțet. Sugerează o plimbare unei persoane care abia s-a întors dintr-o călătorie obositoare. Propune o ofertă mai bună unui comerciant care tocmai a încheiat o afacere. El e cel care se ridică în picioare ca să spună o poveste unor oameni care au auzit-o deja și o știu pe dinafară. Este dornic să își ofere serviciile care nu sunt dorite. Dacă este de față în cazul unei negocieri, nu face altceva decât să ațâțe cele două părți implicate. Când începe să danseze ia în brațe persoane care încă nu s-au îmbătat.

A trecut multă vreme de când Teofrast și-a desfășurat activitatea în Atena și multe s-au schimbat în modul în care psihologii care se ocupă de studiul personalității își desfășoară munca, însă sarcina de bază a rămas aceeași. Asemenea lui Teofrast, suntem în continuare interesați să aflăm mai multe despre cum sunt oamenii. Psihologii care se ocupă în prezent de studiul personalității vor să știe cum se combină mediul cu moștenirea genetică în conturarea personalității oamenilor — adică, tiparele lor relativ stabile de gândire, simțire și comportament — precum și modul în care trăsăturile lor de personalitate le influențează viața. Psihologii care se ocupă cu studiul personalității încearcă să înțeleagă de ce unii oameni tânjesc după intimitate, în vreme ce pe alții un simplu „Te iubesc” îi pune pe fugă. Sau de ce funcționara de la biblioteca de cartier pare în sine cu mult mai potrivită pentru această slujbă decât pentru cea de avocat pledant. Sau de ce unii oamenii ajung să aibă mai multe probleme de sănătate decât alții.

În calitate de novice într-ale cotrobăitului, poți lua orice pagină din investigațiile lui Teofrast și poți observa cum diferă indivizii unii de ceilalți. După care te poți îndrepta către următorul reper pentru a-ți da seama cum sunt oamenii: opera altui grec care s-a inspirat la rândul lui dintr-o scenă socială populară la vremea sa — luptele cu gladiatori.

Un doctor care lucrează în cadrul unei școli de gladiatori vede mai mult din cum funcționează corpul uman în interior decât



o persoană obișnuită. Și după ce vede destule răni îngrozitoare lăsate de sulițe sau de colții vreunui leu, e posibil să se întrebe la ce folosesc toate acele conducte și tuburi de sub piele. Un astfel de medic grec, Claudius Galen, a recunoscut oportunitățile medicale oferite de aceste răni, considerându-le ferestre către corpul omenesc. Galen, care a trăit la o distanță de patru secole după Teofrast, pentru a deveni mai târziu unul dintre cei mai influenți reprezentanți din medicina occidentală, a avut curajul de a propune o teorie a bazelor fiziologice ale trăsăturilor de caracter. Acesta a postulat patru tipuri fundamentale de personalitate, fiecare dintre ele asociat cu un dezechilibru al uneia dintre cele patru umori (sau fluide) corporale: un exces de sânge avea drept rezultat personalitatea sangvină, prea multă bilă neagră te făcea melancolic, prea multă bilă galbenă te făcea coleric, iar despre indivizii flegmatici se credea că aveau, ei bine, flegmă în exces.

Ideea că există stiluri de bază în ceea ce privește temperamentul s-a împământenit în teoriile personalității care au fost propuse mai târziu. Deși mecanismele biologice propuse de Galen nu au rezistat dezbaterii științifice, ideea sa potrivit căreia există un număr mic de temperamente de bază a supraviețuit remarcabil de bine și le-a permis oamenilor de știință să cartografieze aceste dimensiuni de bază. Cu această hartă în mână, puteți intra într-un dormitor sau puteți trece în revistă o colecție de muzică, nu cu o întrebare vagă despre cum este acea persoană, ci cu un set de întrebări despre modalitățile cunoscute în care oamenii au tendința să difere. Atunci când cauți indicii pe ascuns, aceste întrebări nu numai că te vor ajuta să te asiguri că nu ratezi niciun aspect important al personalității, dar îți va oferi și un cadru deja existent pentru a te compara cu ceilalți.

CELE CINCI TRĂSĂTURI

Către sfârșitul secolului douăzeci, câteva decenii de cercetare au confirmat într-adevăr ceea ce intuiseră înaintașii noștri din Antichitate: faptul că anumite trăsături au tendința să meargă mână în mână. De exemplu, știm că oamenii vorbăreți au tendința să fie mai plini de energie decât cei tăcuți, însă asta nu-i face nici mai cinstiți, nici mai puțin cinstiți. Știm că oamenii creativi au tendința să fie mai filosofi, însă asta nu-i face nici mai anxioși, nici mai puțin anxioși decât alte tipuri. Iar înțelegerea noastră pentru astfel de tipare ne ajută să pătrundem mai bine informația pe care o adunăm din comportamentul oamenilor. Putem organiza ceea ce aflăm din modul în care oamenii dau mâna unii cu alții sau după cum își decorează dormitoarele în posibile configurații de personalitate care să ne servească drept ipoteze de lucru până în momentul în care adunăm mai multe informații. Trebuie însă să ținem seama că atunci când vrem să aflăm totul despre personalitatea cuiva, să ajungem să cunoaștem acea persoană, e mai degrabă ca și cum am rezolva un puzzle, și nu ca și cum am însuma pur și simplu niște trăsături de caracter. Astfel, la fel ca în cazul unui puzzle, unde începem prin separarea pieselor roșii de cele verzi, putem aborda puzzle-ul personalității grupând fragmentele de personalitate care au tendința să se potrivească unul cu celălalt.

De departe, cel mai analizat și cel mai împământenit sistem de grupare a trăsăturilor de personalitate este cadrul celor cinci dimensiuni fundamentale — Big Five. (Alte sisteme, cum ar fi testul Myers-Briggs — sau MBTI, cum mai este cunoscut — sunt mai puțin utilizate în psihologia științifică.) Cele cinci trăsături de bază sunt deschiderea, conștiințiozitatea, extraversia, agreabilitatea și nevrotismul. Pe parcursul cărții voi vorbi despre personalitate în funcție de cele cinci trăsături și n-ar fi rău să vă gândiți și la propriile trăsături de personalitate pe măsură ce citiți



despre caracteristicile altora. Așa că înainte să intru în amănunte, vă sugerez să vă faceți un test rapid al celor cinci trăsături.

Mai jos sunt listate trăsăturile care vi se pot aplica sau nu. Scrieți un număr în dreptul fiecărei afirmații pentru a indica măsura în care sunteți sau nu de acord cu afirmația respectivă. Trebuie să notați măsura în care perechea de trăsături vi se aplică, chiar dacă una dintre caracteristici vi se aplică mai mult decât alta. Țineți cont că aceasta este numai pentru informarea dumneavoastră, așa că răspundeți cât mai sincer cu putință.

Lista 2.1

Nu sunt deloc de acord	Nu sunt de acord într-o oarecare măsură	Nu sunt de acord într-o mică măsură	Nici nu sunt de acord, nici nu sunt împotriva	Sunt de acord într-o mică măsură	Sunt de acord într-o oarecare măsură	Sunt într-un total de acord
1	2	3	4	5	6	7

Mă consider:

1. _____ Extravert, entuziast
2. _____ Critic, vorbăreț
3. _____ De încredere, autodisciplinat
4. _____ Anxios, ușor de supărat
5. _____ Deschis experiențelor noi, complex
6. _____ Rezervat, tăcut
7. _____ Plin de compasiune, cald
8. _____ Dezorganizat, nepăsător
9. _____ Calm, stabil emoțional
10. _____ Convențional, lipsit de creativitate

Iată o metodă rapidă și simplă de obținere a scorurilor.

Lista 2.2

Deschidere	=	(8 – punctajul obținut la numărul 10) + punctajul de la numărul 5
Conștiinciozitate	=	(8 – punctajul obținut la numărul 8) + punctajul de la numărul 3
Extraversie	=	(8 – punctajul obținut la numărul 6) + punctajul de la numărul 1
Agreabilitate	=	(8 – punctajul obținut la numărul 2) + punctajul de la numărul 7
Nevrotism	=	(8 – punctajul obținut la numărul 9) + punctajul de la numărul 4

Asta ar trebui să vă dea cinci rezultate, câte unul pentru fiecare dintre cele cinci dimensiuni. Însă luate ca numere separate, acestea nu înseamnă nimic. Ca să aflați unde vă situați, vă puteți compara punctajele cu cele ale multor alți mii de persoane care au făcut acest test. În cadrul cercetării noastre am descoperit următoarele medii:

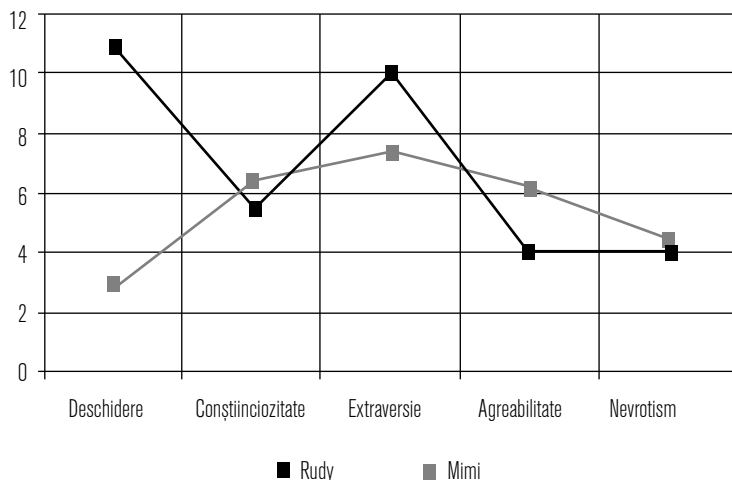
Lista 2.3

Domeniul celor cinci trăsături	Femei	Bărbați
Deschidere	10,8	10,7
Conștiinciozitate	11,0	10,4
Extraversie	9,1	8,5
Agreabilitate	10,6	10,1
Nevrotism	6,7	5,7

Dacă doriți o estimare mai exactă a punctajului dumneavoastră, duceți-vă la notele de final care vă vor arăta cum să obțineți un scor mai precis.

În câteva clipe, voi descrie mai amănunțit cele cinci trăsături, însă înainte de asta trebuie să știți câteva lucruri. În primul rând, cu toții obținem anumite punctaje la toate cele cinci trăsături. Asta înseamnă că scorurile de la cele cinci trăsături pot fi prezentate ca un profil, așa cum indică cele din figura 2.1.

Fig. 2.1 Profilurile Big Five ale personalității pentru Rudy și Mimi



Aici putem vedea că Rudy are un punctaj relativ mare în ceea ce privește deschiderea și extraversia, mediu în ceea ce privește conștiinciozitatea, și relativ scăzut în ceea ce privește agreeabilitatea și nevrotismul. Mimi are nivele medii de conștiinciozitate, extraversie și agreeabilitate, și nivele scăzute de deschidere și nevrotism.

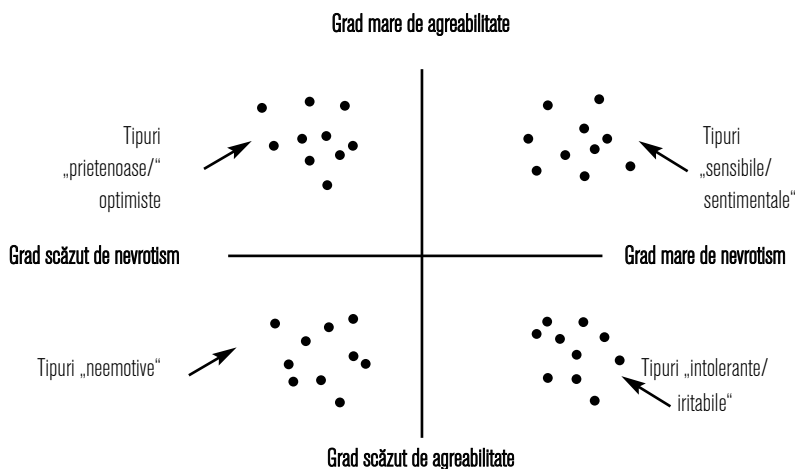
Există două modalități în care se pot privi aceste profiluri ale personalității. În primul rând, comparăm nivelul trăsăturii unei persoane cu nivelul trăsăturii alteia; astfel, putem spune că Mimi are un nivel relativ scăzut al extraversiei deoarece punctajul său în ceea ce privește extraversia este mai mic decât cel al lui Rudy. Este util să se vorbească în acești termeni despre personalitate atunci când vrei să alegi între indivizi — dacă, de exemplu, vrei să știi cine este potrivit pentru postul de agent de vânzări (unde se descurcă bine cei care sunt extroverți) sau pentru slujba de șofer pe tir (o muncă mai potrivită pentru introverți).

A doua modalitate compară nivelul trăsăturii unei persoane cu celelalte trăsături ale sale; așa că putem trage concluzia că Mimi a avut un nivel mai ridicat în ceea ce privește extraversia decât în

cea ce privește celelalte trăsături. Această abordare este utilă dacă vrem să caracterizăm un individ pe de-a întregul, așa cum facem când ne descriem unul dintre prieteni. Dacă vorbim despre Mimi, mai trebuie să vă menționez faptul că este extrovertită pentru că a obținut scorul cel mai mare pentru această trăsătură, deși este mai puțin extrovertită decât alte persoane (cum ar fi Rudy).

În realitate, cei mai mulți dintre noi ajung să îi caracterizeze pe ceilalți folosind ambele metode. În timp ce te uiți printr-un birou, o trăsătură poate ieși în evidență în comparație cu altele — o insignă „Bush/Cheney în 2004” prinsă pe o tablă ar semnala în mod clar faptul că locatarul biroului are convingeri politice conservatoare. Însă având în vedere această formă de exprimare relativ modestă, am putea totuși crede că acea persoană nu este atât de conservatoare ca altele — adică, tipul cu insigna ar putea obține un punctaj mai mare pentru conservatorism decât pentru alte trăsături, dar în același timp s-ar putea să nu fie cel mai conservator tip.

Fig. 2.2 Generarea de „tipuri” de personalitate prin combinarea factorilor de agreabilitate și nevrotism

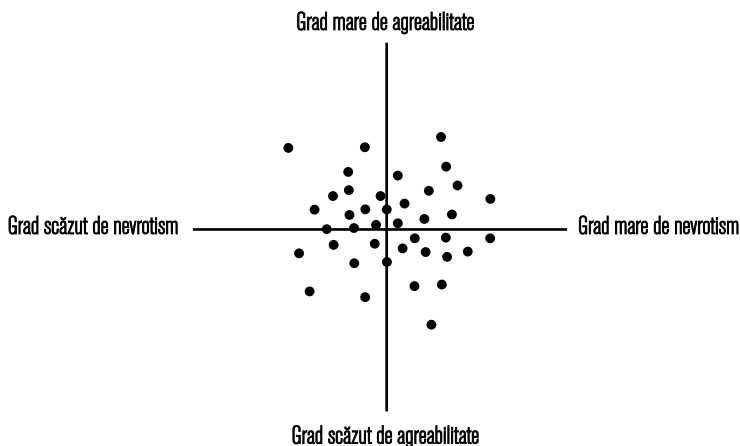


Această abordare a personalității diferă de sistemele „tipologice“, unde atunci când ești clasat ca aparținând unui anumit tip nu mai poți aparține și altuia. În cadrul sistemului Myers-Briggs, există șaisprezece tipuri posibile și te poți încadra doar într-unul singur — dacă ești de tip ESGP (adică, ești clasificat drept o combinație de extraversie, simțire, gândire și percepție), nu te poți încadra în tipul ISEP (o combinație de introversie, simțire, emoție și percepție); testul Big Five este diferit pentru că toată lumea are un scor la toate cele cinci dimensiuni.

Se pot totuși crea diverse „tipuri“ pornind de la combinațiile celor cinci factori de bază. Așa că imaginați-vă că renunțați la ultimele două dimensiuni ale modelului celor cinci și apoi marcați pozițiile unui grup de indivizi în funcție de dimensiunile lor de agreabilitate și nevrotism. Așa cum se arată în figura 2.2, putem clasifica oamenii în funcție de sfertul în care se încadrează. Un individ care se încadrează în cvadrantul din dreapta sus (cu grade mari de agreabilitate și nevrotism) poate fi numit un tip sensibil/sentimental. Oricine se încadrează în cvadrantul din stânga sus (cu un grad mare de agreabilitate și un grad scăzut de nevrotism) se poate numi un tip prietenos/optimist. Cei care au un grad scăzut de agreabilitate însă au un grad mare de nevrotism se pot numi tipuri intolerante/iritabile; cei cu grade scăzute în ambele dimensiuni se pot numi tipuri neemotive. În general, așa se alcătuesc tipurile cu care operează teste de tipul Myers-Briggs.

Există însă o problemă dacă împărțim indivizii după aceste criterii. De fapt, aceste tipare au tendința să se contopească unele cu celelalte, majoritatea oamenilor încadrându-se undeva la mijlocul graficului și doar câțiva aflându-se la extreme (așa cum reiese din fig. 2.3). Prin urmare, faptul că vorbim despre „tipurile“ de oameni presupune o separare între grupuri de oameni care, de fapt, nu există. Cu toate acestea, poate fi folositor să ne referim la extrovertiți și introvertiți ca indivizi aflați la extreme pentru că majoritatea dintre noi o consideră o metodă captivantă de a privi personalitatea. Facem același lucru cu înălțimea când vorbim

Fig. 2.3 O distribuție mai realistă a scorurilor de agreabilitate și nevrotism al indivizilor

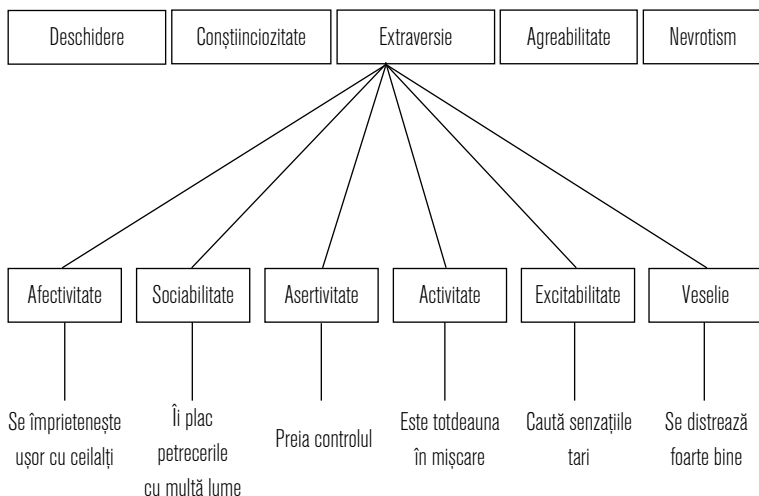


despre „oameni înalți“ și „oameni scunzi“; când spui că cineva este înalt nu spui că face parte dintr-o cu totul altă categorie decât cea a oamenilor scunzi, ci doar că se încadrează la unul dintre capetele continuumului.

Al doilea lucru pe care trebuie să îl ținem minte în legătură cu dimensiunile Big Five este că acestea sunt extrem de cuprinzătoare. Fiecare dintre dimensiuni include mai multe „fațete“ mai înguste, care includ în sine alte trăsături și mai particulare. Figura 2.4 arată structura ierarhică a dimensiunii „extraversiei“. După cum se poate vedea, extraversia însumează șase fațete de ordin inferior: afectivitatea, sociabilitatea, asertivitatea, activitatea, excitabilitatea și veselia. La rândul lor, acestea însumează trăsături și mai înguste; sociabilitatea este asociată (în mod evident!) cu caracterul sociabil, asertivitatea cu faptul că preiei comanda în contexte de grup.

Cercetările au arătat că aceste trăsături au tendința să se coreleze. Însă asta nu se întâmplă totdeauna. Așa că deși oamenii care

Fig. 2.4 Structura ierarhică a extraversiei și fațetele sale



obțin punctaje mari la sociabilitate au tendința să obțină scoruri mari și la asertivitate, asta nu e întotdeauna așa. Propriile mele scoruri arată exact un astfel de tipar pentru dimensiunea de deschidere. Per total, mă aflu la capătul extrem în ceea ce privește dimensiunea deschiderii și am obținut punctaje mari la toate fațetele cu excepția uneia — am punctaje mari la fațetele de imaginație, interese artistice, spirit de aventură, intelect și liberalism, însă am obținut un scor scăzut la fațeta de emoționalitate. Așa că deși emoționalitatea merge mână în mână cu celelalte fațete în cadrul populației per ansamblu, la mine nu a funcționat așa.

În ciuda generalizărilor pe care trebuie să le facă oamenii de știință, e bine să ținem cont de faptul că mulți oameni sunt genuri idiosincrasice care nu se potrivesc cu ușurință în tipare prestabilite — așa cum s-a întâmplat la mine cu „deschiderea“. De exemplu, când te uiți prima dată la dormitorul organizat al colegului de cameră ai putea afla că este o persoană conștiințioasă, ceea ce

înseamnă probabil că are scoruri mari la toate fațetele conștiințiozității. Însă ar putea obține punctaje mai mari la unele fațete, dar nu și la altele. Dacă cercetați pe furiș mai departe veți afla la care. Lângă biroul bine organizat observați o cutie cu eticheta „proiecte“ plină cu dosare marcate. Cu permisiunea colegului de cameră vă aruncați privirea peste ele. Găsiți povestiri, proiecte de artă, cutii cu fotografii — care indică toate o persoană extrem de deschisă. Însă la o privire mai atentă observați că de fapt doar puține dintre aceste proiecte au fost terminate. Primele pagini ale albumului foto sunt pline de fotografii etichetate cu atenție, însă în curând proiectul se pierde și găsiți grupuri întâmplătoare de poze îndesate la ultima pagină. În concluzie, conștiinciosul dumneavoastră coleg de cameră are un scor mai scăzut decât ne-am așteptat în ceea ce privește fațeta autodisciplinei (perseverenței).

De aici reiese un al treilea punct la care cotrobăitorul trebuie să fie atent când pleacă de la testul Big Five. Categoriile pot fi înșelătoare dacă nu sunt interpretate cu atenție. Unele dintre etichetele rezultate din cele cinci trăsături corespund mai îndeaproape decât altele cu modul în care sunt înțelese în limbajul zilnic. Extraversia nu constituie o problemă — semnificația ei comună și cea din Big Five corespund îndeaproape. Însă altele sunt mai confuze: de exemplu, când descrii un prieten ca fiind „nevrotic“ vrei să spui probabil că își face atâtea griji, încât nu mai este capabil să funcționeze eficient în viața sa de zi cu zi. Dimensiunea celor cinci trăsături în ceea ce privește „nevrotismul“ include o componentă de anxietate, însă este mai cuprinzătoare în fapt; se mai referă și la alte emoții negative cum ar fi supărarea și depresia. Oamenii care obțin un scor mare la această trăsătură au tendința să reacționeze mai intens la unele evenimente decât alții, văzând chiar și în micile frustrări niște provocări majore.

Așa că e important să nu fiți distras de etichete în sine; mai bine concentrați-vă asupra gamei largi de comportamente asociate cu fiecare dintre aceste dimensiuni. Cele cinci trăsături împreună cu comportamentele reprezentative și simbolurile care exemplifică

fiecare trăsătură sunt descrise mai jos în tabelele 2.1–2.5. În aceste tabele și în descrierile de sub acestea m-am inspirat mult din caracterizările bine documentate ale lui John Johnson ale dimensiunilor și fațetelor celor cinci trăsături. Vă sugerez să îndoiiți colțul acestor pagini astfel încât să puteți reveni la tabele pe măsură ce citiți restul cărții. (Aceia dintre dumneavoastră care au un scor mare la fațeta ordonării din cadrul conștiințiozității probabil că au făcut-o deja!)

FACTORUL LEONARDO – DESCHIDEREA

Dimensiunea cunoscută sub denumirea de *deschidere la experiențe*, sau, pe scurt, *deschidere*, este rezumată în tabelul 2.1. Oamenii aflați la capătul superior al dimensiunii se bucură să pună la îndoială normele și convențiile; le place să se joace cu ideile și au o imaginație bogată. Pe de altă parte, oamenii relativ convenționali de la celălalt capăt al dimensiunii preferă concretul abstractului și cunoscutul necunoscutului. Un simbol al deschiderii este Leonardo da Vinci, pictor italian, desenator, om de știință, inginer, arhitect, sculptor, muzician, matematician, specialist în anatomie, astronom, geolog, biolog și filosof. Pictorul *Mona Lisei* și inventatorul vizionar al submarinelor, sistemelor de răcire a aerului, telescoapelor și mașinărilor zburătoare, Leonardo întruchipează creativitatea, puterea de imaginație, inventivitatea, curiozitatea și lipsa de convenționalitate asociată Renașterii. Este exemplarul perfect al deschiderii.

Persoana extrem de deschisă se poate întâlni la secțiunea de cărți despre filosofie dintr-o librărie, cu rucsacul în spinare prin țări îndepărtate și trecând cu mașina pe lângă un restaurant conservator, îndreptându-se către altul nou-deschis care amestecă tradițiile culinare din Etiopia și Elveția. Pe de altă parte, ideea unei

Tabelul 2.1 Dimensiunea deschiderii

Simbol: Leonardo da Vinci

Oamenii care sunt extrem de deschiși au tendința să fie:

Creativi, plini de imaginație, abstracți, curioși, gânditori profunzi, inventivi și pun preț pe arte și pe experiențe estetice

Oamenii care au scoruri scăzute de deschidere au tendința să fie:

Convenționali, concreți, tradiționaliști, preferă cunoscutul necunoscutului

Fațete:

- *Imaginația:* Cei cu scoruri mari au tendința să fantazeze și să își creeze o lume mai interesantă.
- *Interese artistice:* Cei cu scoruri mari apreciază frumusețea în artă și natură și se lasă absorbiți de obiectele estetice.
- *Emoționalitate:* Cei cu scoruri mari au tendința să aibă acces ușor la sentimentele lor și să fie conștienți de ele.
- *Spirit de aventură:* Cei cu scoruri mari sunt nerăbdători să încerce activități noi și să aibă parte de experiențe diferite.
- *Intellect:* Celor cu scoruri mari le place să se joace cu ideile; sunt deschiși față de ideile noi și neobișnuite și le place să dezbată subiecte intelectuale.
- *Liberalism psihologic:* Cei cu scoruri mari sunt gata să pună la îndoială autoritatea, convenția și valorile tradiționale.

Cei cu scoruri mari:

Unde ai putea să îi întâlnești:

Uitându-se prin secțiunea cu cărți de filosofie dintr-o librărie

Ce ar putea face:

Să o ia pe un drum nou spre casă doar pentru că e diferit

Ce ar putea spune:

„Ei, nu arunca la gunoi spălătorul acela – vreau să îl transform într-o lampă.”

Sursă: Descrieri adaptate din Johnson 2007.



vacanțe „exotice“ pentru cineva care are un grad scăzut de deschidere ar însemna să renunțe la obișnuita vacanță din țara sa pentru a călători la vecini.

FACTORUL ROBOCOP – CONȘTIINCIOZITATEA

Simbolul meu în ceea ce privește conștiinciozitatea este „pe jumătate om, pe jumătate mașină, dar sută la sută polițist“ — Robocop, personajul principal din filmul cu același nume. Robocop este eficient, funcționează după reguli și cu simțul datoriei. Oameni ca Robocop, care au scoruri mari în ceea ce privește conștiinciozitatea, își fac planuri. Le place ordinea. Cumpără hârtie pentru computer înainte să rămână fără foi. Își ascut mereu creioanele și fac provizii de timbre în portofel. Își îndoiește pagina de la carte atunci când li se sugerează acest lucru ca să îi ajute atunci când au nevoie să se uite din nou la un tabel folositor. Totuși, deși simțul datoriei face parte din acest concept, dimensiunea nu este atât de dominată de morală așa cum ar putea sugera eticheta de *conștiinciozitate*. Oamenii conștiincioși nu au tendința să fie distrași și nu sunt necugetați. Sper că aceasta este trăsătura care se regăsește la majoritatea controlorilor de trafic aerian care direcționează un avion în care se întâmplă să mă aflu; vreau ca tot acel turn de control să fie populat de oameni cât mai conștiincioși — oameni care nu au de gând să se lase distrași și să treacă cu vederea avionul 747 care tocmai se întoarce din Pakistan.

Când eram în perioada de studii postuniversitare aveam un coleg de cameră, Eric, care se pregătea să devină pilot. Eu însumi nu sunt prea conștiincios, așa că uneori întârziam la ore. Câteodată, colegul meu de cameră ce avea să devină pilot se oferea să mă ducă cu mașina la școală ca să nu fie nevoie să merg cu bicicleta și să ratez începutul orei. În graba mare, mă repezeam pe scări până

Tabelul 2:2 Dimensiunea conștiințiozității

Simbol: Robocop

Oamenii care sunt extrem de conștiințioși au tendința să fie:

Metodici, de cuvânt, de încredere, muncitori, concentrați asupra sarcinilor primite, eficienți, buni planificatori

Oamenii care au scoruri scăzute de conștiințiozitate au tendința să fie:

Dezorganizați, întâziați, neglijenți, impulsivi

Fațete:

- *Sentimentul eficienței personale:* Cei cu scoruri mari sunt de părere că au inteligența, voința și autocontrolul necesare pentru a obține succesul.
- *Spiritul ordonat:* Cei cu scoruri mari sunt oameni bine organizați cărora le place să trăiască după o rutină sau un program; aceștia fac liste și planuri.
- *Simțul datoriei:* Cei cu scoruri mari au tendința să aibă un puternic simț al obligației morale.
- *Nevoia de realizare:* Cei cu scoruri mari încearcă din greu să atingă excelența; se concentrează puternic pe împlinirea unor țeluri înalte.
- *Disciplina:* Cei cu scoruri mari au capacitatea de a munci susținut pentru o sarcină dificilă sau neplăcută până când o duc la bun sfârșit. Sunt capabili să depășească reticența de a începe o sarcină și își văd de treabă indiferent de factorii de distragere.
- *Prudența:* Celor cu scoruri mari le ia timp pentru a analiza atent o hotărâre.

Cei cu scoruri mari:

Unde ai putea să îi întâlnești:

Pe un culoar la papetărie unde se vând obiecte de îndosariere așezate pe culori

Ce ar putea face:

Să cumpere timbre înainte să i se termine cele pe care le are deja în portofel

Ce ar putea spune:

„Tochmai am verificat și am observat că ședința pe care o plănuim de trei luni încoace se suprapune cu un eveniment de ciclism care are loc în oraș în acea zi. Așa că am scos la imprimantă niște hărți și am subliniat cu markerul cele mai bune rute alternative. În cazul în care trebuie să mă contactați, numărul meu de telefon este în lista de numere utile pe care am imprimat-o pe spatele hărții. Vă voi trimite un e-mail cu o săptămână înainte de ședință pentru a mă asigura că totul se va desfășura în conformitate cu planul.”



în parcare, săream în mașină, și de îndată ce Eric pornea motorul, mă îmbărbătam ca să suport drumul în viteză până la școală. Însă nu era nevoie de asta. De fiecare dată, uitam că lui Eric, pur și simplu, îi plăcea să încâlzească mereu motorul mașinii. Deși acest nivel de control al impulsului ar putea fi enervant pentru aceia dintre noi care au un grad scăzut de conștiinciozitate, el este exact genul de persoană pe care mi-o doresc să piloteze un avion — cineva care face lucrurile meticulos, ca la carte. Într-o dimineață rece când ești în mașină, asta înseamnă să te asiguri că motorul este încălzit bine înainte să o pornești pe stradă; iar într-un avion, asta înseamnă să verifici toate aceste lucruri care trebuie bifate înainte să te aventurezi pe pistă.

Ați putea crede că e bine ca toți să fim conștiincioși — atât când e vorba despre sine, cât și când e vorba despre oamenii de care suntem atrași. Cine n-ar vrea să fie organizat, de încredere și insistent? După cum sublinia John Johnson: „Beneficiile unui nivel ridicat de conștiinciozitate sunt evidente — indivizii conștienți evită problemele și ating niveluri mari de succes prin planificare deliberată și consecvență. Iar ceilalți cu siguranță că îi consideră inteligenți și de încredere“. Cu toate acestea, remarcă Johnson, există și un dezavantaj. „Aceștia pot fi niște perfecționiști compulsivi ori niște workaholici. În plus, indivizii extrem de conștiincioși ar putea fi considerați ursuzi și plicticoși.“

FACTORUL POLIȚISTULUI DIN BEVERLY HILLS — EXTRAVERSIA

Simbolul meu pentru extraversie este Axel Foley, personajul interpretat de Eddie Murphy în filmele din seria *Polițistul din Beverly Hills* — și, până la urmă, orice alt personaj interpretat de

Tabelul 2.3 Dimensiunea extraversiei

Simbol: Axel Foley (*Polițistul din Beverly Hills*)

Oamenii care sunt extrem de extrovertiți au tendința să fie:

Vorbăreți, plini de energie, entuziaști, voluntari, cărora le place să iasă, sociabili

Oamenii care au scoruri scăzute la extraversie au tendința să fie:

Rezervați, tăcuți, timizi

Fațete:

- *Afectivitate (prietenie):* Celor cu scoruri mari le plac într-adevăr oamenii și demonstrează pe față sentimente pozitive față de alții; își fac prieteni repede și le este ușor să formeze relații strânse și intime.
- *Sociabilitate:* Cei cu scoruri mari găsesc compania altora stimulatoare și reconfortantă; le place freamătul mulțimii.
- *Asertivitate:* Celor cu scoruri mari le place să vorbească, să preia controlul și să conducă activitățile altora.
- *Nivel de activism:* Cei cu scoruri mari duc vieți alerte și ocupate; se mișcă cu rapiditate, energie și vigozitate și se implică în multe activități.
- *Căutare de senzații (excitabilitate):* Cei cu scoruri mari se plictisesc ușor fără niveluri ridicate de stimulare. Le plac luminile strălucitoare și agitația și le place să își asume riscuri și să caute senzații tari.
- *Emoții pozitive (veselie):* Cei cu scoruri mari trec de obicei printr-o gamă largă de sentimente pozitive, ce includ fericirea, entuziasmul, optimismul și bucuria.

Cei cu scoruri mari:

Unde ai putea să îi întâlnești:

În chiar mijlocul petrecerii

Ce ar putea face:

Consumă o mulțime de minute de pe mobil

Ce ar putea spune:

„Ha, ha, ha.” (Râd foarte mult.)

Murphy. Foley este vorbăreț, entuziast, voios, plin de energie și sociabil, exact tipul de persoană pe care ți-o dorești la o petrecere. Însă, în mod surprinzător, extraversia include niște trăsături la care nu te-ai aștepta să fie asociate cu această dimensiune. De exemplu, deși te-ai putea aștepta ca persoanele extrovertite să fie la un nivel mai înalt decât introvertiții la capitolul prietenie și sociabilitate, majoritatea nu s-ar aștepta ca și asertivitatea să facă parte din extraversie (e mai ușor de închipuit că asertivitatea se asociază cu un grad scăzut de agreabilitate sau cu un grad scăzut de nevrotism). Dintre toate cele cinci dimensiuni, extraversia a fost cea mai studiată pentru că este ușor de identificat în interacțiunile sociale, adică acele tipuri de situații pe care psihologii preferă să le studieze.

FACTORUL ÎNȚELEGĂTORULUI DOMN ROGERS – AGREABILITATEA

Pentru un simbol al agreabilității fac apel la televiziune. Maniera blândă și grijulie a lui Fred Rogers a fost la un moment dat atât de celebră în SUA, încât atunci când niște hoți și-au dat seama că mașina pe care tocmai o furaseră era a lui, au adus-o înapoi în parcare de unde o luaseră. Rogers era un preot presbiterian care a fost gazda serialului *Mister Rogers' Neighborhood* (*Cartierul domnului Rogers*), derulat din 1968 până în 2001. Era vorba despre un program de televiziune care îi învăța pe copii lucruri de viață importante și în care domnul Rogers era extrem de dedicat promovării încrederii de sine a copiilor. Rogers le anticipa și le dis-cuta temerile cu multă sensibilitate și îi încuraja să devină cetățeni fericiți și productivi. Este un bun reprezentant pentru polul pozitiv al agreabilității deoarece este întruchiparea generozității,

Tabelul 2.4 Dimensiunea agreabilității

Simbol: Fred Rogers

Oamenii care sunt extrem de agreabili au tendința să fie:

Săritori, altruști, plini de compasiune, amabili, iertători, încrezători, plini de tact, cooperanți

Oamenii care au scoruri scăzute de agreabilitate au tendința să fie:

Cusurgii, certăreți, critici, duri, distanți, direcți

Fațete:

- *Încredere:* Cei cu scoruri mari pleacă de la ideea că majoritatea oamenilor sunt corecți, cinstiți și au intenții bune.
- *Moralitate:* Cei cu scoruri mari nu văd de ce ar trebui să se prefacă sau să manipuleze în relațiile cu ceilalți; sunt sinceri și onești.
- *Altruism:* Cei cu scoruri mari sunt de părere că a face ceva pentru alții este o formă de împlinire personală mai degrabă decât o formă de sacrificiu de sine.
- *Cooperare:* Celor cu scoruri mari le displac confruntările; pentru a se înțelege cu ceilalți sunt dispuși la compromisuri sau să își nege propriile nevoi.
- *Modestie:* Celor cu scoruri mari nu le place să pretindă că sunt mai buni decât alții.
- *Compașiune:* Cei cu scoruri mari sunt sensibili și plini de compasiune. Simt durerea celorlalți de parcă s-ar pune în locul lor și sunt ușor impresionabili.

Cei cu scoruri mari:

Unde ai putea să îi întâlnești:

Salvând pui de focă

Ce ar putea face:

Să consoleze o cunoștință

Ce ar putea spune:

„Pe bune? S-a scos din dicționar cuvântul «credul»? Nu știam.”

Sursă: Descrieri adaptate din Johnson 2007.

compasiunii, căldurii umane și a blândeții. În ciuda numelui, agreabilitatea nu se referă de fapt la persoane care caută plăceri și



situații „agreabile“. Această trăsătură are mai degrabă legătură cu căldura interpersonală. Oamenii care au un grad scăzut de agreabilitate sunt sinceri în legătură cu părerile lor și direcți, și nu le pasă dacă rănesc sentimentele celorlalți. Simon Cowell de la emisiunea *American Idol* (sau cel puțin modul în care se înfățișează în cadrul acestui program), care este renumit pentru felul lui crud în care critică lumea, este un exemplu pentru capătul negativ al acestei dimensiuni. Dacă după o săptămână de-a dreptul grea îți plângi de milă și cauți compasiune, Simon nu ar fi pe primul loc între persoanele la care să apelezi.

FACTORUL WOODY ALLEN – NEVROTISMUL

Nevrotismul este o altă trăsătură căreia i s-a pus o etichetă nefecundă. Semnificația sa este cu mult mai largă decât în utilizarea noastră a termenului în vorbirea de zi cu zi. Nevrotismul se referă la oamenii care se stresează ușor și care rămân cu greu calmi în situații tensionate. Aceștia se agită foarte mult, adesea frământându-se cu privire la viitor sau la ce s-a petrecut. Îmi place să mă gândesc la această dimensiune ca la una care reflectă cât de tulburat poate fi cineva. Simbolul persoanei cu grad mare de nevrotism este veșnic încruntatul și îngrijoratul Woody Allen. La celălalt capăt al nevrotismului se află „Fantele“ (*the Dude*) din filmul fraților Coen din 1998, *Marele Lebowski*. Într-un eseu academic, Scott F. Kiesling, lingvist de la Universitatea din Pittsburgh, remarcă faptul că atitudinea „Fantelui“ se caracterizează prin nonșalanță. Într-adevăr, acesta nu se tulbură prea ușor; în ciuda faptului că cineva se ușurează pe covorul său și că se implică în altercații cu poliția, cu gangsterii, cu nihilisții și cu tipii din industria pornografiei, „Fantele“ rămâne netulburat.

Tabelul 2.5 Dimensiunea nevrotismului

Simbol: Woody Allen

Oamenii care sunt extrem de nevrotici au tendința să fie:

Anxioși, ușor de tulburat sau de supărat, îngrijorați, cu toane

Oamenii care au scoruri scăzute de nevrotism au tendința să fie:

Calmi, relaxați, capabili să se descurce în situații de stres, stabili emoțional

Fațete:

- *Anxietatea:* Cei cu scoruri mari se simt adesea de parcă ceva periculos e pe cale să se întâmple; au tendința să se simtă tensionați, ca pe ace, mai neliniștiți decât ceilalți.
- *Furia:* Cei cu scoruri mari au tendința să se simtă mânioși; sunt iritabili dacă nu sunt tratați corect și trăiesc resentimente și amărăciune când au impresia că au fost înșelați.
- *Depresia:* Cei cu scoruri mari au tendința să se simtă triști, disperați și descurajați; le lipsește energia și au probleme în a iniția activități.
- *Timiditatea:* Cei cu scoruri mari sunt sensibili la ceea ce cred alții despre ei; sunt stânjeniți ușor și adesea se simt rușinați.
- *Nestăpânirea:* Celor cu scoruri mari le este greu să reziste dorințelor și impulsurilor puternice și au tendința să se orienteze către plăcerile și recompensele pe termen scurt mai degrabă decât spre beneficiile pe termen lung.
- *Vulnerabilitatea:* Cei cu scoruri mari încearcă sentimente de panică, confuzie și neajutorare când sunt supuși presiunilor sau stresului.

Cei cu scoruri mari:

Unde ai putea să îi întâlnești:

Treji, zvârcolindu-se noaptea în pat înaintea unei întruniri importante

Ce ar putea face:

Să se tot gândească la ceea ce a vrut să spună prietenul lor cu cine știe ce remarcă

Ce ar putea spune:

„De ce mă critici mereu?... Ba da, așa faci.”

Sursă: Descrieri adaptate din Johnson 2007.



Pentru a vedea cum sunt oamenii și pentru a face diferența între ei este esențial să înțelegem cele cinci mari dimensiuni ale personalității (the Big Five) — în calitate de cotrobăitor vă sfătuiesc să păstrați acest instrument cât mai la îndemână. Însă cele cinci mari dimensiuni nu ajung pentru a spune toată povestea. Pentru a dobândi o înțelegere mai profundă a unui individ, trebuie să treci dincolo de nivelul trăsăturilor, pentru a descoperi elementele de personalitate mai bine înrădăcinate — ținuturile și nevoile, speranțele și visurile, dar și percepțiile despre noi înșine ca parte a poveștii noastre personale care a început cu mult timp în urmă. În următorul capitol voi explora aceste aspecte mai bogate ale personalității.

Capitolul 3

Când cineva îți devine familiar

Cițiți cartea asta într-un loc public? Dacă lucrurile stau așa, trageți cu ochiul peste copertă și uitați-vă la un străin. Prin definiție, nu știți prea multe despre acea persoană. Însă unii știu. Pentru cineva, acesta este un tată iubit, un soț iubitor, un prieten devotat. Ce înseamnă să cunoști pe cineva? Ce trebuie să se întâmple ca să devii din străin prieten?

Pe vremuri, colegul meu Jack mi-era străin. Dacă îl întâlnești, vi se va părea amabil și grijuliu. Și probabil că vi se va părea și generos; când i-am fost prezentat prima oară, m-a invitat să iau prânzul cu el ca să îi povestesc despre ultimele mele proiecte de cercetare. În curând aveam să descopăr că este vorbăreț și inteligent. După alte câteva prânzuri, am aflat câte ceva despre ambițiile sale academice și despre cum se simțea în calitate de părinte și profesor. Cu toate acestea, pe măsură ce îmi petreceam mai mult timp cu Jack, am început să observ că toate poveștile lui păreau similare, deși descriau evenimente diferite. Apoi, într-o bună zi, mi-a picat fisa de ce. Indiferent dacă îmi povestea despre o prezentare în cadrul unei conferințe academice, despre o ceartă cu vecinii sau despre cum își reparase mașina cu o săptămână în urmă, povestirea era întotdeauna o variațiune pe același fir narativ: *în ciuda tuturor piedicilor din calea mea și a așteptărilor celorlalți că nu voi reuși, am perseverat și am reușit și le-am arătat tuturor că*



am avut dreptate de la bun început. Această temă recurentă era în concordanță cu modul în care Jack privea lumea din jurul său și cu modul în care își vedea propriul loc în acea lume. Iar această părere despre sine era o parte importantă a personalității sale. După ce mi-am dat seama care era tema lui predilectă, am simțit că îl cunosc mai bine pe Jack. Ajunsesem la un nivel mai profund.

Pentru a cunoaște o persoană, trebuie să găsești moduri de a trece de la un nivel la altul, și nu doar să călătorești la același nivel. Psihologul care cunoaște cele mai multe despre diferitele niveluri de personalitate este unul dintre eroii mei la nivel academic, Dan McAdams, un profesor excepțional de inventiv de la Universitatea Northwestern, Facultatea de Științele Educației și Politică Socială și autor al influentei cărți *The Stories We Live By: Personal Myths and the Making of the Self (Poveștile după care trăim: miturile personale și construirea sinelui)*.

Mi-a făcut plăcere să dau peste McAdams recent, la o conferință, pentru că speram să îl întreb ceva. De îndată ce mi s-a părut că e oportun, i-am pus întrebarea: „Chiar există Lynn?” Un zâmbet plin de înțeles i s-a materializat pe față. Se pare că lumea îi tot pune această întrebare, pentru că și-a dat imediat seama despre ce vorbeam.

PERSONALITATEA, ANALIZATĂ PE TERMEN LUNG

Unul dintre lucrurile pe care le-am admirat mereu la McAdams este refuzul acestuia de a se da în lături de la tipul de chestiuni profunde care fac viața complicată. Lui McAdams îi place să se joace în chestii dificile. Explorările sale pe căi mai puțin bătute au avut drept rezultat unele dintre cele mai interesante descoperiri din cadrul cercetării contemporane asupra personalității. Scopul său este acela de a înțelege oamenii, cu toată bogăția lor, dintr-o

perspectivă științifică sistematică. Studiază personalitatea „pe termen lung“, ceea ce înseamnă că este interesat să învețe nu numai cum sunt oamenii acum, ci și cum au ajuns să fie mai degrabă într-un fel decât în altul și, până la urmă, ce rol joacă trecutul și prezentul pentru viitorul lor.

În cadrul unui articol foarte apreciat, McAdams explorează o problemă centrală pentru psihologii care se ocupă cu studiul personalității: Ce înseamnă să cunoști pe cineva cu adevărat? Acesta începe prin a invita cititorul să și-l imagineze atât pe el, cât și pe soția sa, întorcându-se cu mașina de la o petrecere. Nu trece multă vreme până când conversația lor se mută către ceilalți musafiri. Unul dintre ei, o autoare de articole și cărți de călătorie, ieșea în evidență mai bine decât ceilalți. La început, aceasta l-a intimidat pe McAdams: „Am simțit că nu pot ține pasul cu ritmul alert al povestirii ei, căci trecea repede de la o poveste exotică la alta. Unde mai pui că era și o femeie extrem de atrăgătoare, cam la vreo patruzeci de ani, cu păr negru bogat, ochii negri, o față aparent fără cusur și îmbrăcămintea strălucitoare și plină de gust în același timp“. Aceasta era Lynn.

Pe parcursul serii, McAdams împreună cu soția sa s-au pomenit că se apropie de Lynn pe măsură ce aceasta dezvăluia mai multe despre viața și povestea sa, despre valorile și sentimentele sale; amândoi și-au dat seama că doreau să o cunoască mai bine pe Lynn. A fost momentul în care McAdams a pus întrebarea sa fundamentală. Ce ar trebui de fapt să știe pentru ca Lynn să le devină familiară?

Aceasta este o întrebare esențială, pentru că, deși cu toții ne putem aminti de oameni pe care îi cunoaștem bine și de alții pe care îi cunoaștem superficial, atunci când suntem obligați să formulăm ce anume face diferența între cele două grupuri de persoane, ne vine greu să răspundem. Dincolo de date diverse (de genul: are o colecție mare de fluturi) și de detalii istorice (a făcut școala în Guyana), e greu să pui degetul pe ceea ce știi în plus despre cercul tău de prieteni apropiați în comparație cu cercul mai



larg al cunoștințelor. Ce știm, în termeni concreți, după o mie de zile de când cunoaștem o persoană și nu am știut în prima zi?

McAdams oferă un răspuns bun la această întrebare. Potrivit acestuia, să ajungi să cunoști o persoană înseamnă să treci prin trei nivele diferite de intimitate. Când a cunoscut-o prima oară pe Lynn, putea s-o descrie în termeni mai generali. Părea dominantă social, extravertită, amuzantă, pasională, cu toane, ușor anxioasă, inteligentă și dispusă către introspecție. Acești factori descriptivi, aceste *trăsături*, constituie primul nivel de cunoaștere al unei persoane. Cele cinci mari dimensiuni ale personalității — deschiderea, conștiinciozitatea, extraversia, agreabilitatea și nevrotismul — îi descriu pe oameni la nivel de trăsături.

Trăsăturile se plasează pe primul loc în cadrul schemei lui McAdams deoarece oferă o „primă lectură” eficientă despre cineva. Atunci când ne descriem pe noi sau îi descriem pe alții, trăsăturile sunt cuvintele către care ne îndreptăm mai întâi. Acestea se regăsesc adesea la începutul oricărui anunț matrimonial. „Amabil, plin de viață, tolerant, cinstit și hotărât.” „Sunt amuzant, deștept, sexy și deschis.” „Sunt cinstit, direct, puțin imoral, cam obraznic și niciodată plictisitor.”

Gândiți-vă la cuvintele pe care le-ați putea folosi pentru a descrie o persoană pe care abia ați cunoscut-o. Aveți toate șansele ca în descrierea dumneavoastră să folosiți o mulțime de „trăsături” — termeni precum *curios, prietenos, extrovertit, anxios și plin de toane* apar cu ușurință în limbajul personalității. Un studiu a arătat că cele mai comune cuvinte pe care le folosesc oamenii pentru a se descrie pe sine și pe alții sunt *prietenos, lenș, săritor, calm, cinstit, fericit, plin de toane, egoist și timid*. Cuvintele de la sfârșitul listei — adică cel mai rar folosite — includ trăsăturile următoare: *agitat, dramatic, reticent și ipocrit*. (Pentru a nu fi discriminatori, să mai spunem că și cu referire la alte specii de animale, ne folosim cam de aceiași termeni legați de trăsături. Într-unul din studiile mele despre „personalitatea câinelui”, au reapărut unele dintre aceste trăsături, deși au existat, bineînțeles,

diferențe importante. Echivalentul celor mai folosiți zece descriptori canini sunt: *prietenos, jucăuș, loial, drăguț, zgomotos, iubitor, plin de energie, protector, plin de afecțiune și rău mirositor*. Alte elemente mai rare din domeniul câinilor includ: *zbârcit, vivace, delicat, mișos, fâșneț și îndărătnic*.)

Termenii pentru trăsături fac parte din limbajul cotidian. Un studiu clasic și-a propus să afle exact cât de obișnuiți sunt de fapt. În 1936, eminenta personalitate de la Harvard, psihologul Gordon Allport, împreună cu nefericitul său asistent, Henry Odbert, au publicat o monografie care a devenit celebră nu numai pentru ce au descoperit autorii, dar și pentru ceea ce au făcut. Trebuie că Allport și Odbert cam duceau lipsă de distracții pentru că și-au fixat o sarcină gargantuescă: să treacă prin fiecare intrare din dicționarul Webster și să noteze fiecare exemplu de cuvânt ce poate fi folosit pentru a descrie personalitatea cuiva. Au găsit 17 953 de astfel de cuvinte — care variau de la termeni obișnuiți precum *timid, prietenos, calm, liniștit și înțelept* până la descriptori mai obscuri cum ar fi: *dubitativ, parazitar, convulsiv și sfielnic*. Totuși, mulți dintre acești termeni de descriere nu erau trăsături; erau termeni de evaluare, cum ar fi *nesemnificativ* și *valoros*, sau termeni de descriere a unor stări mentale sau toane temporare, cum ar fi *afazic* și *exaltat*, sau ai unor calități fizice care se pot asocia uneori cu personalitatea, cum ar fi *rotofei* și *roșcovan*. Prin urmare, Allport și Odbert au redus termenii pe care i-au considerat insuficient de relevanți sau prea puțin legați de trăsături și au ajuns la doar 4 500 de termeni care să descrie trăsăturile personalității. Această întreprindere mamut a dovedit că avem la dispoziție un vocabular extrem de bogat pentru a descrie comportamente recurente și a demonstrat, implicit, că trăsăturile sunt un element de bază pentru a descrie cum sunt oamenii.

Însă, după cum observă McAdams, trăsăturile nu ne duc prea departe către scopul nostru de a cunoaște mai bine o persoană. Ne duc numai până la stadiul de cunoștință. E de ajuns să știm trăsăturile celorlalți pentru a lua decizii importante? Ai fi gata să îți



alegi un soț sau o soție numai pe baza unei descrieri a trăsăturilor sale? Pentru McAdams, aceasta n-ar fi de ajuns. Luând lucrurile puțin în zeflema, el a afirmat că trăsăturile oferă o „psihologie a străinului“. Acestea desenează un portret mult prea general, fără să prindă detalii mai fine. Există multe modalități de a fi extrovertit sau nervos, sau amuzant, sau teatral, sau cu toane. Ce ne spun trăsăturile despre valorile sau convingerile politice ale lui Lynn sau despre idealurile și rolurile ei? Vrem să aflăm mai multe. Ce vrea să realizeze în următorii cinci ani? Care sunt regretele ei? Ce o face să i se înmoaie picioarele? Răpunsurile la astfel de întrebări ne oferă tipul de detalii pe care ar trebui să le știm dacă vrem ca Lynn să ne devină familiară. Așa că pentru a înțelege modul unic în care Lynn își exprimă extraversia (și celelalte trăsături ale sale), trebuie să mai urcăm un nivel în ierarhia lui McAdams și să ajungem la nivelul doi: „interese personale“.

Interesele personale oferă detaliile contextuale care nu sunt surprinse prin trăsături. Acestea includ rolurile — Lynn este soție, mamă și scriitoare. Includ și idealurile — Lynn vrea să citească mai multă literatură contemporană, să câștige un premiu ca scriitoare, să facă un efort mai mare pentru a exprima ce gândește, și vrea să meargă la Veneția. De asemenea, includ aptitudinile — Lynn poate să facă escaladă; spune povești frumoase și scrie bine. Acestea ar mai putea include și valorile, cum ar fi dorința unei vieți fără griji sau a unei vieți aventuroase, dorința de a trăi într-o lume pașnică, o lume a frumuseții, ambiției, curajului, siguranței familiei, iertării, imaginației, armoniei interioare, intelectului, iubirii, siguranței naționale, salvării, respectului de sine, recunoașterii sociale, prieteniei adevărate și înțelepciunii.

Acesta este genul de detalii după care se dau în vânt cei ce cotrobăie atunci când vor să cunoască mai bine pe cineva. Totuși, contrar așteptărilor, faptul că ajungi să cunoști mai bine pe cineva nu te va apropia neapărat de acea persoană. Dacă citești o biografie a lui Winston Churchill s-ar putea să afli mai multe detalii despre personalitatea acestuia la toate cele trei niveluri desemnate

de McAdams, însă nu îți va construi o relație cu marele lider. Acestea fiind spuse, faptul că afli mai multe despre o persoană sporește gradul de familiaritate. De aceea cercetările în domeniul relațiilor, amoroase sau de alt fel, ne pot ajuta să înțelegem fenomenul apropierii de cineva, al familiarizării.

Arthur Aron, psiholog de la Universitatea de Stat din New York, Stony Brook, era interesat de modul în care oamenii își clădesc relațiile amoroase și a inventat un mod ingenios prin care lua femei și bărbați care nu se cunoscuseră până atunci și îi făcea să se simtă mai familiari unul față de altul. Ținând cont că avea la dispoziție doar câte o oră pentru a crea niveluri de intimitate care iau de obicei săptămâni, luni și chiar ani, acesta a accelerat procesul de familiarizare prin intermediul unui set de treizeci și șase de întrebări croite de așa natură încât să îi ducă pe participanți rapid de la primul la cel de-al doilea nivel în cadrul sistemului lui McAdams. Întrebările fac parte dintr-un joc de „împărtășire“ lung de o oră, în care fiecare membru al unei perechi citește o întrebare cu voce tare și apoi amândoi răspund înainte să treacă la următoarea.

Mai jos sunt câteva exemple din întrebările din cadrul „Jocului de împărtășire“ al lui Aron. Încercați să răspundeți la ele în gând și apoi gândiți-vă la ce dezvăluie acestea despre dumneavoastră. Veți vedea cum faptul că aflați aceste răspunsuri vă face să credeți că știți pe cineva și că sunteți familiar cu acea persoană.

- Dacă e să alegeți pe oricine pe lumea asta, pe cine v-ați dori să aveți musafir la cină?
- Înainte de a suna la cineva, repetați vreodată ce îi veți spune? De ce?
- Cum ar fi ziua „perfectă“ pentru dumneavoastră?
- Când a fost ultima oară când ați cântat pentru dumneavoastră? Dar pentru altcineva?



- Dacă ați putea trăi până la 90 de ani și v-ați putea păstra fie mintea, fie corpul unei persoane de 30 de ani pentru ultimii 60 de ani ai vieții, ce ați alege?
- Aveți vreo idee anume despre modul în care veți muri?
- Dacă ați putea schimba orice din modul în care ați fost crescut, care ar fi acel lucru?
- Dacă mâine ați putea dobândi deodată orice calitate sau aptitudine, care ar fi aceea?
- Aveți ceva la care ați visat de multă vreme? De ce nu ați realizat acel lucru?
- Care este amintirea pe care o prețuiți cel mai mult?
- Dacă ați ști că într-un an veți muri subit, v-ați schimba ceva din modul de viață? De ce?
- Ce roluri joacă dragostea și afecțiunea în viața dumneavoastră?
- Împărtășiți cu ceilalți un moment rușinos din viața dumneavoastră.
- Când ați plâns ultima dată în fața cuiva? Dar de unul singur?
- Ce lucru, dacă există așa ceva, e atât de serios încât să nu puteți să glumiți despre el?

În decurs de doar o oră, subiecții lui Aron au aflat unul despre altul lucruri care nu ar fi ieșit la iveală de obicei într-o întâlnire față-n-față cu un străin. Unele dintre aceste întrebări privesc valorile și idealurile. Altele sunt menite să doboare bariere pe care le construim în relațiile formale sau superficiale. De exemplu, dacă recunoaștem în fața altora că repetăm ceea ce avem de gând să spunem înainte de a da un telefon cuiva, i-am lăsat de fapt pe alții să arunce o privire în spatele măștii noastre publice; acum suntem liberi să vorbim despre alte lucruri mai personale. Acestea pot părea a fi subiecte greu de împărtășit cu un străin, însă Aron spune că a întâmpinat foarte puține reacții negative din partea participanților; aproape toată lumea se bucură de experiență și

găsește că e semnificativă. Singura excepție a fost un studiu pe care l-a făcut cu ofițeri de poliție pentru care întrebările despre moarte au fost prea intense (așa că s-au formulat întrebări noi). Richard Slatcher, un cercetător în domeniul relațiilor interpersonale de la UCLA (Universitatea California, Los Angeles), care a folosit această procedură, este de părere că oamenii se descurcă destul de ușor cu întrebările personale deoarece acestea depășesc încetul cu încetul nivelele lor de dezvăluiri, dând de fapt oamenilor (deși prea repede) posibilitatea de a se obișnui cu ideea de a-și împărtăși cele mai profunde și uneori cele mai întunecate secrete.

Cum știm că familiarizarea vine chiar din conținutul întrebărilor, și nu doar din camaraderia ce se leagă între cei ce pălăvrăgesc unul cu celălalt? Pentru a descâlci acest mister, Aron a mai creat un chestionar de conversație care include întrebări precum cele de mai jos:

- Când a fost ultima dată când ați mers pe jos mai mult de o oră? Descrieți unde ați mers și ce ați văzut.
- Descrieți ultima vizită la grădina zoologică.
- Spuneți numele și vârstele membrilor familiei dumneavoastră, inclusiv ale bunicilor, unchilor și mătușilor, și locul unde s-au născut (în măsura în care cunoașteți aceste informații).
- Unul dintre dumneavoastră să spună un cuvânt, iar celălalt să spună un alt cuvânt care să înceapă cu ultima literă a cuvântului tocmai rostit. Faceți asta până ajungeți la cincizeci de cuvinte. Nu are importanță ce fel de cuvinte sunt pentru că nu alcătuiți o propoziție.
- De unde sunteți? Numiți locurile unde ați trăit.
- Preferați ceasurile digitale sau pe cele clasice? De ce?
- Care sunt avantajele și dezavantajele brazilor artificiali?

Of! Ceasuri digitale și brazi artificiali?! Sesiunea aceasta va fi o mare plictiseală! Slatcher de la UCLA raportează diferențe uriașe



în reacțiile grupurilor care folosesc întrebările din setul de „familiarizare“, respectiv din setul de „conversație formală“. De fapt, participanții din cadrul discuțiilor de familiarizare nu au mai vrut să se despartă după aceea; mulți au fost văzuți schimbând numere de telefon, astfel încât să țină legătura. Pe de altă parte, Slatcher i-a descris pe participanții care ieșeau de la sesiunea de „conversație formală“ că arătau de parcă ar fi ieșit dintr-o ședință obositoare; el nu a observat niciun indiciu din care să reiasă că aceștia ar fi avut vreun interes să păstreze legătura unul cu celălalt.

Procedura lui Aron funcționase bine în laborator. Dar se pot folosi oare aceste întrebări pentru a putea cunoaște mai bine pe cineva în viața de zi cu zi? Aron e de părere că da, însă există o obiecție: nu trebuie să te avânți prea devreme. Procedura se bazează pe o cercetare îndelungată care arată că cea mai bună metodă de a construi o relație de prietenie este să parcurgi treptat etapele în care faci dezvăluiri despre tine, trecând de fapt prin nivelurile lui McAdams. Așa că ar trebui să începeți cu întrebările relativ inofensive, de genul: „Pe cine ați invita să ia cina cu dumneavoastră dacă ați avea de ales?“ și nu vă grăbiți să ajungeți la cele mai intense, cum ar fi: „Dacă ați ști că veți muri într-un an, ce ați schimba din modul în care trăiți acum?“ Când o conversație devine plictisitoare sau superficială, Aron însuși folosește întrebările din testul său pentru a stârni discuții interesante și pentru a crea relații de prietenie.

Firește că majoritatea dintre noi și-ar fi găsit propriile strategii conversaționale chiar și fără chestionarul inteligent al lui Aron pentru a trece de primul nivel, acela de simplă cunoștință din cadrul ierarhiei lui McAdams. Însă cum realizăm asta? Cum ne comunicăm gândurile, preferințele, sentimentele și valorile? Și cum ne influențează reciproc lucrurile despre care vorbim? Împreună cu colaboratorul meu Jason Rentfrow am hotărât să aflăm mai multe despre aceste conversații de familiarizare. Am fost interesați îndeosebi de subiectele care apar în conversație,

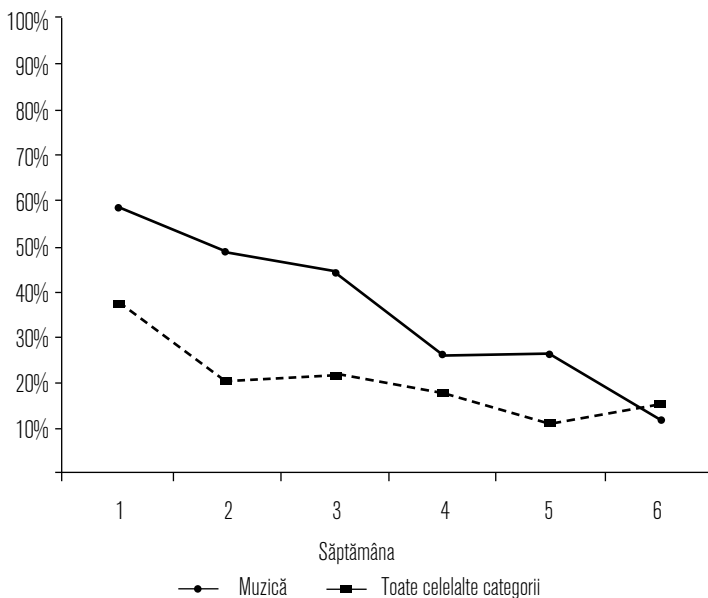
pentru că asta ne-ar da un indiciu referitor la modalitatea prin care oamenii cred că ar putea obține informații utile despre alții. Am formulat un studiu pe o perioadă de șase săptămâni pentru a urmări conversațiile ce aveau loc între străini, toți tineri, pe măsură ce ajungeau să se cunoască unul pe celălalt. În loc să îi lăsăm pe subiecții noștri să aibă interacțiuni față-n-față, am aranjat de așa natură încât să comunice prin intermediul unui sistem de mesaje online. Acest aranjament excludea toate informațiile evidente într-o întâlnire pe viu (cum arată celălalt, cu ce prieteni se însoțește) și ne-a permis să monitorizăm exact ceea ce s-a spus.

În toamna anului 2002, am înscris în cadrul studiului nostru șaiszeci de tineri și tinere. Nu i-am îngădit pe participanții noștri în niciun fel; le-am spus doar să vorbească despre orice credeau că le va permite să devină mai familiari. În următoarele șase săptămâni, pe măsură ce străinii făceau primii pași pe calea prieteniei, am înregistrat și codificat orice schimb verbal ce a avut loc între ei.

Știm din cercetările anterioare că e de așteptat ca subiecții noștri să discute preferințele în materie de cărți, îmbrăcăminte, filme, sporturi, muzică și emisiuni de la televizor. Am întreprins acest studiu în timpul sezonului de fotbal american de la Universitatea din Texas, unde studenții iau acest sport în serios, așa că am adăugat o categorie specială — aceea a „fotbalului“. În cele din urmă, am identificat și codificat șapte subiecte: cărți, îmbrăcăminte, filme, muzică, emisiuni de la televizor, fotbal american și alte sporturi. Am folosit un program pe calculator pentru a măsura cât de frecvent apăreau acest subiecte în conversație.

Rezultatele sunt uluitoare. După cum se poate vedea din figura 3.1, muzica a fost de departe cel mai frecvent subiect de conversație. În timpul primei săptămâni, 58% din participanți au vorbit despre muzică; 41%, despre filme, 41%, despre fotbal etc. Pe măsură ce treceau săptămânile, oamenii au început să se mute dincolo de categoriile trasate, însă muzica a continuat să fie unul

Fig. 3.1 Proporția studenților care vorbeau despre muzică în comparație cu alte subiecte în cadrul conversațiilor online de familiarizare în șase săptămâni



dintre cele mai discutate subiecte. Doar o singură dată în cele șase săptămâni muzica nu a fost cel mai discutat subiect. Valoarea informativă a aflării gusturilor muzicale ale celuilalt este clară: atunci când oamenii au fost liberi să discute orice considerau relevant pentru sarcina de a se cunoaște mai bine, majoritatea au ales să vorbească despre muzică.

Bineînțeles că nu toate grupurile folosesc preferințele muzicale drept formă rapidă de comunicare; muzica este relevantă în special în cazul tinerilor care se luptă să se descopere și să se definească. Pentru ei, muzica este un limbaj extrem de folositor — poate exprima multe mesaje diferite (sunt rebel, supărat, conservator, întristat ori sănătos sau orice altă combinație), nu există constrângeri externe care să hotărască ce poate să îți placă

(înălțimea, de pildă, nu te împiedică să asculți jazz) și este un limbaj înțeles de toți oamenii cu care încerci să comunici. Alteori sau în alte grupuri, un alt mijloc de comunicare poate avea întâietate: părinții copiilor foarte mici își pot comunica valorile și identitățile în discuții despre locuri de joacă și medici pediatri, despre locurile unde intenționează să își trimită fiicele la școală sau despre ce filme îi lasă pe fiii lor să vizioneze. Și acolo, din nou, limbajul va fi în general înțeles de către toți membrii grupului. Însă nici chiar acest mijloc de comunicare nu poate oferi flexibilitatea preferințelor muzicale.

Proiectele de cercetare științifică de genul studiului nostru despre „familiarizare“ trebuie sprijinite cu dovezi din lumea reală și enervant de imprevizibilă. În societățile moderne occidentale, aceste dovezi se găsesc cel mai bine pe site-urile de socializare de pe internet, cum ar fi cele de întâlniri amoroase. Aici, oricine caută o relație platonice sau una intimă are la dispoziție mii de profiluri de utilizatori, pentru a-și găsi o posibilă pereche; având această informație, sufletele singure trebuie să se hotărască dacă să treacă la următoarea etapă a intimității online. Firmele care se ocupă cu matrimoniale duc o concurență acerbă pentru a-și atrage clienții, astfel încât profilele de utilizatori prezintă categoriile despre care se crede că sunt bogate în informație personală. Când am vizitat cele mai populare zece site-uri matrimoniale americane (exclusiv din motive de cercetare, bineînțeles), am aflat că 90% își întrebau utilizatorii ce preferințe muzicale au. Ceea ce se potrivea întru totul cu cercetările noastre referitoare la cotrobăială, care au arătat că muzica bate de departe cărțile, hainele, mâncarea, filmele și emisiunile de televiziune când e vorba să îi ajute pe oameni să se cunoască mai bine unul pe altul. Și vom vedea în capitolul 7 ce se poate învăța din gusturile muzicale diferite.

IDENTITATEA

Odată ce ai săpat printre trăsăturile și interesele personale ale primelor două niveluri din sistemul lui McAdams, dai peste piatra de temelie a personalității — identitatea. McAdams descrie cel de-al treilea nivel, identitatea, ca fiind „o poveste interioară a eului care integrează trecutul reconstruit, prezentul perceput și viitorul anticipat pentru a oferi o viață cu unitate, scop și sens“. Astfel, identitatea aduce coerență diferitelor elemente din viața noastră; este liantul care unește experiențele trecutului, prezentului și viitorului nostru într-o singură povestire. Nu m-ar surprinde câtuși de puțin dacă Jack, colegul meu, cel care mergea totdeauna împotriva sorțurilor de izbândă pentru a le demonstra celorlalți contrariul, păstra o amintire dintr-o experiență timpurie, cum ar fi aceea în care fusese ridiculizat de un părinte care îl criticase și nu îi oferise sprijinul. Se prea poate că acest lucru a dus la o impulsivitate a poveștii sale și a atitudinii perseverente din adolescență și de la începutul carierei. Acum, acest scenariu în care se luptă cu cei care nu cred în el îi impulsionează și îi ghidează comportamentele viitoare. Și poate funcționa și în sensuri bune, motivându-l, poate, să vrea să se impună în fața tuturor, scriind o carte și compensând comportamentul dur pe care îl suportase din partea părinților săi prin construirea unor relații apropiate cu copiii și nepoții săi. Aceste tipuri de evenimente sunt ceea ce psihologul Jefferson Singer, de la Connecticut College, le numește „amintiri definitorii“, deoarece acestea explică mai bine cine ești ca individ.

Identitățile noastre au multe părți și este uimitor cât de ușor putem integra fragmentele noi în percepția coerentă a propriului eu. Îmi vine în minte o secvență de acum câțiva ani, când mergeam cu mașina la serviciu și abia luasem hotărârea să scriu această carte. Ascultam un interviu radiofonic cu Tom Clancy, autor de

romane de spionaj. Își începuse discursul cu: „Noi, scriitorii...” continuând apoi să explice care sunt provocările și plăcerile vieții de scriitor. Fără să îmi dau seama, m-am trezit că încuviințam din cap în cunoștință de cauză, spunându-mi: „Da, chiar ne confruntăm cu acele provocări, nu-i așa?” La acel moment nu scrisesem încă niciun rând de text și, cu toate acestea, începusem să îmi integrez rolul de „scriitor” în propria identitate. Era un comportament scandalos și eram recunosător că nu se afla nimeni prin preajmă ca să fie martor.

Elemente din identitatea noastră pot străluci sau păli în importanță în funcție de circumstanțe; eu sunt englez, însă asta nu a fost niciodată o componentă centrală a modului în care mă priveam până când nu m-am mutat în Statele Unite, unde faptul că eram britanic a devenit mult mai relevant. Accentul meu sare mult mai mult în ochi în Austin decât la Londra și, în ochii celorlalți, (și prin urmare și în ochii mei) am devenit foarte curând ambasadorul tuturor lucrurilor britanice. Modul în care te definești este influențat în mare măsură de contextul în care trăiești. De exemplu, când locuiam în Anglia, nu mă consideram european deoarece acest termen făcea referire în special la europenii de pe continent, de dincolo de Canalul Mânecii. Însă de aici, acea limbă minusculă argintie de apă care ne desparte de francezi pare irelevantă; am fost integrat în Europa chiar și în mintea mea.

Identitatea este puternic înrădăcinată în noi toți, însă — excepție făcând rolul momentan de scriitor — nu este de obicei explicit articulată. Rareori se găsește cineva capabil să își descrie propria identitate la comandă. Trebuie să și-o schițeze. Ca parte a programului său de cercetare, McAdams a elaborat un interviu anume croit să expună elementele de identitate. Atâta vreme cât faptul că afli detalii intime despre cineva te apropie de acea persoană — poate mai mult decât îți doreai — după cum am văzut în studiul lui Arthur Aron, interviul este însoțit de un întreg set de avertizări. McAdams îi îndeamnă atât pe cel care efectuează



interviul, cât și pe interlocutorul acestuia să se gândească bine dacă relația lor este gata de o creștere în intensitate.

Bazat pe ideea că identitățile implică povestiri în desfășurare, și nu instantanee ale unor momente izolate, interviul lui McAdams începe prin a-ți cere să îți împarți viața în capitole. Oamenii au reacții diferite atunci când fac asta — unii folosesc etape cronologice, cum ar fi școala generală, liceul, facultatea, locul de muncă; alții folosesc evenimente critice, cum ar fi divorțul părinților, accidentul, primul lor sărut; alții folosesc sisteme tematice, cum ar fi munca, educația, viața amoroasă, distracția. Interviul se continuă cu experiențele foarte bune și foarte rele pe care le-ați avut, plus eroii dumneavoastră și momentele de răscurce pe care le-ați trăit.

După cum vă așteptați, interviul lui McAdams a avut drept rezultat o recoltă extrem de bogată de informații de ordin personal și în mod obișnuit chiar și acele persoane care sunt de părere că știu îndeajuns de multe detalii despre tine vor afla mai multe după o astfel de întâlnire intimă. Însă din punctul de vedere al cercetătorului, provocarea constă în adunarea acestor informații pentru a alcătui o imagine coerentă a persoanei respective. Spre deosebire de informațiile legate de trăsături, care se pot strânge în câteva minute și se pot compara imediat, diferențele dintre aceste imagini sunt mai greu de cuantificat. Cu toate acestea, identitatea se află în centrul a ceea ce suntem, așa că dacă vrei să cunoști bine pe cineva înseamnă să îi localizezi acest centru.

Majoritatea dintre noi nu avem acces la metoda formală a lui McAdams de a extrage informația. Însă, din fericire, cotrobăiala este o scurtătură bună către această componentă de bază a personalității, deoarece multe dintre chestiile care ni se întâmplă zilnic oferă indicii despre identitatea noastră. Un prilej bun pentru a afla astfel de indicii sunt fotografiile pe care oamenii aleg să le expună. Ultima dată când am fost la New York, am fost în vizită la John, un bun prieten de-al meu, care lucrează la NYU (Universitatea din New York). Acesta este, prin excelență, tipul

intelectualului universitar — foarte citit, extrem de cultivat, filosof și sofisticat — și, de multă vreme, activ pe scena politică. Cred că acestea sunt trăsăturile autentice ale personalității sale și componentele centrale ale identității sale. În timp ce așteptam ca John să termine o convorbire telefonică, ochii mi-au alunecat pe o fotografie veche dintr-un ziar de facultate pe care o înrămasese și pe care o pusese deasupra unui dulap pentru dosare. În fotografie se vedea un protest studențesc și în fruntea marșului se afla John, pe vremea aceea student activist. Lângă aceasta se aflau două postere — unul care făcea reclamă la o piesă inspirată de operele lui Kafka și o stampă care comemora o expoziție a lui Salvador Dali. Pe lângă faptul că îi plăcea cum arătau aceste imagini, ele rezonau cu simțul pe care John îl avea față de propria persoană, având o funcție simbolică ce îi reamintea de interesele sale și de calitatea sa de persoană cultivată (mai apoi aveam să aflu că acea stampă îi aducea aminte și de vizita pe care o făcuse în copilărie împreună cu bunicul său la Muzeul Dali din St. Petersburg, Florida). Mai târziu, am avut șansa de a sta în apartamentul lui John de la Budapesta. Pe raftul de cărți se afla o poză înrămată, cu John copil cufundat într-un joc de șah cu tatăl său, profesor de filosofie. Nu era o poză cu John care să joace fotbal american (ceea ce făcuse la viața lui) sau în vreo aventură cu prietenii de liceu sau bând bere într-o cabană de schi din Utah. Mi s-a părut că fotografia care reușise să își croiască drum tocmai până pe raftul de cărți al lui John îl ajuta pe acesta să se pună în legătură cu înclinațiile sale intelectuale și că acest element al personalității sale reflecta puternica sa legătură cu tatăl său.

McAdams face o remarcă importantă despre identitate: este o poveste pe care o spui despre tine pentru a înțelege mai bine ceea ce s-a întâmplat în trecut și ce fel de persoană ești acum. Din acest punct de vedere, nu e neapărată nevoie ca povestea să fie adevărată. Eu, unul, mă consider o persoană aventuroasă din punct de vedere cultural (cu alte cuvinte, cu un scor mare în ceea ce privește deschiderea). Se întâmplă să cred că e și adevărat — adică, prin

comparație cu ceilalți, sunt relativ deschis când vine vorba să încerc ceva nou din meniu, să încerc activități noi, să vizitez locuri noi și așa mai departe. Însă, din punctul de vedere al lui McAdams, când vorbim despre identitate, dacă ceea ce credem noi despre noi înșine este sau nu adevărat este destul de irelevant.

De aceea, McAdams invocă în chip strălucit conceptul de „mit“ când vine vorba de povești pe care ni le spunem despre noi înșine — cum ar fi miturile străvechi, care sunt povestiri coerente care pot fi sau nu adevărate. Prin urmare, cum pot să îmi dau seama dacă a fi deschis e o parte a identității mele (indiferent dacă e sau nu adevărat)? O modalitate ar fi aceea de a vedea cum reacționez când îmi este provocată această trăsătură. Dacă cineva mă acuză că sunt îngust la minte, e de văzut cum sar în acțiune pentru a-mi proteja identitatea. „O da, aveți impresia că sunt îngust la minte, nu? ... Scuzați-mă un moment ... Chelner, m-am răzgândit în legătură cu spaghețele bolognese. Vreau pui de baltă cu sos de usturoi.“ Reacția mea ar arăta că a fi deschis e esențial pentru cum mă văd — așa cum colegul meu Jack se vede blocat într-o luptă continuă cu niște opresori imaginari. Modul în care îmi privesc această trăsătură a deschiderii este diferit de modul în care îmi privesc celelalte trăsături. Dacă mă acuzi că sunt prea vorbăreț, prea tăcut, prea dezordonat sau prea ordonat, ar fi totuna pentru că acele trăsături nu sunt atât de puternic legate de modul în care mă privesc.

O sursă interesantă de indicii referitoare la identitate sunt semnăturile de la sfârșitul mesajelor de e-mail, în care lumea scrie fraze care au legătură cu o anumită trăsătură a identității lor. Mai jos, avem opt citate copiate din secțiunile de semnătură de la e-mailuri pe care le-am strâns în ultimii câțiva ani:

- A. „Omul nu începe să trăiască până când nu se ridică deasupra limitelor înguste și intereselor sale individuale către interesele mai largi ale întregii umanități.“

—MLK Jr.

- B. „Soluțiile care ignoră cauzalitatea nu rezolvă nimic.“
- C. „În viață există două alegeri de bază: să accepți condițiile așa cum sunt ele sau să-ți asumi responsabilitatea schimbării lor.“
—Denis Waitley
- D. „Știi, lumea e mică... dar nu aș vrea să trebuiască să o vopsesc.“
—Steven Wright
- E. „Uneori suntem neputincioși în fața prevenirii nedreptății, dar nu trebuie să existe niciun moment în care să renunțăm să mai protestăm.“
—Elie Wiesel
- F. „Psihologia de bază este unul din subprogramele mele.“
—A. Schwarzenegger în rolul lui T3
- G. „Viitorul aparține celor care cred în frumusețea viselor lor“
—Eleanor Roosevelt
- H. „O să o cânt mai întâi și abia apoi o să îți spun ce e.“
—Miles Davis

Să vedem dacă puteți potrivi aceste citate cu cei care au trimis e-mailurile:

1. Un ofițer de poliție
2. Un absolvent interesat de explicațiile evoluționiste date comportamentului uman
3. Un tehnician de computere
4. Directorul unui centru hispanic de cercetare
5. Un profesor care se ocupă de studiul comportamentului animalelor și cunoscut pentru ideile sale geniale
6. Un student care speră să fie admis în programul nostru doctoral
7. Un profesor de psihologie

8. Un angajat pe un post inferior într-o organizație, care tocmai s-a avântat și a trimis un e-mail către întreaga organizație în care povestea în amănunt despre abuzurile sexuale ale unui superior

Cum ați reușit să potriviți citatele din secțiunea de semnătură a e-mailurilor cu persoanele care le-au trimis? Iată răspunsurile:

Tabelul 3.1 Citatele din semnătură corelate cu autorii lor

Acest citat	provine dintr-un e-mail de la
A. „Omul nu începe să trăiască până când nu se ridică deasupra limitelor înguste și intereselor sale individuale către interesele mai largi ale întregii umanități.“ —MLK Jr.	4. Directorul unui centru hispanic de cercetare
B. „Soluțiile care ignoră cauzalitatea nu rezolvă nimic.“	2. Un absolvent interesat de explicațiile evoluționiste date comportamentului uman
C. „În viață există două alegeri de bază: să accepți condițiile așa cum sunt ele sau să-ți asumi responsabilitatea schimbării lor.“ —Denis Waitley	1. Un ofițer de poliție
D. „Știi, lumea e mică... dar nu aș vrea să trebuiască să o vopsesc.“ —Steven Wright	3. Un tehnician de computere
E. „Uneori suntem neputincioși în fața prevenirii nedreptății, dar nu trebuie să existe niciun moment în care să renunțăm să mai protestăm.“ —Elie Wiesel	8. Un angajat pe un post inferior într-o organizație, care tocmai s-a avântat și a trimis un e-mail către întreaga organizație în care povestea în amănunt despre abuzurile sexuale ale unui superior
F. „Psihologia de bază este unul din subprogramele mele.“ —A. Schwarzenegger în T3	7. Un profesor de psihologie

Acest citat

G. „Viitorul aparține celor care cred în frumusețea viselor lor.“

—Eleanor Roosevelt

H. „O să o cânt mai întâi și abia apoi o să îți spun ce e.“

—Miles Davis

provine dintr-un e-mail de la

7. Un student care speră să fie admis în programul nostru doctoral

5. Un profesor care se ocupă de studiul comportamentului animalelor și cunoscut pentru ideile sale geniale

Chiar dacă nu ați reușit să potriviți toate citatele (dacă nimeriți mai mult de unul nu mai e vorba de noroc), este o realizare destul de impresionantă dacă ne gândim la sarcina dată: să potriviți câteva cuvinte de la finalul unui mesaj de e-mail cu o descriere extrem de scurtă a unei persoane de care nici nu ați auzit până acum câteva clipe. Fiecare dintre aceste citate rezona cumva cu persoana care l-a trimis. Pentru unele dintre ele, legătura e mai clară decât pentru altele: faptul că profesorul de psihologie a ales citatul din *Terminator* (psihologia ca unul dintre subprogramele sale) nu este surprinzător; nici alegerea citatului din MLK de către directorul unui centru axat pe o minoritate etnică nu ne frapează. Însă citatul „Soluțiile care ignoră cauzalitatea nu rezolvă nimic“ ar fi putut aparține mai multor persoane din acea listă; poate cel mai probabil, profesorului care se ocupă cu studiul comportamentului animalelor. Cu toate acestea, chiar dacă nu știm exact de ce acea persoană a ales exact acel citat, tot aflăm ceva despre expeditor, și astfel am mai adunat o bucățică din puzzle-ul personalității. Poate că nu știm toată povestea care face legătura dintre profesorul care se ocupă cu studiul comportamentului animalelor și citatul „O să o cânt mai întâi și abia apoi o să îți spun ce e“, însă simplul fapt că sunt asociați unul cu celălalt ne-ar putea da indicii despre abordarea sa față de viață și știință — una care este plină de toane, jucăușă și care îmbrățișează ceea ce este (încă) necunoscut.

Citatele care însoțesc secțiunea de semnătură a e-mailului se pot schimba în timp; asta se întâmplă în special atunci când treci

printr-o schimbare majoră, cum ar fi faptul că pleci de acasă ca să mergi la facultate, faptul că te duci la prima slujbă, faptul că devii părinte sau faptul că divorțezi. Am fost martorul unui astfel de exemplu interesant în cazul unui e-mail venit după ce am fost de acord cu cererea unei studente să lucreze cu mine ca doctorand. Iată ce s-a întâmplat la sfârșitul e-mailului său pe când aceasta încă frecventa cursurile unui mic colegiu de arte liberale:

„Să nu te îndoiești niciodată că un grup mic de cetățeni dedicați n-ar putea schimba lumea. Sunt chiar singurii care au făcut-o vreodată.“

— Margaret Mead

La doar câteva zile după aceasta, chiar după ce a fost admisă în cadrul programului nostru unde avea să înceapă curând o carieră de om de știință, citatul s-a schimbat cu:

„Totul trebuie explicat cât mai simplu, dar nu simplist.“

— Albert Einstein

La câțiva ani după aceea, când i-am arătat studentei mele citatele, aceasta mi-a confirmat schimbarea de identitate. Primul reflecta imaginea pe care o avea față de sine în calitate de studentă activistă și idealistă. Mai târziu, deși credea încă în mesajul acelui citat, acesta devenise mai puțin central pentru identitatea sa, care era implicată în provocările unei vieți în care se ocupa cu munca științifică.

Alte citate din secțiunea de semnături a e-mailurilor ilustrează continuitatea. Să studiem cele trei citate de mai jos, toate primite în cadrul unor corespondențe pe e-mail de-a lungul unui an de la un student pe care nu l-am întâlnit niciodată:

„Sed Omnia Praeclara Tam Difficilia Quam Rara Sunt (însă tot ceea ce este mareț este pe cât de greu de înfăptuit, pe atât de rar întâlnit).“

— Spinoza, *Etica*

„Însă cel ce nu se dă în lături de la a analiza fiecare cercetare și care nu se mai satură să învețe, pe acela îl vom proclama pe bună dreptate iubitor de înțelepciune, filosof, nu-i așa?”

— Platon, *Republica*

„Creativitatea nu este doar spontaneitatea inocentă a tinereții și a copilăriei; trebuie să se împletească și cu pasiunea ființei adulte, ceea ce reprezintă pasiunea de a trăi dincolo de propria moarte.“

— Rollo May

Fiecare dintre aceste citate transmite aproximativ același mesaj intelectual și ușor pretențios despre călătoria nobilă dar exigentă către atingerea măreției, înțelepciunii sau creativității. Se pare că studentul respectiv își internalizase identitatea de intelectual — unul care se vede ca făcând parte dintr-o tradiție bogată. Dacă aș fi avut sarcina de a-i cumpăra un cadou, m-aș fi dus drept la anticariat și i-aș fi luat prima ediție a cărții clasice a lui William James din 1890, *Principiile psihologiei*.

PUZZLE-UL PERSONALITĂȚII

Nu am fost singurul intrigat de caracterizarea făcută de McAdams lui Lynn; de fapt, la îndemnul studenților mei absolvenți, l-am urmărit la o conferință și l-am întreat dacă Lynn există. Răspunsul a fost: da și nu. S-a dovedit că Lynn era un compus între mai multe persoane reale. Trebuie să mărturisesc că am fost dezamăgit să aflu că acest personaj pe care îl schițase McAdams în culori atât de vii nu exista în lumea reală — deși, cu siguranță, nu am fost mai dezamăgit decât bărbatul care, potrivit spuselor lui McAdams, pretindea că se îndrăgostise de aceasta!



Însă contribuția lui McAdams merge dincolo de această portretizare inteligentă. Lecția esențială ce trebuie învățată din munca sa este că pentru a ajunge să cunoști pe cineva nu e suficient să afli mai multe despre acea persoană; nu e vorba de a aduna „mai multe“ date, ci de a obține un alt tip de informații. Trebuie să mergi dincolo de trăsături, cum ar fi cât de amabilă sau cât de vorbăreță este persoana respectivă; trebuie să începi să înțelegi scopurile și valorile acelei persoane: ce speră să realizeze în carieră, ce părere are despre a fi părinte, dacă crede într-o forță superioară, dacă încearcă să aducă un element de inedit în viața sa, dacă e interesată de familie sau de carieră. Iar ca să cunoști foarte bine pe cineva, trebuie să mergi și mai profund, ajungând în cele din urmă să afli cât mai multe despre identitatea sa, un concept care, după cum vom vedea, este esențial pentru „cotrobăiala“ întreprinsă prin dormitoare, birouri, pagini de internet și colecții de muzică.

Capitolul 4

Detectivi belgieni și păsări nordice

În mai 1942, la cinci luni după ce Statele Unite au intrat în cel de-al Doilea Război Mondial, nou-creatul Birou de Servicii Strategice (BSS) a instituit un program de identificare a candidaților potriviți pentru a lucra în spatele liniilor inamice — de fapt, erau în căutare de spioni. Personalul recrutat de urgență a conceput teste care urmau să facă diferența dintre spionii buni și cei inabili. Una dintre sarcini, „Testul efectelor personale“, le cerea candidaților să descrie oamenii numai pe baza evaluării obiectelor pe care aceștia le lăsaseră în urma lor în dormitor — printre ele numărându-se articole de îmbrăcăminte, un orar și o chitanță de la o amendă. Ipoteza de lucru a acestui test era aceeași cu cea care se află la baza propriei mele cercetări — se pot afla multe despre oameni după spațiile pe care le ocupă.

M-am gândit la testele pentru spioni de la BSS într-o vară, nu cu mult timp în urmă, când mi-am petrecut câteva săptămâni lucrând împreună cu un colaborator de cercetare în New York. O colegă de-a lui, profesoară la facultatea de afaceri — o vom numi Stephanie — îmi oferise cu amabilitate biroul ei. De îndată ce am deschis ușa, nu am putut să nu observ un pescăruș mare de lemn care atârna mobil de tavan. Era greu să nu îl observi, pentru că era în mijlocul încăperii, lângă biroul ei, cam la 1,80 m de podea. La scurtă vreme după ce am ajuns acolo, a început să treacă lume pe



la mine să mă salute; în momentul în care aflau despre ceea ce cercetam, mă întrebau despre pescărușul ce atârna deasupra noastră. Credeam că avea vreo semnificație specială? Ce spunea despre personalitatea lui Stephanie?

Nu am fost surprins de aceste întrebări — mereu le primesc. Când intru în biroul sau în casa cuiva, gazda mea îmi va indica un obiect și mă va întreba cu mare nerăbdare ce semnificație are. În astfel de clipe, îmi doresc să am o carte de coduri. Pentru pasărea atârnată a lui Stephanie, m-aș uita la secțiunea despre păsări suspendate, apoi la paragraful despre pescăruși, și aș găsi imediat răspunsurile. Însă bineînțeles că nu există o astfel de carte de coduri. Cotrobăiala este fascinantă tocmai pentru că relația dintre indicii și personalitate este imperfectă. Spre deosebire de acele dicționare de vise pe care le găsești la supermarket, care vor să te facă să crezi că un iepure albastru înseamnă ceva și un urs care face jonglerii înseamnă altceva, concluziile la care ajungem din cotrobăiala din lumea reală sunt mai greu de tras — și, prin urmare, mult mai interesante.

Să ne gândim la propriul meu birou. Dacă ați fi trecut pe acolo toamna trecută și dacă ați fi un om care remarcă amănunțele, ați fi văzut pe birou, chiar lângă computer, un CD cu o compilație de muzică religioasă. Ați mai fi remarcat și o plantă întreținută impecabil — pământul avea nivelul corect de umiditate, fără frunze moarte, iar pe farfurioara de sub ghiveci nu exista nici măcar una dintre acele pete maronii sub formă de crustă. Dacă v-ați fi uitat la pervazul de la geam, ați fi observat o cutie ce conținea un cablu antifurt din acelea care ancorează un computer de birou și un dispozitiv care se poate atașa la un laptop și care emite un sunet strident dacă acesta este mișcat din loc.

Să sugereze oare CD-ul că sunt o persoană religioasă? Ar putea, dar nu sunt. Să sugereze planta plină de viață că sunt o persoană meticuloasă? Sper că nu, pentru că nu sunt nici asta. Și nici nu sunt o persoană care se îngrijorează ușor după cum ar putea sugera dispozitivele de securitate pentru calculator. CD-ul s-a aflat

în biroul meu doar o zi; proprietara sa mi-l împrumutase pentru o demonstrație la oră și avea să treacă să îl ia mai târziu. Trei săptămâni mai târziu (de fapt, peste trei luni) frumoasa plantă se veștejise pentru că neglijasem să am grijă de ea. La o zi după ce am primit alarma pentru computer, am dat-o mai departe altcuiva pentru că am știut că nu aș fi reușit niciodată să o folosesc.

Așa că, deși indicii precum CD-ul cu muzică religioasă, planta sănătoasă și alarmele pentru computer ar putea sugera că sunt o persoană religioasă, meticuloasă sau plină de griji, ar putea fi, de asemenea, irelevante atunci când vine vorba să îți dai seama ce fel de om sunt. Asta pentru că aceste obiecte se aflau în biroul meu din motive care nu aveau nimic de-a face cu personalitatea mea. Și, din acest motiv, expertii în „citirea“ locuințelor nu prea au ce face cu cărțile de coduri. În schimb, cei care cotrobăie au nevoie de o strategie largă și flexibilă care să se poate aplica în multe situații. Pentru acea strategie, ne găsim inspirația în Belgia.

SOLUȚIA BELGIANĂ

Pe măsură ce am continuat cercetarea împreună cu colegii mei — trecând de la birouri și dormitoare la pagini de internet și colecții de muzică — am învățat cum să alcătuim portretele celor cărora le cotrobăiam prin lucruri cam în același mod în care legendarul detectiv belgian al Agathe Christie, Hercule Poirot, își construia cazurile din indicii disperate și dovezi indirecte. Voi denumi această metodă „Soluția belgiană“ și stăpânirea acesteia va fi primul pas către a deveni un expert în știința cotrobăitului.

Căutând tipare ce se repetă în mai multe domenii, această soluție îți permite să legi indiciile de proveniență necunoscută (cum ar fi pescărușul) de indiciile de a căror proveniență ești sigur. Dacă ai îndoieli cu privire la cine deține acea dovadă, trebuie



să cauți alte indicii pe care le poți atribui în deplină siguranță celui supus cotrobăielii. Citatele din secțiunea semnăturii din e-mailuri — acelea de un rând și pline de miez despre care am vorbit în capitolul de dinainte, sunt și ele de folos în acest sens. După cum am văzut, faptul că autorul alege înțelepciunea lui Thomas Hobbes sau inteligența lui Calvin și Hobbes îți poate spune multe despre acea persoană.

Când m-am gândit la Stephanie și la pescărușul ei, am avut în minte soluția belgiană. Am presupus că era proprietara obiectului mobil, însă atunci când cotrobăi nu poți fi niciodată absolut sigur; trebuie să afli dacă cel pe care îl scotocești este într-adevăr strâns legat de acele obiecte pe care încerci să le interpretezi. Când tipul cu care cea mai bună prietenă ți-a aranjat o întâlnire vine să te ia de acasă, începi să formulezi ipoteze imediat ce îi vezi mașina. Observi zgârieturile de la portiere (să fie necugetat?), CD-ul cu muzică dance aruncat pe bancheta din spate (să fie plin de energie?), autocolantele cu mesaje politice de pe bara de protecție (să aibă vederi liberale?). Dar poți oare atribui în deplină siguranță toate aceste indicii persoanei respective? Poate că zgârieturile și autocolantele erau deja acolo când acesta a cumpărat mașina. Dacă așa stau lucrurile, e posibil să nu îți spună multe (deși dacă autocolantul cu pricina transmite ceva care vine chiar contra atitudinii șoferului, acesta ar face bine să îl scoată de acolo). Ne confruntăm cu aceeași provocare atunci când căutăm indicii în case împărțite de mai multe persoane. Cui să atribuim decorul din sufrageria unui cuplu? Unei singure persoane? Persoanei care își petrece cea mai mare parte a timpului acasă? Să fie un amalgam creat de ambele persoane?

Poirot ar avea, de asemenea, grijă să nu fie prins în capcane de diagnosticare. Să presupunem că biroul lui Stephanie se află în clădirea unui producător de pescăruși mobili. Sau poate că află că este săptămâna în care „agățăm-un-pescăruș-în-birou“. Sau poate că observ că sunt pescăruși în toate birourile. Dacă unul dintre aceste scenarii este corect, pescărușul din biroul meu de împrumut

îmi spune mult mai puține despre Stephanie decât am crezut inițial. În timp ce mă uitam prin biroul redactorei mele de carte, nu am luat în considerare posibilitatea de a diagnostica puiul de cauciuc ce atârna de lampa acesteia când am aflat că toată lumea care lucra pentru acea editură avea în spațiul de lucru câte un pui de cauciuc (erau obiecte publicitare pe care editura le folosisese pentru a face reclamă unei cărți pe care o publicase). În mod similar, Poirot nu obișnuia să ia în considerare indiciile înșelătoare pe care i le prezenta Arthur Hastings, ajutorul său încet la minte: „Non, căpitane Hastings, sabia din valiza părintelui Craddock nu este nici pe departe așa de suspectă cum ar putea părea, pentru că acesta aparține un grup anume, ai cărui membri păstrează în mod tradițional săbiile în valiză.“

Nu mi se întâmplă să primesc prea multe întrebări legate de săbii în valize, însă sunt întrebat adesea ce putem afla despre cineva dacă ne uităm în frigiderul său. Răspunsul este: „Nu prea multe... în 95 la sută din cazuri. Sigur că poți prinde ceva în legătură cu cât de curată sau organizată este acea persoană: dacă este imaculat, putem deduce că acea persoană este ușor nevrotică, extrem de temătoare față de toate lucrurile rele pe care le-ar putea face germenii cei răi; însă starea de curățenie ar putea să mai însemne și că proprietara este plecată în vacanță și că a făcut curățenie înainte să plece. Sau că este atât de ocupată la birou, încât nu mănâncă niciodată acasă. Este interesant că frigiderele nu diferă prea mult de la un proprietar la altul — au tendința să aibă aceleași tipuri de lucruri organizate în mai mult sau mai puțin aceleași moduri. Acestea fiind spuse, uneori dau peste câte un exemplu uluitor care spune foarte multe despre proprietarul său — de exemplu, frigiderul care conține numai baxuri de suc de rodie sau unul în care toate alimentele sunt stivuite alfabetic, sau frigiderul umplut cu semințe de păsări și alte lucruri pe care nu te aștepti să le găsești într-un asemenea loc.

Frigiderele se înscriu într-o clasă de obiecte care îți pot spune ceva despre o persoană, însă doar în condiții ieșite din comun. Același lucru este valabil și pentru numele de utilizator la e-mail.

Numele pe care ni le alegem sau care ne-au fost repartizate sunt extrem de lipsite de imaginație și nu spun multe; numai un subset redus ne oferă o fereastră către personalitatea individului. Obiceiurile gastronomice ne dezvăluie și ele anumite lucruri, însă doar în cazuri aparte. Cu toate acestea, alte domenii, cum ar fi dormitoarele, oferă aproape întotdeauna indicii deoarece chiar și faptul că cineva nu reușește să dea o notă distinctivă dormitorului oferă un indiciu despre cum este acea persoană.

Procedura lui Poirot este utilă pentru cel care scotocește pentru că este extrem de flexibilă. Se aplică atât indiciilor fizice, cât și comportamentelor. În cazul în care candidatul la post are o strângere de mână fermă, nu trebuie să trageți imediat și irevocabil o concluzie din acest indiciu izolat, anume că ar fi o persoană mai deschisă sau creatoare decât candidatul anterior, care avea o strângere de mână mai slabă. (Am mai multe de spus despre strângerile de mână în capitolul 5.) Ceea ce ar trebui să facă o strângere de mână fermă este să vă sugereze posibilitatea că acea persoană este una deschisă și creatoare, pentru ca mai apoi să vă pună să căutați mai multe indicii care să confirme sau să infirme această bănuială. Așa că atunci când vă invitați candidatul în birou și începeți interviul, ar fi bine să dați mai multă atenție hainelor pe care le poartă sau să îl întrebați despre muzica pe care preferă să o asculte. Costumația ușor convențională de la Gap și comentariile referitoare la colecția mare de șlagăre ale lui Garth Brooks ar putea să vă facă să vă temperați impresia inițială avută în legătură cu deschiderea acelei persoane sugerată inițial de strângerea de mână.

PESCĂRUȘUL ÎMI APARTINE

Știam că mă voi vedea nevoit să folosesc „Soluția belgiană” pentru a-mi da seama de semnificația pescărușului lui Stephanie.

Pescărușul în sine nu îmi spunea nimic cert, dar asta nu înseamnă că nu îmi putea sugera absolut nimic. Nu trebuia decât să fiu sistematic și atent în legătură cu cercetările mele. Știam din experiențele mele anterioare într-ale cotrobăitului că proveniența obiectului era cel mai bun loc de unde să încep. Cui i se datora faptul că pescărușul se afla în birou în locul și în starea sa actuală? Detectivii trebuie să se întrebe ce a provocat „urma“ (prezența unui pescăruș), care au fost intențiile persoanei care a lăsat urma și ce secvență de evenimente a dus la acea urmă. Dacă aș putea deduce ceva referitor la calea sa, aș avea toate șansele să aflu ceva despre persoana responsabilă de asta. Să fi lăsat locatarul anterior pescărușul? Mai atârna acolo pentru că Stephanie neglijase să îl dea jos? Însă biroul era devastator de bine organizat, ordonat și curat, arătând foarte puține semne de neglijență și sugerând faptul că acea pasăre de mare ar fi fost înlăturată dacă ar fi fost în plus.

Mai exista și posibilitatea ca pescărușul să fi fost un cadou. Dacă lucrurile stăteau așa, oare acest cadou reflecta un interes față de păsările de mare? Nu am găsit nicio dovadă care să susțină această idee; nicio aluzie la vreun interes față de ornitologie sau comportamentul animalelor. Poate că pescărușul se referea la numele de familie al lui Stephanie — să fi fost Pescariu sau Marinoiu? Cu un nume ca Rață (în engleză: Gosling), pot înțelege o astfel de posibilitate pentru că lumea îți trimite mereu cadouri care fac referire la rață, rățușcă sau rățoi. Însă aici nu era cazul, îi știam numele de familie și nu exista nicio legătură cu pescărușul. Sau poate că darul era de la cineva care, aflat într-o situație în care trebuia să cumpere un cadou de urgență, cumpărase la repezeală ce îi fusese mai la îndemână când a dat buzna în magazin. Această ultimă posibilitate nu era, nici ea, plauzibilă, deoarece la o examinare mai atentă a șurubului solid de care atârna pescărușul de tavan s-a dovedit că Stephanie (sau asistentul acesteia) îl prinsese temeinic, or, un obiect ales la întâmplare are puține șanse să atingă o coardă sensibilă care să te facă să-l prinzi ca lumea.



Astfel, indiferent de modul în care fusese dobândit, pescărușul din acea încăpere îmi sugera că avea un scop psihologic important. Probabil că îi trezea o amintire dragă — aducându-i aminte de un moment din viața ei, de o ocazie sau de un eveniment care avea importanță pentru ea. Și la acel moment, alegerea sa pentru acest tip de suvenir sugera mai mult. Alesese un obiect mobil elegant, un pescăruș a cărui mișcare greoaie era liniștitoare. Nu alesese o pasăre făcută din scoici lipite; nu alesese nici vreun ornament greoi și sofisticat dotat cu aripi ce băteau cu furie sau vreun poster de perete enorm cu o pasăre de mare îndreptându-se spre cer. După ce am pus în discuție pescărușul și CD-ul cu muzica de relaxare de pe raftul de cărți, precum și lipsa unui decor care să stimuleze, am tras concluzia că pasărea o ajuta pe Stephanie să își regleze emoțiile; o ajuta să își păstreze calmul, cumpătul și concentrarea într-un mediu de lucru dificil și exigent. Bineînțeles că ea nu ar fi descris funcția pescărușului în acești termeni; ar fi putut chiar pretinde că o face să se simtă bine sau, mai direct spus, că „îi place pur și simplu“.

Când am cunoscut-o pe Stephanie câteva săptămâni mai târziu, mi-a spus că își cumpăraseră pescărușul când fusese la o conferință în Stockholm (pescărușii sunt un simbol al Suediei, după cum am aflat ulterior). Și îi amintea într-adevăr de o perioadă fericită din viața ei petrecută în acel oraș. Când am întreat-o de ce își amplasase pescărușul chiar lângă birou, mi-a răspuns oarecum misterios că îl pusese acolo ca să împiedice oamenii înalți să stea prea aproape de ea (mi-ar fi plăcut să aflu mai multe despre acest motiv!). De-a lungul anilor, se atașase de această pasăre prietenoasă. Era pe punctul de a se muta cu serviciul și nu m-am mirat să aflu că pescărușul avea să o însoțească în migrația sa spre vest.

Așa că am aflat câte ceva despre pescăruș, însă nu îndeajuns cât să schițez un portret complet al lui Stephanie. Trebuie să țineți cont totuși că a afla toate detaliile intime despre personalitatea cuiva reprezintă un standard nerezonabil de ridicat în contextul „cotrobăielii“ — până la urmă, s-ar putea să nu ne dăm seama de

aceste detalii nici după ani de prietenie cu acea persoană. Adesea, este util să afli doar ceva — o tendință generală sau un domeniu anume de interes. Să știi dacă cineva este republican sau democrat ar putea fi esențial pentru anumite hotărâri — dacă, de exemplu, te gândești la acea persoană ca la un posibil partener — chiar dacă nu îi știi părerea exactă despre politicile de imigrare sau impozitele pe avere.

Trebuie, de asemenea, să ții cont că este nerealist să încerci să vă formați o impresie când nu aveți alte informații decât un pescăruș, un frigider, un dormitor sau o listă cu Topul 25 al iPod-urilor. Rareori se întâmplă să nu știi absolut nimic despre o persoană, în special dacă îi scotocești camera, biroul sau colecția de muzică. Prin urmare, de cele mai multe ori e o idee bună să cauți indicii care te pot duce la mai multe informații. De îndată ce știi unde să cauți, îți poți continua investigația prin metode mult mai convenționale. Faptul că am încercat să aflu unde și-a pus Stephanie pescărușul m-a făcut să pun întrebări care m-au dus la afirmația sa despre oamenii înalți care stau prea aproape de ea, ceea ce m-a pus pe gânduri, fiind un subiect pe care nu l-aș fi descoperit niciodată fără ajutorul pescărușului.

O PUZDERIE DE INDICII

La scurtă vreme după ce am cunoscut o nouă prietenă, Lisa, aceasta a aflat cu ce mă ocup și m-a invitat la ea acasă, la o cafea cu biscuiți și pentru o cotrobăială. În vreme ce râșnea cafeaua, mi-am cerut scuze și am făcut o călătorie în baie; pe drum mi-am aruncat o privire prin dormitor. Am observat un mic raft de cărți ordonat lângă pat ce conținea volume ușor uzate de autori precum J. D. Salinger, Jon Kabat-Zinn, Chuck Klosterman, Simon Wiesenthal și alții asemenea — care toate la un loc indicau o persoană

reflexivă cu vederi largi. Una dintre cărți însă, *Sărbătoarea continuă*, clasică evocare a veștii a lui Ernest Hemingway în Parisul anilor 1920, ocupa un loc special; era așezată pe o micuță platformă, deasupra raftului. La fel ca în cazul pescărușului lui Stephanie, nu fusese lăsată întâmplător acolo. Fusese dinadins așezată în acel loc.

Nu știam ce însemna pentru Lisa subțirele volum al lui Hemingway, însă mi-am dat seama din modul în care era amplasat că era important pentru ea. Așa că m-am hotărât să urmăresc acest indiciu și să o întreb direct despre această carte. A reieșit că îi fusese recomandată de un fost iubit. O citise și îi plăcuse, după cum mi-a spus, și i se păruse extrem de mișcător faptul că Hemingway scrisese *Sărbătoarea continuă* pe când era încă un scriitor sărac și necunoscut care trăia în Franța. A mai adăugat că a fost captivată de ideea că scriitori și artiști străluciți, dar încă necunoscuți, din cercul lui Hemingway, incluzându-i pe F. Scott Fitzgerald, Gertrude Stein și Ezra Pound, aveau să devină în curând celebri în toată lumea la fel ca Hemingway.

Ce mi-a spus această explicație despre Lisa? Aflasem deja, din cărțile de pe raft și din decorul muzical de pe pereți (ce includea postere promoționale ale unor concerte din Los Angeles cu Bob Dylan la El Rey Theatre și cu Joni Mitchell și Van Morrison la Pauley Pavilion) că puneă preț pe artă, literatură și muzică mai mult decât, să zicem, pe munca oamenilor de știință, a exploratorilor, sportivilor sau numelor importante din industrie. Însă modul în care și-a descris reacția la *Sărbătoarea continuă* mi-a transmis chiar mai multe despre ea. Ideea era că se simțea motivată de conștientizarea faptului că deși realizările strălucitoare nu sunt recunoscute la început, acestea pot fi aplaudate și răsplătite mai târziu, uneori numai după moartea cuiva. Apoi, când Lisa și cu mine am început să corespondăm prin e-mail, această interpretare a beneficiat de un sprijin în plus. La sfârșitul unuia dintre e-mailurile sale am observat un citat atribuit lui Albert Einstein: „Marile spirite s-au confruntat mereu cu opoziția violentă din

partea mediocrilor. Cei din urmă nu pot înțelege de ce o persoană nu se supune prejudecăților moștenite și își folosește inteligența onest și curajos“. Acest citat rezonază afectiv cu „altarul“ închinat lui Hemingway. Aici vedem soluția belgiană în acțiune — bănuiala bazată pe Hemingway e confirmată de e-mailul cu Einstein. Dacă mai aveam vreun dubiu în legătură cu identitatea centrală a Lisei, acesta a dispărut când am văzut numele pe care și-l alesese pe MySpace — nu era doar „Lisa“, ci „Lisa este o persoană FOARTE importantă“. Ce poate fi mai relevant?

Când mi-am dat seama cât important era acest motiv din viața Lisei, am început să mă întreb despre talentele și visurile ei. Părea că se preocupa de valoarea contribuțiilor ei în lume și că își găsea liniștea dacă știa că un „eșec“ prezent nu anula semnificația realizărilor sale, și nu însemna că acestea nu vor fi niciodată recunoscute. Cartea era și o amintire plină de sens față de legătura cu fostul său iubit — reflecta o legătură specială pentru că o cunoscuse destul de bine încât să îi recomande o carte care să îi spună ceva la un nivel atât de fundamental.

Faptul că doar observasem volumul lui Hemingway pus la loc de cinste mi-a oferit o scurtătură către informații importante despre Lisa. M-a făcut să îi pun o întrebare pe care altfel probabil că nu i-aș fi pus-o. Și asta duce către un alt fragment important din descrierea muncii de cotrobăială: în afară de a fi un bun detectiv, trebuie să și devii puțin psiholog. Cotrobăiala ne transformă în cei mai buni observatori când încercăm să săpăm dincolo de suprafața personalității.

DINCOLO DE INTUIȚIE

O muncă bună de detectiv oferă o bază solidă pentru cotrobăit, însă nu te ajută prea mult deoarece numai unele dintre legăturile

pe care le-ai putea face în mod rezonabil se dovedesc a fi corecte. Închipuie-ți că vizitezi un prieten, care iese din cameră pentru câteva clipe. Se întâmplă să stai la biroul său și cât e plecat te uiți în jur la întâmplare. Observi calculatorul deschis. Chiar dacă nu te apuci să scotocești, e greu să nu te uiți pe ecran. Ochii ți se fixează pe ultima sa discuție de pe „messenger“ cu prietena sa. Îi vezi mesajele scurte către aceasta și ceea ce i-a scris ea drept răspuns. Cum se întâmplă de obicei, te întrebi cum se înțeleg persoanele astea, așa că nu rezști și treci în revistă interacțiunile lor pe internet ca să mai afli indicii.

După ce te-ai uita în acest caz? Majoritatea oamenilor se bazează pe indicii și emoții. Cercetările efectuate de către Richard Slatcher de la UCLA și Simine Vazire de la Universitatea din Washington au arătat că observatorii care au examinat sesiunile de chat pe messenger ale unor cupluri de îndrăgostiți și-au bazat previziunile referitoare la stabilitatea relației pe cuvinte care făceau referire la sentimente pozitive (cum ar fi *dragoste* și *bucuros*) și pe cuvinte care făceau referire la sentimente de supărare (cum ar fi *furios* și *scos din minți*). Ați proceda la fel? Dacă da, ați avea pe jumătate dreptate și pe jumătate nu. E drept, cantitatea de cuvinte care au de-a face cu sentimentele pozitive este definitorie pentru stabilitatea relației pe termen lung (cel puțin după standardele tinerilor!). Tinerii îndrăgostiți care fac în mod constant referire la bucuria și fericirea lor au mai multe șanse să fie împreună vreme de șase luni decât cei care folosesc astfel de cuvinte mai puțin. Însă ceea ce este extrem de interesant în cazul acestei descoperiri este faptul că numărul ocaziilor în care s-au folosit aceste cuvinte au prezis cât de mult aveau să dureze aceste relații chiar cu mai multă acuratețe decât ceea ce spun de fapt cuplurile în legătură cu cât de fericite sunt.

Și ce să mai zicem despre cuplurile ale căror mesaje sunt condimentate cu o grămadă de cuvinte negative sau pline de supărare? În ciuda a ceea ce crede majoritatea lumii, cuplurile care folosesc vorbe de supărare nu au mai multe sau mai puține

posibilități de a rămâne împreună decât cuplurile care nu le folosesc. Acest studiu subliniază cât de important este să mergi dincolo de ce ne spune intuiția. Este adevărat că intuițiile noastre sunt adesea corecte — cuvintele pozitive prevăd o longevitate a relației, după cum ne putem aștepta; însă, după cum ne arată ipoteza bazată pe cuvintele negative, acestea pot fi adesea, la fel de bine, greșite. Ideea de bază este că fără să luăm în considerare cercetarea, nu am ști niciodată care intuiții sunt corecte și care nu. În capitolul următor vom începe să descoperim ce au aflat cercetătorii despre o gamă largă de domenii ale „scotocitului“.

Capitolul 5

Salturi, dansuri și mâini întinse

Dacă ai fi trăit în America anilor 1960 și ai fi avut o măsuță în sufragerie, ar fi existat mari șanse să ai pe ea cartea lui Philippe Halsman *Jump Book* (*Cartea săriturilor*). Ea conține două sute de fotografii ale unor personalități de marcă, artiști, figuri politice și judecători, nume importante din industrie și știință, fiecare dintre ei surprins în timp ce făcea o săritură. Flamboaiantul cântăreț Liberace „plutește ca un înger“, Marilyn Monroe sare „cu o ghidușie copilăroasă“, iar profesorul de litere Stanley Hyman sare cu o „bucurie explozivă“. Cartea este fascinantă, deoarece, după cum recunoaște și celebrul fotograf Halsman, caracterul fiecărui subiect este trădat de felul în care sare. Într-adevăr, câțiva dintre celebrii săi subiecți au refuzat să sară pentru că erau îngrijorați că ar putea divulga prea multe despre sine.

Jump Book se bazează în principal pe ideea că personalitatea noastră se strecoară în aproape tot ceea ce facem. (Este interesant că Halsman, fiind atât de fermecat de săritură ca o cale de acces către personalitate, a inventat termenul de „săritologie“.)

Atotprezența personalității nu se oprește la sărituri. Un prieten de-al meu este de părere că modul în care râdem reflectă ceea ce suntem. Cât de mult râzi? Cât de tare? Cât de reținut? Ești o persoană care chicotește în mod circumspect sau ești genul care se dezlănțuie într-un hohot exuberant? E o teorie care nu a fost

testată, dar care pun pariu că are întru câtva dreptate. Nu m-ar surprinde să aflu că un hohot de râs exuberant are un scor mare în ceea ce privește extraversia. Ceea ce este totuși surprinzător este faptul că oamenii de știință au început abia de curând să elaboreze metode și să efectueze studii asupra nenumăratelor contexte în care se infiltrează personalitatea noastră. Studiul meu despre cotrobăitul prin dormitoare a fost o investigație de acest fel, însă, după cum vom vedea, mai sunt și multe altele.

INFILTRARE ȘI SCURGERE

Când vorbesc despre „infiltrare“ și „scurgere“, mă refer la faptul că multe elemente de personalitate își găsesc drumul către comportamentele noastre fără ca noi să ne dăm seama. Când ni se spune să sărim, puțini dintre noi și-ar face strategii despre felul de săritură pe care să îl execute. Nici nu ne-ar da prin cap că există mai multe moduri de a sări — o săritură este o săritură, nu? Am sări doar într-un fel care ni s-ar părea natural. Dar dacă facem asta, am lăsa să se întrevadă indicii despre personalitatea noastră. Îți poți semnaliza reticența printr-o săritură controlată, cu capul țepăn și brațele pe lângă corp. Poate că ți-ai trăda efervescența cu un strigăt și o săritură spre cer. Sau ți-ai arăta creativitatea printr-o interpretare neobișnuită a instrucțiunilor (aici ne vine în minte celebra fotografie a săriturii făcute de Salvador Dali, cu tot cu pisici și găleți de apă zburând prin aer).

Testele proiective, cum ar fi faimosul test cu „pete de cerneală“ al lui Rorschach, sunt unele dintre cele mai obișnuite mijloace prin care se înregistrează „infiltrarea“ și „scurgerea“ de personalitate. În cazul metodei Rorschach, cel care efectuează testul caută tipare de personalitate dezvăluite de „liberele asocieri“ pe care persoana respectivă le atașează imaginilor cu petele de

cerneală. S-au dedicat eforturi enorme conceperii unor sisteme de coduri pentru a deduce ce înseamnă diferitele tipuri de răspunsuri, însă, cu câteva excepții, majoritatea cercetătorilor au conchis că testele cu pete de cerneală nu au aproape nicio valoare pentru a diagnostica bolile mentale, pentru a evalua personalitatea, pentru a prevedea comportamentul sau pentru a descoperi traumele timpurii.

Un astfel de test proiectiv care a câștigat totuși sprijin din partea cercetătorilor este testul tematic de a percepție (TAT), care s-a folosit în cadrul cercetărilor mai bine de cincizeci de ani. Acesta cere ca persoana evaluată să spună o poveste despre o serie de imagini. Psihologul folosește povestirea creată de acea persoană — precum și dorințele, gândurile și sentimentele personajelor — pentru a interpreta indiciile de personalitate care se „scurg” astfel. TAT este utilizat pentru a măsura motivațiile, nevoile și alte aspecte ale personalității care ne determină comportamentul, dar care sunt atât de adânc înrădăcinate, încât nu le putem accesa printr-o simplă introspecție.

În cadrul unei serii de studii fascinante, Oliver Schultheiss și colaboratorii săi de la universitatea Friedrich-Alexander din Erlangen, Germania, au folosit TAT pentru a măsura motivațiile pentru putere (dorința de a avea un impact asupra celorlalți), realizare (intenția de a face bine în conformitate cu un standard de excelență) și relaționare (grija de a stabili, întreține sau reînnoa relații strânse de prietenie). Acesta a demonstrat că studenții americani au obținut scoruri mai mari în cazul nevoilor de realizare și mai mici în cazul nevoilor de putere decât studenții germani și că nu existau diferențe între cele două eșantioane de studenți în ceea ce privește nevoile lor de relaționare. Cercetările trecute au legat realizarea personală de inovare și de creșterea economică, așa că, după cum sugerează cercetătorii, astfel de diferențe bine înrădăcinate la nivel individual ar putea sta la baza diferențelor economice dintre cele două țări.

Cercetarea lui Schultheiss a mai arătat și că oamenii care obțin un scor mare la nevoia de putere răspund prost în cazul unei înfrângeri într-un joc competitiv. Aceștia secretă niveluri ridicate de cortizol, un hormon asociat cu starea de stres. Însă oamenii cu niveluri scăzute ale dorinței de putere sunt, de fapt, cu mult mai stresați de câștig! Așa că poveștile imaginate în cadrul TAT pot clarifica unele tendințe de bază ale oamenilor.

Motivațiile pot fi, de asemenea, întrezărite și din diferitele forme de scris. În primăvara anului 2001, cu mai puțin de șase luni înainte de 11 septembrie, David Winter, de la Universitatea din Michigan, a publicat un articol care analiza motivațiile pentru putere, realizare și relaționare prezente în discursul inaugural al lui George W. Bush. Folosind un sistem identic cu cel utilizat de Schultheiss, Winter a tras concluzia că, prin comparație cu foștii președinți, Bush avea un scor mare în ceea ce privește motivațiile de relaționare și de putere, dar puțin sub medie în ceea ce privește motivația de realizare. Dacă e să ne luăm doar după aceste scoruri, Winter a făcut câteva anticipări destul de uimitoare referitoare la cursul mandatului de președinte al lui Bush.

Acesta a prezis că Bush avea să fie mult mai eficient din punct de vedere politic decât se așteptau unii și că avea să profite din statutul său de președinte. Cu toate acestea, a avertizat Winter, Bush se va baza în luarea deciziilor pe un grup restrâns de prieteni și consilieri apropiați care îi sunt foarte asemănători, o strategie care i-ar putea îndepărta pe cei care au alte păreri și experiențe. Winter a mai prezis și că Bush ar putea fi vulnerabil la scandaluri ce s-ar isca din influența excesivă a prietenilor și consilierilor săi. Winter a sugerat că în cazul afacerilor externe, Bush ar susține „politici agresive (de exemplu în Irak)” și că hotărârile sale ar putea depinde de care facțiune din cadrul consilierilor săi (cei mai belicoși sau cei mai pacifiști) îl influențează mai mult. Aceste predicții sunt extrem de interesante deoarece se bazează pe un discurs și au fost făcute cu multe luni înainte de

evenimentele de la 11 septembrie și înainte de conflictele ulterioare din Afganistan și Irak.

CITITUL ÎN ȘOLDURI

Care este legătura dintre celebrii săritori ai lui Halsman și testele proiective TAT? Ideea pe care se bazează este similară: unei persoane i se dă o sarcină care ar putea declanșa o gamă largă de răspunsuri — indiferent că e vorba despre plutirea ca un înger, de inventarea unei povești despre doi oameni dintr-o imagine sau de stabilirea unor obiective de politică externă — iar răspunsurile ne oferă indicii despre cine este acea persoană. Nimeni nu a putut concepe o schemă de interpretare a săriturilor, însă unii oameni de știință efectuează cercetări care merg în aceeași direcție. Unul dintre ei este etologul Karl Grammer de la Institutul pentru Etologie Urbană „Ludwig-Boltzmann“ din cadrul Institutului de Antropologie din Viena, Austria.

Asemenea celor care „cotrobăie“, etologii se ocupă de studierea comportamentului în habitatul natural. De obicei, îi găsești stând prin bălți înghețate privind cum plevuștile ghimpoase transmit semnale posibilor parteneri, sau atârând de vreun arbore amazonian cu speranța că vor afla ceva despre modul în care se hrănesc broaștele de pădure. Sigur, puțini se așteaptă să dea peste etolog lângă o boxă și sub luminile unui stroboscop dintr-un club de noapte. Cu toate acestea, Grammer este interesat de modul în care primatele (în acest caz, primatele umane) interpretează semnalele pe care oamenii le transmit despre sine. În acest sens, un club de noapte se dovedește a fi un loc foarte bun pentru cercetarea sa. Studiind modul în care oamenii se exprimă, acesta face de fapt ceea ce fac mulți psihologi care analizează personalitatea. Însă Grammer adoptă o perspectivă care își are originile

în teoria evoluționistă. Asta înseamnă că acesta încearcă să înțeleagă trăsăturile și preferințele noastre moderne ținând cont de presiuni — cum ar fi nevoia de a găsi un bun partener sau de a depista rapid un dușman periculos — care ne-au modelat strămoșii vreme de milenii.

Disimularea este un subiect de interes pentru etologi din genul lui Grammer. Asemenea oamenilor, majoritatea speciilor încearcă să își câștige partenerii printr-o înfățișare cât mai atractivă. Ființele care se pricep să arate cât mai bine (iar aici ne gândim și la impactul olfactiv, sonor sau afectiv) au mai multe posibilități de a-și transmite genele. În măsura în care nevoia de a părea atrăgător reușește să ne îmbunătățească înfățișarea, această nevoie de „a da bine“ va fi transmisă mai departe generațiilor următoare.

În timp ce încercăm să părem atrăgători în fața celorlalți, încercăm și să-i „citim“ cât mai bine pe ceilalți. În mod ideal, vrem să ne găsim parteneri care măresc șansele de supraviețuire ale genelor noastre. Astfel, căutăm parteneri care par să ofere un material fizic bun (sănătoși și plini de vitalitate) sau un material comportamental bun (abilitați de parentaj) pentru supraviețuirea genelor noastre. Bineînțeles că mare parte a acestor calcule nu sunt conștiente; de fapt, nu stăm să ne gândim că o anumită persoană ne va spori perspectivele de supraviețuire genetică, ci pur și simplu găsim că persoana respectivă este atrăgătoare. Așa că la baza jocului de împerechere se află un conflict de interese evoluționiste. Pe de-o parte, încercăm să îi păcălim pe ceilalți prezentându-ne cât mai atrăgători, indiferent de sinceritatea semnalelor pe care le transmitem; însă pe de altă parte, încercăm să „descifrăm“ cât mai corect cum sunt ceilalți, cu speranța de a pătrunde în strategiile lor înșelătoare. În slujba acestei de-a doua sarcini, oamenii de știință (sau cei care „cotrobăie“) caută indicii care sunt greu de disimulat.

Grammer sugerează că mișcările corpului reprezintă un astfel de indiciu. Aceasta este ideea care l-a făcut să studieze ce dezvăluie

oamenii atunci când dansează și se agită din tot corpul. Asemenea lui Halsman, Grammer și-a bazat munca pe ideea că mișcările corpului nostru dețin indicii referitoare la sinele nostru profund. Cercetarea sa, în mare parte făcută în cluburi de noapte, sugerează că uneori spunem mai multe cu șoldurile decât cu buzele. Într-unul din studiile sale, Grammer a cercetat legătura dintre cât de strânse sunt hainele pe corpul femeilor și cât anume lasă să se vadă din trupul lor, pe de o parte, și faza din perioada lor fertilă, pe de altă parte (la măsurarea ciclului s-au folosit nivelele de estrogen obținute din eșantioanele de salivă). Și, reușind să prindă pe camera video imaginea unor femei care se oferiseră voluntare în timp ce se învârteau, acesta a arătat faptul că „explozia“ de mișcare (definită prin schimbările frecvente pe parcursul cadrelor video) avea și ea legătură cu nivelurile de estrogen; chiar și prin simpla acțiune de a se învârti, femeile pot transmite semnale care să dezvăluie nivelurile lor de fertilitate — aceste indicii se traduc prin atractivitatea lor în ochii posibililor parteneri.

Problema cu indiciile oferite în cluburile de noapte este că cei ce cotrobăie nu se pot duce, pur și simplu, la cineva să le ceară să danseze pentru ei sau să se unduiască în fața camerei de filmat. Dacă dorim să folosim expresiile corpului pentru a vedea cum sunt oamenii, avem nevoie de o mișcare care să fie comună pentru aproape toată lumea. În cazul acesta ceea ce se potrivește de fapt este mersul pe jos. Poate că ați observat că adesea puteți recunoaște o persoană pe care o știți bine după modul în care merge, chiar și atunci când sunteți prea departe pentru a depista trăsături individuale. Potrivit lui Aaron Bobick și colaboratorilor săi de la Georgia Tech din Atlanta, unde au conceput sisteme computerizate care să recunoască indivizii după modul în care merg, oamenii au moduri de mers unice, ca un fel de semnătură. Iar cercetările efectuate de Peter Borkenau și Anette Liebler, ambii de la Universitatea Bielefeld din Germania, au identificat legăturile dintre stilul de mers și personalitate. În două studii, ambele incluzând câte o sută de oameni, participanții au fost înregistrați

video în timp ce traversau în mers o cameră, se așezau la un birou și citeau o scurtă frază neutră (de fapt, un vechi buletin meteo), apoi se ridicau și ieșeau din cameră. Folosind casetele video, Borkenau și Liebler au căutat indicii referitoare la personalitate din modul în care participanții se mișcau dintr-un loc în altul sau din felul în care vorbeau. De exemplu, au aflat că un mers săltăreț — în care voluntarul făcea pași largi și își balansa brațele — era un indiciu de extraversie.

Această descoperire poate părea, acum că ați aflat despre ea, una evidentă. Însă datele cercetătorilor arată că în practică nu este așa. Observatorii din studiul lui Borkenau priveau balansul brațelor ca un semn de extraversie sau de ușor nevrotism, însă numai prima deducție a fost una corectă. În mod similar, oamenii îi percepeau pe ceilalți care aveau un stil de citit plăcut și calm ca fiind foarte puțin nevrotici și foarte deschiși, însă niciuna dintre aceste deducții nu a fost una corectă. Așa că, dacă stai într-o cafenea și vezi pe cineva care traversează camera ca să își ia un ziar, dacă e să te iei după datele acestor cercetători, ce ar trebui să cauți? Iată un scurt ghid al câmpului de „scotocit“ alcătuit potrivit rezultatelor celor două studii ale lui Borkenau. Aldinele subliniază indiciile care sunt atât relevante cât și folosite de către observatori pentru a-și face deducțiile.

Tabelul 5.1 Ghid practic de cotrobăit

Când au evaluat...	Observatorii s-au bazat de fapt pe...	În loc să se fi bazat pe...
Deschiderea	Aspect rafinat Fața machiată Ținuta la modă Suplețe Expresie prietenoasă Expresie sigură de sine Zâmbete largi Voce plăcută Discurs fluent Ușor de înțeles	Nimic în contextul de față!



Când au evaluat...	Observatorii s-au bazat de fapt pe...	În loc să se fi bazat pe...
	Vorbire calmă Nu evită aparatul foto	
Conștiinciozitatea	Aspect rafinat Ținuta obișnuită (care să nu iasă în evidență) Ținută formală Postura de ședere rigidă Faptul că își atinge rareori propriul corp Discurs fluent Ușor de înțeles Vorbire calmă	Ținuta formală
Extraversia	Fața machiată Ținuta iese din comun Aspect rafinat Expresie prietenoasă Expresie sigură de sine Zâmbete largi Mișcări rapide Mișcări frecvente de cap Mers relaxat Își leagă brațele când merge Voce tare Voce puternică Voce plăcută Ușor de înțeles Nu evită aparatul foto	Aspect rafinat Expresie prietenoasă Expresie sigură de sine Zâmbete largi Faptul că își ridică picioarele când merge (nu și le târăște) Mers relaxat Își leagă brațele când merge Voce tare Voce puternică Nu evită aparatul foto

Când au evaluat...	Observatorii s-au bazat de fapt pe...	În loc să se fi bazat pe...
Agreabilitatea	Trăsături faciale fine Expresie prietenoasă Zâmbete largi Voce plăcută Nu evită aparatul foto	Trăsături faciale fine Expresie prietenoasă
Nevrotismul	Un fizic mai puțin atletic Expresie morocănoasă Expresie timidă Puține zâmbete Nu își leagă brațele când merge Mers țeapăn Voce slabă Voce neplăcută Discurs cu poticniri Greu de înțeles Discurs grăbit Evită aparatul foto	Îmbrăcăminte de culori închise

Veți observa că pentru trăsături cum ar fi extraversia, există o mulțime de indicii; extraversia este o trăsătură vizibilă. Însă alte trăsături, cum ar fi agreabilitatea, nevrotismul și deschiderea, sunt mai greu de depistat în acest context; oamenii sunt mult prea tentați să facă deducții din stilul de mers și vorbit, dar acest fragment nu a furnizat practic nicio informație despre aceste trăsături.

Este ușor să vezi de unde vin o mulțime de deducții — pare de la sine înțeles că dacă persoana este slăbănoagă, sfioasă în fața aparatului de fotografiat, cu o expresie timidă, cu mersul rigid, cu un stil de a vorbi agitat și împiedicat, atunci ea va fi o ființă nevrotică. Dar, în aceste studii, s-a dovedit că toate acestea sunt greșite. De asemenea, este de înțeles de ce ai crede că persoanele



sigure de sine, zvelte, zâmbitoare, cărora le place să pozeze, cu un stil de vorbit calm și fluent au neapărat un nivel ridicat de deschidere. Însă, din nou, intuițiile noastre ne induc în eroare. E drept că practica arată cum faptul că îți schimbi aspectul ar putea influența modul în care ești văzut — descoperirile lui Borkenau sugerează că a crea un aspect rafinat are tendința de a face oamenii să te vadă ca pe un extrovertit, încrezător și deschis.

Datele lui Borkenau sugerează că formalitatea îmbrăcăminții este cheia pentru judecarea conștiințiozității. Având avantajul de a cunoaște descoperirile studiului, puteți vedea cum se leagă cele două lucruri (deși nu ai fi ghicit în prealabil că îmbrăcămintea este o indicație relevantă). Persoanele responsabile, motivate (deci, conștiințioase) sunt cele care și-au luat sarcina în serios și și-au planificat întâlnirea de la laboratorul de psihologie în mod profesionist. Să presupunem însă că, în loc de a fi recrutați pentru o scurtă ședință experimentală într-un departament de psihologie, subiecții ar fi recrutați pentru a zugrăvi un depozit vechi. În acest caz, tipurile de persoane organizate și conștiințioase ar fi cele care și-ar face timp pentru a-și găsi haine de zugrăvit (probabil ar avea un sertar special plin de cămăși și pantaloni vechi pregătiți pentru activități în care se murdăresc) pe care nu ar uita să și le aducă. În această situație, mă aștept ca persoanele conștiințioase să se îmbrace *cel mai puțin* formal.

Acest exemplu este relevant pentru a înțelege cum trebuie folosite cercetările din perspectiva mai largă a persoanei care cotrobăie — ca regulă de bază, nu ca pe o carte de coduri, care leagă în mod rigid un indiciu, cum ar fi formalitatea îmbrăcăminții, de o trăsătură, precum conștiințiozitatea. Corelațiile de acest tip sunt slabe la nivel individual — chiar și în studiul lui Borkenau au existat o mulțime de oameni conștiințioși îmbrăcați mai neprotocolar. Însă datoria noastră de persoane care cotrobăie, în tradiția detectivului Hercule Poirot, este aceea de a „construi“ cazul pe baza unor dovezi și de a deveni astfel tot mai siguri pe măsură ce se acumulează indiciile.

Una dintre descoperirile cele mai surprinzătoare ale lui Borkenau este aceea că trăsăturile delicate ale chipului (adică, contururile feței) sunt cheia pentru a depista agreabilitatea; în conformitate cu unele cercetări anterioare din anii 1980, acesta a aflat că „fața de copil“ (o față rotundă, cu ochi mari, nas mic, frunte ridicată și bărbie mică) este asociată cu agreabilitatea. Ar fi imprudent să tragem concluzii ferme numai de pe urma acestei cercetări. Însă descoperirea este provocatoare, deoarece, spre deosebire de alte rezultate, aceasta pare să se bazeze pe caracteristicile fizice imuabile ale feței. Este o posibilitate interesantă parțial pentru că are ecouri în mai vechea știință a fizionomiei — ideea că trăsăturile de caracter sunt dezvăluite prin caracterele fizice, în special prin formele feței. În unul dintre cele mai faimoase cazuri ale sale, știința fizionomiei a fost foarte aproape de a dărâma teoria evoluției când lui Charles Darwin aproape că i-a fost interzis să călătorească pe nava *Beagle* deoarece căpitanul Fitzroy a crezut că nasul său borbănat indica lipsa de hotărâre!

Practica fizionomiei a fost considerată mult timp o șarlatanie, dar unele cercetări recente sugerează că ar putea exista un sâmbure de adevăr în asta. Anthony Little de la Universitatea din Stirling și David Perrett de la Universitatea din St. Andrews au făcut ceva ce toate studiile anterioare de acest tip nu au reușit să facă. Au izolat trăsăturile feței subiectului excluzând indiciile referitoare la comportament, îmbrăcăminte și coafură. Pentru bărbați și femei, au creat zece imagini compozite, fiecare dintre ele fiind creată prin fuzionarea fotografiilor oamenilor selectați de la polii de sus și cei de jos ai fiecăreia dintre cele cinci dimensiuni de personalitate. De exemplu, cele cincisprezece fețe ale celor mai extrovertite femei au fuzionat într-o singură imagine care a reflectat ceea ce aveau în comun. Când observatorii au evaluat aceste fotografii combinate, au fost surprinzător de buni când a fost vorba să aleagă trăsăturile corecte de personalitate, mai ales în cazul imaginilor de femei; rezultatele sugerează, după cum au susținut de la bun început cei ce se ocupă de studiul fizionomiei,



că anumite trăsături de personalitate se reflectă în trăsăturile noastre faciale. Cum se poate așa ceva?

Există mai multe cauze și probabil că acestea se combină pentru a conduce la aceste legături dintre personalitate și față. Prima cauză este biologică. Se știe că unii hormoni, cum ar fi testosteronul, influențează trăsăturile feței, precum și unele fațete ale personalității, precum asertivitatea; acesta poate fi motivul pentru care imaginea care combină cincisprezece bărbați extrovertiți (dimensiunea asociată cu asertivitatea; a se vedea tabelul 2.3) are mai multe trăsături faciale masculine decât imaginea formată din cincisprezece bărbați introvertiți. A doua legătură dintre aspectul fizic și personalitate se datorează comportamentului: persoanele atrăgătoare pot fi tratate diferit în cadrul interacțiunilor sociale, un fenomen care duce de fapt la diferențe în modul în care se comportă și cum se văd ei înșiși. În conformitate cu această idee, Borkenau a descoperit că oamenii atrăgători se priveau într-o lumină mai pozitivă decât oamenii neatrăgători la nivelul patru din cele cinci dimensiuni ale personalității (Big Five).

În cele din urmă, este posibil ca și personalitatea să imprime anumite mărci comportamentale pe chip; unele personalități ar putea folosi metode de îngrijire sau ar putea urma o dietă care, în timp, duce la diferențe faciale minore, cum ar fi o piele îngrijită. Și mai interesantă este posibilitatea ca expresiile faciale de moment să lase în cele din urmă niște amprente permanente sub forma unor riduri — semne pe care le lasă o viață întregă de încruntare, ursuzenie sau, de ce nu, zâmbet. Carol Malatesta de la New School for Social Research din New York și colegii săi au analizat aprecierile făcute asupra personalității persoanelor în etate (de aproximativ șaptezeci de ani) bazându-se pe presupunerea că de-a lungul anilor expresiile caracteristice se dezvoltă prin ridurile gravate pe chipurile oamenilor; concluziile ei au arătat că, într-adevăr, în general, oamenii care au tendința să se enerveze sunt apreciați ca persoane iritabile, indiferent de expresia lor

facială; același lucru a fost valabil și pentru alte expresii emoționale habituale, cum ar fi tristețea, disprețul și vinovăția. Subiecții lui Little și Perrett erau în medie cu o jumătate de secol mai tineri decât cei ai lui Malatesta, ceea ce înseamnă că dacă ar fi folosit subiecți mai vârstnici, ar fi crescut posibilitatea ca aceștia să fi găsit legături chiar mai puternice între personalitate și trăsăturile faciale.

Un alt rezultat interesant al lui Borkenau este legătura dintre nevrotism și îmbrăcămintea de culori închise. O fațetă a nevrotismului este exprimarea emoțiilor negative, așa că probabil îmbrăcămintea de culori închise reflectă întunericul din interior. Din nou, deși corelația este destul de slabă, este una interesantă, deoarece reamintește de o anumită subcultură cunoscută în special pentru îmbrăcămintea sa în culori negre.

CÂT DE „GOTIC“ EȘTI?

Acum câțiva ani, una dintre cele mai populare pagini americane de pe internet era un site cu numele hotornot.com, unde oamenii își puteau încărca propriile fotografii pentru a primi voturi brutal de cinstite, care variau între „atrăgător“ sau „nasol“ („hot or not“), în funcție de cât de apetisanți erau din punct de vedere sexual. La scurt timp după aceea internetul a fost inundat de site-uri asemănătoare, care marșau pe tema votului atractivității. Unul dintre favoritele mele era gothornot.com, unde utilizatorii votau fotografiile încărcate de diferiți aspiranți la cea mai bună imagine „gotică“, dați cu rimel pe la ochi, palizi, cu privirea încruntată și îmbrăcați în haine negre. Una dintre cele mai votate aspirante la aspectul „gotic“, poreclită „Steaua mizeriei“, este îmbrăcată în negru din cap până în picioare; are pielea albă ca marmura, păr negru ca pana corbului și cu machiaj închis la ochi și pe buze.

Îngenunchează cu dispreț morocănos lângă un pârâu. O altă utilizatoare, poreclită „Plânsetul inocenței“, clasată pe un loc fruntaș pe grila „gotică“, este cenușie la față, iar hainele, părul și machiajul său sunt toate negre; se uită la aparatul de fotografiat cu propriul său tip de dispreț înăbușit. Avem parte de și mai multă lehamite de la „Sufletul Negru666“ (nu există prea multe zâmbete pe această pagină de internet).

Impresia transmisă de aceste fotografii este cu siguranță diferită de cea la care te-ai aștepta de la un site numit MajoritateVesele.ro. E foarte probabil ca personalitățile noastre se ne facă să arătăm într-un anumit fel — e mai puțin posibil ca o persoană timidă să aibă același contact vizual direct ca o altă persoană mai curajoasă. Și am putea de asemenea să ne folosim de aspectul nostru, așa cum fac adepții curentului „gotic“, pentru a ne asocia cu anumite valori, idealuri și idei cum ar fi o fascinație pentru moarte și toate lucrurile macabre.

Nu există foarte multe studii ale personalității adepților curentului „gotic“, însă Craig Nathanson și colegii săi de la Universitatea British Columbia i-au inclus pe adepții acestui curent în cadrul cercetării lor cu privire la tatuaje, piercinguri și îmbrăcăminte provocatoare. Aceștia au descoperit că oamenii care expun astfel de indicii ce se abat de la normal din punct de vedere cultural au tendința de a obține scoruri ușor mai mari în cazul deschiderii (ca trăsătură în Big Five) și ușor mai mici în cazul stimei de sine. De asemenea, scorurile sunt mai mari atât în cazul căutării de senzații, cât și în cazul cruzimii.

Chiar și în cazul lumii „nongotice“, aspectul fizic oferă indicii referitoare la personalitate. În cadrul propriei noastre cercetări am rugat voluntarii să evalueze personalitățile oamenilor uitându-se doar la fotografiile acestora. Având în vedere că nu au avut decât niște fotografii după care să se ghideze, observatorii noștri (care erau niște studenți obișnuiți) au dat dovadă de o precizie surprinzătoare când a fost vorba să judece nivelurile de extraversie, agreabilitate și deschidere. Ghidul practic de mai jos vă arată

câțiva dintre indicii folosiți de evaluatorii noștri pentru a-și forma impresiile și care dintre aceștia s-au dovedit relevanți. Bineînțeles că observatorii s-au bazat și pe alte indicii, pe care nu le-am evaluat în cadrul acestui studiu.

Tabelul 5.2 Ghid practic de „scotocit”

Când au evaluat...	Observatorii s-au oprit, de fapt, la oameni care păreau...	În loc să se fi oprit la oameni care păreau...
Deschiderea	Neatrăgători Dezordonați Dezorganizați Nesănătoși Creativi Neconvenționali	Neatrăgători Dezordonați Dezorganizați Nesănătoși Creativi Neconvenționali
Conștiinciozitatea	Atrăgători Ordonati Organizați Sănătoși Relaxați Convenționali	
Extraversia	Atrăgători Veseli Relaxați Convenționali	Atrăgători Veseli Relaxați
Agreabilitatea	Veseli Organizați Relaxați	Veseli Relaxați
Nevrotismul	Nesănătoși	Nesănătoși
Narcisismul	Cu stil Să poarte haine scumpe Tipul de persoane care să facă parte dintr-o asociație studențească Veseli Că le-a luat ceva timp să se pregătească	Cu stil Să poarte haine scumpe Că le-a luat ceva timp să se pregătească



Când au evaluat...	Observatorii s-au oprit, de fapt, la oameni care păreau...	În loc să se fi oprit la oameni care păreau...
	Feminini (numai în cazul femeilor)	Feminini (numai în cazul femeilor)
	Să fie machiați (numai în cazul femeilor)	Să fie machiați (numai în cazul femeilor)
	Să aibă sprâncenele pensate (numai în cazul femeilor)	Să aibă sprâncenele pensate (numai în cazul femeilor)
	Să poarte decolteu (numai în cazul femeilor)	Să poarte decolteu (numai în cazul femeilor)
	Masculini (numai în cazul bărbaților)	
	Musculoși	

Observatorii au fost destul de abili în a alege indiciile corecte ale narcisismului, ale deschiderii și, într-o mai mică măsură, ale extraversiei. Așa cum a fost cazul și cu studiile lui Borkenau, vedem că stereotipurile privind oamenii conștiincioși nu s-au dovedit a fi valabile. Și mai observăm un tipar la care mă voi întoarce mai târziu, în care oamenii care par organizați sunt considerați a fi atât agreabili, cât și conștiincioși.

Pe lângă faptul că ne oferă o idee cu privire la ce indicii trebuiau sau nu trebuiau folosite de către observatori, datele noastre au avut drept rezultat și o descoperire importantă. Deși a existat extrem de puțină acuratețe în părerile despre nivelurile de conștiinciozitate și nevrotism ale oamenilor, evaluatorii au fost mai perceptivi în ceea ce privește agreabilitatea și deschiderea. Paradoxal, opiniile lor greșite (cu referire la nevrotism și conștiinciozitate) au atins un nivel de acord mai mare decât în cazul evaluării celorlalte două trăsături. În calitate de persoane care „cotrobăim“, ar trebui să acordăm atenție acestei descoperiri, deoarece arată că existența unui consens în rândul observatorilor nu prea are legătură cu acuratețea lui; cu alte cuvinte, doar pentru

că toată lumea este de acord asupra unei păreri formulate pornind de la aspectul altei persoane nu înseamnă că acea evaluare este și una corectă.

STRÂNGERI DE MÂNĂ

Una dintre plăcerile muncii în domeniul studiului personalității este aceea că multe persoane pot înțelege în ce rezidă interesul cercetării mele. Când spun cuiva că studiez modul în care se exprimă personalitatea în viața de zi cu zi și când găsesc indicii cotrobăind prin dormitoare și birouri, uneori am noroc și aflu despre locuri noi unde ar putea zace alte indicii. Uneori, se găsește câte ceva care să adulmece personalitatea cuiva dintr-o sursă absolut neașteptată.

Un mecanic cu experiență mi-a spus la un moment dat că oamenii nerăbdători și temători își uzează plăcuțele de frână mai repede decât cei calmi și relaxați. Oamenii nerăbdători apasă mereu pe frână; cel mai mic deranj și cea mai mică distragere a atenției sunt îndeajuns ca să aducă mașina la un scrâșnet de cauciucuri. Și după multe manevre de genul acesta, are loc și uzura frânelor. Bineînțeles că nu poți sălta cu cricul mașina unui posibil iubit, nu îi poți scoate roțile și nu poți verifica plăcuțele de frână (asta presupunând că le-ai și găsi). Însă observațiile mecanicului mi-au amintit de importanța exersării creativității și gândirii deschise în momentul în care scotocim după semne ale personalității. Îmi place, dacă sunt într-o mașină, să pornesc radioul și să ascult posturile presetate, să analizez CD-uri sau iPod-uri, căutând indicii referitoare la tipul de mediu pe care șoferul încearcă să și-l creeze — Metallica sau John Coltrane?

Trecând peste plăcuțele de frână, dacă e să analizăm mașinile în sine ele ne pot spune ceva despre proprietarii lor în funcție de



cele trei mari mecanisme ale personalității. Modelul vehicului — o mașină de clasă sau un hibrid, și accesoriile sale, cum ar fi autocolantele de pe bara de protecție, ar putea să funcționeze drept mărci de identitate îndreptate către ceilalți, dar și către șoferii înșiși. Putem afla ceva despre un șofer prin intermediul reziduurilor comportamentale — zgârieturile de pe bara de protecție și de pe corpul mașinii ar putea face dovada unor necugetări trecute (ați observat vreodată că mașina care e cât pe-acți să vă zgârie automobilul este de obicei plină de zgârieturi și lovituri?). Starea interiorului mașinii oferă de asemenea informații. A fost goliță și curățată scrumiera? Cad firimituri de biscuiți din pliurile scaunelor? Modelul mașinii — să spunem unul sport pentru a conduce cu viteză — și alte caracteristici, cum ar fi poza unui animal de companie adorat care atârnă de oglindă, ar putea funcționa ca factori de reglare a sentimentelor, comunicând astfel câte ceva despre modul de gândire și simțire al șoferului.

Bazându-se pe acest tip de cotrobăială, Georg Alpers și Antje Gerdes, cercetători la Universitatea Julius-Maximilians din Würzburg, au vrut să vadă dacă, bazându-se exclusiv pe aspectele fizice, evaluatorii ar putea ghici care șoferi se potrivesc anumitor vehicule. Cei doi au petrecut patru zile stând într-o zonă din apropierea locului unde se plătește taxa de drum pândindu-i pe șoferi și cerându-le permisiunea de a-i fotografia atât pe ei, cât și mașinile lor, însă separat. Cercetătorii au arătat apoi fotografiile mai multor străini pentru a vedea dacă aceștia puteau ghici cine ce mașină conducea.

Evaluatorii nu au nimerit de fiecare dată, dar au avut dreptate de mult mai multe ori decât te-ai fi așteptat dacă era vorba să te bazezi doar pe noroc. Faptul că au fost în stare să facă așa ceva este impresionant. În fond, au avut de emis două tipuri de judecăți — ce fel de om era șoferul judecând după fotografia personală și apoi ce fel de persoană ar fi condus diversele tipuri de mașini. Pe urmă nu au avut decât să pună cap la cap cele două informații. Dacă vreuna dintre judecăți nu funcționa, nu era posibilă potrivirea

informațiilor. Să ne mai gândim și la faptul că încercările de ghicire se bazau pe puține indicii — o fotografie a conducătorului auto de la talie în sus și o vedere din profil a mașinii. Nu puteau să caute sub scaunele din mașină, să cotrobăiască prin portbagaj sau să asculte posturile de radio presetate pe aparatul din mașină.

Probabil că evaluatorii s-au bazat pe deducții directe pentru a face generalizări despre efectele trăsăturilor (de exemplu, curătenia) — așa că e posibil să fi dedus că oamenii care sunt meticuloși în menținerea aspectului lor fizic sunt, totodată, meticuloși și cu aspectul mașinilor lor. Și e, de asemenea, posibil să fi folosit deducții indirecte; probabil că s-au bazat și pe stereotipuri (după toate probabilitățile pe cele valabile) potrivit cărora, de exemplu, persoanele în vârstă au tendința de a fi mai bogate și că mașinile care par scumpe au tendința să fie, ei bine, scumpe, permițându-le să facă legătura dintre persoanele în vârstă și mașinile costisitoare.

Desigur că puteți afla diverse lucruri și prin contact personal cu persoana în cauză. La Universitatea din Texas fac parte dintr-un program de mentori în care se fac perechi de profesori și studenți pentru a-i încuraja pe aceștia să petreacă timp împreună. Într-un an, înainte să ajung să cunosc vreun student, am aranjat să iau cina cu unii dintre ei. La sfârșitul mesei, am spus la revedere și am dat mâna cu ei. Pentru că am strâns mâna repede cu mai multe persoane una după alta, nu m-am putut abține să nu observ diferența în stilul de a strânge mâna. Unele strângeri de mână au fost rigide, altele au fost fără vlagă. Unele au fost ferme, altele slabe. Ritz, femeia cu cea mai fermă strângere de mână, al cărei păr era vopsit roșu-aprins, a pălăvrăgit neîncetat tot timpul. A zâmbit mult, cu energie pozitivă, încuviințând sau dând mereu din cap în semn de recunoaștere față de ceilalți de la masă fără să își întrerupă discuția, și sculându-se mereu pentru a-i organiza pe ceilalți în funcție de locul unde se așezau. Aș fi putut oare să îi prevăd comportamentul social răsunător și energic doar dintr-o strângere de mână? Bănuiala potrivit căreia puteți afla ceva despre o



persoană din modul în care vă strânge mâna este una larg răspândită și, iată, a fost subiectul unor cercetări psihologice.

Strângerea mâinii în calitate de cheie a personalității trebuie că a interesat încă de când a început acest obicei. Fenomenul a fost cercetat pentru prima dată de psihologi în anii 1930. Mai recent, în anii 1990, cercetătorii suedezi au efectuat un număr de studii complexe ale strângerilor de mână. Din păcate, rezultatele nu au fost deosebit de utile. Un astfel de studiu implica numai pacienți de psihiatrie tratați în spital, despre care nu se poate spune că sunt reprezentativi pentru cea mai mare parte a populației. Celelalte aveau atât de multe defecte, încât le-a fost imposibil să dea răspuns unor întrebări importante: oamenii strâng mâna în același fel cu toată lumea? Și dau mâna diferit cu membrii propriului sex față de membrii sexului opus?

Era nevoie de un studiu care să măsoare o varietate mare de caracteristici ale strângerilor de mână, care să utilizeze o metodă bine stabilită pentru a evalua personalitatea celui care dă mâna, care să evalueze consecvența strângerilor de mână în rândul persoanelor care dau mâna, care să examineze diferențele de gen ce marchează aceste gesturi și care să evalueze sistematic impresiile pe care le lasă oamenii atunci când dau mâna unii cu alții. În 2000, un studiu publicat în *Journal of Personality and Social Psychology*, cea mai prestigioasă publicație din domeniu, a făcut chiar asta. Și astăzi, această lucrare reprezintă cea mai riguroasă analiză a legăturilor dintre personalitate și strângerea de mână.

William Chaplin și studenții lui de la Universitatea Alabama din Tuscaloosa au analizat strângerile de mână și personalitățile a mai bine de o sută de persoane. Aceștia au măsurat opt calități ale strângerii de mână (cum ar fi temperatura, gradul de uscăciune, puterea și durata) punându-le în legătură cu cele cinci trăsături de personalitate, precum și cu timiditatea și expresivitatea emoțională.

Ce credeți că au descoperit? De exemplu, pe care dintre trăsăturile tocmai enumerate v-ați aștepta să le întâlniți la o persoană

care vă strânge mâna ferm? Și v-ați aștepta să întâlniți aceleași trăsături la bărbați și la femei? Chaplin și echipa sa au evaluat strângerea de mână a fiecărei persoane de opt ori, de două ori cu două experimentatoare și de două ori cu doi experimenter. Un lucru extrem de important a fost, după cum se va dovedi, faptul că au reușit să facă acest lucru fără ca cei care dădeau mâna să își dea seama că acel studiu avea vreo legătură cu acest gest.

Pentru a asigura o evaluare consecventă, experimenterii au fost îndelung instruiți să dea mâna într-un mod neutru și să o facă exact la fel de fiecare dată. Acest lucru nu este ușor. În calitate de experimenter, trebuie să întinzi mâna drept, dinspre talie, cu degetul mare ridicat la un unghi de patruzeci și cinci de grade. Este important să nu se influențeze strânsul mâinii în niciun fel, astfel încât la contact, trebuie să așteptați ca cel care dă mâna să fie cel care inițiază strângerea și scuturatul mâinii. În plus, trebuie să dați drumul strânsorii numai atunci când cealaltă persoană începe să relaxeze strânsura sau dă alte semne prin care dorește să pună capăt strângerii de mână. În momentul în care învățați strângerea de mână standard, trebuie să învățați cele opt dimensiuni ale acestui gest, care includ temperatura, puterea, durata și textura. În cazul studiului de la Universitatea din Alabama, această instruire a experimenterilor a durat o lună.

La ora stabilită, subiecții au apărut pentru experiment. S-a creat o poveste inteligentă prin care să li se ascundă adevăratul motiv al experimentului pentru a-i face să dea mâna de două ori cu patru persoane instruite fără a le trezi suspiciuni cum că studiul ar fi despre analiza strângerii de mână. Subiecților li s-a spus că făceau parte dintr-o cercetare care analiza dacă efectuarea a patru teste de personalitate deodată ar avea rezultate diferite de cele ale aceluiași teste făcute separat. Li s-a cerut să completeze patru chestionare și apoi au primit aceste instrucțiuni: „Pentru a sublinia faptul că evaluările erau separate, fiecare experimenter vă va saluta ca și cum ați veni la el pentru un experiment individual“. Instrucțiunile furnizau o explicație plauzibilă pentru



toate străngerile de mână ce aveau loc, așa că le-au permis experimenterilor să realizeze toate chestionarele de personalitate în același timp. Iată un exemplu plin de șiretenie pentru cotrobăiala în acțiune.

Majoritatea subiecților s-au clasat undeva la mijloc; nu erau nici persoane cu o strângere de mână foarte fermă, ca într-o menghină de oțel, nici persoane cu o strângere de mână ca de mort, fără vlagă. Însă studiul a arătat că unele aspecte ale personalității se pot deduce din modul în care oamenii dau mâna unii cu alții și a mai arătat că anumite atribute ale străngerii de mână par să se coreleze. Cu alte cuvinte, așa cum oamenii pot combina mai multe trăsături de personalitate („tocilarul“ combină introversia, studiul intens și inabilitatea socială), străngerile de mână relevă de obicei corelații între mai multe trăsături.

Se pare, în cele din urmă, că tipologia celor care strâng mâna este mai simplă decât tipologia personalității în general, având doar două genuri principale — cei care strâng mâna cu putere și cei care strâng mâna fără vlagă. Cei cu strângere fermă au tendința să aibă o strânsoare completă, puternică și energică, țin mâna îndelung și includ contactul vizual. Așa cum e de așteptat, în general, bărbații au avut străngeri de mână mai puternice decât femeile. Și, conform rezultatelor lui Chaplin, cei cu o priză puternică tind să fie mai extrovertiți și mai puțin nevrotici și timizi. Numai în cazul femeilor, cele cu strângerea puternică tind și ele să fie mai deschise față de experiențe noi. Oamenii care oferă o mână moale au tendința să fie introvertiți, nevrotici și să nu își exprime sentimentele. Și, confirmând unele cercetări exploratorii ale grupului suedez, în care au analizat părerile unor persoane experimentate în strângerea mâinii cum ar fi terapeutii, preoții și agenții de vânzări, grupul lui Chaplin a mai arătat și că ne formăm anumite impresii despre ceilalți din străngerile lor de mână. Confirmând cărțile despre comportamentul civilizată, cei care au o strângere de mână fermă au suscitât niște prime impresii mult mai pozitive din partea evaluatorilor decât cei lipsiți de vlagă.

PERSONALITATEA 24 DE ORE DIN 24

Convingerea că activități de zi cu zi precum mersul pe jos și strângerea de mână pot dezvălui lucruri despre ceea ce suntem a stat la baza unui studiu extraordinar despre un băiat de șapte ani cunoscut acum sub pseudonimul său, Raymond Birch. Într-o zi caldă dar înnorată de marți, din aprilie 1949, cu puțin înainte de ora șapte dimineața, mama lui Raymond a intrat în camera lui. I-a aprins veioza și s-a întors spre pat chiar când se făcea ora 7. „Raymond, trezește-te.“

Nicio mișcare. A trezit cu blândețe băiatul adormit, care s-a ridicat în capul oaselor și s-a frecat la ochi. La 7 și un minut, și-a tras ciorapul stâng. La 7 și trei minute, și-a tras ciorapul drept. La 7 și patru minute, și-a pus pantoful drept. Mama sa l-a întrebat dacă vrea un ou la micul dejun. Adormit, dar fără iritare sau supărare, a spus că nu.

Cum se face, v-ați putea întreba, că știm toate astea? Raymond a fost subiectul unui proiect științific unic condus de Roger Barker și Herbert Wright, directori ai stației de cercetări Midwest din Oskaloosa, Kansas. Aceștia au hotărât să urmărească o singură persoană o zi întreagă, notând meticolos ceea ce a făcut aceasta minut de minut. În acea zi, tot ce a făcut Raymond, din momentul în care s-a frecat la ochi dimineața până când a adormit la ora 8:33 seara, a fost înregistrat cu meticulozitate de o echipă de opt observatori, una preluând ștafeta de la cealaltă la fiecare jumătate de oră. Activitățile cotidiene ale lui Raymond, pusul șosetelor și toate celelalte, au fost immortalizate în cadrul celebrului studiu de caz „Ziua unui băiat“.

Așa cum am procedat împreună cu colegii mei în cazul cercetărilor despre cotrobăială, Barker și Wright au depășit limitările și constrângerile laboratorului psihologic și s-au concentrat pe comportamentele de zi cu zi. Masiva lor întreprindere, o contribuție



importantă în cadrul observării în mediul natural, a avut drept rezultat mai mult de patru sute de pagini de informații. Însă chiar dacă ideile lor au avut un mare răsunet în domeniu, a trecut surprinzător de mult timp până când munca lor a fost dusă mai departe.

Vreo patruzeci de ani mai târziu, Kenneth Craik de la Universitatea California, Berkeley, a elaborat ceea ce a numit „Analiza unei zile trăite“, o metodă de observare care utilizează o cameră video portabilă pentru a surprinde oamenii în timpul vieții lor obișnuite. Se bazează pe conștientizarea faptului că în cele din urmă „viața se trăiește zi de zi, de la o zi la alta, zi după zi“.

Prin crearea unor înregistrări audiovizuale permanente, metoda lui Craik a constituit o îmbunătățire majoră a înregistrărilor scrise de Barker și Wright. Însă a fost totuși extrem de consumatoare de timp și de greoaie. Și, bineînțeles, să călătorești cu o coadă de cameramani și cercetători este o metodă nerentabilă de a te mișca. Ți dorești oare să ai întreaga echipă prezentă când mai furi câte un pui de somn sau când te streкори la o țigară pe furiș? Nu ar influența acest tip de cotrobăială înseși comportamentele pe care psihologii vor să le studieze? Era nevoie de o metodă care să nu se impună atât de invaziv în activitățile comune, de zi cu zi.

O astfel de metodă a fost concepută de James Pennebaker, un coleg de-al meu de la Universitatea din Texas, și de Matthias Mehl de la Universitatea din Arizona. Ca parte a unei ingenioase „cotrobăieli“ aceștia au adaptat microaparate de înregistrare astfel încât dispozitivele să poată fi purtate toată ziua; erau controlate de un cip care activa dispozitivul de înregistrare timp de treizeci de secunde la fiecare douăsprezece minute. Subiecții purtau la curea aceste dispozitive de înregistrare activate electronic (la rever aveau atașate microfoane) cam între două și patru zile. Astfel, au fost cruțați de intruziuni nedorite. În cazul în care cercetătorii ar fi fost permanent în preajmă cu camere video și caiete de notițe, este puțin probabil că subiectul 439 ar mai fi vorbit atât de sincer despre „fata bine proporționată“ cu „sânii mari, însă nu foarte

mari, care se potriveau perfect cu restul corpului“. Și deși subiectul 363 a furnizat aparatului de înregistrat un moment bogat în informații psihologice, bănuiesc că nu ar fi ajuns la capătul nervilor și nu s-ar fi despărțit de prietenul ei în fața unei întregi echipe de cercetători.

Mehl e de părere că aparatul de înregistrat are acces direct la momente care nu sunt la îndemâna majorității cercetărilor psihologice, deoarece oamenii au tendința inerentă să creadă că ceea ce fac ei este „normal“ și, prin urmare, nu este nevoie să se cenzureze. Este de ajutor și faptul că participanților li se spune că cercetătorii sunt interesați de „viața de zi cu zi“ și că mai târziu pot șterge anumite fragmente dacă simt că trebuie cenzurate. Într-una din rarele ocazii în care unul dintre participanți a șters parte din înregistrări, acesta nu a înlăturat nimic sordid — a eliminat doar partea cu cântatul fals. (Din păcate, nu toți participanții care au cântat au fost îndeajuns de grijulii încât să își păstreze cântatul pentru sine.) Participanții din cadrul studiilor lui Mehl au relatat că sunt de obicei hiperconștienți de dispozitiv în primele două ore, însă că după aceea de cele mai multe ori uită de acesta. De fapt, Mehl însuși aproape că și-a distrus unul din propriile dispozitive de înregistrare, scumpe de altfel, când a uitat că îl poartă și și-a scos puloverul, smulgând microfonul din dispozitiv.

Aparatul de înregistrat cu activare periodică a oferit o mulțime de fapte interesante despre modurile în care oamenii își trăiesc viața. A arătat că, în ciuda diverselor lucruri pe care le face fiecare dintre noi, suntem negreșit niște victime ale tabieturilor. Când oamenii poartă asemenea aparate timp de două zile și apoi încă două zile patru săptămâni mai târziu, sunt remarcabil de consecvenți în modul în care interacționează cu alții, în tipurile de lucruri pe care le fac și în locurile pe care le frecventează. Oamenii care au petrecut o grămadă de timp singuri sau vorbind la telefon au făcut aceleași lucruri și patru săptămâni mai târziu. Aceleași modele au fost reluate indiferent că vorbeau cu alții, râdeau,

se uitau la televizor, cântau, utilizau calculatorul, citeau, munceau și participau la cursuri. Nu s-a schimbat timpul petrecut de participanți în apartamente, în aer liber, pe drum, într-un restaurant sau în alt loc public. Purtătorii aparatelor de înregistrat au fost chiar consecvenți în ceea ce privește tipul de cuvinte pe care le foloseau, în special pentru înjurături și cuvinte de umplutură, cum ar fi *hm*, *aha*, și *ca*.

Acestea și, de fapt, toate cuvintele pe care le folosim ne reflectă personalitatea. În cadrul altei întreprinderi în ceea ce privește „scotocirea” personalității, James Pennebaker și Laura King au folosit un program de calculator pentru a diseca elementele de limbă din eșantioanele redactate de opt sute de oameni. Aceștia au constatat că extroverții au tendința de a folosi limbajul în legătură cu evenimente sociale și emoții pozitive și că evită cuvinte care exprimă emoții negative; de asemenea, au tendința să facă diferențe prin intermediul adversativelor (*dar*, *însă*, *în schimb*), „atenuatorilor” (*probabil*, *poate*) și negațiilor (*nu*, *deloc*, *niciodată*). Oamenii cu un grad mare de deschidere au tendința să aibă alt model — folosesc mai puține pronume la persoana întâi singular (*eu*, *pe mine*, *meu*) și mai multe articole (*un*, *o*, *cel*) și cuvinte lungi, evitând verbele la timpul prezent. Oamenii cu un grad ridicat pe nevrotism au tendința să folosească o mulțime de pronume la persoana întâi singular, mai puține articole și cuvinte ce exprimă mai degrabă emoții negative. De fapt, diferențe în utilizarea pronumelui la persoana întâi singular apar în multe dintre rezultatele lui Pennebaker. Cine credeți că utilizează *eu*, *pe mine* și *meu* mai mult din următoarele grupuri: oameni cu statut ridicat față de cei cu statut inferior; poeți suicidalii versus nonsuicidalii; femeii sau bărbații; oameni deprimați sau nedeprimați? Pennebaker consideră *eu*, *pe mine* și *meu* drept niște mărci lingvistice de atragere a atenției asupra sinelui și le-a descoperit proporții mai mari de utilizare în rândul femeilor (față de bărbați), al oamenilor cu statut inferior (față de cei cu statut ridicat), în rândul poezilor

suicidali (față de cei nonsuicidali) și al oamenilor deprimați (față de cei nedeprimați).

Fără un program informatic specializat este aproape imposibil să distingi aceste diferențe în vorbirea de zi cu zi și este chiar dificil să le surprinzi dacă citești ceea ce a scris persoana pe care o analizezi. Pentru a arăta cât de grea este estimarea frecvenței cuvintelor, gândiți-vă la două conversații pe care le-ați avut în ultimele două zile. Deși probabil că ați putea ghici care dintre ele a avut mai multe cuvinte specifice pentru anumite categorii de conținut (cum ar fi cuvinte legate de lucru sau călătorie sau de anumite persoane sau activități) — adică, știți despre ce au fost conversațiile respective — probabil că nu aveți nici cea mai mică idee despre frecvențele relative a ceea ce Pennebaker numește prin cuvinte „de umplură” (pronume, prepoziții, articole, conjuncții și verbe auxiliare). Aveți vreo idee în care dintre cele două conversații s-au folosit mai mult cuvintele *cel*, *al*, *în*, *că*, *dar* și *eu*? Sunt acele tipuri de cuvinte care ne marchează cel mai bine stilul de vorbire și de aceea sunt cele mai bune semne ale personalității și ale condițiilor sociale speciale. De exemplu, Pennebaker a descoperit că, atunci când oamenii spun adevărul, au tendința să folosească pronumele personal la persoana întâi singular cu o frecvență relativ mai mare (*eu*, *pe mine*, *meu*) și cuvinte de legătură (cum ar fi *dar*, *cu excepția* și *fără*) care au tendința să marcheze gândirea complexă. Prin urmare, atunci când explicăm ceva în mod sincer, ne vom „apropria” aceste cuvinte, făcându-le mai personale și descriind povestea într-un mod complex din punct de vedere cognitiv.

Este de înțeles că pentru a desfășura această activitate de „cotrobăială” așa cum trebuie, este obligatoriu să ne uităm la frecvențele diverselor elemente de vorbire; cea mai ușoară cale de a face acest lucru este să utilizați programe computerizate de analiză a textului, cum ar fi cel elaborat de Pennebaker (și disponibil pe site-ul său). Dezavantajul acestor tipuri de analize este că necesită un program specializat. Avantajul este că, deoarece



oamenii nu au nicio idee în legătură cu propriul lor stil de limbaj, este extrem de greu pentru ei să folosească limbajul ca să prezinte o impresie deliberat falsă asupra personalității lor. Acest lucru este adevărat chiar și atunci când scriu, nu doar când vorbesc.

Nu este surprinzător că e-mailul este un bun transmîșător al indiciilor de personalitate. Și uneori nici nu trebuie să deschideți mesajul. Christine Chang-Schneider este o absolventă a Universității din Texas ale cărei receptivități pronunțate față de manifestările zilnice ale personalității au condus-o către o cale de cercetare pe care nu se aștepta să o urmeze. Ca parte a unui studiu care analiza modul în care oamenii își aleg partenerii, aceasta trebuia să aleagă participante, care se plăceau foarte mult, în aceeași măsură în care trebuia să aleagă și femei care nu se prețuiau prea mult (autoaprecierile lor au fost evaluate inițial). Pentru a invita ambele grupuri — cele care se plăceau și cele care nu se plăceau — să participe la studiu, cercetătoarea le-a strâns adresele de e-mail. A observat imediat diferențele dintre cele două grupuri. Participantele cu scoruri mari la iubirea de sine aveau tendința să aibă nume de utilizator care să se potrivească cu această stare de fapt, cum ar fi jeniroșcata sau prințesa_maria. Însă participantele cu scoruri scăzute ale stimei de sine își aleseseră nume precum tipasadică sau goalapedinauntru. Când Chang-Schneider a vrut să vadă dacă acest lucru făcea parte dintr-un tipar mai pronunțat, a constatat că într-adevăr în anumite cazuri — și în special atunci când oamenii își creează propriile lor apelative — numele de utilizator ne pot oferi indicii despre cum se văd oamenii.

Iată câteva nume de utilizatori specifice studiului lui Chang-Schneider (ușor modificate pentru a proteja anonimatul participanților): naomiprintesa, regeletony23, vid_emotional82, grasutaviorica, chipesulgeorge, inima_rece, petricaciudatul. Nu trebuie să fii Hercule Poirot ca să îți dai seama care erau cei care se plăceau mult și care erau cei care se plăceau foarte puțin. Christine a mai constatat că încrederea de sine la oameni răzbătea

din numele pe care și le alegeau. Din nou, nu trebuie să fiți mari detectivi ca să vă dați seama care aveau scoruri ridicate și care aveau scoruri scăzute în ceea ce privește încrederea de sine: geniulvesnic, smecherul, celalalttip, ciudatul, creierdebiblica, iuliufunny, fitzestef.

Chiar și atunci când aveți posibilitatea de a vă crea propriul nume de e-mail există constrângeri în ceea ce puteți comunica, deoarece numele trebuie să fie scurte, iar când le folosiți și în interacțiunile profesionale, trebuie să evitați orice sună prea trăsnet. În Japonia, pe lângă conturile normale de e-mail, mulți oameni au adrese speciale de e-mail pentru telefoanele lor mobile. Acolo, conturile de e-mail de pe calculatoare și telefoanele mobile au funcții diferite, în special în cazul tinerilor. Deși utilizează conturile lor normale de e-mail în scopuri publice, cum ar fi trimiterea unei lucrări către un profesor, aceștia folosesc adresa lor de e-mail de pe telefonul mobil numai în scopuri private, cum ar fi să își dea o întâlnire sau să stea pe chat cu prietenii.

Tsutako Mori de la Universitatea pentru Femei „Konan“, din Japonia, mi-a spus că atunci când tinerii se întâlnesc pentru prima dată și se plac unul pe altul, primul lucru pe care îl fac este să schimbe adrese de e-mail pe telefon. În aceste cercuri, adresele de e-mail pe telefon sunt echivalentul schimbării cărților de vizită. Mori afirmă că primul lor subiect de conversație este adesea despre originile adresei de e-mail, astfel încât tinerii petrec mult timp pentru a crea adrese de telefon care să-i definească. Și din perspectiva scotocitului, este uimitor cât de multe se pot afla doar din aceste adrese. Mori a constatat că observatorii care s-au bazat doar pe adresa e-mail (și pe genul posesorului acelei adrese, fapt care afectează sensul cuvintelor) au fost surprinzător de preciși în a judeca extraversia posesorului adresei de e-mail și într-o măsură mai mică deschiderea acestuia.

O trăsătură ce distinge adresele indivizilor extrovertiți pozitivi și sociabili de cele ale introvertiților retrași a fost tonul jucăuș și vesel al primilor — o adresă a unuia dintre cei extrovertiți era



o secvență după numele unui joc video energic și interesant. Adresele extrovertiților erau de genul: ursulețul, rasarituldesoare, zambestelarg. Multe dintre adrese încorporau emoticoane zâmbitoare. Introvertiții păstrau adesea adresele alocate cu numere lipsite de sens; nu le personalizau, ceea ce reflecta probabil lipsa inițiativei și lipsa de interes pentru legăturile cu ceilalți, care este caracteristică acestei trăsături. Unele adrese de introvertiți făceau referire la subiecte melancolice precum „apusul soarelui“ și „dependent tulburat“.

Deoarece trăim într-o societate care pune puține restricții asupra exprimării sinelui, atunci când știi ce indicii să cauți, te afli în paradisul cotrobăitorilor. Însă mi se pun adesea aceste două întrebări: care este probabilitatea ca cineva să te poată păcăli prin manipularea indicilor care i-ar dezvălui personalitatea? Sau: ai fi în stare să construiești o personalitate complet falsă dacă ai ști ce indicii să manipulezi? Voi aborda aceste chestiuni provocatoare în următorul capitol.

Capitolul 6

Asanarea spațiului

Ca mentor de cercetare, eu îmi iau responsabilitățile foarte în serios. Când pregătesc studenții insist de obicei să citească mai multe articole de cercetare fundamentală, chiar dacă acestea tind să fie aride și pline de statistici. Însă, într-un an, m-am îndepărtat de practica standard și le-am dat ca sarcină de citit *The Rachel Papers* (*Dosarul Rachel*), un roman al scriitorului britanic Martin Amis. Este o cronică animată din punct de vedere psihologic a mai multor luni din viața unui personaj șmecher, Charles Highway, un tânăr care merge foarte departe pentru a ademeni femeile. La un moment dat, acesta se uită la un film cu o zi înainte să-l vadă iarăși cu o femeie pe nume Rachel. Acest lucru îi oferă timp pentru a pregăti observații „improvizate“ pline de duh, ca să o impresioneze. Într-un alt episod, aranjează obiectele din camera lui cu atenție:

Necunoscându-i părerile cu privire la muzică, am hotărât să aleg o cale sigură; am stivuit albumele în poziție verticală pe două rânduri paralele; la capul primului rând am pus *Odiseea spațială: 2001* (nu se poate să dau greș); la capătul celui de-al doilea rând am pus, după ce m-am gândit un pic, o selecție de versuri ale lui Dylan Thomas, citite de poetul însuși... Măsuța de cafea expunea câteva texte de Shakespeare și un număr al revistei *Time Out* — o dihotomie intrigantă, probabil, dar mi-a fost teamă că nu ar fi îndeajuns... Le-am înlocuit cu Operele complete ale lui William Blake (din nou, nu se poate să dau greș cu asta) și cu *Poezia meditației*, de fapt, o lucrare academică americană despre poeții metafizici, deși

dacă te uitați la copertă ar fi putut fi o antologie de versuri ale beatnicilor: Rachel o putea interpreta după cum dorea.

Planurile lui Highway erau atât de extinse și de complicate, încât păstra fișiere despre fiecare femeie pe care spera să o seducă. Titlul cărții, *Dosarul Rachel*, se referă la fișierul pe care îl ține despre ce îi place și ce nu îi place lui Rachel pentru a-l ajuta să își creeze o imagine care să o atragă pe aceasta. (În mod ironic, atunci când am recitat cartea și mă pregăteam să scriu volumul meu, un musafir a văzut-o pe noptieră și m-a acuzat că am lăsat-o acolo ca să îmi impresionez oaspeții.)

Romanul lui Amis este o lectură obligatorie, deoarece redă într-o manieră atrăgătoare și distractivă modul în care cineva se poate folosi de mărci de identitate false și de reziduuri de comportament fabricate pentru a crea o falsă impresie personală. Când lumea dă pentru prima oară peste cercetările mele, se întrebă adesea: „Oare nu pot să îmi aranjez camera în așa fel încât să creez o impresie greșită despre ce fel de persoană sunt?” Așa cum vom vedea, răspunsul este „Da... însă cu anumite limite“.

GATA CU EXAGERĂRILE!

Pentru început, să facem un exercițiu rapid numit „testul numelor familiare“. Din următoarea listă de cincisprezece oameni, care variază de la persoane celebre la unele obscure, marcați gradul de familiarizare cu fiecare. Dacă numele vă este cunoscut, scrieți un 10 alături de numele persoanei respective. Pentru majoritatea oamenilor, un 10 e la îndemână pentru primul nume de pe listă — Prințesa Diana. În cazul în care nici măcar nu ați auzit de persoana respectivă — așa cum eu nu am auzit niciodată de Leo Hendrik Baekeland înainte de a face o versiune a acestui test (e omul care

a inventat cuțitul de tăiat hârtie) — atunci scrieți un 0. Dacă sunteți cât de cât familiarizat cu persoana respectivă, alegeți un număr intermediar. Astfel, am putea da un 5 pentru Susilo Bambang Yudhoyono, pentru că știu că este președintele Indoneziei, dar cam asta este tot ce știu. Destul cu preliminariile. Să vedem cât de mult cunoașteți:

1. Prințesa Diana
2. Dennis Hardcastle
3. Hermann Helmholtz
4. Quentin Tarantino
5. Mario Testino
6. Amelia Earhart
7. Angelina Jolie
8. Susie Gray-Putnam
9. Q-bert
10. Walt Whitman
11. T.C. Flutie
12. Kofi Annan
13. Apple Blythe Alison Martin
14. Frank Muir
15. Dan Rather

În decembrie 1966 s-a efectuat un studiu similar în Tampa și Orlando, Florida. Subiectul acestuia nu au fost persoanele celebre, ci programele de televiziune. Femeia care a făcut interviurile oprea trecătorii pentru a le cere părerea despre diverse emisiuni. Majoritatea au cooperat bucuroși. Când a fost întrebată ce i-a plăcut în mod special la serialul *Exploratorii spațiului*, de exemplu, o femeie a indicat toate „chestiunile științifice“ din cadrul acestuia, adăugând că și băiețelului ei i-a plăcut. Aceasta era de părere că programele științifice erau atât de bune pentru copii, încât ar trebui prelungite la o oră. Câteva dintre întrebări au investigat chestiunea mai îndeaproape. Atunci când i s-a cerut



unui bărbat să-și exprime o preferință pentru episodul despre cum e să fii „blocat pe Lună“ față de cel despre „nunta de pe Venus“, acesta din urmă a fost clar episodul favorit. Telespectatorul nostru nu părea deranjat de „bebelușul din spațiu“ sau de bărbații și femeile care aveau antene ce le ieșeau din cap. De fapt, *Exploratorii spațiului* era unul dintre serialele sale preferate. Un alt respondent a subliniat vocea femeii din rolul principal și aspectul acesteia ca fiind motivele pentru păstrarea lui Faith Harper în acest rol. Însă nu toată lumea a fost entuziasmată. O femeie a subliniat dificultatea de a explica toate detaliile despre știința spațiului fiicei sale de doisprezece ani.

Un alt program aflat în chestionar a fost *Camera ascunsă*, serialul de televiziune care inventează păcăleli elaborate și îi filmează pe cei care sunt victimele acestora. Au auzit locuitorii din Tampa de *Camera ascunsă*? Cu siguranță. Aflaseră că într-unul din episoade un reporter oprea lumea pe stradă ca să îi roage să comenteze despre programe de televiziune inexistente? Da, însă era deja prea târziu. După cum probabil că ați ghicit, *Camera ascunsă* pornise sondajul iar programul *Exploratorii spațiului* fusese inventat în totalitate. Așa că, atunci când au fost întrebați în legătură cu acel program, de ce respondenții nu au spus, pur și simplu, că nu aveau nici cea mai mică idee despre ce vorbea reporterul? Încercau să îl ajute pe reporter? Sau încercau să „dea“ bine? Sau poate că pe undeva credeau că văzuseră serialul respectiv.

Lăsând gluma la o parte, motivația pentru ceea ce psihologii numesc „răspuns dezirabil din punct de vedere social“ este greu de determinat. Cercetătorii au conceput instrumente pentru a evalua gradul în care oamenii disimulează pentru a se prezenta într-o lumină favorabilă. În realitate, tocmai ați trecut printr-un astfel de test. „Testul numelor familiare“ nu este ceea ce pretinde că este. În fapt, acesta vă evaluează tendința de a pretinde că ați auzit de oameni care nu există. Unele dintre nume, la fel ca în cazul cu *Exploratorii spațiului*, sunt invenții. Nu vă întoarceți ca să vă schimbați răspunsurile! Testul, conceput atât de viclan de către

Del Paulhus de la Universitatea British Columbia, s-a dovedit extrem de folositor pentru a-i identifica pe cei care încearcă să apară cu totul altfel decât sunt.

Chestionarul „supralicitării“ al lui Paulhus (sau CS pe scurt) evaluează tocmai probabilitatea ca oamenii să afirme că au auzit de nume care nu există. Ați punctat cu 2 sau mai mult pentru Dennis Hardcastle, Susie Gray-Putnam și T.C. Flutie? Dacă da, atunci înseamnă că „supralicitați“. (Pentru metoda completă de scorare, vezi nota de la sfârșitul acestei cărți.)

Poate că nu ați supralicitat. Nu toată lumea face asta, însă fiți siguri că mulți dintre cei care citesc această carte o fac; unii exagerează mult mai mult decât alții. Iar cât de mult supralicitezi diferă de la o situație la alta. Atunci când șeful dumneavoastră hotărăște cine primește o însărcinare specială, probabil că în acel moment vei fi tentat să te prezinți într-o lumină mai bună.

Tot din dorința de a „da“ bine face parte și faptul că îți ascunzi eforturile făcute în acest sens. Dacă, asemenea lui Charles Highway, încerci să impresionezi o prietenă, vrei să arăți clar că ceea ce faci nu este doar un rol. Faptul că Highway avea cunoștințe despre filmul pe care l-a văzut cu Rachel nu ar mai fi impresionat atât de mult dacă, atunci când aceasta l-a întrebat cum se face că știe atâtea despre film, el ar fi spus că văzuse filmul cu o zi înainte pentru a se pregăti pentru întâlnire. Atunci nu este surprinzător că atunci când oamenii sunt avertizați că în cadrul unui test de genul „numelor familiare“ există unele persoane introduse fraudulos pe listă, supralicitările lor se diminuează și, brusc, devin mai sinceri — adică punctajele lor în ceea ce privește „familiaritatea“ scad dramatic. Există însă o excepție de la regulă: narcisiștii rămân relativ neafecțați de atenționări. Chiar și atunci când erau avertizați de cursa întinsă, narcisiștii continuau să supraliciteze cu mult mai mult decât ceilalți. Te-ai aștepta să dea înapoi până la nivelele nonnarcisiștilor, însă acest lucru nu se întâmplă. Pentru oricine care vrea să apară bine — și cu siguranță că narcisiștii se încadrează în această categorie — așa ceva pare să îi dea în vileag



drept niște escroci. Așa că, ce se întâmplă? Cumva, narcisiștii se conving că sunt într-adevăr familiarizați cu acele persoane care nu există. Nu e un rol pe care îl joacă pentru ceilalți; ci chiar ajung să creadă în asta.

Pentru a înțelege procesul de autoamăgire atât de comun printre narcisiști și pe care mulți dintre noi îl împărtășesc până la un anumit punct, profesorul Paulhus face o diferențiere folosită între două tipuri de răspunsuri dezirabile din punct de vedere social. Tipul cel mai evident, „gestionarea impresiei“, se referă la încercările deliberate de a se prezenta într-un mod care produce o impresie favorabilă (dezirabilă din punct de vedere social) din partea celorlalți. Pentru a face asta putem umfla sau spori atributele noastre pozitive sau putem nega sau repudia atributele negative. Cel de-al doilea tip de răspuns dezirabil, mai puțin evident, este cunoscut ca „intensificarea prin autoamăgire“, care reprezintă tendința de a oferi descrieri de sine pozitive părtinitoare, însă în felul lor cinstite. Oamenii cu un grad mare de „orbire“ nu spun un lucru și fac altul — ei chiar cred toate lucrurile minunate pe care le spun despre sine. Aceștia se amăgesc singuri. Așa că atunci când le dați instrucțiuni oamenilor să se prezinte într-o lumină pozitivă, punctajul nonnarcisiștilor în ceea ce privește gestionarea impresiei crește amețitor (pentru că asta e ceva ce facem în mod deliberat), însă punctajul lor de intensificare prin autoamăgire abia dacă se schimbă (pentru că asta e ceva de care nu suntem conștienți). După cum ați putea ghici, cei care obțin un punctaj mare în cazul trăsăturii narcisiste au punctaje neobișnuit de mari în privința autoamăgirii, însă obțin punctaje similare cu ceilalți la gestionarea impresiei.

Cercetările cu privire la diferențele dintre cele două tipuri de răspunsuri dezirabile din punct de vedere social clarifică de ce narcisiștii — care sunt interesați mai presus de orice de modul în care sunt percepuți — nu se îngrijorează că supralicitarea lor va fi descoperită. Aceștia nu iau în seamă atenționărilor referitoare la faptul că unele nume sunt false; aud un nume fictiv cum ar fi

T.C. Flutie și se conving că îl știi. Del Paulhus, inventatorul chestionarului de supralicitare, mi-a spus că narcisiștii se ceartă agresiv cu tine atunci când le spui clar că numele respective sunt inventate — chiar și atunci când aud că ai inventat acele nume, vor avea încredere în propriul lor simț că știi mai mult decât le spui și vor continua să se certe cu tine în legătură cu existența oamenilor din spatele numelor. Paulhus e de părere că acest comportament defensiv este cel care le permite să își întrețină autoamăgirea. Faptul că lumea evită să-i contrazică (pentru că nu vor să se certe) îi face pe narcisiști să-și întărească ideea că sigur au dreptate de vreme ce, iată, opoziții lor bat în retragere. Bineînțeles că nu oricine se ceartă cu o persoană narcisistă poate fi sigur de poziția sa; spre deosebire de Paulhus, puțini dintre noi și-au permis luxul de a inventa nume din neant pentru a păcăli mai apoi oamenii astfel încât aceștia să pretindă că au auzit de ele.

Narcisiștii sunt un grup fascinant. Spre deosebire de mulți oameni cu personalități extreme — cei care suferă de paranoia sau sunt excesiv de emotivi și în căutare de atenție — narcisiștii funcționează adesea bine în poziții de putere, unde au responsabilitate. Colegul meu Daniel Ames de la Facultatea de Afaceri de la Universitatea Columbia le permite studenților săi de la masterat, toți fiind extrem de performanți, să completeze diverse chestionare de personalitate și le oferă studenților impresii cu privire la punctajele obținute. Acum câțiva ani, un student a obținut punctajul maxim la testul de narcisism. Având în vedere că majoritatea oamenilor privesc narcisismul ca pe ceva negativ, Ames s-a îngrijorat gândindu-se că feedbackul său ar putea reprezenta un șoc pentru acel student. Însă nu ar fi trebuit să își facă atâtea griji. Nivelele ridicate de narcisism ale acestui student au intrat în acțiune pentru a interpreta această informație îngrijorătoare într-o lumină pozitivă. Mai târziu, Ames l-a auzit pe acel student spunându-i altuia: „Am obținut cel mai bun rezultat la testul despre narcisism — am știut să răspund corect la fiecare întrebare în parte“.

O altă trăsătură a narcisiștilor este capacitatea lor nelimitată de a absorbi complimentele. Cu câțiva ani în urmă, m-am întâlnit împreună cu câțiva colegi cu un colaborator extrem de înzestrat, însă narcisist. Încă dinaintea întâlnirii, ne-am stabilit drept obiectiv să vedem cât de departe putem merge cu complimentele înainte ca acesta să își dea seama că exagerăm. În timpul acelei întâlniri, și pe parcursul altora, reacția colaboratorului nostru nu a fost una de neîncredere, așa cum te-ai aștepta, ci una de flatare. Și, într-adevăr, spre sfârșit spuneam lucruri cum ar fi: „Cred că acest comentariu este cel mai tare lucru pe care l-am auzit *vreo dată*“. Însă indiferent de ceea ce am fi spus, colaboratorul nostru parcă voia și mai mult.

Pentru a ilustra mai departe modul în care se văd narcisiștii, să ne gândim cum au răspuns unii dintre ei la un exercițiu managerial într-un studiu efectuat acum câțiva ani la Universitatea California, Berkeley. Cercetătorii au așezat șase oameni în jurul unei mese, iar mai târziu i-au întrebat în legătură cu locul unde se așezaseră. Cei care raportau cel mai frecvent că se așezaseră în capul mesei erau narcisiștii.

Bineînțeles că e normal pentru oricine să vrea să fie văzut într-o lumină pozitivă. De exemplu, trebuie să vă fac o mărturisire: în vreme ce alegeam exemplele pentru prezentarea chestionarului CS, am uitat numele premierului indonezian. Așa că l-am căutat pe Google și apoi l-am aruncat la întâmplare în text, pentru a da impresia că am informații despre relațiile internaționale mai bune decât sunt de fapt.

Dar cât de departe pot merge când vine vorba să îmi stabilesc reputația de expert în probleme globale? Dacă am suficient timp, și acces total la Google, aș putea crea și menține o astfel de reputație. Aș putea să mă refer, ca din întâmplare, la niște miniștri indonezieni mai puțin importanți, bazându-mă pe cunoștințele mele detaliate despre sistemul parlamentar și judiciar al țării și punând la bătaie câte o anecdotă sau două despre incidentele politice. Însă dacă ne-am întâlni, mi-ar fi mai greu să mai mențin

această prefăcătorie. Aș putea să mă pregătesc cu tot felul de date pe care să le strecor în conversație, dar atunci când mă lovești cu o întrebare despre Muhammad Yusuf Kalla, vicepreședintele Indoneziei (bine, recunosc, am căutat și asta pe Google), totul s-ar năruî. Deci, în unele cazuri, putem face în așa fel încât să arătăm bine, dar în alte situații — în diversele interacțiuni zilnice — este mai greu. Unde se potrivesc contextele de zi cu zi pe care le-am studiat — dormitoare, birouri și altele asemenea — pe continuumul care să ne permită să avem o bună imagine?

AȘTEPTÂNDU-L PE GOFFMAN

Am făcut primele mele cercetări în cotrobăitul dormitoarelor încă de pe vremea când eram student la Universitatea California, Berkeley. Așa că după mulți ani, când am fost rugat să țin o conferință acolo despre ultimele mele cercetări, am fost mulțumit și în același timp emoționat la ideea că m-aș putea face de răs în fața foștilor mei profesori. Materialul prezentat a părut să trezească foarte mult interes deoarece, atunci când am trecut la sesiunea de discuții, foarte mulți dintre cei prezenți au pus întrebări. Primul care a ridicat mâna să pună o întrebare a fost un cunoscut profesor de psihologie de la Berkeley care a întrebat: „Ce ar spune Goffman despre asta?” Acesta făcea referire la Erving Goffman, eminentul sociolog, renumit pentru lucrarea sa influentă despre modul în care oamenii se prezintă în fața celorlalți. Deși întrebarea nu s-a pus chiar în acești termeni, ea reflecta un interes comun: semnele pe care le lăsăm ca să le vadă ceilalți reflectă informații relevante despre noi sau sunt toate parte a unui act elaborat menit să ne înfățișeze așa cum dorim să fim văzuți?

În bine-cunoscuta sa carte *Viața cotidiană ca spectacol*, Goffman sugerează că în viețile noastre de zi cu zi suntem ca niște



personaje într-o piesă de teatru: ne asumăm roluri și prezentăm o fațadă. Ca atare, ceea ce spunem și ceea ce facem în timpul unei interacțiuni sociale este asemănător unui scenariu. Goffman spune că este mai ușor să rămâi în pielea personajului decât să reacționezi autentic. Atunci când acționăm și reacționăm, ne putem inspira dintr-un scenariu bine cunoscut și îndelung repetat. Jucarea unui rol face mai ușoară înțelegerea comportamentelor altor oameni, însă face și ca acțiunile noastre să fie mai puțin autentice.

Așa cum se întâmplă în piesele de teatru, rolurile pe care le jucăm pot fi îmbunătățite prin recuzită și costume, care sporesc încrederea publicului în rolul respectiv. Când predau studenților din ciclul de licență, mă îmbrac pentru a-mi intra în rol — cămașă cu guler, pantaloni frumoși și pantofi adecvați — ceea ce îmi face și mie, și studenților mei mai ușoară negocierea situației din clasă. Când mergi la avocat, te aștepti ca acesta să fie îmbrăcat „profesional” și ca biroul său să fie decorat cu certificate și diplome înrămate, cu volume groase de cărți imposibil de citit și cu un birou masiv cu una dintre acele cunoscute lămpi de bancheri. Când vorbești cu un jongler sau cu un clown pentru ziua de naștere a copilului, te aștepti să găsești un mediu mai puțin auster în biroul acestuia. Se presupune că poți jongla și îmbrăcat într-un costum și că poți merge în instanță pentru a pleda un caz purtând un nas roșu de clown, însă așa ceva nu face parte din scenariu. Este clar că aparențele sunt importante în momentul în care te prezinți în fața celorlalți. Așa că atunci când profesorul de la Berkeley m-a întrebat ce ar spune Goffman despre cercetarea mea, acesta întreba de fapt dacă „recuzita” pe care o găseam în dormitoare sau în birouri, în colecțiile de muzică și pe paginile de internet nu era doar un suport în stilul lui Goffman pentru rolurile pe care le jucăm, mai degrabă decât o expresie autentică a ceea ce suntem.

La prima vedere, avea dreptate. Nu există niciun motiv pentru care locatarii unui dormitor să nu își poată manipula strategic spațiile pentru a face o impresie bună. Cu puțin efort, s-ar părea că locatarii precum Charles Highway din romanul *The Rachel Papers*

își pot crea mediul înconjurător astfel încât să proiecteze orice impresie o consideră a fi atrăgătoare pentru ceilalți. Aceștia pot afișa simboluri dezirabile din punct de vedere social (de exemplu, un premiu pentru un serviciu adus comunității), ar putea fabrica reziduuri comportamentale (un pat făcut) și ar putea expune în mod înșelător obiecte pe care nu au intenția să le folosească (un snowboard). Și ascunderea unor dovezi ale unor comportamente mai puțin acceptate din punct de vedere social — poate obiecte folosite în acte sexuale perverse — ar putea conta de asemenea în modul de gestionare a impresiei. Când am început să cotrobăiesc prin dormitoare, m-am temut că locatarii acestora ar putea proiecta impresii complet false. De vreme ce știau când urma să ajungă echipa de evaluare, ar fi putut face curat cu ușurință înainte ca echipa să ajungă acolo, proiectând astfel o impresie falsă și făcând ca datele cercetării să fie mai puțin credibile.

Dacă toți locatarii dormitoarelor încercau să apară bine (și puteau să o facă), atunci toate camerele ar fi trebuit să fie imaculate. Însă nu am găsit optzeci și trei de camere de cămin curate și aranjate uniform. În schimb, a existat o cantitate uluitoare de variații. În unele camere, observatorii au trebuit să își croiască drum printre șosete murdare și mâncare la pachet neterminată împrăștiată pe jos; în altele, evaluatorii noștri au întâlnit șosete proaspăt spălate rulate și aranjate ordonat într-o secțiune special destinată în sertare fără nicio urmă de fir de praf. Chiar dacă participanții au făcut puțină ordine ca anticipare a vizitei evaluatorilor, aceasta nu s-a dovedit îndeajuns pentru a acoperi diferențele reale. Și curând am descoperit o distincție importantă: aceea dintre o cameră *ordonată* și una doar *aparent ordonată*.

Dacă nu duci o viață ordonată în general — nu pui lucrurile la locul lor când nu le mai folosești, nu utilizezi un sistem de organizare a lenjeriei intime, nu te aprovizionezi din timp — atunci după toate probabilitățile nu vei avea o cameră extrem de ordonată și nici n-o să poți ascunde asta. Bineînțeles că ai putea piti șosetele (deși nici asta nu le-a scăpat observatorilor noștri, care s-au așezat

în patru labe ca să caute pe sub paturi) și șterge praful din bibliotecă. Însă îți ia mai mult de o după-amiază să-ți sortezi agrafele de hârtie după un sistem de culori, să instalezi și să aranjezi un dispozitiv pentru organizarea pantofilor și să îți îndosariezi hârtiile. Ai nevoie de un comportament consecvent și persistent pentru a avea o cameră extrem de bine ordonată. Însă o oră sau poate chiar o zi-două de curățenie nu pot produce decât, cel mult, o cameră care *arată* ordonat. Indiferent cât de mult am încerca, multe părți ale personalității noastre nu pot fi ascunse.

Cercetările sugerează că nu putem pur și simplu proiecta orice imagine am alege — din păcate, nu putem juca cu toții rolul de James Bond sau al Larei Croft. Cel puțin nu într-un mod convingător.

În mod clar, lucrurile pe care le facem conștient sunt mai ușor de falsificat decât cele pe care le facem fără să fim conștienți. Astfel, mărcile de identitate au cel mai mare potențial de înșelătorie. Dacă vreau să mă prefac conservator sau liberal, feministă sau o persoană profund religioasă, este destul de clar ce trebuie să fac. Pentru a semnala afilierea politică, aș putea lauda simboluri ale lumii politice precum Ronald Reagan sau unul dintre membrii familiei Kennedy. Un tricou pe care scrie „Femeile bine-crescute rareori lasă o urmă în istorie“ (un citat din adepta curentului feminist Laurel Thatcher Ulrich) sau simbolul creștin al unui pește pe bara de protecție a mașinii ar semnala fără urmă de ambiguitate mesajul intenționat. Este mai greu însă să manipulezi reziduurile comportamentale, deoarece ele reprezintă consecința *involuntară* a acțiunilor noastre și astfel scapă de obicei conștientizării. Dacă deschid storurile de la geam în grabă, înainte să mă reped pe ușă dimineața, nu m-aș ocupa de inegalitatea storurilor, pentru că atenția mea s-ar concentra pe sarcina în sine (să fac lumină în cameră și să mă îndrept spre serviciu), nu pe consecințele sale neintenționate (storuri inegale).

Proiectarea unei identități false este dificilă deoarece personalitățile noastre reale încearcă să se exprime permanent. Facem

unele lucruri automat. În filmul *Marea evadare*, prizonieri de război vorbitori de engleză dintr-un lagăr din cel de-al Doilea Război Mondial plănuiesc să se amestece în societatea germană în momentul în care evadează. Încearcă să învețe limba germană, însă se pregătesc și pentru un truc pe care nemții îl învățaseră ca să recunoască străinii (cel puțin, potrivit filmului). Nemții isteți vorbeau cu suspiecții în engleză, pentru a vedea dacă aceștia răspundeau în engleză; trucul se baza pe faptul că oamenii au tendința să răspundă în limba lor maternă. În principiu, un aspect interesant în ceea ce privește cotrobăitul prin dormitoare și birourile oamenilor este acela că foarte multe dovezi — o colecție de cărți despre meșteșuguri sau un echipament de camping uzat — sunt foarte greu de falsificat. Aceasta explică de ce rămăsese atâta variație în camerele de cămin, deși locatarii acestora știau că urma să venim și ar fi putut aranja lucrurile înainte de începerea cotrobăitului. Multe din ceea ce am văzut au rezultat din comportamentul lor nereflectat.

Ce se întâmplă dacă un locatar se hotărăște să creeze o imagine de ordine și elevație — făcându-și curat în cameră, ascunzând amenda de la parcare și înlocuind revista *People* cu ziarul *New York Times*? De fapt, nu este așa de ușor să fabrici o imagine bună. E nevoie de mulți ani pentru a strânge o colecție de cărți; costă mult să cumperi un echipament de munte, iar echipamentul trebuie să fie uzat; a avea fotografii cu o drumeție prin Nepal necesită să te fi dus în realitate într-o drumeție prin Nepal; faptul că ai pe perete o diplomă din partea unei societăți onorifice presupune, în primul rând, câștigarea aceluia premiu; și faptul că ai o agendă cu colțurile foarte îndoite presupune că ai răsfoit-o din greu. Comparați efortul de a crea o falsă impresie despre spațiul locuit cu strategiile pentru a te descurca cu brio într-un interviu sau în cazul unui chestionar de personalitate. Dacă nu faci altceva decât să răspunzi la întrebări, este foarte ușor să pretinzi că îți place să citești, că îți plac călătoriile pline de aventuri în locuri exotice, că ești un student excelent și că ești fabulos de bine organizat. Așa că



din toate contextele din care putem învăța câte ceva despre oameni — întâlniri, interviuri, teste comportamentale, chestionare de personalitate — dormitoarele sunt cele care oferă informațiile cele mai demne de luat în considerare.

LOCUL CUVENIT UNUI PROSOP

Un alt motiv pentru care este greu să crezi o impresie falsă este faptul că standardele oamenilor diferă. Ceea ce poate părea notabil pentru cineva poate fi omis de altcineva. Personalitatea nu se exprimă numai prin comportamentele noastre, ci și prin modul în care percepem lumea; adică, persoanele anxioase nu numai că se agită când sunt stresate, însă văd și mai multe pericole, amenințări și lucruri de care să se îngrijoreze decât o fac vecinii lor mai relaxați, care nu văd niciun motiv pentru care să se agite prea tare. Același lucru este valabil și pentru trăsătura conștiințiozității.

Persoanele cu un nivel ridicat al acestei trăsături au alte standarde față de restul lumii. Mi-a fost clar acest lucru când am vizitat de curând casa Lisei (cea din capitolul 4, cu romanul lui Hemingway așezat la mare cinste) pe care nu o cunoșteam foarte bine pe atunci. Aceasta a insistat să îmi arunc o privire prin casa ei și mi-am dat repede seama din organizarea și lipsa de lucruri care să zacă prin preajmă că aceasta avea un nivel ridicat de conștiințiozitate. Am împărtășit cu ea această analiză. Lisa a părut încurcată și m-a întrebat cum ajunsesem la o astfel de concluzie. Am indicat faptul că aproape tot ce se afla în casă părea să fie unde trebuie, locul era curat și era foarte puțină dezordine. Aceasta a contraargumentat prin faptul că locul fiind foarte mic era nevoită să fie ordonată, nu?

Greșit! Dacă ai un nivel ridicat de conștiințiozitate, pare de la sine înțeles că trebuie să ai un control asupra dezordinii, așa că

faptul că trebuie să te organizezi devine o prioritate foarte mare. Am fost însă în multe locuri unde acest argument aparent de la sine înțeles se pierduse undeva în învălmășeala de lucruri împrăștiate pe jos. I-am semnalat Lisei faptul că nu oricine are două prosoape asortate, împăturite în exact același mod pe rastelul de prosoape, care atârnă la exact aceeași lungime, și care sunt separate îndeajuns între ele cât să permită accesul la șervețelele de dedesubt (într-un suport de cutie de șervețele imaculat, desigur). Am prevăzut că dacă aș fi mutat unul dintre prosoape nu i-ar fi luat multă vreme să se întoarcă în locul său cuvenit. Aceasta a fost de acord cu mine. I-am semnalat faptul că, de vreme ce știa că un prosop trebuie să stea la locul său cuvenit, acesta era semn bun al nivelului său ridicat de conștiințiozitate.

Acum vreo doi ani, o colegă pe care o consideram mereu ca fiind una ordonată, punctuală și atentă mi-a confirmat această idee când a început să se plângă că începuse să se comporte ca o leneșă, ajungând mereu târziu la muncă și nemaipregătindu-se prea mult pentru ore. Am fost surprins, însă nu pentru multă vreme. De îndată ce mi-a povestit ce făcea în realitate, mi-am dat seama că definiția ei pentru o persoană „leneșă“ venea dintr-o perspectivă total diferită de a mea. Potrivit definiției sale, era leneșă pentru că ajungea în mod necugetat la serviciu la ora 8:45 a.m. în loc de 8:15 a.m. pentru orele ei care începeau la 9:00 a.m. În plus, i se părea că-i scăpase toată viața din mână, pentru că se pregătea pentru ore cu trei zile înainte în loc de o săptămână-două, cum făcea de obicei. Pentru aceia dintre noi care își pregătesc totul cu o noapte înainte de termen și care nici nu ar îndrăzni să viseze să își programeze un curs de la o oră atât de necivilizată ca ora 9:00 a.m., comportamentul său părea extem de responsabil. După conversația noastră, mi-am dat brusc seama că privim lumea complet diferit.

De curând, predam un curs despre cercetările mele unor doctoranzi și am remarcat în trecere că biroul meu era un dezastru. Colegul meu a obiectat: „Nu, chiar nu este“. Studenții au vrut mai



departe să afle ce este sau ce nu este dezordonat. Nu avea sens să ne certăm; pentru a pune capăt discuției, toți optsprezece ne-am ridicat și am mers sus la mine în birou. Eu și colegul meu am stat deoparte, amândoi fericiți să știm că urma să fim răzbunați în evaluarea noastră. Bineînțeles că nu am avut parte de o astfel de răzbunare. Cinci dintre studenții mei au fost impresionați de puterile mele organizatorice, șase au fost dezgustați de condiții, uimiți că cineva ar putea face ceva acolo; iar restul erau undeva între cele două extreme. Nu ar trebui să fiu uimit de această lipsă de concordanță cu privire la o judecată destul de simplă? Dacă nu ne putem pune de acord nici măcar asupra faptului că un birou este dezordonat sau ordonat, cum am putea oare să spunem că ordinea (sau orice altă trăsătură a spațiului) reflectă personalitatea? Din fericire, evaluatorii din cadrul cercetării mele au dat dovadă de mult mai multe judecăți comune referitoare la faptul că un spațiu ar fi sau nu dezordonat (sau decorat, curat, vesel). Secretul consensului puternic dintre ei a fost acela că au avut foarte multe spații de comparat; în loc să se gândească doar dacă locul este mai dezordonat decât propriul meu loc, aceștia comparau birourile cu ultimele douăzeci de birouri pe care le văzuseră. De aceea, după cum vom vedea în capitolul 9, este important să cotrobăi, comparativ, în cât mai multe spații atunci când faci evaluări.

Această chestiune a diferitelor standarde are implicații pentru modul în care abordăm eficiența cotrobăitului. Să ne gândim la colega mea „mai leneșă“ care alunecase pe o pantă a neorânduiei, apărând acum cu doar cincisprezece minute înainte de curs. Dacă m-aș fi uitat prin biroul ei (imaculat) și aș fi împărtășit cu ea diagnosticul meu potrivit căruia ea era o persoană responsabilă și punctuală, poate că aceasta ar fi avut ceva de obiectat, amintindu-mi că mereu ajunge târziu la întâlniri. Însă dacă Tiger Woods mi-ar spune că tocmai a jucat o rundă proastă de golf, nu aș crede că runda lui a fost una „proastă“ după standardele muritorilor de rând; așa cum nu aș judeca autoevaluarea colegei mele după standardele ei neobișnuit de ridicate de conștiinciozitate.

Așa că încotro să mă îndrept pentru o „citire“ corectă? Pentru trăsăturile și comportamentele asociate cu conștiinciozitatea, m-am adresat prietenilor persoanelor evaluate. Dacă vor să se asigure că Amber apare la film la timp, trebuie să îi spună că începe cu douăzeci de minute mai devreme decât în realitate? Știu prietenii lui Courtney că ea e persoana la care să te duci când ai nevoie de un timbru? Într-adevăr, cunoștințele noastre despre propriile nivele de conștiinciozitate provin adesea din interacțiunile noastre cu prietenii și colegii. Se întâmplă să fim mereu cei care apar primii la o întâlnire? Sau ajungem ultimii?

Pentru a ilustra modul variat în care diferitele personalități văd lumea, imaginați-vă că ați ajuns la o întâlnire cu câțiva oameni care nu se cunosc între ei. O persoană-cheie întârzie, așa că trebuie să pierdeți cincisprezece minute așteptând. După toate probabilitățile, cineva, aproape sigur o persoană extrovertită, va începe să pălăvrăgească, apoi restul i se vor alătura. Însă persoanele introvertite pot rămâne în continuare tăcute. Cum i-ați privi pe cei care pălăvrăgesc și pe cei care stau liniștiți? Potrivit unui studiu recent efectuat de Daniel Ames (aceiași care a studiat narcisismul în cazul studenților de masterat), răspunsul dumneavoastră va fi determinat în mare măsură de propria dumneavoastră personalitate. Demonstrând în mod elegant cum văd lumea oameni cu personalități diferite, Ames a arătat că extrovertiții și introvertiții au abordări radical diferite cu privire la comportamentul oamenilor. Ori de câte ori folosesc studiul lui Ames la mine în clasă, descopăr același lucru: persoanele extrovertite nu își ascund disprețul față de introvertiții necomunicativi, care refuză în mod egoist să întrețină discuția; aceștia nu pot concepe de ce colegii lor taciturni nu contribuie și ei pentru a duce un pic din povara conversației. În același timp, persoanele introvertite nu au decât dispreț față de omologii lor guralivi; de ce oare, se întrebă aceștia, să nu aștepți până când ai ceva ce merită spus înainte să deschizi gura.

Toate acestea arată că personalitățile diferite percep lumea în mod diferit și că această diferență este greu de falsificat. O persoană



cu adevărat organizată nu reușește decât cu greu să se concentreze pe alte sarcini atunci când biroul său este dezordonat, însă persoana care doar pretinde că este ordonată probabil că nici nu va observa că toate cărțile de pe raft nu sunt în ordine alfabetică. Aceste diferențe de perspectivă au implicații clare asupra capacității noastre de a crea impresii false. Ca să mă prefac că sunt o persoană extrem de conștiincioasă, aș face toate lucrurile evidente, cum ar fi organizarea biroului, a cărților, ascuțirea creioane-lor și lupta cu cablurile de sub și de deasupra biroului meu. Însă aș rata tot felul de alte lucruri — nici nu aș observa că sistemul de ordonare al cărților de pe raftul de lângă ușă nu corespunde cu sistemul de aranjare al celor de pe raftul de sub geam. Sau că nu am închis cum trebuie cutia de capse, sau că întâlnirile aflate în agenda de pe birou nu corespund cu sistemul de culori pe care l-am stabilit — o zi de naștere va fi notată cu verde, alta cu roșu. Pentru a vă dovedi că persoanele de la un capăt al scalei de conștiinciozitate văd lumea diferit de cei aflați la celălalt capăt, nu trebuie decât să întrebați un grup de oameni dacă au la ei timbre poștale. Când pun această întrebare în clasă, cei care au niveluri ridicate de conștiinciozitate sunt uimiți că pun o asemenea întrebare, pentru că, bineînțeles, ei au așa ceva la ei. Cei care au niveluri scăzute sunt, de asemenea, uimiți: de ce naiba ar avea cineva la el timbre poștale?

IMAGINE „BUNĂ” VERSUS IMAGINE REALĂ

După cum am văzut, spațiile de locuit oferă de obicei o perspectivă corectă asupra persoanelor care le ocupă. Să fie asta pentru că locatarii lor încearcă să creeze o falsă impresie și nu reușesc sau pentru că, pur și simplu, nici nu încearcă să disimuleze? Această întrebare ajunge în miezul celei mai importante întrebări ale

psihologiei sociale — vor oamenii să fie cunoscuți așa cum sunt? Până la urmă, nu preferi să fii văzut așa cum ți-ai dori să fii? Sau ai prefera ca altcineva să te vadă așa cum te vezi și tu, cu toate defectele?

Răspunsul evident este că, în general, ne dorim să fim văzuți într-o lumină pozitivă, însă o ipoteză — cunoscută sub numele de „teoria autoverificării” — sugerează că această dorință nu este întotdeauna activată. Sugerează că preferăm să fim văzuți așa cum ne vedem noi înșine, indiferent dacă imaginea de sine este pozitivă sau negativă. Așa că dacă cineva se vede ca fiind o persoană căreia îi lipsește creativitatea, ea va încerca să se prezinte ca fiind necreatoare, chiar dacă e de părere că aceasta este o calitate negativă.

Creatorul teoriei autoverificării, Bill Swann (al cărui birou e pe același coridor cu al meu), a efectuat împreună cu colegii săi numeroase studii care sugerează că oamenii caută feedback pentru autoverificare într-o gamă largă de situații. Cele mai importante studii arată cum chiar și aceia care au păreri negative despre sine par să vrea să obțină confirmarea lor. În cadrul unui studiu imens cu privire la reacțiile angajaților față de creșterile salariale, acei angajați cu păreri pozitive despre sine au fost bucuroși să primească mărirea de salariu, însă angajaților cu respect de sine scăzut le-a venit greu să înțeleagă acea creștere salarială deoarece ideea că ar fi merituoși nu era în conformitate cu părerile lor despre sine. Aceștia părăseau firma mai degrabă din cauza creșterii salariale decât din pricina lipsei de mărire a salariului.

Pe un alt coridor al facultății mele, alți doi colegi, Bob Josephs și colaboratorul său Pranj Mehta, au descoperit ceva similar în cadrul cercetărilor lor referitoare la modul în care reacționează oamenii dominatori și cei supuși atunci când se confruntă cu câștigul și pierderea în cadrul unor competiții aranjate. Cercetătorii au invitat perechi de participanți în laboratorul lor și le-au cerut să traseze o linie de-a lungul unor numere consecutive în cadrul unei grile imense. Pentru a da mai mult sens acestei sarcini,



aceștia le-au spus subiecților că studiile măsurau inteligența spațială, o componentă importantă a inteligenței generale. Ambele categorii de participanți li s-a dat această sarcină în același timp într-o situație de competiție. Acest demers poate fi ușor influențat prin modificarea tiparului grilei; astfel, cei care efectuează experimentul pot hotărî în secret cine „câștigă“.

Mehta și Josephs au făcut un pronostic potrivit căruia bărbații și femeile cu niveluri ridicate de testosteron își doresc un statut important, iar cei cu nivele scăzute își doresc un statut mai puțin important. Potrivit acestei ipoteze de „nepotrivire“, oameni devin stresați, se simt prost și nu fac bine testele atunci când nivelul lor de performanță nu este consecvent cu poziția unde credeau că se află în ierarhia statutului. În cadrul unui studiu care a folosit o competiție măsluită de căutare de numere, participanții cu niveluri ridicate de testosteron au fost mai stresați (după cum arată nivelurile ridicate de cortizon, hormonul stresului) după ce au pierdut decât după ce au câștigat. Însă pentru cei cu nivele scăzute de testosteron, câștigul a fost mai destabilizator decât pierderea — câștigătorii cu niveluri scăzute de testosteron au avut rezultate ulterioare mai slabe decât cei care au pierdut în cadrul unei serii de întrebări logice. Aceștia au fost mai derutați de câștig decât de pierdere! Rezultatele au avut drept punct comun sugestia potrivit căreia oamenii preferă să aibă parte de reacții în conformitate cu părerile lor despre sine chiar dacă asta presupune să nu se mai vadă într-o lumină atât de bună. Acesta este un alt motiv pentru care cotrobăitul poate fi eficient.

O REȚEA DE ÎNȘELĂCIUNI?

O aventură de cotrobăit extrem de interesantă a întărit ideea potrivit căreia oamenii vor să proiecteze o imagine realistă despre

sine. Împreună cu fosta mea studentă Simine Vazire am vrut să aflu dacă, atunci când li se oferă posibilitatea, oamenii folosesc mărci de identitate pentru a proiecta o imagine sinceră a personalității lor sau dacă încearcă să se înfățișeze așa cum și-ar dori să fie într-o lume ideală. Pentru a testa această idee, aveam nevoie de un context unde mărcile de identitate ușor-de-falsificat nu erau constrânse de efectele greu-de-manipulat ale reziduurilor comportamentale. Ne-am dat seama că paginile personale de internet ar fi ideale — cam orice element de pe o pagină de internet este pus acolo voit și numai rareori scapă elemente din greșeală sau de neglijență.

Paginile de internet, care sunt făcute explicit pentru a fi vizualizate de către alții, sunt niște mărci de identitate mai relevante decât cele făcute în joacă sau pentru un cerc restrâns de prieteni. Așa că pentru cercetarea noastră am ales chiar acele pagini trecute într-o listă în care îi rugam pe oameni să se înscrie pentru a le include paginile în cercetarea noastră. Am observat curând că paginile de internet permit ca mărcile de identitate să se facă despre valori, interese și scopuri prin tot felul de mijloace de comunicare. Acestea includeau scurte afirmații sub formă de text despre opiniile politice ale utilizatorului; clipuri cu administratorul paginii la surf, o activitate reprezentativă pentru ceea ce simțea că este proprietarul cutărei pagini de internet; bloguri care povesteau ultimele schimbări de regulament în fotbal; fotografiile cu regizori de film celebri și alți eroi; și un număr impresionant de simboluri care semnalau apartenența la grupări religioase, etnice, culturale și politice.

Dacă vă petreceți vremea răsfoind pagini de internet — iar eu încurajez orice scotocitor în devenire să facă asta — veți fi uimiți să vedeți câte informații puteți afla. Pagina de internet a unei femei pe nume Christina, de exemplu, cuprindea informații despre hobbyurile sale, părerile politice, poeziile sale, o înregistrare continuă a stărilor prin care trecea și o varietate de eseuri personale despre evenimente curente și personale. Mai cuprindea și

fotografii cu familia (mai multe generații), din vacanțe, cu animalele de casă, din grădină, cu bucătăria, mașina, precum și imagini cu oameni, locuri și evenimente pe care le admira. Includea o listă de filme, cărți, muzicieni și spectacole de televiziune pe care le văzuse împreună cu notele acordate acestora.

Al doilea lucru care vă va frapa este varietatea enormă a mărcilor de identitate. În vreme ce pagina de web a Elisei transmitea în principal părerile sale caustice despre defectele anumitor mișcări religioase, cea a lui Sven era o povestire comună a vieții sale de zi cu zi pentru prietenii și familia sa. Pagina inițială a site-ului lui Spencer era sărăcăcioasă și simplă, având doar trei simboluri aranjate cu gust care trimiteau către alte pagini numite „Artă“, „Minte“ și „Despre mine“. Pagina inițială a site-ului Laurei era total dierită — o confuzie și un amestec colorat de cuvinte și simboluri luminoase aranjate anapoda peste o casă desenată în grabă.

Am ales la întâmplare un număr de pagini de internet și le-am salvat pe un calculator. (Am salvat site-urile înainte să contactăm persoanele, pentru că nu am vrut ca acestea să-și schimbe paginile când aflau că aveau să facă parte dintr-o cercetare.) Apoi am contactat proprietarii de site-uri și i-am întrebat dacă le-ar plăcea să fie incluși în studiu. (Dacă nu erau de acord, ștergeam site-ul salvat.) Le-am cerut apoi să ne spună cum se vedeau pe sine și cum și-ar fi dorit să fie văzuți în mod ideal.

Apoi, practic, am repetat procedurile din cadrul studiilor noastre despre cotrobăit prin dormitoare și birouri. Însă în loc de spații fizice, de data aceasta țintele observațiilor au fost mediile virtuale. Am recrutat evaluatori și le-am cerut să răsfoiască pagini de internet pentru a-și forma o părere despre cum erau proprietarii acestora. Apoi am comparat judecățile lor cu rapoartele făcute chiar de către proprietari despre sinele ideal și cel real. Am descoperit că impresiile evaluatorilor convergeau foarte mult cu relațiile despre sinele real mai degrabă decât cu cele despre sinele ideal — sugerând încă o dată că oamenii vor să fie văzuți așa cum sunt, nu așa cum le-ar plăcea să fie. Cercetarea noastră a fost

efectuată înainte de apariția rețelelor de socializare, cum ar fi MySpace, Friendster și Facebook, însă și pe acele site-uri se văd aceleași efecte, poate chiar mai puternic. Nemulțumiți de categoriile standard de autoprezentare, oamenii adaugă informații personale de bază prin crearea unor chestionare pentru a descrie un portret infinit mai complex și detaliat despre ei înșiși.

Se pare că lumea strigă după atenție. Dar chiar dacă nu ar face asta, e puțin probabil că ar reuși să ne „vândă” o imagine falsă convingătoare. Deși este ușor să arunci cu indicii false despre cum ești — ai putea pretinde, de exemplu, că îți place muzica clasică, deși nu e așa — e greu să emiți acele indicii mereu și îndeajuns încât să proiectezi o identitate falsă. E greu să redai diversele comportamente ale unui iubitor real de muzică clasică — cărțile de pe rafturile lor, posturile de radio pe care aceștia le ascultă de obicei (și nu doar posturile de muzică clasică), obiectele de artă de pe perete, obiectele aruncate la gunoi etc. De aceea actorii își petrec multe săptămâni încercând să intre într-un rol. Pentru a descrie o altă persoană în mod convingător trebuie să înveți cum gândește, cum trăiește și cum vede lumea acea persoană.

De atunci am reluat studiul nostru despre site-urile de internet printr-o cercetare a impresiilor bazate pe profilurile de pe Facebook. În această lucrare, am mai descoperit încă o piedică în calea creării unei impresii false. Cu excepția gradelor lor de extraversie, oamenii nu au în general nicio idee cu privire la impresiile pe care le transmit profilurile lor. Dacă nu aveți nicio idee în legătură cu modul în care sunteți văzut, cum puteți construi un autoportret fals?

O altă descoperire majoră din cadrul cercetării noastre a fost aceea că site-urile de internet sunt locuri extrem de bune pentru a afla lucruri relevante despre oameni — poate chiar cele mai bune locuri. Scotocitul nostru pe site-uri a dezvăluit informații care sunt cel puțin la fel de corecte ca acelea aflate din dormitoare, birourile, colecțiile de muzică pe care le-am studiat, și sunt corecte pe o gamă mult mai largă de variabile ale personalității decât în



multe alte domenii. De exemplu, când a venit vorba despre cele cinci trăsături majore (Big Five), dormitoarele au fost extrem de darnice în dezvăluiri cu privire la gradul de deschidere și conștiințiozitate, iar selecțiile muzicale (de genul Top 10) au fost extrem de folositoare pentru a afla despre deschidere, extraversie și stabilitate emoțională. Însă site-urile de internet s-au dovedit utile pentru a afla și mai multe despre cele cinci trăsături.

PĂCĂLEȘTE-MĂ DACĂ POȚI!

Putem trage diferite învățăminte despre măsura în care oamenii pot controla modul în care sunt priviți de către ceilalți. În primul rând, unele situații sunt delicate în mod special față de modul în care este gestionată impresia. În cazurile în care se deține foarte mult control asupra fluxului de informații, cum ar fi în cazul interviurilor pentru un post sau în cazul unei întâlniri, se poate să îți gestionezi foarte bine impresia. Odată am intervievat un asistent de cercetare care m-a asigurat că era meticolos în păstrarea datelor, ceea ce s-a dovedit a fi fals la o săptămână de la încredințarea primei sale sarcini. Spre deosebire de asta, majoritatea locurilor care prezintă interes pentru cei care cotrobăie, cum ar fi dormitoarele și birourile, sunt mai greu de falsificat, pentru că au acumulat foarte multă informație depozitată în timp — este greu să te descotorosești de atâta informație și este și mai greu să crezi cantități mari de informații false care să sugereze trăsături de personalitate pe care nu le ai. Așa că, în interpretarea indiciilor în funcție de probabilitatea de a fi fost manipulate, este util să le considerăm ca făcând parte din trei categorii:

Categoria 1 de indicii este cel mai ușor de manipulat — acestea sunt semnale deliberate, unde transmiterea semna-

lelor este scopul principal al indiciilor (arborarea simbolului curcubeului al comunității gay pe panoul de informații).

Categoria a 2-a de indicii este reprezentată de modificările voite ale mediului, când semnalarea nu este una intenționată (de exemplu, crearea unui spațiu confortabil).

Categoria a 3-a de indicii, cel mai greu de manipulat, e reprezentată de semnalele involuntare pe care le transmitem, ca produse secundare ale comportamentului nostru (planta care moare, neglijată, pe pervaz).

Cea de-a doua lecție este aceea că, deși în general este greu să crezi impresii false în mediile fizice, unele trăsături sunt mai greu de falsificat decât altele. Ghicitul unei trăsături bazate pe reziduul ei, cum ar fi ordinea care semnalează conștiințozitatea, este mult mai greu de falsificat decât trăsăturile bazate pe mărci de identitate, care sunt relativ maleabile, cum ar fi etalarea unui poster cu simbolul marxist Che Guevara pentru a semnală vederile de stânga.

Mă voi concentra mai în detaliu asupra acestor subiecte în următoarele capitole, însă, pentru moment, iată câteva sugestii rapide de cotrobăit care să vă ajute să vedeți dincolo de indiciile create anume pentru a induce în eroare. În primul rând, căutați consecvența informației transmise. Posterul cu Che Guevara este un bun început, însă este oare susținut și de alte dovezi — de cărți de economie pe rafturi și de un bilet la o comedie muzicală de pe Broadway? Dacă nu, acesta poate fi un indiciu ce va susține o impresie falsă. În al doilea rând, dacă știți că persoana cercetată dorește să pară într-un anumit mod, fiți vigilenți. Posterul fusese afișat cu puțin înainte de invitarea în cameră a unei simpatice fete de stânga? În al treilea rând, știm că personalitatea se revarsă chiar și atunci când nu ne dorim asta; deși sistemul de arhivare bine pus la punct pare să semnaleze o nevoie de a păstra lucrurile



în ordine, căutați să vedeți dacă sistemul de organizare a fost și respectat. Există cumva facturi în secțiunea greșită sau prea multe dosare cu eticheta „diverse“? Dacă da, e posibil să fi descoperit un fals sistem de arhivare care acoperă o personalitate cu o minte încâlcită. În al patrulea rând, nu permiteți ca scotoceala dumneavoastră să fie ghidată de așteptările locatarului aceluia spațiu. Dacă stați în scaunul pentru oaspeți aflat în birou — după cum se așteaptă cel pe care îl scotociți — e posibil să vedeți doar partea curată a biroului, nu și aglomerarea de fire și cele douăsprezece perechi de pantofi de dedesubt.

EN GARDE!

Fiți pe fază! După cum am văzut, oamenii chiar încearcă uneori să se prezinte într-o lumină pozitivă. Indiferent dacă pretind că au văzut bebelușul din spațiu în cadrul falsului serial TV, că susțin că au auzit despre persoane inexistente sau că și-au strâns toate agrafele de birou în recipientul lor pentru a părea mai responsabili, oamenii vor încerca mereu să altereze modul în care îi privești. În plus, unii au tendința să se poarte așa mai pregnant decât alții. Narcisiștii chiar reușesc să se convingă că subterfugiile lor sunt adevărate. Cu toate acestea, arta „cotrobăielii“ nu este complet dezarmată. În primul rând, metode precum cea a chestionarului lui Paulhus îi pot identifica pe acești megalomani. În al doilea rând, în calitate de persoană care cotrobăie, poți fi atent la semnale — cum ar fi discrepanța dintre mărcile de identitate ușor-de-falsificat și reziduurile comportamentale greu-de-falsificat — prin care cineva încearcă să te păcălească. În al treilea rând, și cel mai important, după cum am văzut, cercetarea duce direct la concluzia că de obicei oamenii nu vor să se înfățișeze într-o lumină falsă. E posibil să exagereze puțin, însă nu se poate merge

prea departe cu o răsturnare pozitivă a situației și este foarte greu să reușească înșelătorii majore. În romanul *The Rachel Papers*, Charles Highway, personajul lui Martin Amis, în cele din urmă nu a fost în stare să manipuleze percepțiile oamenilor despre el — pe termen lung, aceștia nu s-au lăsat înșelați de păcăleala sa elaborată.

În calitate de „cotrobăitor“, trebuie să faceți mai mult decât să eliminați ceea ce este fals — trebuie să construiți ceea ce este real. De obicei, elementele construite inițial de dumneavoastră se vor baza pe armături mentale gata-făcute. Aceste cadre sunt stereotipe. Deși sunt mai degrabă cunoscute pentru efectele lor dăunătoare, stereotipurile ne oferă un punct de pornire de la care să descurcăm miile de semnale care ne bombardează în fiecare zi. Acestea sunt scurtături mentale, bazate de obicei pe o părticică de adevăr, pe care le acceptăm atunci când nu avem mai multe informații explicite. Stereotipurile sunt esențiale pentru percepțiile noastre deoarece ne oferă tipare prin care să ne testăm experiențele. Oricine este interesat de știința cotrobăitului trebuie să știe câte ceva despre acestea. În capitolul ce urmează vă voi arăta de ce.

Capitolul 7

În apărarea stereotipurilor

Copil fiind și crescând în Anglia, am fost conștient de stereotipurile despre cei ce trăiau în țările învecinate. Unele dintre aceste imagini naționale au devenit aproape acceptabile din punct de vedere social, strecurându-se chiar în programe de televiziune și în publicitate. Aceste stereotipuri includeau scenariile elaborate despre tipurile de interacțiune pe care te aștepti să le ai cu un neamț, un italian sau cu un francez dacă ai avea vreodată nenorocul să te întâlnești cu vreunul dintre aceștia.

În copilărie, turiștii germani făceau obiectul unui anumit stereotip îndrăgit de mulți băieți și fete din Anglia. Întâlnirea tipică începe cu o familie engleză dezorganizată undeva pe coastele Mării Mediterane, poate în Grecia. În prima seară, în timp ce copiii curăță farfuria până la ultima firimitură de *taramasalata* iar părinții își degustă paharul de *ouzo*, familia se lamentează cu privire la vacanțele anterioare când ajunseseră prea târziu pe plajă pentru a-și asigura un loc plăcut și bun pentru construit castele de nisip. Instigată de aceste amintiri nu tocmai plăcute, familia se hotărăște să se scoale devreme a doua zi dimineața ca să își asigure unul dintre cele mai bune locuri pentru făcut plajă și construit castele de nisip. În zori, părinții chiauni de somn își trezesc copiii, îi acoperă ca să nu le fie frig și îi pun pe bancheta din spate a mașinii închiriate. Îndeasă portbagajul cu prosoape,

mingi de plajă, găletușe de nisip și lopățele. Cu o hotărâre crâncenă, părinții se îndreaptă spre plajă. După vreo două cotituri de drum greșite, găsesc în sfârșit un loc de parcare lângă plajă. Își adună lucrurile și se reped spre plajă, descoperind că cele mai bune locuri sunt deja ocupate de îngrozitor de eficienții nemți. În vreme ce copiii nemților se plimbă pe plajă după o repriză extrem de învigorantă de înot, părinții acestora își termină exercițiile de dimineață. Resemnată, familia de englezi se înghesuie în partea aglomerată și umbrită a plajei, mângâindu-se cu gândul că pot vedea un pic din mare dacă se cațără pe cea mai apropiată conductă de canal.

Acest scenariu stereotip spunea la fel de multe atât despre inabilitatea britanicilor și voința lor de a persevera cu stoicism, cât și despre nemții extrem de bine organizați. Apoi, a intrat suficient de bine în cultură încât să își croiască drum spre campania publicitară britanică pentru producătorul german de mașini, Audi. După etalarea performanțelor modelului sport, care mergea cu viteză prin Europa, pe fundal se spunea: „Dacă vreți să ajungeți înaintea nemților pe plajă, ați face bine să vă luați un Audi“.

La ce sunt bune stereotipurile? Au vreo funcție utilă dincolo de a ne amuza pe socoteala locuitorilor altor țări?

SCORPIONUL CARE RĂGEA

Imaginează-ți că mergi pe o potecă în junglă și auzi un tigru care rage. Te întorci și, de după un tufiș din apropiere, vezi coada tigrului. Deși nu ai văzut încă tot animalul, putem spune că ești în pericol să te întâlnești cu un tigru, și nu cu vreo specie încă nedescoperită de scorpion cu coadă și răget de tigru. Ar fi înțelept din partea ta să o iei la fugă sau să faci ce trebuie să faci când te întâlnești cu un tigru (deși, bineînțeles, dacă chiar *era* un scorpion



cu coadă de tigru, probabil că ai ratat descoperirea biologică a secolului). Acest exemplu arată că folosim stereotipurile ca să completăm spațiile goale atunci când nu putem strânge toate informațiile. Și mai toate observațiile noastre zilnice sunt presărate de astfel de goluri. Dacă nu ați folosi stereotipuri, ați fi copleșit, pentru că fiecare obiect, persoană și experiență în viață ar trebui tratate ca și cum ar fi o experiență cu totul și cu totul nouă, și nu o parte dintr-o clasă mai largă.

Dacă ne gândim din această perspectivă la stereotipuri — ca la presupuneri despre lucruri (oameni sau obiecte) în absența experienței directe a acelor lucruri — permiteți-ne să vedem cât de comune sunt acestea și cât de des le folosim în toate contextele de formare a unei impresii. Fără acestea, nu putem merge pe stradă și nu putem mușca dintr-un sendviș. Când mergeți într-o zonă nouă a orașului, ce vă face să credeți că placa de pavaj din fața piciorului dumneavoastră vă va ține când veți pune piciorul pe ea? Nu ați mai călcat pe acolo până atunci. Cum știți că nu se va prăbuși, nu va lua foc sau nu va pluti? Sau de ce ar trebui să credeți că sendvișul pe care tocmai vă pregătiți să îl mâncați este comestibil? Nu ați mai mâncat până acum tipul ăsta de sendviș. Trebuie să acceptați ideea că atunci când faceți generalizări pentru a vă ghida interacțiunile, folosiți niște stereotipuri nedrepte despre pavaje și sendvișuri, pe care nu le considerați ca fiind entități unice, individuale, de sine stătătoare. Însă dacă cineva vă acuză că folosiți un stereotip, de obicei asta înseamnă că presupuneți ceva despre o persoană pe baza apartenenței sale la un anumit grup (cum ar fi afro-americani, evrei, homosexuali sau nemți).

Au ceva rău stereotipurile cum ar fi cele legate de turiștii nemți și de cei britanici? E greu de răspuns la această întrebare, pentru că oamenii au standarde diferite de judecare a comportamentului. Să ne aducem aminte de colega mea care credea că se comportă neglijent dacă apare cu mai puțin de jumătate de oră înainte de curs — e o dovadă că nu putem niciodată crede pe cuvânt o persoană conștiincioasă care se plânge că s-a lenevit. În mod similar,

oamenii din diferitele culturi folosesc standarde diferite pentru a evalua comportamentele. Dacă ajungi cu un minut după ora stabilită la o întâlnire poate fi considerat târziu în Elveția, dar destul de acceptabil în Brazilia. Problemele provocate de standardele care se schimbă i-au făcut pe unii cercetători să adopte o abordare mai obiectivă față de studiul stereotipurilor naționale, comparând țările în funcție de datele obiective.

Unul dintre cele mai evidente lucruri cu privire la călătoria dintr-o țară în alta este diferența aparentă de ritm de viață — în unele țări întreaga populație pare că ia amfetamine, localnicii agitându-se cu frenezie pentru a îndeplini diferite sarcini și ducându-se în diverse locuri cu o repeziciune alarmantă. În alte locuri, cetățenii merg relaxați, fără nicio grijă dintr-un loc de popas într-altul, de parcă beau apă cu somnifere. Peruvienii chiar au conceptul de *hora peruana*, sau „oră peruană“, care se traduce cam cu o oră mai târziu. Atât de relaxată este punctualitatea peruană, încât guvernul acestei țări a promovat o campanie — *la hora sin demora* sau „ceasul fără întârziere“ — pentru a îmbunătăți reputația națiunii.

Robert Levine, psiholog la Universitatea de Stat din California, Fresno, a avut curiozitatea să studieze aceste aparente diferențe ale ritmului de viață. Viața în unele țări merge mai repede decât în altele sau este doar o iluzie? Pentru a compara viteza la care își desfășoară oamenii activitățile de rutină, Levine a pregătit o echipă de cercetători clandestini. Pe măsură ce locuitorii centrelor din Amsterdam, Dublin, Jakarta, Rio de Janeiro, Sofia, Tokyo și alte douăzeci și cinci de centre urbane își văd cu nepăsare de viețile lor de zi cu zi, cercetătorii s-au amplasat în taină în puncte strategice din aceste orașe.

Aceștia au măsurat o distanță de douăzeci de metri pe trotuar și, din ascunzătorile lor, au folosit cronometre pentru a calcula cât de repede mergeau localnicii. Apoi, cercetătorii sub acoperire s-au dus la băncile din oraș și au înregistrat acuratețea ceasurilor de acolo. Ultimul test a fost acela de a măsura timpul necesar pentru



a cumpăra un timbru de la oficiul poștal din zonă. Combinând rezultatele acestor teste simple, Levine a putut să cuantifice ritmul de viață din diferite orașe. Ce țări s-au aflat în fruntea listei? Ritmul de viață a fost mai rapid în Elveția, Irlanda și Germania. Cele mai încete s-au înregistrat în Mexic, Indonezia și Brazilia. Așa că dacă aflați că un coleg nou de muncă este din Brazilia, dacă nu mai aveți alte informații despre el, puteți crede că acesta are o abordare mai lejeră cu privire la timp, decât un coleg elvețian. Lista completă a țărilor din cadrul studiului lui Levine — de la cea mai rapidă până la cea mai înceată — este prezentată în tabelul 7.1.

Tabelul 7.1 Ritmul de viață din 31 de țări

<i>Cea mai rapidă</i>	1. Elveția	16. Statele Unite	
	2. Irlanda	17. Canada	
	3. Germania	18. Coreea de Sud	
	4. Japonia	19. Ungaria	
	5. Italia	20. Cehia	
	6. Anglia	21. Grecia	
	7. Suedia	22. Kenia	
	8. Austria	23. China	
	9. Olanda	24. Bulgaria	
	10. Hong Kong	25. România	
	11. Franța	26. Iordania	
	12. Polonia	27. Siria	
	13. Costa Rica	28. Salvador	
	14. Taiwan	29. Brazilia	
	15. Singapore	30. Indonezia	
		<i>Cea mai înceată</i>	31. Mexic

Veți observa în tabel niște tipare de bază. Levine a descoperit că ritmul de viață era asociat cu o mulțime de alte trăsături ale acestor țări. Țările cu un ritm rapid de viață au tendința să aibă

climat mai rece, sunt productive din punct de vedere economic, au rate ridicate ale fumatului și rate mai ridicate ale morții cauzate de afecțiunile de inimă.

PERSONALITATEA LOCULUI

Stereotipurile despre oamenii din diferite locuri se pot îngusta mult mai mult decât cele bazate pe țările de origine. Să ne gândim la stereotipurile pe care le avem despre oamenii din orașe și state americane, cum ar fi nevroticii newyorkezi, relaxații californieni și locuitorii albi din Midwest. Pare intuitiv că oamenii din locuri diferite sunt altfel — dar de ce stau așa lucrurile? Un motiv ar fi că mediile diferite pot modela personalitățile, oferind posibilități diferite oamenilor care trăiesc acolo. Mediile fizice și culturale joacă un rol important în modelarea activităților și interacțiunilor, și prin urmare a personalităților, a oamenilor care trăiesc acolo; de exemplu, adolescenții care locuiesc în zone rurale vor avea activități destul de diferite de cei care trăiesc în zone urbane sau de coastă. Neavând metrou, aglomerație sau străini, puștii din Hazelton, Idaho, nu prea au ocazia să meargă cu metroul plin de străini, iar petrecerile de pe plajă sunt în continuare un lucru rar în Iowa City. Este mai ușor să nutrești un interes pentru arta contemporană într-un oraș care are o comunitate artistică înfloritoare decât într-un orașel de țară unde unicul lucru înfloritor este porumbul.

Mediul explică numai o parte a adevărului din spatele stereotipurilor geografice pentru că există o limită a acestor variații. Un liberal dintr-un stat comunist își poate tempera într-o oarecare măsură opiniile politice, însă în cele din urmă va ajunge la o limită. Și când se întâmplă asta, cea mai bună soluție ar fi să se mute într-un loc care să se potrivească mai bine cu personalitatea sa.



Am văzut efectele radicale ale relocării când am fost într-un an sabatic în zona golfului San Francisco. Pe măsură ce nivelurile de cofeină din organism dispăreau spre seară, obișnuiam să mă îndrept pe jos spre cafeneaua de la Stanford University ca să mai lucrez puțin și să beau o cafea. Într-o zi, atenția mi-a fost atrasă de un grup de studenți care purtau o conversație animată la o masă din apropiere. Cu câteva zile în urmă, văzusem ceva asemănător în cartierul Castro, predominant frecventat de homosexuali, din San Francisco. Acolo era un loc unde oamenii descoperiseră în sfârșit un spațiu în care să se simtă în largul lor. Studenții de la cafenea puteau vorbi cu un entuziasm amețitor despre subiecte intelectuale care ar fi trezit dispreț în orașelele lor de baștină. În sfârșit, aceștia găsiseră alți oameni (trei numai la acea masă!) care apreciau la fel de mult posibilitățile sclipitoare ale sistemului hexadecimal. În cazul cartierului Castro, am avut același sentiment când mă uitam la homosexualii și lesbienele care erau fericiți să își dea frâu liber.

De fapt, oamenii gravitează în jurul nișelor lor pe măsură ce își dobândesc libertatea socială și financiară de a-și exercita controlul asupra locului unde trăiesc. În influența sa carte *The Rise of the Creative Class (Ascensiunea clasei creatoare)*, Richard Florida argumentează convingător în favoarea persoanelor — în special a celor creatoare — care sunt atrase de un loc nu doar din considerațiuni economice, cum ar fi cel mai bine plătită slujbă sau prețurile convenabile la case, ci de ideea că se potrivesc cu acel spațiu. Într-un exemplu convingător, Florida descrie întâlnirea cu un tânăr, cu piercing pe corp, tatuaje și păr în mai multe culori, în campusul de la Universitatea Carnegie Mellon din Pittsburgh. Studentul era pe cale să absolve și tocmai obținuse o slujbă profitabilă în Austin, Texas, după ce renunțase la câteva oferte bune de slujbă venite de la firme de high-tech din Pittsburgh. De ce voia acest tip, se întrebase Florida, să se mute dintr-un oraș mare care găzduia numeroase muzee și instituții de cultură,

francize profesioniste de sport, și multe altele, într-un oraș mai mic în centrul statului Texas?

Răspunsul tânărului se reducea la faptul că orașul Austin era un loc unde credea că se va simți ca acasă. Bineînțeles că Pittsburgh avea o minunată operă și orchestră simfonică, însă acela nu era un loc unde să se simtă în largul său. Își dorea să fie în preajma unor oameni care gândeau la fel și să trăiască acolo unde valorile și imaginea sa de contracultură erau un avantaj, și nu un impediment. Și, bineînțeles, de îndată ce tânărul sosea la noul său loc de muncă avea să devină el însuși o parte integrantă a peisajului, făcându-l și mai atrăgător pentru generația următoare de oameni care nu se mai simțeau la ei „acasă” în orașele lor de baștină. Atracția orașului Austin în cazul bărbatului cu părul țepos, a Stanfordului pentru „tocilari” și a cartierului din San Francisco pentru nou-sosiții homosexuali se datora parțial faptului că aceștia se așteptau să fie influențați de noile lor locuințe. Părerea despre viață se poate forma și din perspectiva locului în care trăiești. E normal să fii mai puțin încrezător printre străini într-un cartier periculos din Detroit decât într-un orașel unde orice persoană cu care te întâlnești te știe din ziua în care te-ai născut. Un mediu cu o diversitate de rezidenți și culturi oferă mai multe posibilități celor care doresc să își lărgescă orizonturile decât o localitate care este extrem de omogenă.

Prin intermediul acestor două procese — unii oameni sunt atrași de anumite locuri, acele locuri afectându-i pe cei care trăiesc acolo — vor apărea legături între cum sunt oamenii și spațiul unde trăiesc. Așa că dacă nu știi nimic altceva despre cineva, poți face unele deducții despre personalitate uitându-te doar la locul unde trăiește acea persoană. Deși se pare că există dovezi referitoare la validitatea stereotipurilor geografice, tiparele exacte nu sunt mereu ușor de distins. Să aruncăm o privire la cele trei hărți ce adună scorurile relative asupra a trei din domeniile personalității exprimate de testul Big Five. Cu cât este mai întunecată nuanța,

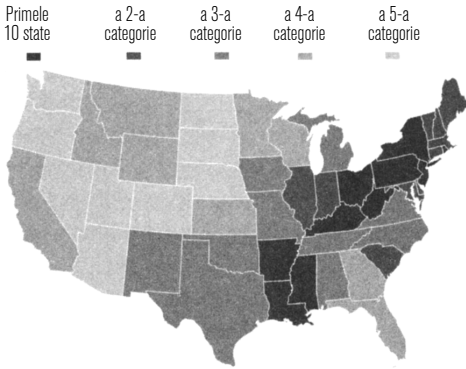


cu atât oamenii au grade mai ridicate ale acelei trăsături. Puteți ghici care sunt cele trei trăsături indicate de aceste hărți?

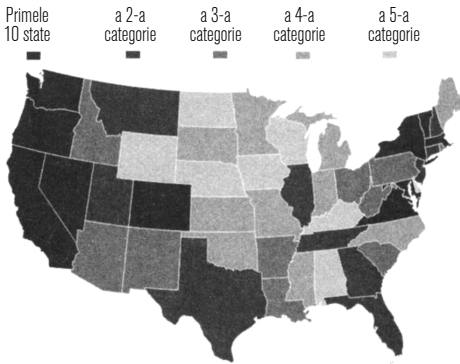
Prima hartă e cel mai ușor de identificat după înclinarea sa est-vest. Aceasta face referire la nevrotism și arată diferențele dintre newyorkezii de tip Woody Allen și californienii relaxați. Iar aceste distincții confirmă mai mult decât niște stereotipuri. Când colaboratorul meu Jason Rentfrow (care s-a ocupat de această nouă cercetare) a săpat mai adânc după acele lucruri care se potriveau cu diferențele de personalitate pe regiuni, a descoperit unele tipare remarcabile. De exemplu, locuitorii statelor cu grade ridicate de nevrotism au tendința să fumeze mai mult decât oamenii din alte state, iar în rândul lor există o incidență mai ridicată a cancerului, a bolilor de inimă, a diabetului și a obezității; pe când statele mai relaxate, acelea cu grade mai scăzute de nevrotism, sunt locuite mai curând de oameni care știu să se relaxeze, care fac jogging și care fac sport acasă. Bineînțeles că legăturile cauzale sunt departe de a fi lămurite. Nu putem ști dacă gradele ridicate de nevrotism duc la probleme de sănătate, așa cum se întâmplă dacă oamenii au o tendință mai mare să fumeze, obicei care, la rândul său, ar putea duce la rate ridicate ale cancerului și bolilor de inimă. Sau poate că altceva provoacă problemele cu inima, care conduc la existența unor oameni mai nerăbdători, stresați și îngrijorați (adică, nevrotici, conform Big Five). Este de asemenea posibil ca aici să fie vorba și despre o explicație legată de o „a treia variabilă“, anume un alt factor care ar duce atât la o incidență mai ridicată a nevrotismului, cât și la problemele de sănătate.

A doua hartă, care descrie media de deschidere a locuitorilor statelor americane, ne arată că gânditorii plini de creativitate, imaginație, filosofii și cei care gândesc abstract sunt cu toții de găsit de-a lungul coastei de vest și în partea de nord-est, cu mici grupuri ici-colo. Cum s-a întâmplat și în cazul nevrotismului, Rentfrow a arătat că aceste diferențe de personalitate se văd în lumea reală. Cei care trăiesc în state cu un grad mare de deschidere

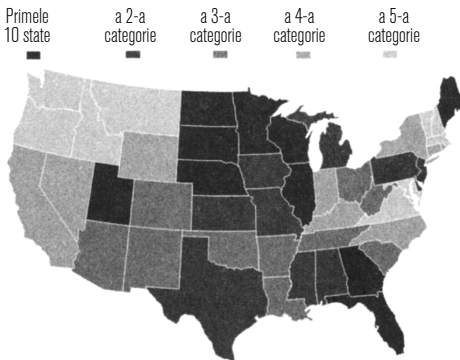
Harta 7.1



Harta 7.2



Harta 7.3



prezintă niveluri relativ mai ridicate în ceea ce privește cititul de cărți, mersul la bibliotecă, vizitarea galeriilor de artă și exprimarea unui interes față de alte culturi. Merg la biserică mai puțin decât alții, obțin mai multe diplome și au tendința de a fi mai toleranți față de sex și droguri.

Ultima hartă discută extraversia și sugerează faptul că această trăsătură înflorește cel mai mult în zona de centru-vest a SUA. Cercetarea lui Rentfrow indică faptul că locuitorii vioi și sănătoși din Illinois și Wisconsin se bucură de adunările sociale mai mult decât cei care locuiesc în state mai introvertite (cum ar fi Maryland, New Hampshire și Alaska). Aceștia frecventează întâlnirile de la cluburi, merg prin baruri și își vizitează prietenii mai mult decât cei din alte regiuni, iar religia pare să dețină un rol important în viața lor. Rentfrow a raportat diferențe asemănătoare în statele cu grade scăzute de agreabilitate (unde incidența omorurilor și a altor crime violente este una ridicată), respectiv în cele cu un grad ridicat de conștiinciozitate (unde oamenii lucrează mai multe ore și sunt relativ mai evlavioși decât cei din statele mai leneșe, cum ar fi Hawaii, Alaska și Maine).

Procesele ce duc la aceste reale diferențe geografice funcționează și la scară mai mică. Gândiți-vă la locul unde munciți și la diferitele sarcini pe care le îndeplinesc oamenii de acolo. Majoritatea dintre noi au tendința să graviteze spre posturile care li se potrivesc. O persoană extrem de extrovertită angajată la biroul sălii de lectură al bibliotecii de cartier ar înnebuni probabil și și-ar enerva colegii și șefii cu tendința sa de a pălăvrăgi vrute și nevrute. Și trebuie să mai luăm în considerare și forțele externe. Majoritatea oamenilor nu vor să se afle prin preajma unor colegi anti-sociali, morocănoși și ostili, așa că acelor persoane li se facilitează accesul către acele locuri care să le permită celorlalți să îi evite. De fapt, cercetarea noastră a arătat că persoanele dezagreabile aveau tendința să sfârșească în zonele cu trafic scăzut dintr-un birou. Într-unul din birourile vizitate, persoana cu gradul cel mai scăzut de agreabilitate din întregul studiu fusese alungată din miezul

forfotei biroului atât de departe, pe un coridor lung, încât unii dintre membrii echipei noastre de cercetători chiar au avut probleme în a o localiza.

CONSERVATORI ȘI LIBERALI

Uitându-ne pe hărțile de personalitate pentru Statele Unite, atât eu cât și Jason Rentfrow am observat similarități apropiate de diviziunea bine-cunoscută dintre statele „roșii” (conservatoare) și statele „albastre” (liberale). Am început să ne întrebăm dacă există o relație între personalitatea unui stat și modul în care votează cetățenii acestuia. În fond, orientarea politică este strâns legată de valorile și atitudinile elementare. Liberalii sunt adepți mai fervenți ai egalitarianismului și sunt mai interesați de diversitatea socială decât conservatorii, care susțin mai mult instituțiile tradiționale (cum ar fi poliția și guvernul) și care preferă ca schimbarea să aibă loc treptat. Cercetări recente efectuate de John Jost și David Amodio de la Universitatea din New York au descoperit dovezi referitoare la existența unei diferențe corespunzătoare la nivelul creierului. Într-o zonă a creierului cunoscută și sub numele de cortex anterior, reacțiile tipice față de o anumită sarcină care presupune o schimbare sugerează că, din punct de vedere neurologic, conservatorii sunt mai rezistenți la schimbare decât liberalii.

Jason și cu mine, în colaborare cu John Jost, Dana Carney și Jeff Potter, am demarat o serie de cercetări care aveau să analizeze mai în detaliu legătura dintre politică și ambient. Spre surprinderea noastră, numărul de voturi exercitate într-un stat pentru candidații Partidului Democrat sau pentru candidații Partidului Republican a fost strâns legat de gradul de deschidere și de conștiințiozitate și într-o mai mică măsură de extraversie. Statele care au votat pentru Bill Clinton (mai degrabă decât pentru Bob Dole),



pentru Al Gore (mai degrabă decât pentru George W. Bush) și pentru John Kerry (mai degrabă decât pentru Bush) aveau grade mai ridicate de deschidere și extraversie și grade mai scăzute de conștiinciozitate. Aceste descoperiri au reprezentat o provocare pentru opiniile convenționale care se bazau de obicei pe factori socio-demografici pentru a face previziuni. Descoperirile noastre au arătat că personalitatea joacă la rândul său un rol important în rezultatul votului. Cine suntem (oameni educați, afro-americani, bogați din mediul urban) ne poate spune la fel de multe despre votul nostru, dar și despre cum suntem (deschiși, conștiincioși extrovertiți).

Aceste rezultate ne-au dus cu gândul și mai departe. Dacă democrații și republicanii au personalități diferite, putem oare găsi diferențe în modul în care se comportă în viața de zi cu zi și în urmele pe care le lasă în spațiile pe care le ocupă? Pentru a evalua modul în care liberalii și conservatorii ar putea fi diferiți în interacțiunile față-în-față, am conceput un experiment sub pretextul unei discuții despre filme între două persoane. În realitate, unul dintre participanții la discuție era un asistent de cercetare. Ce comportamente subtile nonverbale ar putea dezvălui liberalii și conservatorii într-o astfel de situație? În concordanță cu ceea ce am descoperit în cazul tendințelor de vot din diversele state, analiza casetelor video a arătat că liberalii sunt mai extrovertiți — erau mai expresivi, zâmbeau mai mult și se implicau mai mult în conversație cu partenerii de interacțiune. Conservatorii se comportă mai detașat și mai puțin implicat în general, dând dovadă de un stil de interacțiune mai retras, mai rezervat și mai inhibat.

Date fiind legăturile dintre tendințele de vot și extraversie, era normal să căutăm diferențe dintre liberali și conservatori în interacțiunile față-în-față. Însă datele noastre care făceau legătura între deschidere și conștiinciozitate și atitudinile față de politică ne-au arătat că am putea găsi de asemenea diferențe și cu privire la spațiile în care locuiau. Bineînțeles, camerele conservatorilor includeau mai multe elemente organizaționale, inclusiv calendarele

unor evenimente, calendare, în general, și timbre poștale. Conțineau, de asemenea, și decorațiuni și elemente mai convenționale, inclusiv accesorii sportive, steaguri de tot felul, steaguri americane în special, și sticle și recipiente pentru băuturi alcoolice. În general, dormitoarele de conservatori aveau toate semnele unui profil de personalitate cu un grad ridicat de conștiinciozitate și un grad scăzut de deschidere — erau mai ordonate, mai curate, mai proaspete, mai bine organizate și mai bine luminate.

Dormitoarele liberarilor reflectau reziduuri comportamentale asociate cu grade ridicate de deschidere. Acestea conțineau un număr semnificativ mai mare și o varietate mai mare de cărți — despre călătorii, probleme etnice, feminism și muzică, precum și un număr și o varietate mai mare de CD-uri de muzică, inclusiv muzică internațională, muzică folk, rock clasic și modern și „șlagăre.“ Dormitoarele liberalilor mai conțineau și un număr sporit de obiecte de artă, de papetărie, bilete la film, hărți internaționale și suvenire din diverse țări.

BĂNUIALA LUI ADAM

Când am încercat să îmi dau seama pentru prima dată cum își formează oamenii impresiile corecte despre ceilalți, nu m-am gândit că stereotipurile ar putea fi relevante. Însă pe măsură ce am început să analizez datele din studiul meu asupra dormitoarelor și ocupanților acestora, m-am văzut nevoit să reconsider rolul important al acestor scurtături mentale. În studiul despre dormitoare, multe dintre rezultate aveau un sens intuitiv, cel puțin considerate retrospectiv. Părea de bun-simț ca persoanele concentrate pe sarcini și pe gestionarea timpului să își aprovizioneze camerele cu „echipamente“ pentru punctualitate — mai multe

calendare, diverse ceasuri, liste cu lucruri de făcut, agende de organizare pe birou.

Însă multe dintre descoperiri au fost totuși surprinzătoare. Am aflat că deși evaluatorii noștri nu au făcut altceva decât să scoțcească printr-un dormitor s-au dovedit a fi extrem de buni în a estima gradul de nevrotism al locatarului acestuia. Nu prezisesem acest rezultat iar cercetările ulterioare nu au dezvăluit nicio trăsătură a camerelor care să facă o diferență clară între persoanele încordate și cele relaxate. Așa că ne-am împotmolit.

În timp ce ne scărpinam în creștetul capului de mirare, mi-am adus aminte de un comentariu făcut de către cel mai corect evaluator al nostru, Adam Klinger, în momentul în care ieșise dintr-una din camerele pe care le evaluase. Era o cameră micuță și destul de ordonată, cu animale de pluș pe pat și o varietate remarcabilă de nimicuri și postere, pe care tocmai le evaluase cu un grad ridicat de nevrotism. În momentul în care a predat formularul de evaluare, a scuturat din cap, uluit de ceea ce părea să fie o simplificare prea mare. „După o vreme, parcă evaluezi stereotipuri“, a spus acesta. Să fie oare asta cheia corectitudinii evaluărilor nevrotismului? Mă întrebam dacă am putea învăța ceva din stereotipurile de gen.

Știam că în trecut cercetările identificaseră câteva deosebiri minore, dar persistente între sexe în ceea ce privește trăsăturile de personalitate, cea mai constantă fiind aceea că femeile au grade mai mare de nevrotism pe scala Big Five. Femeile sunt mai nerăbdătoare, mai puțin echilibrate, mai puțin relaxate, mai emotive și se stresează mai ușor. Așa că poate Adam avea dreptate. Poate că atunci când evaluatorii intrau într-o cameră intuiau sexul locatarului și foloseau această informație pentru a evalua gradul de nevrotism al acelei persoane în funcție de stereotipul de gen.

Evaluatorii s-au priceput extrem de bine să ghicească sexul locatarilor dormitoarelor. Camerele bărbaților sunt diferite de cele ale femeilor. Spațiul masculin nu este de obicei atât de decorat, de colorat, de vesel, de confortabil și de curat. Camerele bărbaților

nu sunt la fel de îmbietoare, distincte sau stilate ca cele ale femeilor. E mai puțin probabil ca bărbații să expună poze cu bebeluși, prieteni sau membri ai familiei. Calendarele și oglinzile nu ies nici ele în evidență. Bărbații au mai puține reviste de modă și cărți decât femeile, dar mai multe CD-uri și cumpără mult mai multe echipamente stereo. Bărbații nu prea folosesc loțiuni, ci mai degrabă pălării și șepci. Animalele de pluș, lumânările și florile atât de prezente în camerele femeilor lasă loc facturilor, coșurilor de rufe vizibile și echipamentului sportiv. Dulapurile bărbaților rămân mai des deschise și e mult mai posibil ca bărbații să își atârne lucrurile pe unde apucă.

Analizele noastre statistice au confirmat bănuiala lui Adam. Se pare că stereotipurile de gen, și nu indiciile văzute în camere au deținut rolul-cheie în detectarea gradului de nevrotism al locatrilor. Evaluatorii au făcut și unele greșeli iar acestea au dovedit importanța stereotipurilor de gen. Într-una din camere, Fernando (nu este numele său real) găzduise în mod clar „un musafir care stătuse peste noapte“; niște pantofi cu toc încă zăceau aruncați pe podeaua dormitorului. Când a văzut pantofii, unul dintre evaluatori a clasificat imediat camera drept aparținând unei femei și a ignorat toate celelalte indicii — jeanșii bărbătești și tricourile de pe fotoliu, crema de ras și ambientul bărbătesc. Din cauza acestei simple greșeli, evaluatorul nostru a presupus o varietate mare de trăsături care nu aveau legătură cu indiciile specifice din cameră. În loc să verifice informația pe loc, acesta se bazase pe stereotipurile de gen pentru a-și forma impresia.

Deși stereotipurile par să influențeze acuratețea evaluărilor nevrotismului, acestea pot interfera și cu precizia evaluării personalității. Un stereotip comun legat de femei este acela că sunt mai amabile și mai pline de compasiune decât bărbații. În termenii Big Five, acest stereotip sugerează că femeile au un punctaj mai mare la agreabilitate. Și, într-adevăr, evaluatorii noștri au clasat locatările dormitoarelor cu un grad mai mare de agreabilitate. Problema era că în realitate nu există diferențe; atât bărbații, cât



și femeile sunt la fel de agreabili. Așa că în acest caz stereotipurile au scăzut acuratețea evaluărilor de personalitate.

Aceste observații cu privire la diferența dintre sexe ne-au făcut să ne gândim și la alte tipuri de stereotipuri. Când am subînchiriat un apartament din Detroit acum câțiva ani, cu siguranță că m-am bazat pe stereotipuri pentru a deduce din atenta grijă față de designul interior, din numeroasele sculpturi și picturi cu câini de talie mică și din cantitatea copioasă de reviste pentru bărbați că locatarul era homosexual, chiar și în absența unor iconografii gay explicite. Și rasa? Studiul nostru despre dormitoare a fost efectuat în zona golfului San Francisco, care are în mare proporție locuitori de origine asiatică, iar 80% dintre participanții la studiul nostru despre dormitoare erau împărțiți în mod egal în albi și asiatici. Un stereotip comun despre asiatici este că aceștia au interese mai restrânse și mai concrete decât albi: e celebra imagine a studentului asiatic la inginerie, harnic și tăcut, ca un șoricel. Astfel de stereotipuri sugerează, printre altele, faptul că asiaticii ar avea punctaje mai scăzute decât albi în ceea ce privește trăsăturile asociate cu deschiderea. Oamenilor cu grade scăzute de deschidere le place să se concentreze strict pe concepte concrete mai degrabă decât să se joace cu idei abstracte și au tendința de a urma obiceiurile tradiționale mai degrabă decât să le pună sub semnul întrebării. În eșantionul nostru, asiaticii chiar au obținut punctaje mai scăzute decât albi în cazul trăsăturii deschiderii, iar evaluatorii dormitoarelor s-au priceput foarte bine să stabilească rasa locatarilor (deși nu s-au priceput la fel de bine la ghicitul sexului acestora).

Din nou analizele noastre i-au dat dreptate lui Adam. Stereotipurile bazate pe rasă păreau să explice, cel puțin parțial, acuratețea evaluatorilor în modul în care au apreciat deschiderea locatarilor. În ciuda reputației proaste pe care o au stereotipurile, cercetarea noastră a clarificat faptul că acestea joacă un rol important în modul în care ne formăm cu toții impresiile unii despre ceilalți. Această concluzie va fi greu de acceptat de către

cei care speră că oamenii vor fi judecați după ceea ce fac mai degrabă decât după cum arată.

CAPCANELE STEREOTIPURILOR

Oricât de folositoare și inofensive ar fi, stereotipurile rămân un subiect extrem de controversat. La scurt timp după ce am publicat prima mea lucrare despre legăturile dintre personalitate și dormitoare, o colegă de la catedra de design m-a rugat să vorbesc despre munca mea cu studenții ei din ciclul de licență. În momentul în care mi-am început prezentarea, studenții erau atenți și deși puțini aveau cunoștințe științifice, păreau realmente absorbiți. Însă pe la jumătatea orei, ceva s-a schimbat. Studenții au început să se agite. Privirile pline de interes și receptivitate s-au transformat în încruntări pline de scepticism. Schimbările din expresiile de pe fețele lor au marcat momentul din cadrul prezentării mele când lucrurile puteau lua o întorsătură urâtă — ajunseseam la partea despre stereotipuri. Argumentam, la fel cum am făcut mai sus, că atunci când oamenii fac judecăți despre alții pe baza unor informații sărace — ca cele care se pot găsi într-un dormitor — aceștia folosesc adesea stereotipuri, ceea ce, în ciuda controverselor, ar putea fi un lucru bun. Pe măsură ce în sală se ridicau mâini, mi-am făcut curaj pentru valul de indignare care știam că urma să sosească.

Reacțiile studenților de la design nu au fost neobișnuite. Stereotipurile își câștigaseră o reputație proastă, așa că majoritatea oamenilor intră în defensivă când vine vorba că le-ar putea folosi. După cum aveam să descopăr imediat, simpla discuție a stereotipurilor putea transforma o mulțime calmă într-una agitată. Ceea ce supără de fapt este ideea că unele stereotipuri conțin o sămânță de adevăr. Așa că dacă ții un discurs și vrei să ai parte de

o călătorie ușoară, atunci fraza „stereotipurile sunt rele“ este cea mai sigură cale. Aceasta nu este cea mai sofisticată abordare față de un fenomen extrem de complex, însă rarori se va găsi cineva care să nu fie de acord cu poziția dumneavoastră, și pe bună dreptate.

Fără îndoială, stereotipizarea a avut de prea multe ori drept rezultat percepții și decizii care sunt cel puțin incorecte, dacă nu letale. Stereotipurile au ajutat la neacordarea dreptului la vot femeilor și a drepturilor civile ale afro-americanilor; au stat de asemenea la baza unei serii de drepturi neacordate, a unor privilegii abuzive și a unor oportunități refuzate pentru numeroase grupuri de-a lungul istoriei omenirii. De obicei stereotipurile fac obiectul presei, iar atunci este vorba de vreo decizie incorectă bazată pe rasă, naționalitate sau sex, așa că nu e deloc surprinzător că mulți presupun că stereotipurile sunt ceva rău.

Dacă ați răsfoi majoritatea revistelor prestigioase de psihologie socială, ați descoperi că stereotipurile sunt unul dintre cele mai importante subiecte din domeniu. Și vă puteți aștepta la o serie de studii despre cum și când folosesc oamenii stereotipurile și când, eventual, acestea se dovedesc adevărate. În schimb, tot mai mulți cercetători în domeniul stereotipurilor se concentrează numai asupra unei laturi a procesului — modul în care stereotipurile interferează cu modul în care îi percepem pe ceilalți. Într-un studiu clasic, s-a arătat cum subiecții cercetării aveau mai multe șanse să invoce stereotipurile rasiale în timp ce repetau un număr de opt cifre decât atunci când nu erau distrași de această sarcină. Acest studiu și altele au dus la punctul de vedere potrivit căruia ne bazăm pe aceste judecăți rapide atunci când nu avem timpul sau posibilitatea de a gândi lucrurile din toate unghiurile posibile. Însă, după cum vom vedea imediat, unii sunt reticenți la a împărtăși chiar și cele mai intime percepții dacă sunt de părere că asta ar putea duce la acuzații de prejudecăți rasiale.

Dovezi palpabile legate de hipersensibilitatea la stereotipuri provin dintr-o serie ingenioasă de studii efectuate de către Michael

Norton și colegii săi de la Facultatea de Afaceri de la Harvard. Aceștia au observat un dezechilibru curios în modul în care oamenii folosesc anumite trăsături pentru a-i descrie pe ceilalți. Închipuți-vă că lucrați într-o firmă unde cam 10% dintre angajați au păr roșcat și cam 10% au pielea măslinie. Să zicem că vreți să identificați una dintre aceste persoane când discutați cu un coleg, însă nu știți numele acelei persoane. Pentru oricare dintre ele, ar avea sens să folosiți trăsătura (culoarea părului sau rasa) în descrierea dumneavoastră pentru a limita grupul de oameni la care vă referiți. Cu toate acestea, Norton și colegii săi au arătat că e mai puțin probabil ca oamenii să se refere la „tipul negru“ decât la „tipul roșcat“. Această reticență apare în ciuda faptului că evitând să menționăm rasa, transmitem informația într-un mod mai puțin eficient.

Unul dintre experimentele lui Norton era cam așa: să presupunem pentru moment că ești alb. Ești invitat împreună cu o persoană pe care nu ai mai întâlnit-o niciodată să jucați un joc bazat pe o serie de poze aranjate pe o masă. Pozele arată fețe diferite — bărbați și femei, albi și negri, tineri și bătrâni și așa mai departe. Partenerul dumneavoastră are un album pe care îl vede numai el. Acesta conține „fotografii-țintă“ care se potrivesc cu unele dintre pozele de pe masă. La fiecare tur, se joacă doar o fotografie-țintă. Sarcina dumneavoastră este să puneți cât mai puține întrebări cu răspuns „da“ sau „nu“ pentru a identifica fotografia-țintă. Ținta e bărbat? Da. Ținta a fost fotografiată în fața unui ecran albastru? Nu. Întrebările vă ajută să limitați fotografiile posibile și cu cât se restrânge mai mult grupul, cu atât mai ușor găsiți „fotografia-țintă“ care se potrivește.

Jocul este făcut de așa natură încât informația referitoare la rasă și sex să fie utilă în egală măsură, însă majoritatea oamenilor sunt prea puțin dispuși să pună întrebări despre rasă, preferându-le pe cele despre sex. Iar această reticență este exacerbată când „partenerul“ dumneavoastră (de fapt, un tovarăș în cârdășie cu cel care efectuează experimentul) este afro-american. În plus,



întrebările referitoare la rasă pot fi formulate în două direcții — puteți întreba dacă ținta e un negru sau dacă e un alb. Când partenerul de joc este negru și oamenii ajung să pună întrebări despre rasă, e mult mai probabil să întrebe dacă nu cumva e alb. Se pare că oamenii se feresc chiar să menționeze cuvântul *negru* de teamă că folosind acest apelativ ar putea fi catalogați drept rasiști. Preferă să pară că sunt daltoniști din acest punct de vedere. „A, era un negru? Nici nu observasem.“

Dacă mai adăugați o nouă întorsătură jocului, acesta devine chiar mai interesant. Ce se întâmplă dacă schimbăm numele jocului în „Infractor urmărit de FBI“? Această schimbare subtilă are efecte semnificative. Atunci când fotografiile sunt ale unor presupuși criminali, este și mai puțin probabil ca oamenii să menționeze rasa în întrebările lor. Aici trebuie făcută o observație. Numai subiecții albi indică o hipersensibilitate față de distincția rasială alb/negru. Când se testează subiecți negri, e la fel de probabil ca aceștia să ceară informații atât despre rasă, cât și despre sex, nefiind influențați de condițiile care îi afectează pe albi. Aparent, faptul că ești negru te eliberează de teama de a părea rasist.

Asta nu înseamnă că albi nu sunt în stare să discearnă cine este negru în cadrul experimentului; pur și simplu le este teamă de stigmatul social de a fi clasat ca rasist. Dacă stimulentele sunt destul de mari, albi nu vor mai ezita să folosească informația rasială. Într-unul din seturile de studii, Norton i-a rugat pe subiecți să aleagă între două fotografii — cine credeau că avea să se descurce mai bine la facultate? Care credeau că e mai probabil să obțină o medie perfectă? Care părea mai probabil să comită o crimă violentă? Atunci când în poze erau oameni de aceeași rasă (adică doi albi sau doi negri), subiecții puteau alege foarte repede pe unul dintre cei doi drept răspuns la întrebare — chiar au relatat că se bucurau să exprime aceste reacții. Însă când subiecții lui Norton au trebuit să aleagă între un alb și un negru, s-au împotrivit, refuzând să ia vreo decizie. Să însemne asta oare că nu puteau face o alegere în acel moment sau pur și simplu nu voiau să o facă?

Rezultatele lui Norton au sugerat că era vorba de ultima variantă. Când recompensa financiară a devenit mai mare, subiecții au fost mai dispuși să facă o alegere între o țintă neagră și una albă. Făceau alegerea când erau plătiți cu cinci dolari pentru acuratețe, însă nu și când erau plătiți doar cu un dolar. Cu alte cuvinte, mai degrabă renunțau la acel dolar decât să emită o judecată care i-ar fi catalogat apoi ca fiind rasiști. Pentru cinci dolari, însă, merita.

SEX, DROGURI ȘI ROCK'N'ROLL

La cursurile mele folosesc un exercițiu în care studenții mei fac un top cu cele zece melodii favorite, în care cea mai îndrăgită melodie să fie pe primul loc. Le spun să nu își discute listele între ei și să mi le înmâneze direct. Săptămâna următoare, împart clasa în trei grupuri. În timp ce unul dintre grupuri stă în fața clasei, le citesc lista cu unul dintre topuri. Sarcina pentru restul clasei este să găsească studentul căruia i se potrivește acea listă. În mod surprinzător, aceștia se descurcă cu o acuratețe uluitoare. Dar cum fac asta? Unii dintre studenți sunt atenți la limbajul corpului și încearcă să observe cine a roșit, cine s-a uitat în jos sau cine a zâmbit când se citea câte o listă. Alții însă pretind că ghiceau persoana care se potrivea cu muzica după stereotipurile asociate cu stilurile de muzică din liste, cum ar fi faptul că se gândeau că tipul care purta cizme de cowboy trebuia să fie fan al muzicii country.

Am făcut acest exercițiu de multe ori și, în fiecare an, evaluatorii care foloseau stereotipurile muzicale făceau deducții mai corecte decât cei care se bazau doar pe indiciile nonverbale. Rezultatele acestei demonstrații neștiințifice oferă dovezi irefutabile că preferințele muzicale transmit cel puțin o parte din informație despre noi. Însă oferă acestea indicii despre personalitate?

Unul din cele mai interesante lucruri despre preferințele muzicale este că acestea par să ofere informații despre noi, informații ce nu pot fi detectate în interacțiunile obișnuite de zi cu zi. După cum a scris John Schwarz în articolul despre iPod-uri din *New York Times*: „Îmi place să cred că mă prezint în fața lumii ca o persoană sociabilă și inofensivă — de care nimeni nu trebuie să se teamă. Dar dacă ai afla că îmi place formația canadiană Moxy Fruvous (zgomotoasă, pe patru voci, cu tendințe de stânga) atunci ai ști ceva mai multe despre mine. Ai primit încă un punct pentru noile informații. Dacă ai toate melodiile mele, punctele se adună ca să formeze o imagine, una intimă, care nu se prea potrivește cu imaginea publică“. Pentru a vedea la ce se referă, să ne uităm la următoarele liste de Top 10 adunate în cadrul cercetării noastre despre preferințele muzicale.

MELODIILE DE TOP 10 ALE OLIVIEI

1. Britney Spears — „Oops! I Did It Again“
2. Britney Spears — „I’m a Slave 4 U“
3. Garth Brooks — „The Dance“
4. Dave Mathews Band — „Crash“
5. Dixie Chicks — „Wide Open Spaces“
6. Grease Soundtrack — „Summer Lovin’“
7. N’Sync — „Bye Bye Bye“
8. Faith Hill — „Breathe“
9. Destiny’s Child — „Survivor“
10. Chris Rice — „Smell the Color 9“

MELODIILE DE TOP 10 ALE LUI SADIE

1. Miles Davis — „Kind of Blue“
2. John Coltrane — „Giant Steps“
3. Dave Brubeck — „Take Five“
4. Glenn Gould — „Goldberg Variations“
5. Thelonius Monk — „Straight No Chaser“
6. Nick Drake — „Fly“

7. Ray Charles — „Ray’s Blues“
8. Herbie Hancock — „Maiden Voyage“
9. Stevie Ray Vaughn — „Texas Flood“
10. Yo Yo Ma — „Six Suites for Cello — Suite 1“

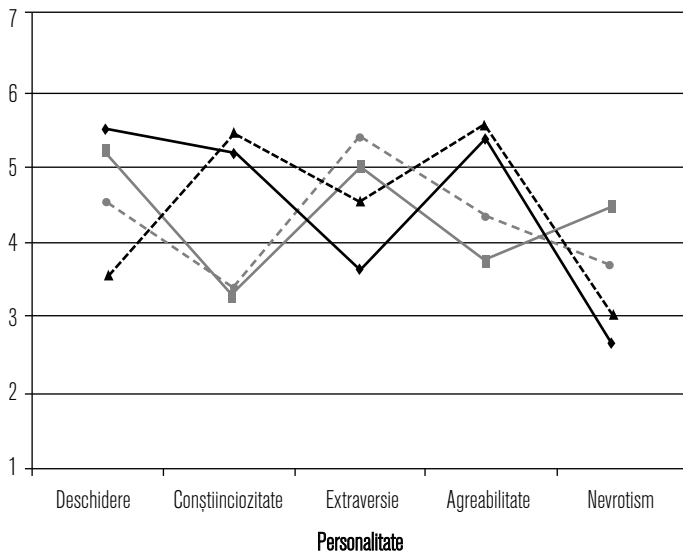
Pe baza stereotipurilor dumneavoastră, pe care dintre aceste femei ați vrea să o ajutați să pornească o petrecere zgomotoasă? Ați prefera să stai lângă Olivia sau lângă Sadie într-o călătorie lungă cu avionul? Când au fost rugați să descrie proprietarii acestor liste, evaluatorii (în cadrul acestei cercetări, mi-am selecționat niște prieteni și niște colegi) au perceput-o pe Olivia ca fiind lipsită de creativitate și convențională, poate pentru că avea în general artiști celebri pe lista sa. Și observând că toate cântecele selectate de ea erau pline de energie vocală, evaluatorii au descris-o ca fiind o persoană veselă și sociabilă. Pe de altă parte, preferința lui Sadie pentru muzica clasică și jazz le-a sugerat evaluatorilor că aceasta era o persoană rafinată și erudită. Și poate pentru că majoritatea cântecelor sale sunt liniștite și în variantă instrumentală, aceștia au tras concluzia că era o persoană rezervată și introvertită. Așa că se pare că putem oricând să apelăm la stereotipuri ce se bazează pe preferințele muzicale. Dar oare sunt corecte acele impresii?

Se presupune că serviciile matrimoniale le cer clienților lor să facă o listă cu filmele, cărțile și muzica lor favorită pentru că sunt de părere că astfel de categorii oferă o scurtătură eficientă pentru a afla variatele interese, valori și dispoziții. Însă atunci când răsfoiești lista cu parteneri potențiali pe un site de matrimoniale de pe internet, respingând punkistul și bifând în dreptul fanului de muzică country, crezi că e just să faci asta? Pentru a afla răspunsul, m-am uitat împreună cu Jason Rentfrow la stereotipurile pe care tinerii le au despre fanii diverselor genuri de muzică. Ce fel de presupuneri făceau despre ceilalți pe baza colecțiilor lor de muzică și care dintre ele erau corecte?

Următorul grafic descrie stereotipurile legate de cele cinci trăsături de personalitate pentru fanii muzicii clasice, rock,

religioase și rap. Vă dați seama care linie reprezintă care gen de muzică? Răspunsurile sunt în următorul paragraf, așa că începeți deja să ghiciți.

Graficul 7.1 Stereotipurile Big Five referitoare la fanii muzicii clasice, rock, religioase și rap

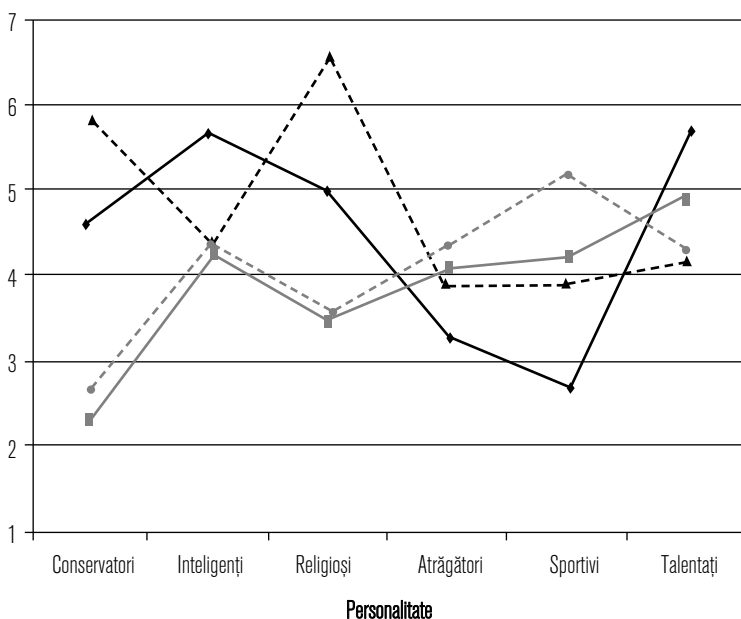


Așa cum se indică în grafic, studenții au fost de părere că fanii muzicii clasice (reprezențați de romburi și linia neagră groasă) și cei ai muzicii religioase (triunghiuri și linie neagră întreruptă) au trăsături de personalitate similare: extrem de agreabili, conștiințioși și puțin nevrotici. Însă îi priveau pe fanii muzicii clasice ca fiind mai puțin extroverți și mult mai deschiși decât fanii muzicii religioase. Mai departe, studenții îi priveau pe fanii muzicii rock (pătrate și linii gri groase) și pe cei ai muzicii rap (cercuri și linie gri întreruptă) în mod oarecum similar: ca având un grad ridicat de extraversie, unul moderat de agreabilitate și

unul scăzut de conștiinciozitate. Însă îi considerau pe fanii muzicii rock mai nevrotici și mai deschiși decât fanii muzicii rap.

Dar cum rămâne cu alte trăsături — valorile politice, inteligența, religiozitatea, atractivitatea, sportivitatea și capacitățile artistice — care ți-ar putea influența hotărârea cu privire la faptul că vrei sau nu să te întâlnești cu cineva? Se poate prevedea așa ceva după colecția de muzică a unei persoane? Următorul grafic descrie stereotipurile fanilor aceluiași patru genuri de muzică — clasică, rock, religioasă și rap — cu privire la aceste trăsături. Din nou, vedeți dacă vă puteți da seama cum se corelează trăsăturile cu cele patru stereotipuri înainte să vedeți rezolvarea de mai jos.

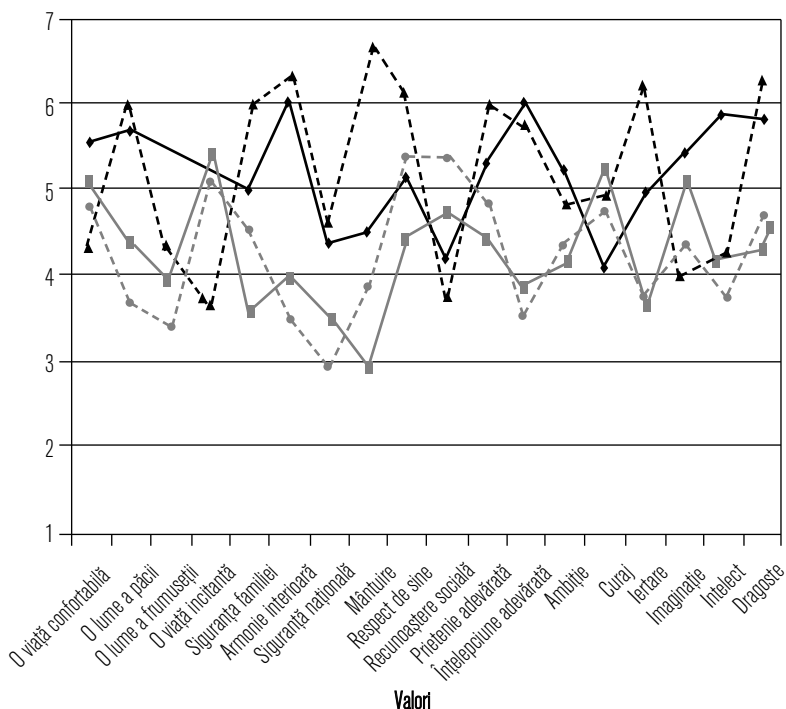
Graficul 7.2 Stereotipuri legate de trăsăturile fanilor muzicii clasice, rock, religioase și rap



Acest grafic arată că stereotipurile diferă cu mult mai mult în cazul acestor trăsături decât în cazul celor cinci trăsături (Big

Five). Studenții sunt de părere că fanii muzicii clasice (linie neagră îngroșată și romburi) sunt inteligenți, neatrăgători din punct de vedere fizic, mai puțin sportivi, dar talentați. Mai departe, ei cred că fanii muzicii religioase (linie întreruptă neagră și triunghiuri) sunt diferiți în mod clar de ceilalți în două domenii — cel al conservatorismului politic și bineînțeles, cel religios. Stereotipurile studenților despre fanii muzicii rock (pătrate gri și linie continuă) și rap (cercuri gri, linie discontinuă) au fost aproape de nedistins între ele, cu excepția faptului că îi considerau pe fanii muzicii rap puțin mai sportivi decât pe cei ai muzicii rock, iar pe

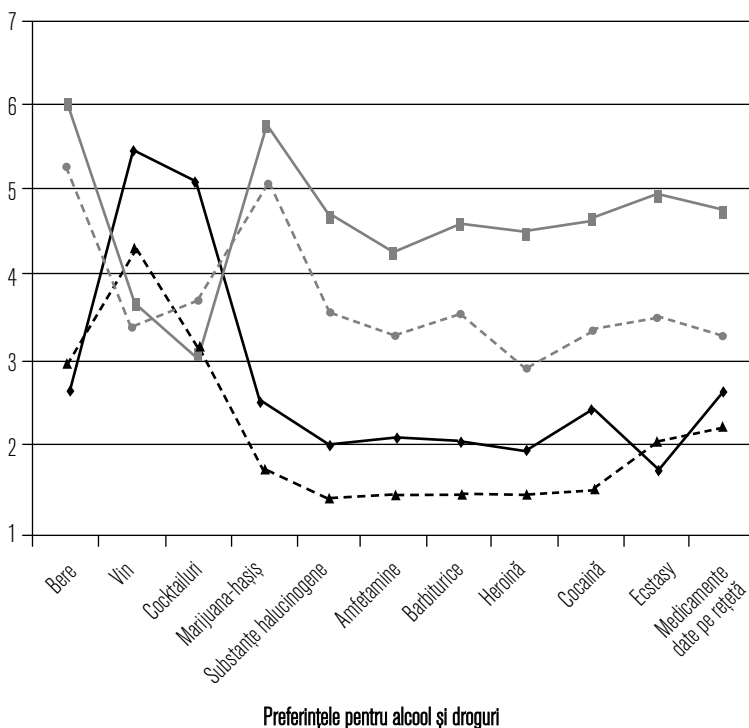
Graficul 7.3 Stereotipuri legate de valorile fanilor muzicii clasice, rock, religioase și rap



fanii muzicii rock puțin mai talentați decât pe cei ai muzicii rap. Cum funcționează stereotipurile în cazul trăsăturilor mai profunde, cum ar fi valorile? Dintre cele patru genuri, care fani ar fi considerați mai degrabă ca punând preț pe o lume în care să domnească pacea? Sau prietenia? Sau înțelepciunea? Sau iubirea? Graficul 7.3 descrie stereotipurile celor patru tipuri de fani în funcție de optsprezece valori.

Studentii au fost de părere că fanii muzicii clasice (romburi negre) pun preț pe confort, frumusețe, înțelepciune, imaginație,

Graficul 7.4 Stereotipuri legate de preferințele pentru alcool și droguri ale fanilor muzicii clasice, rock, religioase și rap





intelect și iubire; au fost de părere că fanii muzicii religioase (triunghiuri negre) pun preț pe pace, siguranța familiei, iertare, iubire și, nu în mod surprinzător, pe salvare. De asemenea, au susținut că fanii muzicii rap (cercuri gri) prețuiesc respectul de sine și recunoașterea socială, și că fanii muzicii rock (pătrate gri) apreciază emoția și curajul. Trebuie observat că studenții au considerat că fanii muzicii religioase au cele mai înalte valori — triumphiurile negre sunt adesea în top. Au clasat fanii muzicii rap și pe cei ai muzicii rock cel mai jos în deținerea unor valori, plasându-i mai jos decât pe fanii muzicii religioase și pe cei ai muzicii clasice.

Graficul 7.4 prezintă stereotipurile legate de preferințele față de alcool și droguri pentru cele patru tipuri de fani. Cine bea mai mult vin decât bere? Care ar fi considerat cel mai înclinat să consume droguri?

Graficul dezvăluie niște diferențe interesante printre stereotipurile legate de muzică. Studenții au fost de părere că fanii muzicii rock (pătrate gri) și cei ai muzicii rap (cercuri gri) erau băutori de bere, iar cei ai muzicii clasice (romburi negre) se delectau mai degrabă cu vin și cocktailuri decât cu bere. Studenții au fost de părere că era cel mai puțin probabil ca fanii muzicii religioase (triunghiuri negre) să bea alcool, dar dacă studenții presupuneau că aceștia consumau așa ceva, băutura preferată ar fi fost vinul, poate pentru comuniune. În ceea ce privește preferințele legate de droguri, studenții au aplicat stereotipul privitor la fanii rockului care ar face abuz de toate tipurile de droguri. Iar fanii muzicii rap se clasau la mai puțin de un punct în spate în ceea ce privește presupusul consum de droguri. În schimb, studenții au evaluat ca fiind mai puțin probabil ca fanii muzicii clasice și cei ai muzicii religioase să consume droguri ilegale.

Așa că atunci când discutați preferințele muzicale, aveți grijă ce le spuneți oamenilor. Ați putea să comunicați fără voie tot felul de informații despre personalitatea, valorile și chiar preferințele dumneavoastră în materie de droguri. Este însă această informație corectă? E adevărat că fanii muzicii religioase sunt într-adevăr mai

Tabelul 7.2 Care stereotipuri muzicale sunt mai corecte?

Genul de muzică	Exemple de artiști/compozitori/filme
<i>Cel mai precis</i>	
Religioasă contemporană	Praise Band, 4Him, Third Day
Country	Clint Black, The Judds, Shania Twain
Clasică	Bach, Debussy, Wagner
Jazz	Duke Ellington, John Coltrane, Miles Davies
Rock	Rolling Stones, Jimi Hendrix, Aerosmith
Folk	Nick Drake, Indigo Girls, Bob Dylan
Blues	B.B. King, Muddy Waters, Robert Cray

Heavy Metal	Slayer, Marilyn Manson, Black Sabbath
Electronică	Paul Oakenfold, Moby, Kraftwerk
Coloană sonoră	Pulp Fiction, Dreamgirls, Walk the Line
Alternativă	Blur, Smashing Pumpkins, Jane's Addiction
Pop	Britney Spears, N'Sync, The Cheetah Girls
Rap	50 Cent, Public Enemy, Timbaland
Soul	Al Green, Erykah Badu, Marvin Gaye
<i>Cel mai puțin precis</i>	

agreabili decât fanii muzicii rap? Analizele noastre au arătat că mai multe stereotipuri au servit drept „scurtături“ eficiente pentru a afla cum sunt fanii diverselor tipuri de muzică. În acord cu stereotipurile, fanii muzicii rock chiar erau mai puțin agreabili, mai puțin conservatori și religioși, și mai talentați și nevrotici decât fanii muzicii religioase. Puneau mai puțin preț pe siguranța familiei, pe armonia interioară și pe salvarea sufletului și, deși nu dădeau semne să le placă prea mult vinul și cocktailurile, rockerii consumau mult mai mult alcool și droguri. E posibil ca asta să nu



fie surprinzător, în special dacă ne uităm retrospectiv; totuși, alte stereotipuri erau mult mai puțin relevante. Tabelul 7.2 enumără în ordinea acurateții stereotipurile bazate pe gusturile muzicale; cel mai corect este pe primul loc și cel mai puțin corect pe ultimul. Astfel, va trebui să dați crezare doar stereotipurilor pentru cei din jumătatea de sus, cei de deasupra liniei punctate. Celelalte stereotipuri legate de muzica preferată nu sunt valide — deși ați putea fi tentați să apelați la ele, dar în calitate de scotocitor trebuie să rezistați ispitei de a le folosi.

ADĂPOSTURI PENTRU ADEVĂR

Mare parte a acestui capitol poate fi citit drept un răspuns către cei care exagerează pericolele stereotipurilor adoptate de către cercetători. Este însă important să nu permitem ca pendulul să o ia razna în cealaltă direcție. Un astfel de pericol pricinuit de faptul că te bazezi prea mult pe stereotipuri a fost exemplificat foarte frumos de comportamentul a doi subiecți, Terry și Steve (nu sunt numele lor reale), în cadrul unui studiu recent desfășurat în laboratorul meu. Pe baza moștenirii genetice a lui Terry, erai îndreptățit să te aștepti ca acesta să fie mai agresiv decât Steve. Însă Steve avea un trecut plin de violență. Atacase mai multe persoane și chiar avusese necazuri de câteva ori cu poliția. Când Terry și Steve au venit la noi, i-am supus unei serii de teste care au confirmat tendințele de agresivitate ale lui Steve. Acesta începea să se agite când era amenințat. A fost neprietenos cu studenta care îl testa și chiar a încercat să o muște de mână când i-a luat mâncarea.

N-am menționat faptul că Terry și Steve erau câini? În cadrul experimentelor noastre canine, am aflat că, deși informația referitoare la rasă este un punct de pornire folositor, există o cantitate foarte mare de informații pe lângă datele referitoare la rasă.

În timpul acestui test, pitbull-ul Terry — o rasă care este în mod stereotip considerată agresivă — a fost mai puțin violent decât labradorul Steve — o rasă despre care se crede că este în general prietenoasă. Deși rasa este un ghid preliminar util pentru comportament — dacă ai doar această informație și nimic altceva, folosește-o — ai mai multe de câștigat din interacțiunea cu câinele însuși.

Așa că, în timp ce cotrobăiți, aduceți-vă aminte să folosiți stereotipurile în mod judicios. Asta înseamnă că trebuie să țineți minte următoarele patru puncte:

1. Stereotipurile reprezintă doar unul dintre cele două modalități de a descoperi cum sunt oamenii, judecând după lucrurile lor. Putem ghici dacă persoana investigată este de încredere fie pe baza unui stereotip — poate cărțile de chineză de lângă pat activează un stereotip despre asiatici —, fie folosind dovezile directe ale unui caracter demn de încredere, cum ar fi calendarul de pe birou atent aranjat.
2. În cadrul studiului nostru despre dormitoare, stereotipul potrivit căruia femeile au un grad mai ridicat de nevrotism s-a dovedit a fi adevărat, însă stereotipul potrivit căruia femeile sunt mai agreabile a fost unul greșit. Așa că multe stereotipuri pot ajuta în cadrul unor evaluări, însă altele — cele care nu sunt valabile — ne pot induce în eroare.
3. Uneori poți detecta în ce constă diferența — cum ar fi faptul că femeile au un grad mai ridicat de nevrotism decât bărbații — dar tot poți greși în aprecierea dimensiunii diferenței, gândindu-te poate că diferența dintre bărbați și femei este mai mare decât în realitate.
4. Înainte să cereți arestarea unor locatari din Washington, D.C., pentru crime violente pe care încă nu le-au comis (bazându-vă pe stereotipul valabil despre oamenii care locuiesc acolo), amintiți-vă că generalitățile transmise prin stereotipuri neglijează variația care există într-un grup.



E adevărat că locuitorii din D.C. se clasează pe locul al cincizecilea în ceea ce privește agreabilitatea, dar nu sunt cu toții malefici.

Aceste patru puncte se combină pentru a explica de ce, chiar și atunci când stereotipurile au o oarecare valabilitate, informația pe care o transmit este adesea contrazisă de fapte specifice, de cazuri aparte. În cadrul studiilor noastre despre dormitoare, de exemplu, am descoperit că inclusiv atunci când evaluatorii noștri au folosit stereotipuri valabile, ei au extras informații mai folositoare din indicii mai concrete, cum ar fi obiectele de pe rafturi. Astfel, cheia în aplicarea cu succes a stereotipurilor este să le folosim ca ipoteze de lucru, dar să fim gata să renunțăm la ele imediat ce alte informații devin disponibile.

Așa că aveți grijă când deduceți de pe urma preponderenței muzicii religioase de pe un iPod că proprietarul lui este un conformist, tradiționalist și conservator din punct de vedere politic. Dar trebuie să admit, ca englez, că atunci când merg pe o plajă europeană, nu pot să nu presupun că cei care se bronzează în cele mai bune locuri de pe plajă sunt nemți, și nu englezi.

Capitolul 8

Când judecățile bune dau greș

Acum câțiva ani, când împreună cu colegii mei terminasem de revizuit niște candidaturi la programul nostru doctoral, o studentă pe care o voi numi Marcia era gata-gata să intre pe lista noastră finală. Asemenea tuturor celorlalți candidați care reușiseră să treacă de rundele preliminare, avea recomandări excepționale — mai multe scrisori de recomandare convingătoare de la profesori de top, o declarație de intenție bine gândită și bine documentată, iar interesele ei se împleteau cum nu se poate mai bine cu cele ale membrilor catedrei. În plus, peste toate astea, notele din facultate erau aproape perfecte, iar punctajul obținut la examenul de admitere (GRE) era dincolo de orice așteptări. Împreună cu colegii mei eram nerăbdători să discutăm cu ea la sfârșit de săptămână când urma să vorbim cu toți cei opt candidați aleși.

Însă, spre surprinderea mea, întrevederea cu Marcia nu a decurs tocmai bine. Mi s-a părut că de fapt nu o interesa nimic. I-am pus câteva întrebări despre unele afirmații din declarația sa de intenție, însă nici așa nu am reușit să mai însuflețesc conversația. Mai avea și o atitudine destul de neplăcută și întru câtva arogantă. La sfârșit, eram într-o stare de confuzie. Având în vedere strălucitoarele scrisori de recomandare, experiența fusese departe de așteptările mele. M-am întrebat dacă nu cumva personalităților noastre pur și simplu nu le era dat să se potrivească. Însă în

momentul în care mi-am comparat notițele cu cele ale colegilor mei, interviurile acestora cu Marcia ieșiseră la fel de prost. Și asta nu se datora unei lipse de interes față de programul nostru, pentru că Marcia a fost extrem de dezamăgită când a primit inevitabila scrisoare de respingere, și chiar a cerut să fie pusă pe o listă de așteptare în cazul în care rămânea vreun loc liber.

Ulterior, a fost acceptată într-un alt program doctoral și cu toții am respirat ușurați de parcă tocmai scăpasem de un glonț care ne trecuse pe lângă tâmplă. S-a dovedit însă că acel glonț era făcut din argint pur. Marcia a ajuns să se bucure de o foarte mare apreciere în cadrul programului doctoral. Când a ajuns pe piața posturilor universitare, era deja o persoană „căutată“. Acum este conferențiar și deja face valuri (din cele bune) și este hotărâtă să facă ceva memorabil în domeniu, având multe proiecte interesante.

Cum de ne-am înșelat în așa hal? În calitate de psihologi, ar fi trebuit să fim mai atenți; multe cercetări au indicat, prin comparație cu alte elemente din pachetul de candidatură al studenților, că interviurile nestructurate sunt surprinzător de nefolositoare. Inutilitatea interviurilor informale este egalată doar de încrederea nețărnută pe care mulți dintre noi ne-o punem în ele. Chemăm la discuții potențiali studenți la Austin, deși știm totul despre cercetările care spun că astfel de interviuri sunt lipsite de eficiență.

De ce nu pot fi aceste interviuri mai folositoare? Un posibil răspuns este că informația de care avem nevoie este deja acolo, însă încă nu ne-am dat seama cum să o folosim mai bine. Într-un studiu important, Robert Gifford, de la Universitatea din Victoria, a analizat cât de bine ne pricepem să selectăm informația corectă și, ceea ce este esențial, cât de bine ne pricepem să ignorăm informația greșită. Pentru a face asta, el s-a inspirat din munca psihologului vizionar Egon Brunswik, teoretizată acum șaiszeci de ani. „Modelul lentilă“ al lui Brunswik, așa cum este cunoscut, oferă o modalitate de a înțelege cum se face că judecățile bune ajung să dea greș.

Modelul lui Brunswik, care atinge miezul artei celui care cotrobaie, expune cele două modalități prin care se pot emite judecăți corecte (folosind indicii valabile și ignorându-le pe cele care nu sunt valabile) și cele două modalități prin care poți emite judecăți greșite (nereușind să folosești indiciile valabile și folosindu-le greșit pe cele care nu sunt valabile). Sistemul aparent simplu al lui Brunswik se poate aplica aproape oricărei situații — de la judecățile emise de ofițerii vamali dacă o persoană transportă marfă de contrabandă până la posibilitatea ca bursa de valori să se prăbușească, la sentimentul că un anumit cartier prezintă siguranță noaptea sau, într-adevăr, dacă un potențial doctorand are o carieră promițătoare în fața sa. În fiecare dintre aceste scenarii, emitem judecăți despre ceva ce nu putem percepe direct (contrabandă, viitorul bursei, siguranța cartierului, capacitatea de cercetător) folosind indicii pe care le putem percepe direct (gesturi mult prea atent controlate, un comentariu din partea unui expert în finanțe, prezența iluminatului stradal, contactul vizual).

Un interviu pentru o slujbă poate reprezenta cele mai importante treizeci de minute ale carierei tale. În acest caz, bazându-se pe un mic eșantion comportamental, angajatorii trebuie să se hotărască dacă să îți ofere un contract sau să pună bodyguardii să te scoată din incintă. Alegerea greșită poate provoca multă suferință. Atunci nu e de mirare că foarte multe cercetări în domeniul afacerilor au analizat comportamentele care declanșează impresiile favorabile. Studiile au arătat că pentru a obține o slujbă trebuie să ai un contact vizual cât mai constant, să zâmbești des și să dai din cap în semn de aprobare. Cei care fac toate aceste lucruri sunt percepuți ca având o mulțime de calități pozitive, fiind candidații perfecți pentru angajare. Însă aceste cercetări ratează un element esențial. Sunt oare contactul vizual direct, zâmbetul și datul din cap calitățile de dorit pentru respectiva slujbă?

Evaluarea unui candidat pentru o slujbă se pretează foarte bine sistemului lui Brunswik, și asta este exact ceea ce au făcut Gifford și colaboratorii săi. Ei au analizat treizeci și patru de



interviuri reale pentru obținerea unei slujbe ca asistent de cercetare, evaluându-l pe fiecare candidat în funcție de niște comportamente specifice — inclusiv timpul petrecut discutând, privindu-l direct pe cel care intervievea, zâmbind, gesticulând, aplecându-se înaintea și înapoi. Au observat dacă acel candidat se juca cu degetele sau cu părul sau dacă bătea cu pixul. Au mai evaluat și vârsta, sexul, caracterul formal al îmbrăcăminții și atractivitatea fizică.

Apoi Gifford a arătat casete video cu interviurile unor interviuatori experimentați și le-a cerut să puncteze aptitudinile sociale și motivația de muncă a candidaților. Gifford a evaluat cât de mult s-a asociat fiecare indiciu comportamental cu evaluarea acestor două trăsături esențiale. Analizele sale au arătat că cei intervievați care au petrecut mai mult timp vorbind, care au gesticulat foarte mult și care s-au îmbrăcat mai formal fuseseră considerați ca având atât mai multe aptitudini sociale, cât și o mai bună motivație de muncă. Aceste rezultate erau concordante cu cercetările anterioare.

Cu toate acestea, când Gifford și colaboratorii săi s-au uitat la cealaltă jumătate a modelului lui Brunswik — legăturile dintre cum erau oamenii în realitate (nu doar modul în care erau priviți) și indiciile comportamentale — au apărut rezultate neașteptate. Analizele de tip „brunswikian“ au arătat că vorbitul, gesticularea și îmbrăcămintea sunt într-adevăr indicii valabile pentru aptitudinile sociale, însă numai îmbrăcămintea formală era cea care putea prezice motivarea pentru muncă a unui candidat; această descoperire reflectă rezultatele studiilor efectuate de Borkeu și Liebler (descrise în capitolul 5), în care formalitatea îmbrăcăminții era unicul indiciu care semnala conștiințiozitatea participanților. Analizele lui Gifford au mai arătat că evaluatorii se pricepeau să estimeze aptitudinile sociale în cadrul interviurilor, dar nu se pricepeau deloc să estimeze motivația pentru muncă a candidatului. Gifford a arătat că în loc să se uite la cantitatea de gesturi pentru a evalua motivația, interviuatorii ar fi trebuit să acorde atenție la cât de mult se aplecau candidații. Cu cât se

aplecău mai mult, cu atât erau mai motivați. Din perspectiva cuiva care cotrobăie, modelul lui Brunswik este important pentru că ne oferă o modalitate de a vedea când suntem pe calea cea bună și când suntem pe punctul de a greși.

CE AFLI DINTR-O CAMERĂ

Să analizăm puțin evaluările agreabilității locatarilor dormitoarelor pe care le-am studiat. Aduceți-vă aminte că această trăsătură reprezintă dimensiunea „înțelegătorului domn Rogers”: cei care au un grad ridicat de agreabilitate sunt plin de considerație, calzi și plini de compasiune; cei care au un grad scăzut al acestei trăsături sunt duri, critici și certăreți. Experții noștri cotrobăitori nu s-au priceput foarte bine să ghicească agreabilitatea locatarilor, dar unde au greșit? Să facă oare evaluatorii greșeli la întâmplare sau erorile lor au fost mai sistematice? O analiză de tip brunswikian ne poate ajuta să rezolvăm această problemă.

Analizele noastre au arătat că evaluatorii se inspirau în mod consecvent din anumite indicii pentru a-și forma impresiile despre gradele de agreabilitate ale locatarilor. În mod specific, au fost de părere că oamenii cu camere organizate, ordonate și curate erau agreabili. De fapt, aceste indicii nu ofereau absolut nicio informație despre această trăsătură.

Dacă ne gândim la tipurile de acțiuni care ar avea drept rezultat camerele ordonate și curate, acestea sugerează un locatar care este organizat, metodic și concentrat pe sarcină — adică, cu un grad ridicat de conștiinciozitate (factorul Robocop: oameni ordonați, cu un program bine organizat). Într-adevăr, analizele noastre au dezvăluit că la baza greșelii se afla o confuzie între indiciile conștiinciozității și cele ale caracterului agreabil. Evaluatorii au



folosit în mod eronat indicii ale conștiinciozității pentru a face judecăți referitoare la agreabilitate. De ce au făcut asta? O posibilitate este că evaluatorii noștri au considerat că spațiile dezorganizate și dezordonate sunt neplăcute și au dedus că locatarii trebuie să fi fost lipsiți de considerație.

Analizele noastre de tip brunswikian arată că o altă greșeală frecventă în cotrobăit este aceea să judeci camerele vesele și colorate ca fiind ocupate de oameni conștiincioși și agreabili. Din nou, nu există dovezi că așa ceva ar fi adevărat. Observatorii fac această greșeală chiar dacă, după cum puteți vedea în ghidul din Tabelul 8.1 despre teritoriul dormitorului, există destule indicii care dezvăluie în mod corect cât de organizat ești. Cu ajutorul modelului lui Brunswik sperăm că va veni și ziua în care oamenii conștiincioși nu vor mai fi judecați după culoarea pereților de acasă, ci după conținutul agendelor lor.

Aceste rezultate sunt folositoare deoarece ne ajută să evaluăm calitatea judecăților pe care le emitem despre ceilalți. Atunci când cotrobăim într-un loc care este ordonat, curat și organizat, ne putem înfrâna în mod conștient tendința naturală de a judeca acea persoană ca având un grad ridicat de agreabilitate. Acesta este un lucru important de ținut minte dacă vrei să faci pe detectivul și dacă te gândești la impresiile pe care le transmite propriul tău spațiu. Poate că nu-ți pasă că biroul tău dezordonat le sugerează celorlalți că ai niște aptitudini organizatorice foarte slabe (și, într-adevăr, s-ar putea să nu poți face prea multe în legătură cu dezordinea), dar trebuie să fii conștient că mulți observatori vor deduce, în mod greșit, că nu ești nici un tip prea drăguț.

Modelul lui Brunswik ne permite să construim ghiduri de observare, cum ar fi cele descrise în tabelul 8.1. Ne arată ce indicii folosesc oamenii când își formează impresiile despre diferitele trăsături și pe care ar fi trebuit de fapt să le folosească. Indiciile enumerate cu litere aldine sunt cele pe care oamenii ar trebui să le folosească și pe care le și folosesc. Celelalte reprezintă fie indicii utilizate fără folos, fie indicii utile, dar ignorate.

Tabelul 8.1 Ghid de observare în dormitor

Când evaluează...	Oamenii se bazează de fapt pe...	Când ar trebui să se bazeze pe...
Deschiderea	Un spațiu decorat și aglomerat, remarcabil , pe cantitatea și varietatea cărților , cantitatea de muzică, varietatea revistelor	Un spațiu care este remarcabil , cu o varietate de cărți , reviste și muzică. Cărți despre artă și poezie, accesorii pentru artele plastice
Conștiințiozitatea	Un spațiu vesel și colorat; în stare bună, curat, organizat, ordonat, neaglomerat, bine iluminat , cu hainele puse separat, confortabil. Cărți, muzică și obiecte de papetărie organizate	Un spațiu care este bine iluminat, neaglomerat, organizat, ordonat și confortabil. Cărți, reviste și muzică organizate
Extraversia	Un spațiu decorat și aglomerat	
Agreabilitatea	Un spațiu vesel și colorat; organizat, ordonat, curat, hainele puse separat, în stare bună, confortabil, primitiv	
Nevrotismul	Un spațiu neaerisit	Postere cu mesaje motivatoare

Acest ghid arată că cele mai puternice indicii din spațiile locuite sunt pentru două trăsături care sunt reflectate în mod clar de spațiile locuite — deschiderea și conștiințiozitatea. Dacă intri într-o casă și te frapează printr-o trăsătură distinctivă — poate o canapea făcută din scheletul unei bărci, sau tablouri atârdate invers, sau există graffiti desenat pe masa din sufragerie — înseamnă că ai dat peste un semnal puternic că locatarul are un grad

mare de deschidere. Aceste descoperiri ne arată că cel care cotrobăie și este interesat de deschidere trebuie să caute elemente neobișnuite și neconvenționale, printre modelele de decor sau de amplasare a obiectelor. În studiul nostru despre dormitoare, unul dintre locatarii cu gradul cel mai ridicat de deschidere avea o lampă de birou făcută dintr-o sticlă de votcă și din pachete vechi de Prozac. Un alt semnal puternic de deschidere este dat de diversitatea de cărți, reviste și muzică; definiția deschiderii pune accentul pe importanța varietății de interese și pe o apreciere a diferitelor idei. Trebuie totuși observat că ce contează este *varietatea*, și nu *cantitatea*. Sigur că cineva care are multe cărți probabil că are o varietate mai mare de cărți, însă o persoană cu zece cărți, fiecare dintr-un alt domeniu, va avea un grad mai mare de deschidere decât o persoană cu cincizeci de cărți despre proprietățile structurale ale niturilor de poduri.

Când vă aruncați o privire peste colecțiile de cărți, reviste sau muzică ale oamenilor, observați și modul lor de organizare. Sunt CD-urile sau alte mijloace media pentru muzică puse alfabetic după autor sau artist? Sau sunt aranjate tematic după subiect sau gen? Sunt cotoarele cărților aliniată cu grijă? Indiferent de subiectele cărților sau de genurile de muzică, aranjamentul acestor obiecte vă oferă indicii cu privire la nivelul de conștiințiozitate al locatarului.

Asigurați-vă că vă uitați cu atenție, deoarece a avea un sistem de organizare a lucrurilor personale nu înseamnă neapărat că ești organizat. Să ne gândim la colecția de CD-uri. O privire rapidă ne sugerează că sunt extrem de conștiințioși, deoarece CD-urile sunt aranjate în sertare mici, fiecare etichetat potrivit genului de muzică respectiv — „Dance“, „Clasică“ și așa mai departe. Cu toate acestea, experții în cotrobăit nu se lasă înșelați de aceste indicii superficiale. Ei știu că nu este de ajuns ca cineva să se hotărască la un moment dat să își organizeze CD-urile; o persoană cu adevărat conștiințioasă face mai mult decât să se hotărască uneori să-și pună lucrurile în ordine. Aceasta duce zilnic o viață

conștiincioasă, ceea ce înseamnă că pune CD-urile la loc în sertarele corecte și la locul corect, lăsând destul spațiu în acele locașe pentru a fi adăugate și alte albume.

O inspecție mai atentă a sistemului meu superficial de organizare va dezvălui că m-am împiedicat la următorul pas — CD-urile nu erau în sertarele corecte, unele nu erau nici măcar în carcășe potrivite, și înghesuisem discurile foarte mult pentru că nu reușisem să prevăd că voi cumpăra mai multe din acea categorie. O inspecție mai atentă a cărților din birou avea să descrie un portret asemănător. La suprafață, par organizate, dar la o privire mai atentă se poate observa că nu le-am aliniat cum trebuie și nici nu le pusesem pe rafturile potrivite la categoriile respective, iar pe unele le așezasem orizontal unele peste altele, sugerând că nu reușisem să îmi programez cum trebuie extinderea. În general, persoanele conștiincioase au spații de locuit care sunt organizate, ordonate, neaglomerate și poate, cel mai surprinzător, spațiile lor de locuit sunt îndeobște bine iluminate.

CE E MULT STRICĂ

După cum am văzut, unii oameni sunt prin firea lor ordonați. Alții își fac griji cu privire la dezordinea din cameră, dar nu știu ce să facă în legătură cu asta. Totuși, alții pot tolera o cantitate apreciabilă de lucruri noi în spațiile lor de locuit. Și mai există și cei care adună lucruri — aceia care nu știu când să se oprească de la a strânge tot felul de nimicuri.

În 2006, șeful poliției dintr-un orașel din statul Washington a primit un telefon de la un bărbat care anunțase poliția că soția sa în vârstă de șaiszeci și doi de ani (să-i spunem Alice) dispăruse de acasă. Acesta a trimis un echipaj pentru verificări. În momentul în care a intrat în casă, echipajul de poliție a fost întâmpinat de

o privilegiate cutremurătoare — grămezi peste grămezi de haine, vase, cărți, cutii și ziare formau mici munți prin casă. Alice adunase lucrurile ca un hârciog ani de zile. Ca rezultat, acum erau tone de lucruri aruncate unele peste altele, care formau niște mormane așa de înalte, încât polițiștii s-au văzut nevoiți să atingă tavanul cu capul în timp ce se târau pe brațe și pe genunchi ca să ajungă cumva în vârf. Potrivit unuia dintre rapoarte, au aflat că erau în bucătărie numai când au zărit conturul unui cuptor cu microunde.

Polițiștii nu s-au putut abține să nu se gândească la o posibilitate alarmantă — aceea că Alice se afla încă în casă prinsă sub un morman de hârtii. Au continuat să caute urme ale lui Alice, însă negăsind nimic, au plecat. Dar când ea nu a apărut nici în zilele următoare, s-au întors. De data asta, după zece ore de căutări, au găsit-o îngropată sub un maldăr de haine. Se pare că aceasta căzuse în timp ce căuta o priză veche de telefon și apoi se sufocase sub avalanșa de haine.

Nu mulți dintre noi permit lucrurilor din casele lor să se transforme într-un lanț muntos periculos, însă, chiar în limitele unui comportament normal, există diferențe mari cu privire la cât de mare e stiva de lucruri pe care o tolerăm. Bineînțeles, așa cum se întâmplă cu multe alte afecțiuni, simptomele lui Alice reprezentau niște versiuni extreme a ceea ce mulți dintre noi resimțim sub forme mai ușoare. De fapt, pe când făceam cercetări cu privire la comportamentul celor care strâng lucruri ca hârciogii, m-am alarmat puțin regăsind chiar în limitele propriului meu spațiu multe dintre lucrurile strânse de acești hârciogii — mai puțin de jumătate din cele douăzeci de stilouri din cana de pe biroul meu sunt încă funcționale. Dar nu prea îmi vine să le arunc.

Mă bazez pe amabilitatea prietenilor să mă ajute să adopt o atitudine mai strictă cu hainele din șifonier și cu lucrurile de prin dulapuri, pentru a-mi arăta că e vremea să renunț în cele din urmă la borcanul de muștar expirat acum 10 ani; și de vreme ce nu am folosit încă niciuna din acele punguțe gratuite cu periuță de dinți

date de companiile de zbor, apărătoare de ochi și șosete pentru orice oaspete neașteptat de peste noapte, probabil că nu le voi folosi nici pe celelalte cincisprezece. Însă, din fericire, ca mulți dintre noi cu astfel de tendințe de verigițe strângătoare, nu mă simt obligat să țin cu dinții de aceste lucruri. Le pot da drumul.

Pentru strămoșii noștri, activitatea de strângere de lucruri avea sens și pentru multe alte specii de animale încă mai are un rost; le pregătește pentru vremurile de restriște. Cercetările efectuate asupra verigțelor, ciorilor, șobolanilor, hamsterilor, precum și asupra oamenilor sugerează că avem o predispoziție înnăscută să adunăm lucruri. Facem provizii. Dacă ești verigiță, viața ta depinde de asta. Trebuie să aduni cât mai multe ghinde, nuci și alune ca să le păstrezi pentru zilele negre. Bineînțeles că în societățile moderne, unde oamenii au acces la mâncare și la alte mărfuri tot anul, condițiile care necesitau în trecut dezvoltarea unor astfel de tendințe nu mai există. Rămâne însă tendința de a strânge lucruri, adânc sădită în creierul nostru după multe milioane de ani de selecție naturală. Această tendință naturală a fost integrată în contextul culturii moderne pentru a cuprinde toate metodele de strângere — de la antichități la timbre, de la sticle de sos iute la tichete de tren.

Vine însă o vreme când nu trebuie să mai faci provizii, și de aceea tendința noastră de a strânge lucruri merge mână în mână cu autocolantul. În cazul oamenilor normali, tendința de a strânge este determinată de un act de echilibrare neurologică. Unele zone ale creierului ne fac să adunăm obiecte, iar altele, în special zona frontală medială (sau de mijloc), ne opresc să mergem mai departe. Dacă zona de frânare este afectată, tendința noastră de a strânge lucruri o ia razna (ceea ce chiar se întâmplă în cazul verigțelor). Oamenii și alte animale care au această zonă a creierului afectată strâng în neștire tot felul de lucruri.

În cadrul unui studiu efectuat de neurologul Steven Anderson de la Universitatea din Iowa pe pacienți cu afecțiuni ale creierului, colecționarii patologici nu erau diferiți de cei din grupul celor care

nu strângeau lucruri (care fuseseră evaluați pentru comparație) cu privire la o serie de abilități normale, însă toți colecționarii exagerați suferiseră afecțiuni ale zonelor mediane ale creierului prefrontal. Această regiune a creierului este foarte ușor afectată în cazul accidentelor de motocicletă, așa că dacă nu porți cască, ai putea să începi să te gândești să îți faci loc prin șifonier.

Oamenii adună o gamă enorm de variată de lucruri: rețete și facturi, reviste și ziare, scrisori și vederi, haine vechi, medicamente vechi, mâncare stătută, stilouri, pungi de hârtie, săpunuri, cutii, cartoane, piepteni și cam orice pot îngrămădi în casele lor. În cazurile extreme, s-a constatat că acești „hârciogii” păstrau inclusiv hârtie de toaletă folosită. Această activitate de înmagazinare a lucrurilor se poate extinde și în afara casei — am văzut cu toții acele leagăne de copii stricate sau aragazele vechi care „înfrumusețează” curțile unora.

Cazurile extreme de acumulare de lucruri reprezintă un simptom puțin cercetat, uneori asociat cu un sindrom obsesiv-compulsiv. Într-o recentă lucrare științifică ce se concentrează pe cincisprezece cazuri extreme, medicii Soraya Seedat și Dan Stein de la departamentul de psihiatrie al Universității Stellenbosch, Africa de Sud, au descris fenomenul ca fiind „strângerea repetitivă de cantități excesive de obiecte nefolositoare și fără valoare, renunțarea la acestea devenind în timp imposibilă”. Seedat și Stein au descoperit că cel mai frecvent motiv invocat de aceste persoane a fost frica de a renunța la niște obiecte cu valoare practică. Cei care suferă de așa ceva au declarat adesea că nu dețineau aproape deloc controlul asupra acestui comportament. Par să spună: „Și dacă o să am nevoie de asta într-o bună zi? Nu se știe niciodată când poate fi de folos și dacă se întâmplă asta, chiar o să îmi pară rău că l-am aruncat”.

Eric Abrahamson, profesor la Universitatea Columbia și autor al cărții *A Perfect Mess (O harababură perfectă)*, a observat la rândul său diferențe între tipurile de strângători, fiecare mânat de o altă motivație pentru a se ține de lucrurile sale. Strângătorii de tipul

„s-ar putea să-mi fie de folos într-o zi“ identificați de Seedat și Stein sunt ceea ce Abrahamson numește „strângători utilitariști“. Pe baza interviurilor sale cu acești colecționari, Abrahamson a tras concluzia că utilitariștii sunt fie persoane extrem de calculate („Care sunt șansele că voi avea din nou nevoie de acest lucru, având în vedere costul înlocuirii sale și șansa mea de a-l regăsi?“); fie oamenii care supraestimează eventualitatea reutilizării („Sunt sigur că voi ajunge să citesc articolul acela vechi de ziar, așa că mai bine îl păstrez“); sau cei cu probleme serioase de autocontrol („Acest obiect mi se pare foarte valoros“).

Dacă, în momentul în care cotrobăiți, descoperiți că grămezile celui care depozitează sunt în mare parte alcătuite din scrisori vechi, facturi și bonuri, unele din vremuri imemorabile, atunci aveți toate șansele să fi dat peste ceea ce Abrahamson numește un „strângător narcisist“ — care se ține de toate acestea pentru că ar putea fi utile celor ce îi vor scrie biografia într-o zi. Abrahamson observă în acest context că Andy Warhol lasă în fiecare zi câte o cutiuță de dezordine pentru posteritate.

„Strângătorul sentimental“ păstrează lucruri care îi aduc aminte de momente, evenimente, oameni importanți din viața sa — bucăți dintr-o jucărie din copilărie, biletele de autobuz din vacanța sa de acum opt ani de la Greenville, cioburile de la o ceșcuță spartă care aparțineau unei mătuși preferate. Ar fi mult prea simplu să vezi grămezi peste grămezi de lucruri, să tragi concluzia că locatarul este un strângător patologic și să lași lucrurile așa; or, perspectivele lui Abrahamson îl fac pe cel care cotrobăie să meargă mai departe — să folosească obiecte specifice pentru a trage concluzii despre trăsăturile de personalitate ale strângătorului și astfel să decidă dacă avem de-a face cu resturile rămase de la o persoană practică, de la cineva care este încrezut și plin de sine sau doar de la un nostalgic sentimental.

Pare rezonabil să faci distincția între aceste motive diferite de a tezauriza lucrurile, dar oare câte dovezi științifice există pentru diferitele tipuri de strângători? Stephanie Preston, o cercetătoare



specializată în neuroștiințe de la Universitatea din Michigan și expertă în „strângători“, mi-a spus că deși foarte mulți vorbesc despre aceste tipuri diferite de colecționari, pur și simplu nu există o susținere științifică pentru aceste diferențe. Propriile sale cercetări sugerează că adevărații strângători — cei care, precum Alice, adună lucruri până în tavan, par să aibă tot felul de motive aparent bune pentru a își mări grămezile de lucruri. Aceasta adaugă la tipurile „mi-ar fi de folos“, narcisist și sentimental altele noi, cum ar fi „cel care apără mediul înconjurător“ și „zgârie brânză“. Un alt expert în strângători, Kevin Wu, psiholog de la Northern Illinois University, este de aceeași părere; aceasta mi-a spus că nu știe să existe date care să susțină astfel de categorii. De fapt, deși putea înțelege tipurile „mi-ar putea fi de folos într-o zi“ și pe cel „sentimental“, ideea unui strângător narcisist era împotriva propriei sale experiențe cu pacienții. Datele sale sugerează că strângătorii au un grad extrem de scăzut de mândrie și de narcisism.

Când l-am întrebat pe Wu despre diferența dintre strângătorii patologici și simplii colecționari, mi-a împărtășit această observație importantă: colecționarii se bucură de colecțiile lor. Le oferă plăcere să colecționeze și își savurează colecțiile. Strângătorii excesivi, pe de altă parte, găsesc această situație nefericită.

Deși e posibil ca majoritatea dintre noi să nu întâlnească persoane care au atins niveluri clinice de teaurizare, diferența făcută de Wu (împreună cu datele strânse de acesta) sugerează că strângătorii excesivi și colecționarii au profiluri diferite de personalitate. Strânsul în exces are tendința de a fi asociat cu nevrotismul, în timp ce colecționarea meticuloasă este mai degrabă un semn de comportament conștiincios. Așa că în vreme ce cotrobăiți într-un spațiu și observați cantități mari de lucruri, întrebați-vă dacă nu cumva acesta este rezultatul unei strategii de colecționare planificate, cum ar fi mai multe seturi de vechi crose de golf, fiecare într-un cotlon special, sau dacă e mai curând o consecință a incapacității de a arunca lucrurile la gunoi, cum ar fi o grămadă de crose de golf rupte stivuite lângă peretele garajului.

DEZORDINEA DIN BIROURI

Biroul de la serviciu este o zonă a acumulării care s-a bucurat de mai multă atenție decât altele. Doctorul în dezordine Eric Abrahamson a observat că atunci când analizăm starea unui birou e important să luăm în considerare cele două forțe care funcționează în acest caz — cele care produc dezordinea, cum ar fi munca intensă pentru a nu depăși un termen de predare, și cele care o reduc, cum ar fi pusul în ordine a lucrurilor. Astfel, biroul poate fi curat fie pentru că l-ai aranjat, fie pentru că nu se prea întâmplă nimic acolo care să provoace dezordine. Din păcate, dacă nu prindeți spațiul chiar la momentul potrivit, cele două tipuri de curățenie pot fi greu de distins doar de pe urma unei singure vizite. Excepția ar fi dacă s-ar întâmpla să apăreți chiar după ce locatarul și-a făcut curat; atunci ați putea avea destul noroc să găsiți combinația neobișnuită a unui spațiu de lucru ordonat împreună cu coșuri de gunoi care dau pe dinafară. Dacă e cu putință, Abrahamson recomandă o abordare mai dinamică, adică, să observați perioadele de „flux și reflux“ ale murdăriei în decursul timpului.

Un alt pont oferit de Abrahamson pentru analizarea ordinii este acela de a stabili care sunt diferitele tipare de gândire care ar fi putut avea ca rezultat ordinea sclipitoare. Să ne gândim la o fostă colegă de-a mea, pe care o voi numi Melody. Nu numai că era deșteaptă și citită, dar era și o foarte bună scriitoare, doar că nu își ducea proiectele la bun sfârșit — biroul ei conținea o mulțime de astfel de proiecte aflate în diverse stadii de lucru. Când venea vorba de amânări, Melody deținea centura neagră. Modul în care evita să ducă la bun sfârșit aceste sarcini avea de-a face în parte cu organizarea. La un moment dat i-am sugerat că proiectul la care ținea extrem de mult putea fi terminat dacă nu și-ar fi pierdut trei zile pentru a crea un sistem de arhivare pentru a indexa toate lucrările științifice pe care le avea în dulap. Însă, după părerea ei,

acele trei zile se puteau recâștiga foarte ușor prin capacitatea sa de a-și localiza mult mai rapid toate hârțiile. Este adevărat că majoritatea oamenilor au nevoie de un nivel minim de organizare pentru a funcționa eficient. Există însă o limită. Oare chiar merită să amâni adăugarea aceluiași paragraf esențial pentru raportul tău numai pentru ca să-ți pierzi vremea la papetărie ca să îți înlocuiești vechile clipsuri? Mă îndoiesc.

Când am vizitat acum câțiva ani o altă universitate, una dintre angajatele de la birou, Louisa, auzise despre cercetările mele și venise să mă întrebe despre o colegă din biroul vecin. Se pare că acea persoană ținea să fie tot timpul mai presus decât ea. Louisa mi-a spus că ori de câte ori își organiza propriul spațiu, vecina sa o depășea cu ceva. Louisa își adăugase un calendar de perete în separeul său ca să poată ține pasul cu toate evenimentele. Chiar a doua zi dimineața, vecina sa de birou și-a adăugat un nou calendar care putea fi marcat cu o gamă întreagă de steluțe, cerculețe și pătrate autocolante pentru a indica diversele evenimente. Achiziția unei mici cutii de plastic pentru CD-urile pe care Louisa le folosea ca să își salveze munca a fost imediat depășită de achiziția unui impresionant rastele pentru CD-uri cu mai multe straturi și etichete. Eric Abrahamson numește aceste persoane atotștiutoare „pedanți ai ordinii” — își fac un scop din a fi cele mai organizate persoane. Acesta oferă exemplul unui coleg care, la o ședință la care șeful începe să discute termenele de predare, își scoate agenda electronică cu o mișcare ostentativă și începe să tasteze zgomotos. În vreme ce multe persoane ordonate sunt mânate de dorința de a păstra lucrurile în ordine, „pedanții ordinii” își folosesc spațiile ca pe o armă; comportamentul lor seamănă mai degrabă cu gestul prin care încerci să îți umilești nora curățându-i chiuveța.

Așa cum e de așteptat, multe dintre indiciile din spațiile de locuit care semnalizează anumite trăsături de personalitate apar și la locul de muncă. După cum se arată în ghidul pentru birouri (vezi Tabelul 8.2), birourile curate, ordonate, organizate și neaglomerate sunt ocupate mai degrabă de cei cu un grad ridicat de

Tabelul 8.2 Ghid de observare pentru spațiul din birou

Când evaluează...	Oamenii se bazează de fapt pe...	Când ar trebui să se bazeze pe...
Deschiderea	Cărți variate, spațiu neconvențional, la modă, remarcabil, plin, aglomerat, primitor, colorat, amuzant, decorat	Cărți variate, spațiu neconvențional, la modă, remarcabil
Conștiinciozitatea	Spațiu în stare bună, curat, organizat, ordonat, neaglomerat, confortabil, primitor, mare, convențional	Spațiu în stare bună, curat, organizat, ordonat, neaglomerat
Extraversia	Spațiu decorat, vesel, colorat, aglomerat, plin, primitor, remarcabil, modern, neconvențional	Spațiu decorat, vesel, primitor
Agreabilitatea	Spațiu primitor	Loc foarte circulat
Nevrotismul	Spațiu neprimitor	Spațiu decorat

conștiinciozitate. În birouri, semnele de originalitate semnaleză, la fel ca în dormitoare, deschiderea. Când am vizitat birourile unei agenții de publicitate ai cărei angajați se bucurau de niveluri neobișnuit de ridicate de creativitate și imaginație (adică, de deschidere), am văzut mobilă neconvențională — birouri cu blat din pești piranha împăiați, rafturi făcute din plăci de skateboard, chiar și o cutie pentru facturi acoperită cu un imprimeu ce imita pielea de leopard.

Există însă și diferențe importante între spațiile de locuit și spațiile de lucru. Așa cum s-a întâmplat și în cazul dormitoarelor, experții noștri în cotrobăit au crezut că birourile decorate erau



ocupate de extrovertiți, însă, spre deosebire de dormitoare — unde nivelul de decorare oferea un indiciu fals — în birouri chiar îi scotea în evidență pe extrovertiți. În birouri (dar nu și în dormitoare), lucrurile atrăgătoare semnaleză și extraversia — extrovertiților le place să fie cu oameni, așa că își meșteșugesc spațiile astfel încât să ademenească lumea și să o încurajeze să rămână prin preajmă. Persoanele extrovertite pot lăsa ușa deschisă drept momeală și pot pune boluri cu bomboane pe birou. Ți dorești să mai zăbovești în biroul lor care mai are și scaune confortabile și multe decorațiuni.

Introvertiții, pe de altă parte, sunt mai puțini entuziasmați de ideea de a avea de-a face cu oameni care să le mișune prin spațiile lor. Dacă îți croiești drum în biroul unui introvertit, nu te aștepta să ți se îndeplinească cerințele. După câteva minute în care ai stat cocoțat pe un scaun tare, înconjurat de pereți întunecați și sărăcăcioși, te scuzi și fugi mâncând pământul — și așa toată lumea va fi mult mai fericită. Deși birourile primitive semnaleză de obicei existența unui locatar extrovertit, nu fiți prea grăbit cu deducțiile. Cercetările noastre au arătat că cei noi într-ale cotrobăitului cred de obicei că atractivitatea biroului trădează un grad mare de agreabilitate, conștiinciozitate, deschidere și extraversie și un grad scăzut de nevrotism. În calitate de expert în cotrobăit, știți că, în realitate, asta nu semnaleză decât extraversie.

Pentru a înțelege de ce caracterul primitiv al spațiului ar trebui să semnaleze extraversia în birouri dar nu și în spațiile de locuit, comparați mediile naturale ale birourilor cu cele ale caselor. Birourile sunt mult mai frecventate decât casele și oamenii cunoscuți trec pe acolo când merg să predea vreun raport sau când se duc să facă niște fotocopii. Dacă ești o persoană extrovertită, poți să îl atragi pe unul din acești trecători dacă îți faci spațiul suficient de atrăgător. În cazul unui spațiu de locuit, scopul este total diferit. Nici măcar un extrovertit nu speră ca un trecător oarecare să vadă canapeaua confortabilă și să se hotărască să îi facă o vizită. Așa că spațiul primitiv are o cu totul altă funcție în cele două contexte și,

prin urmare, susține un diagnostic de extraversie numai într-unul din cazuri.

Așa cum am observat, un indiciu cu privire la agreabilitatea ocupantului unui birou este locul unde este amplasat spațiul de lucru. Persoanele agreabile au tendința să fie puse în zone mai circulante, în timp ce persoanele dezagreabile sunt ținute la distanță. Acesta este un indiciu valid pe care observatorii îl ratează. Asemenea extrovertiților, persoanele cu un grad mare de nevrotism au birourile încărcate de decorațiuni, însă, după cum am văzut, conținutul decorațiunilor este ușor diferit. În vreme ce extrovertiții păstrează poze cu oameni apropiați, cei cu un grad ridicat de nevrotism folosesc decorațiunile, cum ar fi posterele motivaționale, pentru a se calma.

Meredith Wells de la Eastern Kentucky University a efectuat cercetări amănunțite cu privire la modurile în care oamenii își personalizează spațiul de lucru. Un studiu bazat pe mai bine de 230 de angajați în diferite medii a arătat că simpla cantitate de decorațiuni și de personalizare a spațiului semnala extraversia și într-o mai mică măsură deschiderea. Era mai probabil ca extrovertiții să prezinte un decor care să îi lege de prieteni și de colegi și în care să afișeze semne legate de realizările și valorile lor; de asemenea, spațiile lor erau mai confortabile prin prezența plantelor și a aparatelor de ascultat muzică, precum iPod-uri și radiouri. Așa cum e de așteptat în cazul factorului Leonardo, cei cu un grad mare de deschidere aveau expuse cărți împreună cu lucrări de artă și decoruri care aveau legătură cu muzica și teatrul.

Wells a descoperit că femeile expun în general mai multe lucruri decât bărbații și că folosesc obiecte diferite. Dacă te afli într-un birou cu plante, tot felul de fleacuri și simboluri ale unor relații personale implicând prietenii, familia, animalele de companie, atunci ai mai multe șanse să te afli în biroul unei femei. Birourile bărbaților au tendința de a expune mai multe obiecte care au de-a face cu sporturile și cu realizările locatarilor.



Cercetările lui Wells sugerează că personalizarea este bună în general atât pentru angajați, cât și pentru angajatori. Cei care își amenajează birourile au tendința să aibă niveluri mai mari de satisfacție la locul de muncă și de bunăstare psihologică, precum și o sănătate fizică mai bună. Astfel că firmele care le permit angajaților să își personalizeze spațiul de lucru vor fi recompensate cu niveluri mai ridicate ale moralului angajaților și cu plecări mai puține. Într-adevăr, Wells a demonstrat că gradul de personalizare dintr-un birou este un semnal pentru cât de dedicat este ocupantul acestuia față de acea organizație. Muncitorii extrem de dedicați au tendința să afișeze obiecte care denotă relații cu colegii lor de muncă și cu familiile și prietenii lor; în plus, au mai multe obiecte de artă, nimicuri și suvenire decât cei care nu sunt dedicați. Cu alte cuvinte, acești angajați dedicați își integrează persoana privată în viața lor de la serviciu, mai degrabă decât să le păstreze pe cele două strict separate.

Adesea întâlnesc oameni care pretind că există diferențe foarte mari între birourile lor și spațiile lor de locuit. De exemplu, prietenul meu Cameron a insistat că „apartamentul meu este într-o dezordine totală, însă biroul meu este imaculat“. Cu toate acestea, când am mers să verific, așa cum se întâmplă de multe ori, am descoperit că cele două spații erau mai asemănătoare decât credea Cameron însuși; apartamentul său era poate puțin mai bine organizat, însă nu cu mult. Atât în apartamentul său, cât și în birou, toate cărțile erau pe rafturi, suprafețele orizontale erau în general libere iar podeaua, curată. E adevărat că toate cotoarele cărților lui Cameron erau aliniate la birou și puțin mai amestecate acasă, însă deși aceste diferențe păreau importante pentru Cameron, ele erau minore în comparație cu diferențele dintre biroul său (sau casa sa) și biroul (sau casa) unei prietene de-ale mele, Amy, unde erau mai multe cărți sub birou, pe podea sau sprijinite de vreun ghiveci de plantă decât erau pe rafturi.

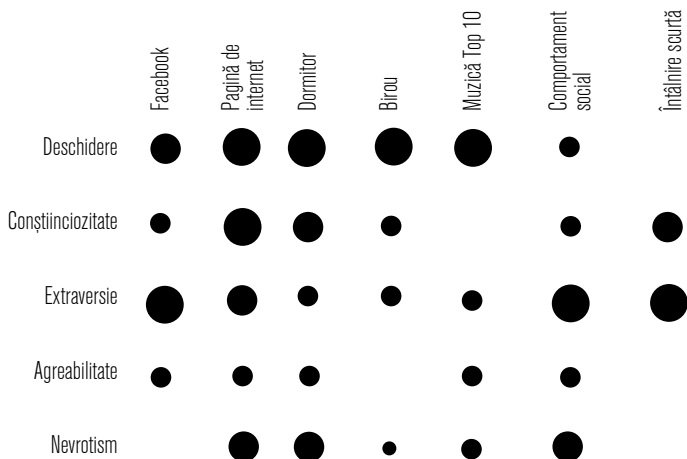
Cu toate acestea, nu este un lucru neobișnuit ca cineva să fie mult mai organizat într-un domeniu decât în altul. Unii chiar

diferă în diverse contexte, așa că nu e surprinzător că aceste diferențe se pot reflecta și în mediul înconjurător. Dacă suntem destul de norocoși încât să întâlnim o discrepanță între cele două medii ale aceleiași persoane, am putea găsi informații valabile despre personalitatea și posibilul comportament al locatarului. Se știe că personalitățile „autoritare“ sunt sensibile la statut și că în general îi lingușesc pe cei care le sunt superiori. Prin urmare, o persoană autoritară ar putea avea un spațiu de lucru excepțional de ordonat acolo unde există un superior pe care să îl lingușească, însă acasă poate lăsa lucrurile să se ducă de râpă, acolo unde nu există nimeni în poziție de putere pe care să impresioneze. Un astfel de tipar este folositor pentru o persoană care cotrobăie, pentru că ar arăta că ordonarea de la locul de muncă e mânată de o trăsătură de nivel superior — autoritatea — și nu de o tendință intrinsecă spre ordine. Pe baza discrepanței dintre birou și acasă, putem face și predicții comportamentale — ne putem aștepta ca locatarul să își termine la timp cel mai recent proiect de lucru, dar să nu fie tot atât de harnic pentru a curăța frunzele din rigolă la sfârșit de săptămână.

ÎNȚELEPCIUNEA PICĂTURILOR

Am analizat până acum numeroase spații de cotrobăit și am descoperit că diferite locuri dezvăluie diferite trăsături. Analiza „blob“ (engl.: „picătură“) din figura 8.1 arată acuratețea impresiilor legate de personalitate plecând de la diferite domenii. Cercetarea mea a comparat impresiile despre oameni ale celor care cotrobăie pe baza dormitoarelor acestora, a paginilor de internet și așa mai departe cu felul în care sunt acei oameni în realitate. Domeniile, unele dintre ele fiind deja discutate, au fost: (a) profilurile de pe rețeaua socială Facebook; (b) paginile personale de

Fig. 8.1 Analiza „blob”: Acuratețea impresiilor în domeniile de cotrobăit



internet; (c) dormitoare; (d) birourile; (e) CD-urile cu cele mai iubite 10 melodii din toate timpurile; (f) rapoarte cu privire la comportamentele lor sociale pe baza unor microaparate de înregistrare care le-au fost atașate timp de câteva zile; și (g) scurte interacțiuni directe. Figura arată cât de corecte au fost impresiile bazate pe aceste domenii — cu cât este mai mare picătura, cu atât sunt mai corecte impresiile.

Analiza „blob“ ne permite să tragem niște concluzii generale pe care le poți trece cu vederea dacă iei fiecare studiu în parte. În primul rând, trebuie să avem în vedere pericolul de a trage concluzii doar dintr-un singur domeniu; domeniul psihologiei și-a bazat vasta majoritate a cercetărilor pentru formarea impresiilor pe interacțiunile directe și a tras concluzia că deschiderea nu se poate evalua cu acuratețe. Figura arată că această concluzie nu este valabilă în toate cazurile, deschiderea putând fi apreciată cu acuratețe în multe domenii; problema a reprezentat-o faptul că psihologia personalității s-a bazat mult prea mult pe interacțiunile directe.

În al doilea rând, am aflat că unele trăsături sunt mai ușor de reperat decât altele. Analiza „blob“ arată că în toate domeniile deschiderea este mai ușor de reperat decât agreabilitatea. În al treilea rând, putem vedea că unele domenii oferă mai multe informații decât altele — site-urile de pe internet oferă un punct de vedere general bun despre cineva, în timp ce birourile nu oferă prea multe informații în acest sens. Însă aceste concluzii generale ascund un punct și mai important, acela că domeniile diferite dezvăluie trăsături diferite.

Această observație are implicații cruciale pentru cel care cotrobăie. Adică cele mai bune portrete vor fi cele care se bazează pe mai multe contexte. Și asta înseamnă că trăsătura despre care te interesează să afli mai multe lucruri va hotărî încotro să îți îndrepti atenția ta detectivistică. Folosind analiza „blob“ pentru a te ghida, poți observa că spațiile locuibile sunt locurile perfecte pentru a afla mai multe despre deschidere, conștiinciozitate și uneori despre nevrotism; însă dacă vrei să afli mai multe despre extraversia sau agreabilitatea cuiva, o privire aruncată peste „cele mai rulate“ melodii din lista de pe iPod dezvăluie mai multe decât o vizită în dormitor. În momentul în care vă hotărâți unde să căutați, lăsați ca „picăturile“ (*blobs*) să vă fie de ajutor — asta e o lecție pe care atât eu, cât și colegii mei ne-am fi dorit să o fi deprins acum mai mulți ani când ne-am avântat să tragem concluzii pripite despre gradul de deschidere și agreabilitate al Marciei când am intervievat-o pentru programul de doctorat.

Capitolul 9

Expertul în cotrobăit

„Supercotrobăiala“ este o artă — una care își are originea în știință — și înainte să ajungi să o stăpânești, trebuie să asumi anumite ciudățenii care pentru ochiul neobișnuit pot face ca indiciile să fie confuze sau chiar înșelătoare. Să ne uităm la cinci astfel de paradoxuri care se combină pentru a face din „supercotrobăială“ o provocare extrem de interesantă.

CIUDĂȚENIA 1: PRIMELE IMPRESII CONTEAZĂ

Ghiciți răspunsul la această întrebare: fluviul Mississippi este mai lung sau mai scurt de 8 000 km? Și acum încercați-o pe aceasta: Cât de lung e fluviul Mississippi? Când pun aceste întrebări în clasă, studenții răspund (corect) că Mississippi are mai puțin de 8 000 km, iar când îi întreb care este lungimea lui reală, primesc drept răspuns o estimare în jurul cifrei de 5 600 km. Uneori însă le prezint întrebări ușor diferite. Întrebarea 1: Fluviul Mississippi are mai mult sau mai puțin de 800 km? Întrebarea 2: Cât de lung este fluviul Mississippi? Din nou, aproape toată lumea nimerește răspunsul corect la prima întrebare — spunând că fluviul are mai mult de 8500 km. Întrebarea a doua este aceeași cu cea din prima pereche de întrebări, însă răspunsurile studenților au fost extrem de diferite, ajungându-se la o medie de 2 400 km.

Ce se întâmplă în acest caz? S-a dovedit că lumea folosește informația din prima întrebare pentru a-și ancora estimările în răspunsul la cea de-a doua întrebare, deși majoritatea știe că răspunsul la prima n-are treabă cu a doua întrebare. (Pentru a vă face o idee referitor la cât de puternic este acest efect, încercați singuri să adresați astfel de întrebări. Dați primul set de întrebări la cinci prieteni și cel de-al doilea la alți cinci și vedeți dacă veți avea diferențe notabile în ceea ce privește estimarea din răspunsul la cea de-a doua întrebare.)

Iată încă un exemplu. Mai întâi încercați-l dumneavoastră, apoi împărtășiți-l cu zece prieteni — înainte să se prindă de ceea ce vreți să faceți. Vă voi da două probleme de înmulțire, însă în loc să calculați răspunsul, faceți o estimare aproximativă în vreo două-trei secunde. Întrebarea 1: Care este rezultatul următoarei înmulțiri $1 \times 2 \times 3 \times 4 \times 5 \times 6 \times 7 \times 8$? Întrebarea 2: Care este rezultatul următoarei înmulțiri $8 \times 7 \times 6 \times 5 \times 4 \times 3 \times 2 \times 1$? Dacă punem aceste întrebări una lângă cealaltă, numerele sunt aceleași, așa că dacă am fi cu adevărat niște ființe logice răspunsul nostru ar trebui să fie același în ambele cazuri. Suntem însă ființe psihologice — fără logica pură sau puterea de procesare a calculatorului, așa că o luăm pe scurtătură. Când îmi rog studenții să îmi răspundă doar la prima întrebare, răspunsul ajunge la o medie de 500. Însă când inversez ordinea numerelor, răspunsurile lor ajung la o medie de peste 2 000, de patru ori mai mare decât primul răspuns. Aici, din nou, lumea estimează calculând rezultatul primelor câteva numere și apoi estimând de acolo un total. În cazul celei de-a doua probleme, produsul primelor trei numere este mare (336), iar în primul este scăzut (6), ceea ce are ca rezultat niște proiecții extrem de diferite. Până la urmă, în cazul ambelor probleme de înmulțire, lumea subestimează cu mult rezultatul corect, care este 40 320. A, și să nu uit: fluviul Mississippi are 3 734 km lungime.

Aceste exemple ilustrează un principiu numit *ancorare*, ceea ce înseamnă că prima informație pe care o întâlnim are o influență



nepermis de mare asupra a ceea ce urmează. Folosim „ancorarea“ în tot felul de situații reale. Când oferiți o sumă de 600 000 de dolari pentru o casă despre care știți că valorează mai mult de un milion, sperați să „ancorați“ negocierea într-un palier de prețuri care să vă fie favorabil. Și fiica voastră adolescentă folosește „ancorarea“ când vă sună ca să vă anunțe vag că a fost implicată într-un accident, și abia după o pauză dramatică, în timpul căreia vă imaginați cele mai negre posibilități, vă dezvăluie că portiera a suferit o ușoară ciocnire, ceea ce brusc pare ceva lipsit de importanță prin comparație cu posibilitățile care vă trecuseră prin minte.

Ancorarea joacă un rol important în modul în care ne formăm impresiile despre ceilalți. Într-un experiment similar cu problemele de înmulțire, Solomon Asch, unul dintre pionierii psihologiei sociale, le-a acordat participanților o descriere în șase cuvinte a unei persoane-țintă, cuvintele fiind *inteligent*, *harnic*, *impulsiv*, *critic*, *încăpățânat* și *invidios*. Apoi i-a rugat pe participanți să genereze o descriere mai largă a acelei persoane pe baza celor șase cuvinte. După cum se poate vedea, Asch a inclus atât cuvinte pozitive, cât și cuvinte negative. Însă în cazul unuia dintre grupurile de participanți, Asch a prezentat întâi cuvintele pozitive; iar pentru celălalt a inversat ordinea. Pentru ambele grupuri, cuvintele au fost exact aceleași. Cu toate acestea, Asch a descoperit diferențe uluitoare în modul în care participanții au caracterizat persoana-țintă, ce proveneau din primele cuvinte pe care le-au întâlnit- pozitive sau negative. Iată câteva exemple din răspunsurile participanților cărora li s-au dat mai întâi cuvintele pozitive (adică, *inteligent*, *harnic*, *impulsiv*, *critic*, *încăpățânat*, *invidios*):

O persoană care știe ce vrea și își urmărește scopul. Nu are răbdare cu cei mai puțin înzestrați și este nemiloasă cu cei care îi stau în cale.

Este o persoană care se impune, își are propriile convingeri și are de obicei dreptate. Este egoistă și dorește ca totul să fie cum vrea ea.

Persoana este inteligentă și, din fericire, își folosește această calitate. Faptul că este o persoană încăpățânată se poate datora faptului că știe bine ceea ce spune și prin urmare nu va ceda cu ușurință la ideea altcuiva cu care nu este de acord.

Participanții care au auzit cuvintele negative înaintea cuvintelor pozitive au avut o abordare semnificativ diferită cu privire la persoana imaginată:

Calitățile bune ale persoanei respective, cum ar fi hărnicia și inteligența, trebuie că sunt limitate de gelozie și încăpățânare. Persoana este emotivă. Nu are parte de reușite pentru că este o persoană slabă și permite ca părțile proaste să le acopere pe cele bune.

Probabil că acest individ nu se integrează bine, pentru că este invidios și impulsiv.

Simpla schimbare a ordinii cuvintelor a fost îndeajuns ca să schimbe drastic impresia finală a participanților. Primul cuvânt a întărit descrierea și a dat culoare modului în care aceștia au interpretat restul cuvintelor. Același fenomen se întâlnește și în dormitoare, birouri și chiar și pe paginile de internet. Să ne aducem aminte de dormitorul lui Fernando, unde atenția evaluatorului fusese atrasă de o pereche de pantofi cu toc de pe podea, hotărând astfel că locatarul era o femeie. Pe măsură ce își forma părerile, continua prin a interpreta toate indiciile ca și cum locatarul era o femeie, deși existau semne care indicau faptul că se afla în camera unui bărbat.

Elementele care atrag atenția sunt un amestec de mană cerească și o sabie cu două tăișuri pentru cel care cotrobăie. Acestea



pot oferi un indiciu esențial sau îl pot duce pe o pistă greșită. În studiul nostru inițial al căminului din Berkeley, obiectele din camera 40 și modul în care erau aranjate păreau să spună că „aici locuiește un student deștept, conformist și responsabil“. Cărțile erau bine organizate. Zona bine luminată a biroului era ordonată și evident folosită. Obiectele de pe tabla de anunțuri, orare, numere de telefon (cum ar fi biblioteca și pe cine să chemi în caz de pană de curent) și o listă cu lucrurile de făcut au întărit impresia inițială. Decorul de pe pereți și conținutul rafturilor sugerau o persoană departe de a fi sălbatică sau iresponsabilă. CD-urile, cu doze generoase de Van Morrison, Sting și Joan Baez, susțineau acest punct de vedere.

Însă un element s-a evidențiat ca fiind incompatibil cu acest cor al evidențelor. În spatele raftului, într-o navetă veche de lapte se afla un fel de narghilea, denumită „bong“, pentru fumat marijuana, o activitate care în mod obișnuit nu coincide cu comportamentul unui student de succes, dedicat și conformist. Observatorii mei conștiincioși nu au trecut cu vederea „bongul“, însă ar fi trebuit să o facă, deoarece bongul spunea ceva total diferit față de mesajul transmis de restul camerei. Și asta dintr-un motiv foarte simplu — proprietarul bongului era altcineva. Mai târziu am aflat că îi aparținea unui prieten care plecase din oraș și îl rugase să i-l păstreze temporar. (Bine intenționat, locatarul pusese în mod responsabil lucrurile prietenului său în naveta de lapte și le depozitase în spatele raftului.)

Mesajele neobișnuite îți pot încurca foarte ușor încercările de a-ți da seama cum este cineva. Dacă suntem interesați de personalitate, trebuie să ne concentrăm pe indicii referitoare la comportamente, atitudini, sentimente și gânduri care sunt consecvente, nu la cele care par să fie niște excepții. Datele aberante pot conține informații valoroase despre pasiuni trecătoare sau comportamente singulare, dar după toate probabilitățile, așa cum a fost cazul pantofilor cu toc și al bongului, acestea nu aduc nimic în plus la portretul personalității locatarului. Din păcate, prin natura

lor, aceste informații inconsecvente ies în evidență și, după cum vom vedea în capitoul următor, sunt greu de trecut cu vederea chiar și pentru observatorii experți.

Pentru a căpăta o imagine mai corectă, scotocitorul expert trebuie să găsească o cale de a permite acestor trăsături care atrag atenția să se estompeze puțin, dându-le celorlalte obiecte posibilitatea să strălucească. Când am pornit prima oară proiectul meu cu cotrobăitul dormitoarelor, m-am hotărât să mă consult cu cei care își câștigau existența făcând tocmai așa ceva. Deși nici eu și nici membrii echipei mele nu puteam izola o locație și nici nu puteam preleva amprente, așa cum fac agenții de investigație ai FBI-ului, mi-am dat seama că putem învăța totuși ceva de la ei. Și nu am greșit, deși informația s-a dovedit să nu fie tocmai cea la care mă așteptam.

Un agent de investigație de la biroul local al FBI-ului a fost de acord să vină și să vorbească cu tot grupul de cercetare despre munca echipei de cercetare criminalistică (de preluare de dovezi). Majoritatea celor spuse de acesta au fost lucruri directe și folosite, cu ponturi despre cum trebuie fotografiată o cameră și cum trebuie făcută diagrama unui spațiu (din fericire, nu aveam ce face cu aceste informații despre cum se măsoară urmele lăsate de sângele împrăștiat). Cu toate acestea, m-a uimit ceva din ce ne-a spus agentul. Ne-a zis că atunci când investighează o crimă îi place pur și simplu să stea o vreme în acel spațiu. Deși nu a oferit niciun motiv pentru asta, mai târziu mi-am dat seama că aceasta era o modalitate de a permite indiciilor ce atrag atenția să dispară, ca relevanță, pentru ca celelalte elemente să iasă la suprafață. „Superscotocitorul“ ar fi bine să urmeze următorul sfat: atunci când analizezi un spațiu, zăbovește puțin ca să vezi ce are de spus camera. E posibil să nu fie chiar același lucru pe care ți l-a spus când ai intrat și privirea ți-a fost atrasă de pantofii cu toc din mijlocul camerei.

CIUDĂȚENIA 2: INDICIILE CAPĂTĂ SENS, ÎN PARTE, ȘI DIN ALTE INDICII

Atunci când ne formăm impresii despre alții în situații de zi cu zi, nu tratăm fiecare indiciu ca un element izolat, ci combinăm informațiile pentru a ne forma o opinie generală. Să presupunem că vreau să îți aranjez o întâlnire cu Benny, un prieten de-al meu, și îți spun că este rapid, îndemânat și săritor. Acum să presupunem că o colegă de serviciu vrea să te cupleze cu Bjorn, un prieten de-al său, pe care îl descrie ca fiind rapid, neîndemânat și săritor. Ai avea așteptări ușor diferite în ceea ce îi privește pe Benny și Bjorn. Însă așteptările tale s-ar extinde dincolo de cuvântul diferit („îndemânat”, respectiv „neîndemânat”), afectând la rândul lor modul în care ai interpretat cuvintele din acel set.

Acest fenomen a fost confirmat de unul din experimentele lui Asch. Atunci când l-am împerecheat pe *rapid* cu *îndemânat* și *săritor*, repeziciunea persoanei vizate a fost descrisă de unul dintre participanții la studiu ca fiind „una de siguranță, de mișcare lină”, iar de altul ca fiind „o intenție desfășurată într-un mod lin și curgător”. Însă atunci când *rapid* a fost împerecheat cu *neîndemânat* și *săritor*, descrierile pentru *rapid* au fost extrem de diferite: „o repeziciune forțată, într-un efort de a fi săritor” și „debordant de rapid, de tipul celui care se grăbește imediat ce-i ceri ceva și dă rămadă lămpile din calea sa”. Sensul cuvântului *rapid* este modificat de *îndemânat* și de *neîndemânat* astfel încât *rapid* contribuie în alt fel la fiecare impresie. Această ciudățenie, unde un cuvânt este privit diferit în funcție de cuvintele care îl însoțesc, este diferită de „ancorare” (Ciudățenia 1), care se referă în special la felul în care *prima* impresie ne afectează gândirea ulterioară.

Majoritatea speciilor au interesul de a-și forma impresii corecte despre ceilalți. Gazelele, spre exemplu, sunt motivate în

special să își formeze impresii corecte despre ființele care le pot face rău, cum ar fi leii — Simba pare înfometat? Același lucru este valabil și pentru oameni. Așa că am devenit extrem de sincronizați cu acțiunile celorlalți homo sapiens, mulți dintre aceștia oferindu-ne avantaje cruciale, cum ar fi posibilități de împerechere și tovarășie. Și am dezvoltat un impuls care să asimileze rapid informația care ne este disponibilă (așa cum am văzut că se întâmplă în cazul stereotipurilor în capitolul 7). Astfel, faptul că îi poți înțelege pe oameni este un talent de supraviețuire, și vom merge până în pânzele albe ca să combinăm fragmentele de informație în acel pachet complet, persoana întregă, cu care ne întâlnim de obicei în viața de zi cu zi. Capacitatea noastră de a face asta vine atât de natural, încât rareori ne oprim să ne gândim la asta. Dar dacă te uiți îndeaproape la acest proces, vei vedea că e nevoie de o foarte mare ingeniozitate, chiar dacă dincolo de starea de conștiență.

Cercetările lui Solomon Asch despre formarea impresiilor au fost primele care au atras atenția sistematic asupra modurilor în care combinăm instinctiv elemente discrete într-o impresie unitară despre o anumită persoană. Închipuți-vă că vă povestesc câte ceva despre personalitatea unei femei, să îi spunem Agnetha, pe care am cunoscut-o aseară la o petrecere. Vă spun că era socială și singuratică. Dacă sunteți ca majoritatea lumii, veți integra această informație aparent discordantă pentru a avea drept rezultat o singură impresie psihologică, poate cea a unei împătimită după evenimentele sociale care are foarte multe cunoștințe, dar nu și prieteni adevărați.

Iată câteva perechi de trăsături aparent contradictorii: genial și prostănac, ostil și dependent, vesel și posac, sever și amabil, generos și răzbunător. Încercați să vă închipuți că aceste perechi de trăsături coexistă în aceeași persoană. Aveți toate șansele să încercați să vă închipuți o poveste care să le lege. Această sarcină demonstrează de câte resurse beneficiază mintea umană în combinarea informațiilor despre oameni, proces la care apelează și scotocitorii atunci când trag concluzii pornind de la indiciile din

spațiile locuite. Unul dintre dormitoarele inspectate conținea obiecte care păreau să nu aibă legătură între ele: o statueta de gips a Fecioarei Maria care privea sumbru în jos de pe raftul de deasupra geamului și un ananas strălucitor de plastic pe noptieră. Prin urmare, locatarul era o persoană serioasă și pioasă sau una frivolă și haioasă? Alte obiecte din cameră au rezolvat problema. Când combinăm statuia și ananasul cu falsul set de pat al lui Elvis Presley și cu șirul de lumini de Crăciun sub formă de vaci care poartă căciuli de Moș Crăciun, se creează o impresie mai largă: aceea a unui colecționar de obiecte kitsch care este conștiincios și care are un simț estetic dezvoltat și jucăuș. Concluzia crucială pentru aceia dintre noi interesați de combinarea informației găsite în dormitoare, colecții de muzică și în alte locuri este că impresia pe care ne-o formăm depășește suma părților sale. O abordare care judecă informația fără să ia în considerare contextul neglijează informații de natură socială care pot fi importante. Dacă ne închipuim că statuia Fecioarei Maria din camera colecționarului de obiecte kitsch era însoțită în schimb de o Biblie, o biografie a Papei Benedict al XVI-lea și de o cruce pe perete, atunci sensul statuii ar fi fost destul de diferit, sugerând în acest caz un catolic pios.

În mod similar, un model la scară reală al unui craniu uman de pe o noptieră se poate integra cu un set de texte medicale atent adnotate, cu o bibliografie despre cauzele sociale pusă pe o tablă de anunțuri, cu o mapă de la o campanie recentă de voluntariat pentru un program de imunizare din America de Sud și cu o serie de poze vesele făcute în timpul excursiei. Împreună, aceste indicii au drept rezultat un portret coerent al unei persoane energice, cu vederi de stânga, deștepte, anagajate și dedicate. Dacă acel craniu ar fi fost cuplat cu un perete întreg inscripționat cu poemul „Țara pustie“ de T.S. Eliot și cu un șifonier în șapte nuanțe de negru, s-ar crea o cu totul altă imagine care ar fi totuși coerentă în felul ei.

După cum am văzut în capitolul 1, discrepanțele, cum ar fi cele dintre mărcile de identitate orientate către sine și cele îndreptate către ceilalți sau dintre curțile din față și cele din spate, pot oferi indicii folositoare despre motivațiile inerente ale locatarului. Biroul poate părea curat, dar cât de departe merge acest filon al ordinii? Ca să te asiguri că organizarea este autentică, și nu doar de fațadă, ar fi bine să verifici și sertarele dinăuntru pupitrului. De multe ori vei descoperi că ceea ce pare un pupitru frumos și curat sau un dormitor ordonat este doar o fațadă: sertarele biroului sunt un amestec haotic de stilouri, creioane, hârtiuțe auto-colante, agrafe, scotch, timbre și minicalculatoare; șifonierele sunt pline de haine de iarnă, pantaloni, adidași, poșete și mănuși. Cel al cărui spațiu e scotocit încearcă să reducă din dezordine, însă această ordine este doar de suprafață. Cineva bolnav de ordine nu poate trăi împăcat până când nu va pune și lucrurile mai puțin vizibile la locul lor. Atunci, expertul scotocitor combină informația pentru a crea un portret mai bogat în cazul acelei persoane, un portret a ceea ce expertul în dezordine Eric Abrahamson numește un „șarlatan al ordinii“, o persoană care creează aparența ordinii adăpostind în același timp o mare dezordine.

Să ne reamintim de camera Fridei, tânăra căutătoare de senzații tari menționată în capitolul 1. Camera avea o placă de snowboard, o placă de surf și o placă de skateboard, toate stivuite lângă un perete, dovadă a unei persoane extrem de energice care este în căutare de senzații tari. Într-un dulăpior, evaluatorii mei au descoperit o mică comoară de băuturi, câteva sticle de tequila, vodcă, gin și Jägermeister. Având în vedere restul obiectelor din cameră, ne-am putut da seama că locatara folosește alcool pentru a-și spori nivelul de energie și curaj pentru a face toate aceste nebunii. Dacă în cameră ar mai fi existat un fotoliu confortabil lângă o lampă de citit și o stivă de cărți și dacă la combină s-ar fi auzit muzică de jazz, am fi putut ghici că locatarul folosește alcool pentru un alt scop, acela de a se relaxa și de a se calma.

CIUDĂȚENIA 3: NE FOLOSIM DE INDICII CARE PAR SĂ NU AIBĂ LEGĂTURĂ CU TRĂSĂTURA PE CARE O EVALUĂM

Când am analizat pentru prima oară datele referitoare la cotrobăit adunate din dormitoare, am fost intrigat să descopăr că, după doar câteva minute de cercetat într-o cameră, evaluatorii noștri iscoditori au putut evalua cu o acuratețe remarcabilă cât de atrăgător era locatarul. Nu se întâlneau niciodată cu locatarii și nici nu îi văzuseră vreodată, așa că nu putuseră folosi indicii directe. Și nu se folosiseră de fotografii, pentru că le acoperisem în prealabil. Puteam exclude de asemenea și vârsta ca indiciu posibil, pentru că toate țintele din acest studiu aveau cam aceeași vârstă. Prin urmare, cum reușeau observatorii? Înainte de a citi mai departe, încercați să ghiciți.

Scotocitorilor nu li s-a permis să deschidă sertare sau dulapuri, însă de multe ori hainele erau la vedere, aruncate pe un scaun, zăcând pe podea, stivuite pe rafturi sau într-un șifonier cu ușa lăsată deschisă. Așa că se puteau ghici dimensiunea, stilul și tăietura hainelor, ceea ce oferea ceva informații despre atractivitate, însă asta nu este toată povestea. Răspunsul stă în cum am ascuns fotografiile și în ceea ce psihologii au descoperit despre tiparele de împerechere ale oamenilor.

Nu am vrut să înlăturăm pur și simplu fotografiile, pentru că știam că putem afla mai multe bazându-ne pe cantitatea, amplasarea și tipul de fotografii pe care oamenii le afișează cu ei înșiși. O fotografie înrămată din copilărie împreună cu părinții transmite un mesaj foarte diferit față de un perete acoperit de poze strălucitoare de revistă. Subiectul fotografiei este și el unul informativ. Etalezi o fotografie a ta în timp ce meditezi calm pe un vârf de

munte din India sau fotografiile tale lasă să se întrevadă acele momente optimiste când împreună cu gașca de prieteni de încredere ați ieșit într-o seară de nebunii prin oraș?

Știam că oamenii își formează impresii despre alții doar pe baza modului în care arată, așa că nu i-am putut lăsa pe observatori să vadă cum arată oamenii ale căror spații urmau să le evalueze. Provocarea noastră a fost aceea de a le oferi observatorilor informații despre ceea ce făceau locatarii fără să îi lăsăm să îi vadă direct. Soluția noastră a fost să lăsăm pozele acolo unde erau, dar să le acoperim cu grijă doar pe cele ale locatarilor. Cotrobăitorii puteau totuși să vadă celelalte persoane din poze. Și își puteau da ușor seama din pozițiile și activitățile acestora că unele dintre personaje erau partenerii romantici ai locatarilor; o fotografie într-o ramă în formă de inimă a unui locatar (ascuns) sărutând o altă persoană era un indiciu cât se poate de clar.

Când observatorii au combinat aceste informații despre cine era locatarul cu ceea ce știm despre ritualurile de împerechere la oameni, au început să iasă la iveală indicii referitoare la atractivitate. Așa că sunt de părere că cei care cotrobăiau prin dormitoare au reușit să deducă cât de arătoși erau locatarii acestora uitându-se pur și simplu la pozele cu prietenii sau prietenele acestora. Dacă pozele dezvăluiau că persoana de care era legată sentimental locatara camerei semăna cu Brad Pitt, era cât se poate de evident că și aceasta era plăcută ochiului.

Ne mai rămâne totuși să testăm aceste idei experimental, însă acest exemplu este unul interesant deoarece arată cum anumite indicii subtile (informațiile din fotografii) se combină perfect cu cunoștințele implicite (că oamenii își caută parteneri care sunt la fel de atrăgători ca ei), pentru a forma impresii despre alții. În ceea ce privește atractivitatea, impresiile tind să fie corecte. Însă lecția mai amplă pentru „superscotocitor“ este că dacă ești plin de resurse, te poți folosi foarte bine de acest tip de indicii indirecte atunci când cercetezi o persoană.



Să ne gândim din nou la studiul fețelor efectuat de către Little și Perrett (discutat în capitolul 5). Să ne aducem aminte că toți acești psihologi au stabilit că evaluările personalității bazate pe fețele compozite erau în general corecte, în special în cazul femeilor; evaluatorii au apreciat fața compozită derivată de la cincisprezece extrovertiți ca fiind mai extrovertită decât fața compozită derivată de la cincisprezece introvertiți. Au mai descoperit că unele trăsături nu se pot judeca în mod corect — agreabilitatea la bărbați, de exemplu. Cu toate acestea, un evaluator iscusit ar putea face deduceri referitoare la personalitate bazate pe alte indicii faciale, trăsături aparent nelegate de personalitate și care pot fi folosite ca o metodă alternativă de dobândire a informației despre oameni pe baza fețelor lor. Mai precis, Little și Perrett au descoperit că agreabilitatea la bărbați (împreună cu un grad scăzut de extraversie) era de fapt semnalată de fețe care erau evaluate puțin în ceea ce privește masculinitatea, deși evaluatorii nu făcuseră această legătură. În mod similar, agreabilitatea la femei era, în mod neștiut de evaluatori, asociată cu atractivitatea facială.

CIUDĂȚENIA 4: AI GRIJĂ LA CEEA CE LIPSEȘTE

Informația despre persoane poate varia în două sensuri și, în calitate de superscotocitor, trebuie să le ai în vedere pe amândouă. O dimensiune se referă la cât de mult control au oamenii asupra mediului lor. Deții foarte mult control asupra paginii tale de internet, asupra citatului tău din încheierea e-mail-ului, asupra mesajului de pe robot, a preferințelor de lectură, a articolelor de pe blog, a conținutului portofelului, a stilului lenjeriei intime. Însă ai mult mai puțin control asupra naționalității, stilului de limbă și viselor tale. A doua dimensiune reflectă cât de publică sau cât de privată este forma de exprimare. Unele lucruri, cum ar fi atracția

fizică, stilul de limbă, locația geografică, autocolantele de pe bara de protecție și paginile de internet, sunt disponibile cam pentru oricine. Altele, precum visele, gândurile, bucățile din jurnal, parolele, lenjeria intimă, sunt mult mai private.

Dacă înțelegi unde sunt așezate aceste obiecte în cele două dimensiuni, vei ști unde să cauți indicii. De exemplu, dacă încerci să descoperi cum vrea să fie privită persoana respectivă, ar trebui să alegi obiecte care sunt în egală măsură publice și controlabile. Profilurile de pe paginile de internet și autocolantele de pe bara de protecție sunt bune exemple în acest sens. Dar dacă te îngrijorează că persoana despre care vrei să afli cât mai multe fără știrea ei încearcă să te fraierească, vei vrea să compari mesajele trimise de obiectele cunoscute ca fiind publice cu cele despre care se crede că sunt mai private (dacă ai norocul să obții acces la acestea). Dacă ai găsit o pagină de internet care sugerează că proprietarul acesteia are o admirație ieșită din comun pentru operele de artă clasice, pentru muzică și literatură, dar apoi nu descoperi altceva decât literatură de duzină în biblioteca de la el de acasă, trebuie să fii atent pentru că probabil ai de-a face cu cineva care te fraiește în față.

Această strategie generală de cotrobăială, care pune în antiteză elemente ușor de controlat (care au tendința de a fi mărci de identitate și factori de reglare a sentimentelor) cu lucruri care sunt greu de controlat (care au tendința de a fi reziduuri comportamentale), prinde multe dintre exemplele specifice pe care le-am analizat până acum, cum ar fi compararea curților din față cu cele din spate, sau a birourilor cu dormitoarele, sau a cărților de pe măsuța de cafea cu cele din dormitor. Ceea ce face ca acest sistem bidimensional să fie util este faptul că îți aduce aminte de întrebările importante pe care să ți le pui atunci când faci aceste comparații. Obiectul este într-un context public sau privat? Și cât control are asupra sa persoana al cărei spațiu e cotrobăit? În vreme ce un scotocitor novice ar putea doar observa colecția de muzică, un „superscotocitor“ trebuie să poată distinge între o muzică



publică (o colecție de plăci de vinil din sufragerie) și o muzică privată (o listă de melodii din calculatorul de la muncă). Un începător ar observa fotografiile și tablourile celui al cărui spațiu îl cotrobăie, însă un scotocitor expert va dori să hotărască diferența dintre arta asupra căreia deține controlul cel cotrobăit (lipită de ușa frigiderului) și arta asupra căreia nu avea control (tablourile de pe pereții biroului identice cu cele din birourile din preajmă).

Scotocirea avansată cere ca tu să fii conștient de gradele variate de control chiar în cadrul aceluiași context. Profilurile de pe Facebook sunt un exemplu bun, pentru că, deși proprietarul lor deține control deplin asupra cantității de informație de pe pagina sa de profil, are mai puțin control asupra mesajelor afișate de alții pe profilurile lor și asupra pozelor lor semnalate de alții. Din punct de vedere tehnic, proprietarii profilurilor pot șterge comentariile lipsite de gust și pozele mai puțin onorabile, însă după cum știe oricine a beneficiat de astfel de comentarii nedorite, acest lucru este considerat în general o strategie proastă. Cel care cotrobăie se va avânta pentru a beneficia de această șansă și pentru a găsi posibile schisme între conținutul aprobat și cel dezaprobat. Scotocitorii cu un simț ascuțit al observației au văzut deja că persoana serioasă și cu bun-simț pe care o prezint pe propriul profil de Facebook este într-o câțva subminată de poze cu mine mai pline de viață semnalate de prietenii mei.

CIUDĂȚENIA 5: CUNOAȘTEREA CELUILALT TRECE PRIN CUNOAȘTEREA DE SINE

Studiile mele referitoare la dormitoare s-au bazat întotdeauna pe bunăvoința voluntarilor de a permite prezența echipei mele și

a mea în spațiile lor. Așa că trebuia să mă asigur că toți cei opt evaluatori erau bine pregătiți și gata de treabă înainte de a ajunge la primul dormitor. M-am hotărât să îmi ofer propriul spațiu drept „cameră de practică“. Nu le-am spus celor din echipă că era camera mea și am urmat precauțiunile obișnuite de a-mi acoperi toate pozele și orice semn al numelui meu. Totul s-a desfășurat bine cu instruirea, însă când am terminat, vreo doi dintre evaluatorii bărbați m-au luat deoparte și mi-au spus că își dăduseră seama că era camera mea. Chiar așa? Cum își dăduseră seama, i-am întrebat. Mi-au spus că știau ce fel de mașină conduceam și că văzuseră manuale ale acelei mașini pe rafturile din bibliotecă. Câteva minute mai târziu, vreo două dintre femeile evaluatori m-au luat deoparte și mi-au spus că și ele își dăduseră seama că era camera mea. Chiar așa? Din nou, am întrebat cum își dăduseră seama. Mi-au spus că îmi recunoscuseră hainele care zăceau pe podea.

Această experiență timpurie a prezis o lecție pe care aveam să o tot învăț: expertiza joacă un rol important în capacitatea evaluatorului de a-și da seama cum este o persoană. Când mă uit prin apartamentul unei femei și găsesc un ruj de buze, văd doar un ruj de buze. Multe femei care se uită la același indiciu văd un ruj de buze marca *MAC* sau *Covergirl*, sau... ei bine, adăugați și voi alte mărci de ruj de buze, căci eu sunt depășit. O femeie ar fi nu numai mult mai sensibilă decât mine la mărcile de ruj, ci probabil că ar cunoaște toate conotațiile fiecăruia, indiferent dacă era ieftin sau scump și cel fel de imagine îi era asociată. De asemenea, ar putea să-și dea seama de anumite lucruri cu privire la proprietara lui după nuanța și modul în care a fost folosit: a fost rujul folosit într-un mod care sugerează o aplicare grăbită sau o aranjare mai atentă? Tipul acesta de informație, combinat cu alte indicii din spațiu, i-ar putea face evaluarea mai bogată decât a mea.

În mod similar, evaluatorii noștri studenți erau experți în decodificarea lucrurilor din camerele de cămin; aceștia au văzut indicii pe care eu le-aș rata și au tras concluzii în care eu m-aș fi pierdut. Un student a zărit o insignă cu o emblemă, necunoscută



mie, a unui grup ultrareligios din campus, din care a dedus că locatarul camerei se opunea drepturilor homosexualilor și avea atitudini împotriva avortului. Într-o altă cameră nu am recunoscut grupurile din posterele de deasupra patului, însă evaluatorii le-au identificat imediat drept muzicieni de rock contemporan, permițându-le să mărească scorul acordat nivelului de deschidere al locatarului.

Problema pe care o tratează Ciudățenia 5 este următoarea: cum îți poți spori expertiza pentru a deveni un scotocitor mai bun? Răspunsul se află în simpla sporire a dedicației pe care o ai față de această artă. Înainte de toate, trebuie să devii un expert în limbajul persoanei al cărei spațiu îl scotocești. Nu am un aparat TV, ceea ce mă pune în dezavantaj atunci când trebuie să scotocesc prin camerele studenților. Așa că am angajat drept ajutor experți mai potriviți, și anume alți studenți. Însă dacă aș fi însărcinat eu însumi cu evaluarea camerelor de cămin, ar trebui să îmi fac temele, să îmi iau un televizor și să aflu câte ceva despre ce programe sunt mai populare. Ar mai trebui, de asemenea, să mă asigur că sunt la zi cu preferințele muzicale ale studenților.

Nu este ușor să devii expert într-un domeniu cu care nu ești familiarizat, însă există și scurtături. Trebuie să începi prin a efectua o recunoaștere în spații comparabile. Înainte să analizez un birou, încerc să îmi arunc o privire și prin celelalte birouri din aceeași instituție ca să îmi dau seama care este limbajul locului. Dacă aflu, de exemplu, că politica firmei le interzice angajaților să schimbe setările de pe ecranul calculatorului, îmi dau seama că lipsa de personalizare — fără pozele celor dragi pe *screensaver*, fără o schemă de culoare idiosincrazică pe desktop — spune mai multe despre preferințele corporatiste decât despre personalitatea ocupantului biroului.

Odată, pe când inspectam un birou, am observat o agendă sub monitorul calculatorului, ceea ce m-a făcut să acord locatarului său o notă mai mare în ceea ce privește nivelul său de organizare. În biroul de alături am fost intrigat să văd o agendă *identică* pe un

raft gol. Și o alta într-un al treilea birou. Mi-am dat repede seama că firma le distribuise aceste agende tuturor angajaților și, la scurt timp după asta, m-am trezit intrând în jocul „hai să găsim agenda în birourile rămase“. Ce e mai important însă e faptul că am redus evaluarea pentru nivelul de organizare al primului birou, dându-mi seama că acea agendă nu îmi spunea atât de multe despre locatarul său pe cât crezusem inițial.

A doua modalitate prin care îți poți îmbunătăți expertiza este aceea de a aduce cu tine un ghid. Dacă ești bărbat și cotrobăi pe furiș prin casa unei femei care dă o petrecere, atunci ia cu tine o femeie care să te ajute. Dacă o ghidezi, aceasta îți poate interpreta indiciile criptice împrăștiate în jurul tău. Cu ajutorul acesteia, vei afla că pe jos nu se află doar o pereche de pantofi, ci o pereche de pantofi din cea mai recentă colecție de la Marc Jacobs, iar faptul că sunt mototoliți la spate și au semne de întindere pe bareta dinspre interior sunt indicii care îți arată că intrase la repezeală în ei mai degrabă decât să-și desfacă meticolos baretele înainte de a-i încălța. Odată, pe când scotoceam prin baia unei femei pentru care începusem să fac o pasiune destul de grăbită, m-am alarmat când am observat niște rețete cu medicamente misterioase pe un raft deasupra prosoapelor; cum nu aveam nici cea mai mică idee cu privire la motivul pentru care fuseseră prescrise, a trebuit să trimit un mesaj expertului meu care m-a asigurat că noua mea iubire nu era ne bună, ci pur și simplu suferea de niște alergii foarte puternice.

Ultimul lucru pe care îl poți face pentru a-ți îmbunătăți meșteșugul — și asta va ajuta în toate aspectele cotrobăitului — este să pui întrebări pur și simplu. Ori de câte ori mă aflu într-un spațiu pentru prima oară îi pun întrebări locatarului cu privire la lucrurile de acolo. Cunoștințele astfel dobândite, dacă sunt combinate în special cu alte informații, mă ajută să înțeleg mai bine și alte indicii. Așa că aș putea întreba: de ce îți păstrezi berea în cuptorul cu microunde? De ce atârână pescărușul acela așa de aproape de birou? Ce înseamnă pentru tine cartea aceea de Hemingway? Cine



sunt persoanele din pozele de pe frigider? Chiar și atunci când nu cotrobăi, ar trebui să pui întrebări, pentru că ori de câte ori faci asta îți extinzi cu încă puțin domeniul de expertiză. Cu timpul vei deveni un superscotocitor.

În capitolul 10, povestesc despre o situație unică în care a trebuit să mă folosesc de lecțiile paradoxale din acest capitol.

Capitolul 10

Un birou și un gentleman

În ianuarie 2006, am primit o sarcină de cotrobăit neobișnuită, aceea de a inspecta studiourile de televiziune a doi prezentatori de la emisiunea *Bună dimineața, America* de la postul ABC: urma să-mi arunc un ochi în spatele ochiului camerei de filmat. M-am gândit că asta avea să îmi ofere o șansă nemaipomenită de a demonstra modul în care îmi alcătuiesc informațiile, cum îmi dau seama care obiecte sunt importante și pe care să nu le iau în considerare, dar și pentru a crea portretul personalității locatarului unui birou.

BUNĂ DIMINEAȚA, AMERICA

Urma să îmi prezint rezultatele pe viu la televizor, însă deoarece programul meu nu îmi permitea să inspectez birourile GMA personal, producătorii mi-au trimis în schimb fotografiile ale birourilor. Subiecții mei erau Charles Gibson, un prezentator de știri cu state vechi, și Mike Barz, un tânăr corespondent care se alăturase recent emisiunii pentru a prezenta rubrica meteo și subiecte de interes social. Un evident motiv de îngrijorare era dacă

nu cumva cunoștințele mele actuale referitoare la aceștia îmi vor afecta judecățile despre ei. Din fericire, fiind o cucuvea de noapte care nu posedă televizor, nu mai văzusem emisiunea (deși mi se sugerase discret să nu îmi împărtășesc ignoranța față de cei ale căror birouri urma să le evaluez).

Astfel, mă bazam pe fotografii mai degrabă decât pe birourile pe care le-aș fi putut atinge, lovi sau mirosi, ceea ce era un impediment, însă exista o provocare și mai mare. Treaba mea era să caut diferențele dintre cele două persoane care lucrau pentru același post și la aceeași emisiune. Prin natura sa, emisiunea de dimineață are tendința să atragă persoane dinamice, entuziaste, extrem de sociabile și care sunt cei mai buni în ceea ce fac. Și un nivel ridicat de succes, în majoritatea domeniilor de activitate, necesită aptitudini organizatorice și o capacitate de a planifica și de a se ține de treabă; de aceea, era clar că aceste persoane aveau să împărtășească un număr substanțial de trăsături, mai multe decât ar fi de așteptat între, să spunem, un prezentator de televiziune și un bibliotecar sau un arhitect, sau chiar un corespondent de la o emisiune locală de seară. Așa că, deoarece fusesem de acord să preiau această sarcină, mă întrebam cât de mult voi putea să diferențiez între cei doi. De îndată ce am văzut fotografiile această grijă s-a spulberat.

Mai întâi, am analizat biroul lui Charles Gibson și iată ce am văzut: în dreapta ușii se afla un corp de bibliotecă scund cu un aparat TV deasupra. Un tigrișor de pluș și o cheie erau pe raftul de sus lângă televizor. Destul de multe cărți se aflau pe rafturile de jos, așa că părea o idee bună să îmi încep analiza cu acestea. Cărțile aveau multe de spus. Era cât se poate de evident că ofereau indicii despre interesele lui Gibson. Care erau subiectele lor mai precis? Erau cărți despre armată? Știință? Religie? Mișcarea de artă avangardistă din Islanda? Dacă era să mă iau după poze, majoritatea cărților păreau scrise de autori populari precum Tom Clancy și Dan Brown. În cele mai multe cazuri, asta ar sugera niște gusturi convenționale, însă am emis această părere doar ipotetic deoarece

acele cărți se aflau acolo numai datorită slujbei lui Gibson, care îi cerea să îi intervieweze pe autori. Însă doar asta nu reprezenta un motiv pentru a ignora cu totul informația despre cărți; în fond și la urma urmei, asta era slujba sa. Dacă acei scriitori nu i-ar fi fost pe plac, cât succes ar fi avut emisiunea sa? Și dacă nu îl interesau cărțile, le-ar mai fi păstrat?

Diversitatea subiectelor din colecția sa de cărți era extrem de revelatoare. După cum am văzut în capitolul 8, o colecție variată de cărți, chiar dacă e vorba de una mică, reprezintă un indiciu clar cu privire la deschiderea cuiva pentru experiențe noi. Cărțile de pe raftul cuiva captează stilul intelectual general și abordarea acelei persoane. Cei cu un grad mare de deschidere au tendința să se bucure de o gândire abstractă, să aibă vederi largi, să fie creativi, plini de imaginație, cu înclinații filosofice (în fond și la urma urmei, deschiderea reprezintă factorul Leonardo). Așa că aparenta varietate a cărților de pe raft m-a făcut să îmi întăresc ușor estimarea în ceea ce privește gradul de deschidere a lui Gibson. Probabil că era un pic mai puțin deschis spre conversație decât ar putea sugera unele dintre cărțile sale.

Pe lângă subiectele în sine și varietatea acestora, putem deduce informații și din modul în care sunt aranjate cărțile. Sau, în acest caz, din modul în care nu sunt aranjate. Cărțile lui Gibson nu păreau să fie aranjate în vreo ordine anume pe rafturi. Unele stăteau pe verticală, altele erau stivuite în dezordine, iar altele stăteau pe orizontală. Nu erau aranjate după subiect, după numele autorului, după culoarea coperții, după dimensiune sau după orice alt tip de sistem observabil. Am bănuțit că Gibson se ghida după regula „cele-mai-recente-stau-deasupra“. Cotoarele lor nu erau aliniate cu grijă, dar cel puțin majoritatea cărților erau în bibliotecă, ceea ce nu se poate spune despre multe alte birouri. În calitate de cotrobăitor prin birouri, mi-am ajustat evaluarea inițială la mediu-spre-jos legată de organizare.

În acel moment, nu știam cum să evaluez cărțile în ceea ce privește interesele lui Gibson. Dacă aș fi putut să fac o scotoceală



avansată pe viu a cărților, aș fi scos mai multe cărți și le-aș fi analizat mai îndeaproape. Dacă erau răsfoite și cu colțurile îndoite sau erau imaculate, aceasta mi-ar fi spus dacă Gibson citise sau nu acele cărți. Și aș fi putut găsi alte indicii, de exemplu firimituri de briose între pagini sau notițe pe margine (care ar fi dezvăluit gândurile acestuia și mi-ar fi sugerat că se concentrase asupra sarcinii respective, dar că adoptase o atitudine relaxată față de sanctitatea cărților).

Dacă analiza mi-ar arăta că nu fuseseră citite, m-aș întreba de ce. Îmi veneau în minte mai multe posibilități. Poate că, după cum am sugerat mai devreme, cărțile se adunaseră ca parte a slujbei sale; dacă m-aș fi uitat rapid după colecții similare prin celelalte birouri (să ne amintim de Ciudățenia 5), aș fi rezolvat problema. Sau poate că Gibson chiar spera să citească acele cărți, dar nu apucase să o facă. Dacă lucrurile stăteau așa, asta ar fi dus la posibilitatea ca acesta să fie o persoană exagerat de optimistă în ceea ce privește planificarea. E posibil să fie ocupat, dar ar trebui să știe asta, iar dacă e o persoană realistă, ar trebui să își calibreze achiziția de cărți ca atare. Sau poate că are o colecție de cărți necitite în bibliotecă pentru a crea o impresie bună. Pentru a evalua asta, ar trebui să mă uit la modul în care sunt aranjate cărțile: sunt cele mai impresionante puse chiar în față unde musafirii le pot vedea (să ne amintim de Ciudățenia 4, „Ai grijă la ceea ce lipsește“)? Deși oamenii încearcă adesea să creeze astfel impresii pozitive, după cum am văzut în capitolul 6, este mult mai greu decât își poate imagina cineva să crezi această impresie falsă.

Când am comparat prima dată fotografiile din biroul lui Gibson cu cele din biroul lui Mike Barz, m-a frapat caracterul oarecum spartan al biroului lui Barz. Sugera o persoană a cărei perspectivă era mai degrabă funcțională decât estetică. Prin comparație cu Gibson, dacă Barz era pus în situația de a alege între funcționalitate și aparență, cred că ar înclina spre funcționalitate mai mult decât Gibson. „Merge? Da. Atunci îl iau. Nu, nu îmi pasă că e urât.“

Să observăm, de exemplu, urâtele dar extrem de eficientele fire de la piciorul lămpii lui Barz. Am văzut că nu prea încercase să facă acel spațiu mai plăcut ochiului. Iar biblioteca era goală, ceea ce sugera că Barz era o persoană mai concretă și mai convențională decât Gibson.

Pe biroul lui Gibson am găsit dovezi care să îmi consolideze aprecierea inițială despre stilul său de organizare. Elasticile nu erau în cutia lor, obiectele din zona biroului erau aranjate haotic, calendarul zilnic de birou nu mai fusese adus la zi de douăzeci de zile și numai câteva dintre pixuri erau în borcanul lor. Consecvent cu semnalul transmis de acest mod haotic de etalare a cărților, biroul sugera că viața acestuia nu era dominată de ordine, cel puțin în comparație cu cel al lui Mike Barz.

Însă dacă e să ne luăm după niște standarde obiective, biroul lui Gibson era într-o stare destul de bună. Aș putea afla mai multe despre el dacă aș săpa mai adânc și aș analiza motivele inerente ale lipsei sale de organizare. Poate că e dezordonat pentru că nu îi pasă de dezordine. Sau poate că îi pasă, dar nu este în stare să întrețină un sistem de organizare. Aranjarea obiectelor din biroul lui Gibson îmi sugera mai degrabă a doua variantă. Avea toate dotările — minirafturi (inclusiv cu o cutie de elastice), un calendar, un borcan de pixuri și așa mai departe — ceea ce e mai mult decât te-ai aștepta să găsești în multe birouri. Prin urmare avea ambiții organizatorice, însă pur și simplu nu le punea în aplicare așa cum o fac persoanele care sunt intrinsec ordonate. Nu este destul de punctual ca să își întoarcă în mod regulat paginile de la calendar. (O persoană strict organizată ar considera un calendar care ar arăta ziua greșită, sau, doamne-fereste, luna greșită drept un semnal de alarmă că ordinea se destramă. Astăzi, data greșită; mâine, răzmeriță pe străzi.)

Sertarul cu dosare de la birou nu era închis de tot; dacă Gibson ar fi fost într-adevăr un obsedat al ordinii nu s-ar fi putut concentra asupra a ceea ce făcea dacă un sertar pe jumătate închis se afla în câmpul său vizual. Pe pupitru avea notițe autocolante, dar



în mod semnificativ acestea nu erau la îndemână. Toate aceste obiecte sugerează că, de fapt, are aspirații organizatorice; adică înțelege valoarea faptului de a fi ordonat. Așa că nu m-ar surprinde dacă ar fi un organizator sporadic (cineva care lasă să îi scape lucrurile de sub control și se pornește să facă marea curățenie când mizeria nu mai poate fi tolerată). Am mai observat și niște cutii pe birou. În cazul în care conțineau obiecte de papetărie, acesta ar fi fost un alt indiciu asupra intențiilor nobile ale lui Gibson de a deveni un om ordonat.

Pe birou exista și o cutie poștală. În ea se afla o pălărie verde de baseball. Altminteri, era goală, ceea ce arăta că se ocupase de toate scrisorile primite. Sau poate că urmele de praf de dedesubt arătau că Gibson nu folosea deloc cutia. Având în vedere funcția actuală a cutiei (depozit de șepci), împreună cu alte dovezi, era de presupus că acea cutie poștală nu era utilizată.

Așa că ce rost avea să inventariez diversele motive de dezordine? În orice caz, rezultatul, un birou ușor dezordonat, era același. Răsplata vine când află ce ar putea prețui Gibson în alte contexte, lucruri care ar putea influența modul în care îl evaluăm. De exemplu, eram sigur că Gibson punea preț pe valoarea ordinii. Așa că dacă cineva l-ar ruga să facă ceva, să termine un raport la serviciu sau să facă ordine în garaj, ar avea sens să fie exploatată prețuirea sa pentru ordine. Persoanele care își lasă biroul în paragină pentru că nu prețuiesc ordinea vor ignora apelurile bazate pe ordine.

Nu oricine aspiră să fie o persoană organizată și nu toată lumea care dorește să fie organizată reușește asta. Putem folosi conceptul de „sine la care aspiri” pentru a ne ajuta să îi deosebim pe cei care sunt dezorganizați, dar ar vrea să nu mai fie, de cei care sunt dezorganizați, dar nu sunt deranjați de asta. Faptul că știi așa ceva te poate ajuta în interacțiunile tale de zi cu zi. De exemplu, te poate motiva să îți faci curățenie în birou când găzduiești o întrunire cu o persoană dezordonată care apreciază ordinea. O persoană căreia îi pasă prea puțin de dezordine poate prefera

o întâlnire mai relaxată, lăsată la voia întâmplării. Una dintre colegile mele intră în categoria celor cărora pur și simplu nu le pasă de dezordine. Biroul ei a fost întotdeauna o zonă de dezastru, însă, într-o bună zi, când am făcut un ușor comentariu despre starea deplorabilă a spațiului ei de lucru, mi-a spus că îl lăsase să ajungă într-un astfel de stadiu pentru că știa că avea să se mute în curând. M-a asigurat că noul ei birou avea să arate mult mai bine. Cu toate acestea nu am fost convins, pentru că îmi dădeam seama că organizarea biroului era ultimul lucru pe lista ei de priorități. Și bineînțeles că noul ei birou nu arată cu mult mai bine decât fostul.

Spre deosebire de colega mea, lui Charles Gibson chiar îi pasă de ordine. Pe măsură ce am început să alcătuiesc o imagine mai clară a acestuia, mi-am dat seama că avea o personalitate de tipul „chiar trebuie să-mi fac timp ca să termin cu asta“; cu alte cuvinte, acțiunile sale rămân în urma bunelor sale intenții. Această configurare a caracterului a fost sugerată de modul în care erau organizate cărțile și pupitrul (la o analiză mai amănunțită, cărțile poate că ar fi dezvăluit că nu fuseseră citite, dar nici nu fuseseră puse acolo ca să îi impresioneze pe ceilalți). Ce alte dovezi ar putea veni în sprijinul acestei ipoteze de lucru sau ar putea-o respinge?

De-a lungul peretelui era aliniat un rând de cutii de la băcănie, care păreau pline de dosare și hârtii. Să însemne asta că Gibson era pe punctul de a se organiza? Faptul că avea toate lucrurile acelea în cutii era un bun început, însă o persoană bine organizată ar fi găsit un loc permanent pentru acele lucruri, și poate că ar fi avut și cutii speciale pentru organizare cu etichete colorate după un anumit cod. Mulți dintre noi s-ar obișnui cu cutiile, însă cei cu tendințe de meticulozitate le vor considera ca pe ceva ce le-ar aduce aminte de toate lucrurile care nu se aflau încă acolo unde ar fi trebuit să fie.

Am mai descoperit un indiciu referitor la personalitatea „chiar trebuie să-mi fac timp ca să termin cu asta“ a lui Gibson în pozele din biroul său, și anume, în modul în care erau amplasate. Erau



două fotografii înrămate, una mare, un detaliu (după cum aveam să aflăm mai târziu) al unei fotografii pe care o avea acasă, și o alta care înfățișa o clădire de la Universitatea Princeton. Și mai interesant era că niciuna nu era atârnată pe perete. Reproducerea în detaliu era rezemată de perete, iar fotografia de la Princeton era în echilibru pe imprimantă. Pentru Gibson, așa cum se întâmplă cu mulți dintre noi, asta era de ajuns. Pentru cei cu un grad ridicat de ordonare sau pentru cei cărora le pasă realmente de estetică, nu ar fi fost de ajuns. Dacă aș fi inspectat locația eu însumi, aș fi trecut repede în revistă și alte birouri ca să mă asigur că alții își atârneră fotografiile, eliminând astfel posibilitatea că firma avea o politică împotriva cuielor din perete (să ne amintim de Ciudățenia 5).

INTENȚII BUNE CARE SFÂRȘESC PROST

Așa cum s-a văzut și în biroul lui Gibson, uneori găsim dovezi ale unor intenții care au eșuat, toate acele lucruri despre care spunem că trebuie să le facem dar, din cauza personalităților noastre, nu le mai ducem la îndeplinire. Aceste aspirații nerealizate sunt de obicei acțiuni pe care vrem să le facem: „să fim în formă“, „să ne organizăm“, „să ne găsim timp să ne relaxăm“. Un scotocitor bun poate dezgropa dovezi ale acestor promisiuni eșuate: ambalajul nedescăcut al unor ochelari de înot care adună praful în spatele biroului, orarul depășit al unor ore de gimnastică aerobică în apă, recent expiratul abonament de la sală. Organizatorii de birouri optimiști (dar nerealiști) se trădează prin intermediul unei cantități impresionante de lucruri nefolosite cumpărate de la papetărie. Acumularea de dovezi referitoare la aceste aspirații este ușoară, însă îndeplinirea lor este mai grea.

Mulți dintre noi văd în schimbarea datelor problemei, o slujbă nouă sau chiar un birou nou, o șansă de a face schimbări majore. Acum câțiva ani, când catedra de psihologie de la Universitatea din Texas s-a mutat într-o clădire nouă, am efectuat un mic sondaj pentru a vedea dacă oamenii chiar fuseseră sinceri față de aspirațiile lor. Am analizat birourile vechi înainte de mutare și birourile noi de după mutare. Astfel, cei ale căror birouri erau în paragină aveau acum o șansă să o ia de la capăt.

Îmi și imaginam colegii spunând: „Doamne, biroul acesta nou o să marcheze o nouă perioadă de organizare pentru mine“. Doar că, bineînțeles, nu s-a întâmplat așa. Prăpastia dintre aspirațiile lor și stilul de viață dictat de personalitățile lor era prea mare. Dovezile se aflau peste tot în noile birouri: dosare aranjate aiurea; cartonașele autocolante erau încă ambalate, cărțile de vizită erau îndesate la întâmplare în cutie pentru cine știe ce zi mitică în care se va găsi timp să fie aranjate alfabetic.

Nu e de mirare că impresiile pe care observatorii și le formau despre personalitățile acestora erau similare indiferent că văzuseră numai vechile birouri sau doar noile birouri. Și mă aștept ca aceste similarități să crească dacă e să comparăm aceste impresii după un an sau doi. Și asta pentru că, imediat după mutare, unii dintre ei au dat dovadă de puțin progres în ceea ce privește organizarea noilor birouri. Începuseră prin a utiliza în mod logic dosarele, etichetele și cutiile. Însă, după o vreme, lucrurile au început să o ia la vale. Mi-am închipuit din nou vocile lor: „Fir-ar să fie, nu mai am destule dosare roșii, așa că o să mă mulțumesc cu unul galben!“

Birourile nu sunt singurele mărturii ale unor aspirații eșuate. Scotocitul prin casa cuiva poate dezvălui multe semne ale unor intenții bune care au avut efectul invers. De exemplu, e posibil ca o persoană căreia îi place să se relaxeze, dar care nu și-a realizat această dorință, să-și fi făcut un depozit de lumânări parfumate, creme de masaj pentru picioare, uleiuri de baie și o listă de melodii de iPod intitulată „Sunete de alinare“, însă vei găsi borcanul de cremă aproape plin, lumânările de-abia folosite, iar melodiile



blânde vor lipsi din lista „celor mai utilizate“. E puțin probabil ca acele momente de singurătate și meditație să aibă loc din cauza presiunii continue exercitate de propriile noastre personalități și de viețile pe care ni le creăm.

Bineînțeles că o schimbare reală este posibilă, însă e greu de realizat pentru că trebuie să te confrunți atât cu predispoziția biologică inerentă, cât și cu presiunile și obligațiile zilnice. E greu să îți crezi o oră în care să te răsfeți în fiecare zi fără să schimbi prea multe în toate lucrurile pe care le faci. De aceea schimbarea de personalitate se vede cel mai bine în momentele de schimbare majoră în viață: conștiinciozitatea are tendința să crească atunci când îndatoririle de părinți și cele profesionale îți cer să sporești nivelul de responsabilitate.

Dacă luăm în considerare aspirațiile, împlinite sau nu, ne reamintim că nu putem pune, pur și simplu, un semn de egalitate între un simplu indiciu și un element de personalitate. După cum am învățat din Ciudățenia 2, indiciile își trag o parte din sens din alte indicii. Lumânările în sine nu sunt de ajuns ca să deduci că proprietarului lor îi place să se relaxeze. Un scotocitor cu un dezvoltat simț al observației trebuie să ia în considerare atât starea acestor obiecte de alinare, cât și locul unde sunt amplasate; trebuie luate în considerare și elementele înconjurătoare din baia pe care o scotocești: dacă găsești pe un raft o lumânare arsă, și dacă mai sunt și alte lumânări în aceeași stare, un borcan de săruri de baie, o mască pentru ochi, mănuși pentru exfoliere uzate și resturi de ceară prin camera de baie, toate reprezintă un indiciu că persoana respectivă pune preț pe relaxare și chiar își face timp pentru asta. Pe baza acestei dovezi se pot clădi mai multe impresii. Cum altfel se mai relaxează persoana pe care o analizezi? Ai găsit reviste de scandal despre vedete ori despre gătit, cărți despre călătorii în locuri exotice sau obiecte erotice? Trebuie menționat încă o dată că fiecare obiect oferă informații prețioase care îți pot ghida interacțiunea cu acea persoană. O scotoceală înainte de ziua Sfântului Valentin te poate ajuta să hotărăști dacă să faci rezervări

la un restaurant de patru stele sau să îți surprinzi persoana iubită cu o călătorie în Zanzibar.

PORTRETUL LUI CHARLES

Să ne întoarcem la biroul lui Charles Gibson. Am căutat indicii referitoare la valorile sale și la identitatea sa pornind de la fotografiile aflate în birou. Dintre toate imaginile pe care și le-ar fi putut alege, de ce le selectase tocmai pe acelea? Poza cu Princeton rezemată de imprimantă era interesantă deoarece mai existau împrejur și alte suvenire de la Princeton, inclusiv un tigru de pluș. Am presupus că această etalare însemna că această universitate de elită reprezenta fosta școală a lui Gibson și am încercat să formulez ipoteze despre el pe baza mărcilor de identitate referitoare la apartenența la o asemenea universitate de elită. Însă după cum am menționat mai devreme (țineți minte pescărușul lui Stephanie), un scotocitor bun trebuie să fie sigur de proveniența obiectelor înainte să tragă concluzii. Poate că fiica sa era studentă la Princeton; poate că vreun musafir al emisiunii îi oferise acea fotografie lui Gibson.

Alte informații îmi spuneau că Gibson însuși se prelua de prestigiul universității Princeton. Când am urmărit mai târziu emisiunea cu partea în care apăream și eu, acesta a făcut de două ori referire la perioada petrecută la Princeton. Și mai interesant totuși a fost faptul că amintirile sale clare despre acea experiență continuă să fie integrate în ceea ce simte el că este. Nu există prea mulți bărbați maturi (Charles Gibson are vreo șaiszeci de ani) care să își facă în continuare reclamă cu facultatea pe care au absolvit-o. Evident că era mândru că fusese la Princeton și acest amănunt îmi ascuțise antenele de scotocitor. Ce avea acea experiență atât de deosebit — statutul superior, standardele academice superioare



sau pur și simplu atașamentul față de o perioadă de tranziție neobișnuit de importantă — încât merită să mențină această legătură? Dacă așa fi ajuns să-l cunosc mai bine pe Gibson, mi-ar fi plăcut să fac o incursiune în trecutul său de student de elită, legat desigur de personalitatea sa.

Asemenea lui Gibson, fiecare dintre noi integrează legături ca acestea în ceea ce considerăm a fi sinele nostru autentic. În orașul meu adoptiv, Austin, foarte mulți oameni se mândresc cu faptul că sunt texani și își comunică entuziast acest motiv de mândrie prin intermediul autocolantelor de pe mașini, prin steaguri, tricouri, nume de magazine, îmbrăcăminte și tatuaje; într-adevăr, un vizitator a remarcat că nu mai fusese în niciun stat american unde să îți se reamintească atât de des unde te afli. Aveți deci grijă și la aceste tipuri de indicii; în birourile pe care le-am cercetat existau foarte multe legături simbolice cu momente, locuri și grupuri din trecut. Într-un birou, un steguleț maghiar fusese lipit de peretele de deasupra pupitrului; în altul, o sferă de cristal cu trei simboluri grecești anunța apartenența la o organizație studentească de fete.

De asemenea, pe peretele lui Gibson, deasupra imprimantei, era o hartă a unei țări străine. Cercetarea noastră arată că oamenii cu interese variate tind să dețină hărți, ceea ce reprezintă un indiciu pentru cineva cu o minte deschisă. Însă în acest caz nu era clar dacă harta se afla acolo ca să satisfacă curiozitatea intelectuală a lui Gibson: era lipită chiar lângă imprimantă, unde putea fi consultată foarte ușor (mai degrabă decât într-un loc care favoriza statul jos relaxat și pierderea în visare, contemplând toate posibilitățile și bucuria pe care călătoria în acel loc le putea aduce). Această amplasare părea să indice faptul că harta se afla acolo din motive de serviciu, poate pentru că Gibson trebuia să controleze geografia acelei regiuni pentru o anumită ediție a emisiunii sale. Dacă lucrurile stăteau așa, asta putea să îngroape indiciul de diagnosticare a unei minți deschise. Evident, harta era a Afghanistanului, țară care la vremea respectivă apărea peste tot în

știri; Gibson este un om de știri și trebuia să cunoască așezarea locurilor despre care relatează.

Obiectele de artă ofereau de asemenea indicii care completeau impresiile pe care mi le făcusem după ce văzusem cărțile din biroul lui Gibson. Tablourile erau destul de neobișnuite, însă erau reproduceri, nu originale. Asta sugerează un interes pentru artă și un grad ușor ridicat în ceea ce privește deschiderea sa. Însă în mare parte, pereții din biroul lui Gibson erau goi, ceea ce mă aduce la o față fundamentală a cotrobăitului: este important să fii atent nu doar la ce există în încăperea, ci și la ceea ce lipsește, un perete gol, un pervaz gol sau o poliță de deasupra șemineului fără fotografii.

Atunci când cântărești semnificația unui perete gol sau a unei suprafețe de deasupra unui fișet, uitați-vă împrejur la alte spații similare care vă pot servi drept standard imediat de evaluare. Într-unul din birourile la care ne-am uitat, am văzut patru vederi pe perete împreună cu câteva abțibilduri și câteva postere. Dacă ar fi fost vorba despre un birou de la o bancă comercială, s-ar fi numărat printre cele mai ornate locuri pe care le-am fi evaluat; însă se afla în imobilul care adăpostea agenția de publicitate, așa încât decorul părea extrem de sărăcăcios prin comparație cu decorațiunile extinse și elaborate din birourile vecine.

MIKE BARZ: SEDIMENTUL SENTIMENTULUI

Când am comparat arta din biroul lui Gibson cu cea din biroul corespondent al lui Mike Barz, o trăsătură a decorului le distingea: prezența fotografiilor de familie. Biroul lui Barz era decorat cu fotografii ale sale cu copiii și soția. Să facem o distincție între modul în care era aranjat biroul lui Barz față de cel al lui Gibson, unde nu se afla nicio fotografie de familie. Asta mi-a sugerat că



Barz întreține mai puțină distanță între personalitatea sa de la serviciu și cea de acasă.

Unul dintre cele mai interesante lucruri pe care le-am văzut în biroul lui Barz a fost modul în care își aranjase fotografiile. Pe pervaz se aflau mai multe poze de familie frumos înrămate în care toată lumea zâmbea frumos. Însă cine se presupunea că vede acele fotografii? De la biroul său, Barz ar fi trebuit să se întoarcă să le vadă; însă un musafir care ar fi stat în fața lui Barz îl vedea încadrat de fotografiile soției și copiilor săi pe fundal. Acestea sunt mărci clasice de identitate îndreptate către ceilalți. Barz ne povestește astfel nu numai despre valorile sale, ci ne oferă și o viziune asupra vieții sale personale, ceea ce ne sugerează o graniță mai permeabilă între familia sa și viața sa de la serviciu.

Cu toate acestea, nu toate fotografiile erau pentru beneficiul celorlalți. Pe panoul din stânga sa, Barz mai afișase și vreo duzină de poze cu copiii săi; acestea erau puse în coloană pe verticală, fixate în pioane de-a lungul marginii din dreapta panoului, dezechilibrând ușor perspectiva. Cum se putea explica acest aspect neobișnuit? Mi-am dat seama că Barz pusese fotografiile acolo ca să le poată vedea în timp ce lucra. Și asta mi-a spus ceva important despre Barz și anume că este un „degustător“. Care însă nu este înfometat după mâncare, ci după legătura cu familia sa. Fotografiile reprezintă o „gustare socială“ care îl potolesc până când acesta poate relua legătura concretă cu persoanele iubite.

Wendi Gardner, profesor la Universitatea Northwestern, a studiat „gustarea socială“ și a oferit dovezi convingătoare care să sugereze că aceste degustări psihologice, fotografiile din portofel, scrisorile către iubiți, atenuează durerea depărtării de cei dragi. Într-o serie de studii inteligente, Gardner și colaboratorul său au rugat un grup dintre participanții la cercetare să aducă fotografia unui prieten și un alt grup să aducă fotografia celebrității lor favorite. Participanții au așezat fotografiile pe birou în fața lor și au fost apoi rugați să își aducă aminte cât mai în detaliu de o experiență când au fost respinși de alții. Evident că atunci când

faci un astfel de exercițiu te simți prost, și asta este exact ceea ce s-a întâmplat în cazul celor care aveau în față fotografia unei celebrități. Însă cei care se uitau la fotografia unui prieten nu au trecut prin aceeași stare proastă. Gardner a arătat că acest efect-tampon al „degustării sociale“ este specific sentimentelor de a fi despărțiți de ceilalți.

Când a făcut același experiment cerându-le însă oamenilor să își aducă aminte de un eșec în locul unei respingeri, toți participanții s-au simțit la fel de prost, indiferent dacă aveau sau nu în față fotografia cu celebrități sau prieteni. Aceste efecte pot explica de ce, potrivit lui Gardner, aproape 85% dintre adulți au fotografiile sau suvenire ale celor dragi pe birou sau în portofel. Și acesta e un lucru bun pentru că singurătatea a fost legată de multe probleme de sănătate, de la un somn prost și boli cardiovasculare până la sisteme imunitare compromise și hipertensiune arterială. Suvenire cum ar fi fotografiile, verighetele sau e-mailurile de la partenerii intimi pot reduce izolarea și pot spori starea de bine și productivitatea.

În biroul lui Barz, fiecare fotografie și fiecare poster înfățișa câte o persoană. Acest lucru sugerează faptul că el era o persoană extrovertită. Introversii tind să expună mai puține poze cu diverși oameni. Aceștia se mulțumesc cu un peisaj liniștit sau cu o natură moartă. În cazul în care introverșii expun portrete, acestea aparțin adesea unor persoane calme și relaxate. O studentă de-a mea, introvertită, își decorase pereții cu poze reprezentând uși. Sunt o persoană relativ extrovertită și cât m-am aflat în biroul ei m-am tot uitat la acele uși, aproape așteptând pe cineva să iasă pe vreuna dintre ele. (Extraversii sunt atât de atrași de alți oameni, încât e mai probabil ca aceștia, și nu introverșii, să prefere muzica vocală.) Alte dovezi care susțineau extraversia lui Barz erau scaunul confortabil și canapeaua cu pernuțe. Deși nu este o strategie conștientă, după cum am văzut în capitolul 8, o aranjare primitoare a unui birou este concepută implicit ca să încurajeze lumea să intre și să zăbovească acolo.



Fotografiile din biroul lui Barz și modul în care erau aranjate sugerează că acesta este preocupat în special de legăturile sociale. Oamenii sunt diferiți în ceea ce privește această „nevoie de apartenență“, însă cu toții o avem într-o oarecare măsură. Fiind o specie sociabilă, suntem de multă vreme dependenți de grupurile în care trăim pentru a beneficia de lucruri care variază de la protecția oferită de cei mulți (și numărul mare de ochi vigilenți) până la eficiența mersului în grup la vânatoare. Astfel, în trecutul nostru evolutiv am avut nevoie de un mecanism care să asigure că indivizii stăteau aproape unul de altul; fără o coeziune a grupului, oamenii (sau zebrele, sau hienele) s-ar fi putut rătăci, reducând integritatea grupului și lăsându-și membrii lipsiți de protecție.

Strămoșii noștri se simțeau nevoiți să stea împreună. Cei care nu o făceau fie piereau, fie deveneau strămoșii unei specii solitare. Mecanismul care îi ținea la un loc nu făcea parte dintr-o strategie conștientă; pur și simplu, se simțeau mai bine în grupuri decât atunci când erau singuri. Se poate observa ceva asemănător dacă urmăriți o pereche de rațe care înoată în liniște într-un iaz; una se dă puțin la o parte, poate ca să urmărească vreo insectă, însă mai devreme sau mai târziu cealaltă se va apropia. În timp ce înoată, pornesc un fel de dans care le menține apropierea: uneori una conduce și cealaltă o urmează, alteori rolurile se schimbă. Să descrii așa ceva ca „dragoste“ ar fi antropomorfic, însă la un nivel de bază putem presupune că rațele se simt mai bine când sunt aproape una de cealaltă decât atunci când sunt separate.

Asemenea rațelor, acei strămoși ai noștri care au stat împreună de-a lungul timpului au acumulat avantajele locuitului împreună. Aceștia au supraviețuit transmițându-și genele mie și ție. Rezultatul a fost că, în general, nouă, oamenilor, ne place să fim cu alții și să interacționăm. Chiar dacă oamenii sunt mai sociabili decât caracatițele și urangutanii (care sunt specii solitare), există totuși diferențe mari între membrii speciei umane. Pentru unii dintre noi, a fi singur, chiar și pentru o scurtă perioadă de vreme, este de

nesuportat; însă pentru alții, o săptămână sau două fără contact uman pare un lucru bun.

Evident că această nevoie de afiliere se asociază cu extraversia: cei cu un grad ridicat de extraversie au tendința să fie mai sociabili și să le placă să interacționeze cu lumea, au mai mulți prieteni apropiați și o viață socială mai activă decât cei cu un grad scăzut al acestei nevoi. De asemenea, aceștia au tendința de a avea un grad mai ridicat de agreabilitate și dezvăluie mai multe despre sine (am observat această diferență dintre Barz și Gibson, chiar din timpul scurtei noastre întrevederi). Și, ceea ce e cel mai important, oamenii cu un grad ridicat al nevoii de afiliere sunt mai nefericiți când sunt singuri decât cei cu un grad scăzut al dorinței de grupare. Să ne amintim din capitolul 5 că, potrivit analizei făcute de David Winter discursului inaugural, George W. Bush are un grad ridicat al acestei nevoi. În general, oameni ca Barz, cu o nevoie mare de afiliere, sunt mai dependenți de alții decât cei care au un grad scăzut al acesteia.

Nevoia de a fi însoțit de alții se hrănește dintr-o trebuință mai specifică, aceea de apartenență, care a fost studiată în amănunt de Mark Leary de la Universitatea Duke. Acesta a descoperit că cei care simt o nevoie puternică de apartenență formează legături sociale cu ușurință și sunt reticenți la ruperea legăturilor, chiar dacă acele legături nu mai sunt necesare sau le provoacă durere. Aceștia sunt și cei care suferă mai mult decât alții atunci când se termină o relație. E mai probabil ca aceste persoane să participe la ritualuri de salut, le place să interacționeze numai de dragul interacțiunii, chiar și atunci când nu există un scop real („Am trecut doar ca să te salut“), și își petrec foarte mult timp gândindu-se la relațiile lor. Oamenii cu o nevoie puternică de apartenență sunt de asemenea extrem de atenți la indiciile sociale. Așa că pe baza dovezilor din birourile lor, ghiciți care dintre Barz și Gibson s-a uitat la mine când am dat mâna și care s-a uitat în altă parte. Dacă acum vi se pare ușor, asta e pentru că ați ajuns un expert în cotrobăit. Barz m-a privit, iar Gibson s-a uitat în altă parte.



* * *

Majoritatea oamenilor pe care i-am analizat până acum, cum ar fi Charles Gibson, Mike Barz și locatarii căminelor din studiul meu, moșteniseră spațiile pe care le decoraseră. Li s-a dat o cutie standard și au făcut cu aceasta ce au putut și ce i-a obligat personalitatea fiecăruia. Ce s-ar fi întâmplat dacă ar fi putut începe totul de la zero, meșteșugindu-și parametrii de bază ai spațiului mai degrabă decât să schimbe ceea ce a lăsat în urmă un locatar anterior sau un arhitect? Ce ar fi dacă, în loc să încercăm să schimbăm un loc pentru a-l face să se potrivească cu personalitatea locatarului, am începe prin a încerca să aflăm cum e locatarul, și apoi am concepe un spațiu care să se potrivească cu personalitatea lui? Această ipoteză interesantă este subiectul următorului capitol.

Capitolul 11

O casă pe măsura ta

Nu există multe aparate electrocasnice pentru bucătărie care să inspire un fotograf, însă, nu o dată, musafirii care au venit în apartamentul meu au fost suficient de amuzați de ceea ce au găsit în frigiderul meu încât să își folosească aparatul foto de la telefoanele mobile. În frigider nu există bucăți de corp uman scabroase sau vinuri rare; ceea ce atrage atenția este modul ciudat în care sunt aranjate lucrurile dinăuntru. Când deschizi ușa, te afli față în față cu niște regimente de băutură. Pe raftul de jos găsești bere și băuturi acidulate de mai multe feluri, care se întind pe rânduri perfecte până în fund. Pe următorul raft se află băuturile pentru amestecul de cocktailuri: sticlucă de apă tonică, sifon, bere din ghimbir, suc de roșii și suc de portocale. Raftul de sus adăpostește apă îmbuteliată, Red Bull, limonadă scumpă și bere Guinness. Acest raft nu este umplut până la capăt cu băutură pentru că trebuie să las măcar jumătate pentru toate celelalte lucruri pe care lumea le depozitează de obicei în frigidere. Ușile compartimentelor sunt pline de vin, șampanie, cidru, sticle mari de apă și bere de rezervă.

Băuturile nu sunt doar de expoziție. Le consum împreună cu oaspeții mei. Însă rafturile sunt rareori prost aprovizionate deoarece chiar lângă frigider se află un dulap mare care conține rezerva mea de provizii, gata mereu să refacă plinul în caz de urgență. Ofer o băutură oricui în mod normal și afișez o mină calmă, aparent netulburat de rândul de sticle de bere din ghimbir din care lipsește una; însă de îndată ce oaspetele se duce la baie,

mă duc drept la dulapul cu provizii ca să refac echilibrul băuturilor din frigider. Ce e ciudat este că tendințele mele obsesiv-compulsive se opresc la ușa frigiderului. De obicei, biroul meu este mereu dezordonat, iar organizarea obiectelor din dulapul din baie este dată doar de ordinea în care au fost înghesuite acolo. Așa că frigiderul m-a uimit dintotdeauna.

Nici chiar cotrobăiala pe care am făcut-o în timpul cercetărilor și scrierii acestei cărți nu a făcut lumină asupra acestui comportament ciudat al meu în ceea ce privește băuturile. Abia când l-am întâlnit pe Chris Travis am început să dau de cap acestui mister al micuțului meu univers înghețat. Datorită lui Travis am învățat cum nevoile unice pe care încercăm să le satisfacem cu spațiile noastre fizice sunt puternic înrădăcinate în experiențele noastre trecute.

Travis, un constructor și designer care este și directorul unei firme de arhitectură, mă contactase când a aflat despre cercetările mele din domeniul cotrobăitului, deoarece recunoscuse legăturile dintre munca sa și cercetările mele. Mă interesează modul în care personalitățile oamenilor își lasă amprenta pe spațiile pe care le ocupă, iar el este interesat de crearea unor case care să se potrivească perfect cu personalitățile clienților săi.

În curând aveam să descopăr că Travis nu era un constructor obișnuit. În ultimii doisprezece ani acesta a dezvoltat un sistem inovator pe care îl numește atelierul „Casei adevărate“, care ajută oamenii să își identifice legăturile psihologice și emoționale cu anumite locuri și care să integreze acele asocieri în designul caselor lor. Într-un fel, Travis duce până la ultimele consecințe procesele pe care le-am studiat: mărci de identitate, factori de reglare a sentimentelor și reziduuri comportamentale. Mă uit la modul în care oamenii imprimă spațiilor lor amprente deliberate sau involuntare a ceea ce sunt ei, afișând postere, punând muzică suavă de jazz, lăsând reviste împrăștiate pe podea. Însă Travis aduce totul la un alt nivel. Acesta nu așteaptă până când oamenii se mută într-un loc nou și apoi folosesc postere, muzică și reviste

pentru a-și strecura personalitățile între ziduri. El ia în calcul personalitățile oamenilor suficient de devreme în procesul de design încât să poată ridica o casă care se potrivește locatarilor săi și nu invers. Această tehnică necesită scoaterea la iveală a legăturilor psihologice dintre oameni și spațiile lor, aspecte care nu sunt examinate în mod obișnuit, dar care ar putea clarifica motivul pentru care unii oamenii fac provizii de băutură; și, într-adevăr, Travis însuși și-a dat seama întâmplător de faptul că sentimentele noastre legate de spații sunt bine înrădăcinate în trecut.

ADEVĂRATA TA CASĂ

Era iarna anului 1992 iar Travis se cam săturase de viața de până atunci. După câteva investiții antreprenoriale dezastruoase, inclusiv după o fraudă și o trădare din partea unui membru al propriei familii, a dat faliment. În acel moment, s-a hotărât să recurgă la ceea ce se pricepea cel mai bine: să renoveze case vechi. Și-a ales ca bază de operare un orașel din centrul Texasului, numit Round Top. Resimțind încă pierderile suferite și departe de familie, pe care încerca să o susțină, Travis avea toate motivele să fie deprimat. Totuși, într-o seară, pe când cânta la chitară într-un balansoar de pe veranda unei case pe care o restaura, s-a mirat să se trezească copleșit de un sentiment de căldură, bine și liniște.

Travis este o persoană reflexivă, așa că a început să se gândească intuitiv la originile acestei neașteptate stări de spirit. Și-a permis să își asocieze sentimentele actuale cu experiențe mai vechi. Nu a trecut multă vreme și și-a adus aminte de casa străbunicului său, unde Travis, mama sa și sora sa își găsiseră refugiul în vremuri grele. Și-a adus aminte cum stătea pe genunchii străbunicului său în timp ce acesta se legăna în balansoar fredonând o melodie. Acum, cu peste trei decenii mai târziu, când se



legăna în balansoarul de pe veranda din Round Top, Travis se simțea legat de această perioadă timpurie a vieții sale, când s-a simțit iubit și apreciat. Această revelație despre legătura dintre sentimentele sale actuale și cele dintr-o amintire fericită din copilărie au grăbit revelația lui Travis. I-a fost clar că toți dezvoltăm asocieri emoționale față de aceste locuri, ceea ce ne afectează modul în care reacționăm mai încolo la mediul înconjurător. Drept urmare, bunăstarea noastră emoțională pe termen lung poate fi extrem de afectată de cât de bine mediul nostru înconjurător se potrivește cu nevoile noastre emoționale.

Exista vreo cale, se întreba Travis, de a include nevoile psihologice ale oamenilor în proiectul caselor lor? Pentru mai mult de un deceniu, potrivirea nevoilor cu designul a devenit scopul de căpătâi al proiectului său „Adevărata casă”. Metoda lui Travis merge dincolo de abordarea tradițională întrebare-răspuns din care arhitectul ar putea afla dorințele clientului, de exemplu, dacă „îi plac copacii”. Sistemul „Adevărata casă” poate afla mai mult decât atât: anume, de ce îi plac copacii. Poate pentru că îi permit să se izoleze sau pentru că îi place sunetul vântului suflând printre frunze, sau pentru că îi amintesc de casa în care a copilărit. Ori-care dintre aceste motive sugerează o soluție de arhitectură diferită.

Metoda „Adevărata casă” se concentrează mai mult pe unele nivele decât pe altele din cadrul sistemului cu trei straturi al lui Dan McAdams folosit pentru descrierea personalității. Să ne amintim că trăsăturile primului nivel, cum ar fi sociabilitatea și curiozitatea, sunt cele mai superficiale. Apoi, pe măsură ce cunoaștem mai bine oamenii, aflăm care sunt lucrurile care îi preocupă personal (Nivelul 2) și putem chiar întrezări care sunt personalitățile acestora (Nivelul 3), poveștile pe care le spun despre sine pentru a da sens vieților lor. Sistemul lui Travis accesează ceva mult mai profund decât trăsăturile de la Nivelul 1 al lui McAdams: atinge conceptele de la Nivelul 2, cum ar fi rolurile, idealurile și valorile, și chiar se referă la chestiuni mai profunde, de identitate (Nivelul 3).

Într-unul dintre exerciții, Travis își încurajează clienții să facă o listă cu „elemente de mobilier care te urmăresc pe parcursul vieții“. Toată lumea are așa ceva. Acestea pot fi lucruri simple, ca de pildă un poster mototolit al unui concert, sau pline de sens, cum ar fi de exemplu „un cufăr cu lucruri prețioase moștenite de la vreun bunic“. Albume cu poze din vacanțe sau concedii sunt astfel de „elemente speciale“, la fel și medaliile sau premiile, icoanele religioase, instrumentele vechi, semne din tabere sau accesoriile de cowboy. În dormitor am o măsuță care se afla în holul casei în care mă născusem, o lampă făcută de mama din rășini industriale și o pereche de cizme de lucru vechi de-ale mele. „Elementele speciale de mobilier“ sunt lucruri simbolice care ne leagă de trecutul nostru și care mențin continuitatea în prezent și către un viitor proiectat. Așa că dacă Travis mi-ar proiecta o casă, pe lângă sondarea asocierii mele emoționale cu obiectele, acesta s-ar asigura să întreprindă măsuri pentru a obține dimensiunile exacte ale măsuței și lămpii, astfel încât acestea să aibă o pondere importantă în planuri.

Când am intrat în biroul lui Travis și m-am uitat la unele din planurile sale, am văzut imediat cât de diferită este abordarea sa a spațiilor de locuit în raport cu cea a unui arhitect convențional. Dacă un arhitect convențional ar fi folosit etichete de tipul cameră de familie, veranda din spate și dormitor matrimonial, etichetele lui Travis denotă sentimente pe care anumite părți din spațiu le trezesc proprietarilor. Aici, bucătăria era numită „căldură și companie“, zona de luat masa — „prietenie“, cămara — „abundență“, baia matrimonială — „reîntinerire“, zona de spălat — „productivitate“, camera armelor — „siguranță și aventură“, veranda din spate — „prietenie“, veranda din față — „comunitate“, sufrageria — „relaxare și familie“, iar dormitorul matrimonial — „intimitate, pasiune și meditație“.

Bineînțeles că denumirile lui Travis sunt personalizate pentru fiecare client. Așa că pe un plan peste care m-am uitat, spațiile aveau cu totul și cu totul alte etichete: bucătăria era „central și



funcțional“, veranda din spate — „o invitație către vederi frumoase“, iar dormitorul matrimonial — „adăpostul liniștit“. Era clar că Travis nu vedea casele doar ca locuri în care să mănânci, să dormi și să muncești; mai degrabă, acesta se uită la cum ar putea ajuta în a oferi sentimente de siguranță, un statut social și senzația de confort.

Cazul clienților săi Jenni și Sanjay este o bună ilustrare a felului în care Travis reușește să traducă perspectiva psihologică în proiectare. Când s-a întâlnit pentru prima oară cu acest cuplu, ei se certau îngrozitor în legătură cu designul noului lor cămin. Totul venea, se pare, din faptul că Sanjay își dorea să aibă în casă un beci, iar Jenni avea ceea ce părea să fie o reacție irațională la asta. Ajuseseră într-un punct mort până când Travis a început să le analizeze asociațiile pe care le făceau cu beciul. Jenni reacționa negativ la spațiile închise, cum ar fi dulapurile și camerele mici și curând a fost clar că suferea de claustrofobie; în mod ciudat, nici ea și nici Sanjay nu își dăduseră seama de asta, deși ori de câte ori trebuia să umble în șifonier realmente își ținea respirația. Când cuplul a completat exercițiul „Familia mea“, a ieșit la iveală faptul că șifonierele fuseseră parte din niște experiențe traumatizante pe care Jenni le suferise în copilărie.

După cum explică Travis: „Nu numai că nu suporta întunericul și spațiile închise, însă lua și dorința soțului său pentru astfel de spații ca pe o dovadă a faptului că nu îi păsa de ea și nu îi aprecia nevoile. În ochii ei, acesta încerca să o oblige să retrăiască acea traumă“. Acest impas aducea o ruptură majoră în căsnicia celor doi. În momentul în care Jenni și Sanjay și-au dat seama de rădăcinile psihologice ale conflictului lor, au putut să găsească și o soluție de proiectare. Travis a inclus multe șifoniere mai puțin adânci, dar ample și a dotat casa cu foarte multe ferestre. Și a proiectat un spațiu în care Jenni să se poată înconjura de propriile sale „obiecte speciale de mobilier“, astfel încât să se simtă în siguranță. Nevoia lui Sanjay pentru un spațiu personal în care să stea și să meșterească a fost împlinită printr-o verandă mare care îi

amintea de vremurile pline de dragoste petrecute cu mama sa în copilărie.

LUCRURI INTIME DE CARE NU VREM SĂ ȘTIM

Ceva ce face succesul lui Travis atât de interesant este faptul că clienții săi pornesc fără să știe prea multe despre trăsăturile specifice pe care le caută sau chiar despre cum arată casa pe care și-o doresc. Însă ceea ce este uluitor este faptul că unii clienți, chiar dacă au făcut exercițiile și au găsit un proiect care să fie în conformitate cu nevoile lor profunde, acceptă cu greu originile psihologice ale preferințelor lor în ceea ce privește arhitectura.

Înainte de călătoria la Round Top, Travis mă prevenise că unii dintre clienții săi erau reticenți să își recunoască legăturile. „Ceea ce am învățat făcând asta este că lumea nu vrea să afle în general că subconștientul le dictează hotărârile. Pe cei mai mulți îi înspăimântă și îi face să nu se simtă siguri pe ei. Așa că au tendința să reprime unele dintre cele mai palpitante părți.“ Am fost uluit. După ce au trecut prin toate acele exerciții, cum se face că nu văd legăturile dintre experiențele emoționale și proiectul casei? Cu toate acestea, când l-am întâlnit pe Travis, mi s-a confirmat ce mi-a spus. Clienții recunoșteau că procesul îi ajutase să creeze un loc care li se potrivea perfect, însă când am vrut să aflăm din ce motive, răspunsurile lor erau tipic superficiale. „Pur și simplu, îmi plac“, a spus Virginia, o clientă, când am întrebat-o în legătură cu anticlitățile care îi umpleau casa. (Mi-am amintit de Stephanie, căreia „pur și simplu îi plăcea“ pescărușul care atârna de tavanul ei.) Chiar și atunci când am insistat puțin, întrebând-o pe Virginia de ce îi plăceau, ea n-a vrut să meargă mai departe; în schimb a oferit alte explicații superficiale: „Păi, mi-au plăcut mereu anticlitățile, poate și din cauza formației mele în domeniul artei“.



Însă legăturile emoționale erau clar prezente, iar Travis își cam dăduse seama de unde venea acel gust pentru antichități. În timp ce făceam un tur al bucătăriei Virginiei, acesta a arătat spre o targă veche, peste care ea pusese o masă mare pentru tăiat carnea, creând un spațiu de lucru ingenios. Îi aparținuse răposatului soț al Virginiei, care fusese doctor, iar Travis credea că reprezenta o legătură emoțională semnificativă cu acesta. Însă Virginia i-a respins foarte repede această interpretare. „A, folosea chestia aia doar pentru cutii de vopsele.“ Râse, respingând toate prostiile astea psihologice cu un gest din mână. Însă în timp ce făcea asta, fața i se aprinsese de emoție și preț de o clipă păruse pe punctul de a izbucni în plâns. Acea targă însemna mult mai mult decât voia ea să spună, și poate chiar mai mult decât își dădea seama. Travis glumește când se autodefinește drept „croitor psiho-ecolog“, însă de fapt chiar asta este.

CUM SĂ ÎȚI REMODELEZI PARTENERUL DE VIAȚĂ

Într-o relație de zi cu zi în care oferi dar și primești, chiar și în cuplurile cu state vechi se întâmplă să mai uiți ce-i place sau ce-i displace partenerului. În munca noastră de cotrobăială, interpretarea spațiilor comune este una dintre cele mai mari provocări pentru că este extrem de greu să îți dai seama cine este responsabil pentru diversele „amprente“. Oare tabloul acela oribil din sufragerie reflectă gustul lui sau al ei? Sau poate că este doar rezultatul unui compromis nefericit care nu îi convine prea mult niciunuia dintre ei. Așa că atunci când cotrobăiesc împreună cu colegii mei, căutăm un loc, ca de pildă camera de lucru sau beciul, care este de obicei doar domeniul uneia dintre persoane. Și Travis se află în căutarea unei imagini fidele a preferințelor, valorilor și idealurilor individuale, astfel că, pe parcursul procesului de proiectare,

acesta interzice cu strictețe orice șantaj emoțional sau persuasiune amicală.

Când Travis are de-a face cu un cuplu sau cu o familie, ia în considerare modul în care mediul înconjurător le afectează interacțiunile. Scopul său este acela de a se concentra asupra zonelor din locuință unde (așa cum se afirmă în exercițiul său „Cum să îți remodelezi partenerul de viață“) „observi că partenerul tău devine extrem de enervant“. O nevastă vede dezordine și crede că soțul ei este un leneș; nu vede că are nevoie de un șifonier mai mare pentru că nu are unde să își depoziteze lucrurile. Travis observă că aceste „incompatibilități minore“ semnaleză de obicei un conflict care durează de ani de zile. Însă majoritatea oamenilor nu văd mediul ca pe o parte a „sistemului“ care contribuie la interacțiunile negative.

Adesea există o soluție arhitecturală, uneori una chiar foarte simplă, care poate sparge ciclul negativ. Un soț deranjat de zgomotul oalelor trântite în timp ce se uită la televizor la meciul de fotbal se poate gândi: „Nu îi pasă ce e important pentru mine“. Soția e de părere că soțul ei este o maimuță lipsită de sensibilitate atunci când se plânge de zgomotul oalelor, aducându-i mânăoasă aminte că nu face decât să îi pregătească cina, iar lucrurile iau din acel moment o întorsătură negativă. Conflictul însă se poate rezolva mutând pur și simplu spațiul de vizionare a meciului mai departe de bucătărie. Pentru partenerul ordonat, care se simte agasat de dezordine, dar și pentru celălalt, care se simte criticat pentru că este dezordonat, soluțiile unor astfel de probleme pot fi la fel de simple ca proiectarea unor șifoniere și elemente de baie separate. Travis subliniază că e mult mai simplu să ne schimbăm spațiul de locuit decât să schimbăm comportamentul partenerului de viață.

Travis aplică aceleași principii și asocierilor pozitive. Caută comportamente de atașament și se asigură că noile case includ spații care să permită ca acest lucru să se întâmple. Le cere clienților să se gândească la programul lor de zi cu zi și la ritualurile care le întăresc intimitatea. Pentru multe cupluri, romantismul



este un ritual în care au loc legături puternice, așa că un duș pentru două persoane, căzi de baie și dormitoare matrimoniale departe de camerele copiilor sunt soluții adecvate de design. Însă pentru mulți alții, un gest simplu, cum este băutul împreună al cafelei de dimineață, este un mod important de a crea legături, așa că Travis include în plan o cameră pentru micul dejun sau un bar pentru cafea în dormitorul matrimonial. Dacă ritualul prin care se creează legături este statul împreună pe verandă sau pe terasă seara, Travis lucrează cu acel cuplu pentru a defini exact tipul de spațiu și de vedere care le întrunește cel mai bine nevoile.

PROPRIA MEA CUTIE MISTERIOASĂ

Am început această carte cu o „cutie misterioasă“ care a declanșat cercetarea legăturilor dintre oamenii și mediile lor înconjurătoare. Cu toate acestea, abia când l-am întâlnit pe Chris Travis am început să rezolv problema cutiei mele misterioase, adică a frigiderului meu. Pe măsură ce mă gândeam la modul în care Travis și clienții săi răspundeau cu amintiri despre casele părinților sau bunicilor lor, mintea mi-a luat-o razna întorcându-mă în timp pe vremea propriilor mele experiențe la casa bunicii. Mi-am amintit de verile în care mă jucam în grădină cu fratele meu; ori de câte ori aveam chef, dădeam năvală în sufragerie, mergeam la dulapul cu băuturi și înșfăcam o sticlă de apă tonică sau de suc de lămâie. Faptul că nu trebuia să ne stăpânim setea era ceea ce ne făcea să ne simțim bine, mai ales că marea fântână de apă tonică nu părea să sece vreodată. Asta poate să nu pară ceva extravagant sau luxos pentru cititorii contemporani, dar părinții mei au crescut în Anglia în perioada raționalizării severe a celui de-al Doilea Război Mondial, când consumul în exces (sau chiar potolirea setei) erau descurajate. Nu eram săraci, însă tatăl meu era celebru pentru

faptul că adăuga lapte în ketchup (cel puțin la noi în casă) ori de câte ori era pe terminate ca să putem extrage până la ultima picătură prețiosul aur cu gust de roșii. Modul în care atât eu cât și fratele meu puteam prăda ascunzătoarea cu băuturi a bunicii ne părea cel mai mare răsfăț.

Acum, ca adult, fără să îmi dau seama, mi-am recreat propriul izvor fără fund de cocktailuri. Dacă ar trebui să proiectez o casă cu ajutorul unui arhitect convențional, mă îndoiesc că m-aș gândi să menționez această nevoie bine înrădăcinată de abundență. Însă sunt sigur că aș fi ieșit la liman cu sondarea expertă a lui Travis. Și sunt sigur că acesta ar fi conceput o soluție extraordinară, poate chiar propriul meu frigider cu ușa din sticlă pentru cocktailuri și un dulap de depozitare care să se potrivească cu frigiderul astfel încât să pot admira șirul de băuturi și să mă pot relaxa știind că am la îndemână destulă apă tonică încât să mă pot descurca în cazul unei epidemii de malarie.

Munca lui Travis oferă cotrobăitorilor o dimensiune suplimentară. Sigur, nu oricine va putea avea o casă proiectată după gustul său și nici nu va putea aduce la suprafață asociații inconștiente pe parcursul proiectării propriei locuințe. Dar multe dintre aceste legături implicite se vor exprima cumva în spațiul pe care îl dese- nați, chiar dacă nu vă dați seama prea bine ce anume vă motivează alegerile. La un moment dat, una dintre clientele lui Travis și-a amintit cu plăcere de perioada copilăriei, când stătea în scaunele celor mari fără să atingă podeaua cu picioarele și putând să le bălângănească după voie; dacă nu l-ar fi avut pe Travis, clienta poate că nu ar fi descoperit niciodată acea sursă de bucurie, iar barul ei nici nu ar mai fi fost trecut în proiectul casei. Pe de altă parte, e de așteptat ca preferințele ei să fi amprentat totuși locu- ința, eventual prin prezența unor scaune foarte înalte. La fel cum s-a întâmplat și cu amintirile legate de frigiderul meu, principiile lui Travis te ajută să pui întrebările cele mai adecvate legate de funcțiile psihologice îndeplinite de spațiul tău de locuit.

VISE DE COTROBĂITOR

Iată că am parcurs tot traseul, de la descoperirea modului în care lăsăm amprente ale personalității asupra spațiilor pe care le ocupăm până la aflarea modului în care pot fi modelate spațiile pentru a ne realiza potențialul personalității.

După cum am demonstrat în această carte, când e vorba de fațetele esențiale ale personalităților noastre, de la prietenie și flexibilitate la ordonare și originalitate, cotrobăiala are puterea de a revela adevăruri despre noi care sunt greu de detectat în orice alt fel. Această observație este una importantă deoarece mare parte a trăirii unei vieți pline de succes implică și o cunoaștere a modului de a fi al oamenilor. De aceea am fost înzestrați cu o nevoie fundamentală de a-i citi pe ceilalți, de a-i cântări ca potențiali parteneri de viață, de a hotărî dacă au ce le trebuie pentru o anumită slujbă sau chiar de a deduce ce fel de bucătărie e mai bună pentru ei.

Ceea ce reiese clar din studiile mele despre cotrobăit, din abordarea lui Travis față de proiectarea casei și din încărcătura bogată de cercetări psihologice pe care le-am discutat aici este faptul că personalitățile noastre sunt complet legate de locurile care ne înconjoară. Ori de câte ori atârnăm un poster pe perete, aruncăm o ceașcă de cafea la gunoi sau descărcăm un album nou de pe iTunes, lăsăm în urmă indicii despre cum suntem. Ne transmitem trăsăturile și valorile, țelurile și identitățile astfel încât ceilalți să le vadă și poate chiar să le judece. Și deși am putea încerca să ne aranjăm lucrurile astfel încât să îi păcălim pe ceilalți, este inevitabil ca personalitățile noastre să nu lase o urmă, în special pentru ochiul ager al cotrobăitorului.

Unul dintre scopurile principale ale acestei cărți a fost să ofere instrumentele care vă pot transforma dintr-un observator obișnuit într-un cotrobăitor expert. Dacă am reușit, veți fi învățat ceva ce

toate cercetările din domeniul psihologiei de mai bine de un secol încoace au trecut cu vederea: faptul că scotocitul ne oferă puncte de vedere unice despre noi înșine și ne ascute simțul de observație în ceea ce îi privește pe ceilalți.

Și ar mai fi ceva: cunoștințele dumneavoastră îmbogățite legate de modul în care oamenii interacționează cu propriile lor spații, în mod deliberat sau nu, vă vor ajuta să adulmecați domenii de exprimare care nu au fost încă studiate științific — de la conținutul portofelelor, poșetelor, valizelor sau al profilului de Facebook până la preferințele legate de animalele de companie, tatuaje, cocktailuri și locuri de vacanță. Așa că data viitoare când veți începe să vă uitați mai atent prin dulăpiorul cu medicamente al unui prieten sau veți arunca o privire peste lucrurile lipite de ușa frigiderului acestuia, sper că vă veți bucura dându-vă seama că vă aflați la granița unei noi descoperiri în ceea ce privește comportamentul uman. Și după acest scurt moment de revelație, sper că vă veți apuca serios de cotrobăit.

Mulțumiri

Ideile și informațiile din acest volum provin din mai multe surse, inclusiv din cercetările mele, din lecturile altor studii științifice sau din discuțiile cu membrii echipei mele sau cu subiecții din investigațiile mele. Cu gândul de a oferi o vedere cât mai bogată asupra legăturilor dintre oameni și spațiile în care locuiesc, nu m-am mulțumit doar cu a rezuma niște descoperiri și a oferi niște povești și exemple din experiența mea sau a colegilor mei. Când am descris birourile sau dormitoarele pe care le-am „cotrobăit“, am schimbat nume și detalii pentru a proteja anonimatul subiecților și, în unele cazuri, am combinat exemple, pentru a puncta și mai bine ideile și pentru a da coerență poveștilor.

Voi mulțumi mai jos oamenilor care au contribuit într-un fel sau altul la această carte. Pentru a simplifica lucrurile, am împărțit frazele mele de recunoștință în paragrafe distincte, referitoare la studenți, prieteni, profesori, editori etc. Ce-i drept, mulți ar putea încăpea în mai multe categorii, dar nu văd de ce ar fi fost nevoie să complic lucrurile.

Dintre cei cu care am colaborat și care m-au inspirat, le sunt recunoscător mai întâi de toate foștilor mei studenți din trioul Jason Rentfrow, Simine Vazire și Matthias Mehl. A fost un veritabil privilegiu să lucrez cu niște cercetători atât de dotați. Discuțiile noastre au pus bazele multor idei din această carte.

Mai înainte de aceasta, cariera mea de cercetător novice a fost puternic influențată de doi maeștri din facultate: Oliver John și Kenneth Craik. Ei au reușit să creeze un climat intelectual ofertant, în care să-mi pot pune la încercare, în mod riguros, ideile mele trăsnite. Ei m-au ajutat să-mi conturez proiectele care urmau

să-mi definească viitoarele interese de cercetare. Sunt fericit că pot să le dedic această carte.

Gândirea mea a fost, de asemenea, influențată și de alți studenți de la Berkeley, precum Jerry Mendelsohn, Ravenna Helson, Phil Tetlock, Tom Tyler, Steve Glickman, Rick Robins, Mark Spranca, Jeffre Jackson, Jen Beck, Jen Pals, Brent Roberts, Virginia Kwan, Aaron Ware, Cameron Anderson, Veronica Benet-Martinez, Sanjay Srivastava, Erik Knowles și Jenni Beer. La Universitatea din Texas, am beneficiat de pe urma unor colegi fantastici: Bill Swann, Bob Josephs, David Buss și James Pennebaker.

Mulți alții au contribuit la acest volum prin discuțiile în care mi-au prezentat cercetările lor. Printre cei mai importanți se numără Daniel Ames, John Jost și Del Paulhus. De asemenea, am avut parte de informații oferite de Eric Abrahamson, Kevin Wu, Stephanie Preston, Gary Marcus, Mike Norton, Christine Chang-Schneider, Pranj Mehta, Tony Maxwell, Malcolm Gladwell și Charles Siebert. În plus, m-am bucurat de colaborarea fructuoasă a următorilor: Dana Carney, Jeff Potter, Tom Mannarelli, Sei Jin Ko și Margaret Morris.

Îi sunt profund îndatorat și lui Chris Travis, care m-a inițiat în tainele sistemului „Casa adevărată” și mi-a răspuns cu răbdare și bunăvoință la nesfârșitele întrebări. Le mulțumesc și clienților săi care mi-au acordat multe ore, arătându-mi minunatele case pe care Travis le proiectase pentru ei și împărtășindu-mi din experiențele lor.

Le mulțumesc și studenților care m-au asistat în cercetare și în realizarea studiilor prezentate aici, mai cu seamă primilor mei colaboratori din munca de descifrare a dormitoarelor și birourilor: Lauren Altman, Patricia Baker, Allison Bonburg, Jenni Brelsford, Keren Brooks, Alice Chuang, Erica Dolor, Garin Ekmekjian, Manjit Gill, Dorteia Ho, Linda Huang, Lane Johnson, Beth Jones, Cohav Kimmel, Adam Klinger, Lawrence Lee, Monica Lee, Peter Lwin, Kevin Murray, Sun No, Susan Orgera, Michelle Pryor,

Rachelle Robles, Jenny Vuong, Alex Wang, Lisa Wong, Mei-Ling Woo și Marisa Yee.

În ultimii trei ani, prietenii au jucat un rol decisiv în păstrarea echilibrului meu. Cei care m-au suportat cu toate ale mele sunt: Brad Love, Cindy Meston, Stefan Cohrs, Mark Sellman, Amanda Merchant, Christina Jarrous, Chris Marcazzo, Tom Barlow, Elise Ballard, Sadie Rossow, Lisa Simmons, Jo Carten, Amber West, Sara Vig, Laura Kressel, Marcica Mitchell, Mubeyyet Ozgen și William Lamb.

Și cum scrierea unei cărți îți deschide incredibil apetitul, le mulțumesc lui Lou Miller (pentru catering) și lui Mike Morris și Shula Melamed pentru felul în care mi-au potolit foamea plini de o ospitalitate newyorkeză. Dar lucrul la o carte îți face și sete, așa că țin să le mulțumesc celor care au creat spațiile de cafea din Austin (Little City, Spiderhouse, Epoch, Jos, Halcyon, Progress, JPs), New York (Verb, Think, Doma, Cake Shop, Read), Exeter (Boston Tea Party) și Stanford (Cafeneaua Universitară).

Mulțumesc Centrului pentru Studii Avansate în Științele Comportamentale, unde am schițat ideile de bază din această carte de-a lungul unui an sabatic. De asemenea, am beneficiat de sfaturile bine-venite ale lui Daniel Crewe (de la Profile Books), Svetlana Katz (de la Janklow & Nesbit) și Kay Mariea, expert în tehnoredactare la Basic Books. De mare ajutor mi-a fost și ochiul atent al lui Lauren Dolinsky.

În fine, cei doi oameni care au contribuit mai mult decât toți la transformarea unui punctaj vag într-o carte rotundă au fost agenta mea Tina Bennett (Janklow & Nesbit) și editorul meu Jo Ann (Basic Books). Când prietenii au aflat că agenta mea este Tina, mi-au spus că am găsit cel mai bun om din branșă. Și nu s-au înșelat. Tina este un model de integritate, intuiție și strălucire. M-am ales cu câte ceva după fiecare întâlnire cu ea. Și parcă mă simt vinovat că am avut șansa să fiu reprezentat de Tina, în timp ce alți autori s-au ales cu niște agenți mai puțin pricepuți. Sunt recunoscător mai ales pentru ajutorul și sfaturile de la început,



când mă loveam de tot felul de probleme iscate de acest proiect. Iar ea le-a depășit cu măiestrie pe toate.

Cât despre Jo Ann Miller, ce să mai zic? Fără ea, cartea pur și simplu n-ar fi existat. Am învățat foarte multe de la ea. Îmi amintesc cu plăcere de momentele în care am scris și rescris împreună, urmând un program strâns care ne-a permis să progresăm repede cu această carte. Jo Ann a contribuit într-atât, încât în mintea mea este un coautor. Dacă ați reușit să citiți cartea fără probleme și fără să fiți nevoiți să recitiți pasaje ininteligibile, atunci trebuie să-i mulțumiți lui Jo Ann. Singurul lucru trist în legătură cu finalizarea acestei cărți este că (cel puțin pentru moment) nu vom mai avea ocazia să lucrăm împreună.

Note

PROLOG: SOSIREA CUTIEI MISTERIOASE

„Studiul dormitorului“ împreună cu cercetările mele referitoare la spațiile din birouri sunt descrise în: Gosling, S. D., Ko, S. J., Mannarelli, T. & Morris, M. E. (2002). A room with a cue: Judgments of personality based on offices and bedrooms. *Journal of Personality and Social Psychology*, 82, 379–398.

Studiul despre indiciile cu privire la orientarea politică se poate găsi în: Carney, D. R., Jost, J. T., Gosling, S. D. & Potter, J. (2006). The secret lives of liberals and conservatives: Personality profiles, interaction styles, and the things they leave behind. *Political Psychology*.

CAPITOLUL 1: CÂND NU CUNOȘTI PERSOANA

Cercetările mele cu privire la spațiile de locuit se găsesc în: Gosling, S. D., Ko, S. J., Mannarelli, T. & Morris, M. E. (2002). A room with a cue: Judgments of personality based on offices and bedrooms. *Journal of Personality and Social Psychology*, 82, 379–398.

Îi sunt recunoscător lui Joe McCarthy pentru că mi-a atras atenția asupra unor cercetări referitoare la personalizarea spațiilor din birouri, inclusiv a unui studiu despre confortul lucrătorilor și angajamentul acestora din revista de management Gallup (scris de J. Krueger și E. Killham și care poate fi accesat pe pagina de internet a revistei de management Gallup: <http://gmj.gallup.com/content/21802/Why-Dilbert-Right.aspx>). Pentru a afla mai multe despre cum gândește Joe, puteți accesa blogul acestuia la adresa: <http://gumption.typepad.com/>.

Testul cu cele douăzeci de afirmații „Sunt...” a fost publicat inițial în: Kuhn, M. H. & McPartland, T. S. (1954). An empirical investigation of self-attitudes. *American Sociological Review*, 19, 68–76. Versiunea fotografică a testului a fost elaborată mult mai târziu și este prezentată în: Combs, J. M., & Ziller, R. C. (1977). Photographic self-concept of counselees. *Journal of Counseling Psychology*, 24, 452–455.

Pentru mai mult detalii despre iPod-uri, vezi: Levy, S. (2006). *The perfect thing: How the iPod shuffles commerce, culture, and coolness*. New York: Simon & Schuster.

Studiul despre efectele decorațiunilor de Crăciun asupra percepțiilor pe care le avem despre proprietarii de case se găsește în: Werner, C. M., Peterson-Lewis, S. & Brown, B. B. (1989). Inferences about homeowners' sociability: Impact of Christmas decorations and other cues. *Journal of Environmental Psychology*, 9, 279–296.

Lucrarea clasică despre măsurarea neinvazivă a comportamentului este: Webb, E. J., Campbell, D. T., Schwartz, R. D., Sechrest, L. & Belew Grove, J. (1981). *Nonreactive measures in the social sciences*. Boston: Houghton Mifflin.

Proiectul cu gunoiul este prezentat în: Rathje, W. L. & Murphy, C. (1992). *Rubbish! The archaeology of garbage*. New York: Harper-Collins.

Muzica este atât de influentă în ceea ce privește starea afectivă, încât uneori este folosită pentru a induce diferite stări în studiile de psihologie. Pentru o trecere în revistă a acestor studii, vezi: Västfjäll, D. (2002). Emotion induction through music: A review of the musical mood induction procedure. *Musicae Scientiae*, 6, *Special Issue 2001/2002*, 173–203.

CAPITOLUL 2: CINCI DIMENSIUNI ALE PERSONALITĂȚII

Pentru o introducere bună și scurtă despre Big Five, mergeți pe adresa paginii de internet a lui Sanjay Srivastava: <http://darkwing.uoregon.edu/~sanjay/bigfive.html>. Pentru o tratare mai elaborată, vezi John, O. P. & Srivastava, S. (1999). The Big Five Trait taxonomy:

History, measurement, and theoretical perspectives. În L. A. Pervin & O. P. John (Eds.), *Handbook of personality: Theory and research* (ed a II-a, pp. 102–139). New York: Guilford. Sau McCrae, R. R. & John, O. P. (1992). An introduction to the five-factor model and its applications. *Journal of Personality*, 60, 175–216.

Detalii cu privire la testul scurt al celor cinci trăsături (Big Five) se găsesc în: Gosling, S. D., Rentfrow, P. J. & Swann, W. B., Jr. (2003). A very brief measure of the Big Five personality domains. *Journal of Research in Personality*, 37, 504–528.

Pentru a calcula unde se încadrează punctajul pe care îl obțineți pentru cele cinci trăsături în comparație cu restul populației, vă puteți transforma punctajul în „nota-T”. Notele-T vă arată unde se plasează scorul dumneavoastră în fiecare dimensiune în comparație cu celelalte persoane care dau testul. Pe măsură ce vă analizați punctajul trebuie să aveți în vedere că exemplul oferit aici pentru comparație poate să nu fie reprezentativ pentru restul populației per total (așa că punctajele dumneavoastră vor fi ușor diferite dacă vă comparați cu un alt eșantion comparativ).

Pentru a crea propria dumneavoastră notare-T din punctajele calculate în tabelul 2.2, folosiți următoarele formule:

FEMEI

Nota-T referitoare la deschidere = $50 + (((\text{Punctajul dvs. referitor la deschidere} - 10,8) \div 2,12) \times 10)$

Nota-T referitoare la conștiințiozitate = $50 + (((\text{Punctajul dvs. referitor la conștiință} - 11,0) \div 2,22) \times 10)$

Nota-T referitoare la extraversie = $50 + (((\text{Punctajul dvs. referitor la extraversie} - 9,1) \div 2,94) \times 10)$

Nota-T referitoare la agreabilitate = $50 + (((\text{Punctajul dvs. referitor la agreabilitate} - 10,6) \div 2,22) \times 10)$

Nota-T referitoare la nevrotism = $50 + (((\text{Punctajul dvs. referitor la nevrotism} - 6,7) \div 2,90) \times 10)$

BĂRBAȚI

Nota-T referitoare la deschidere = $50 + (((\text{Punctajul dvs. referitor la deschidere} - 10,7) \div 2,18) \times 10)$

Nota-T referitoare la conștiințiozitate = $50 + (((\text{Punctajul dvs. referitor la conștiință} - 10,4) \div 2,30) \times 10)$

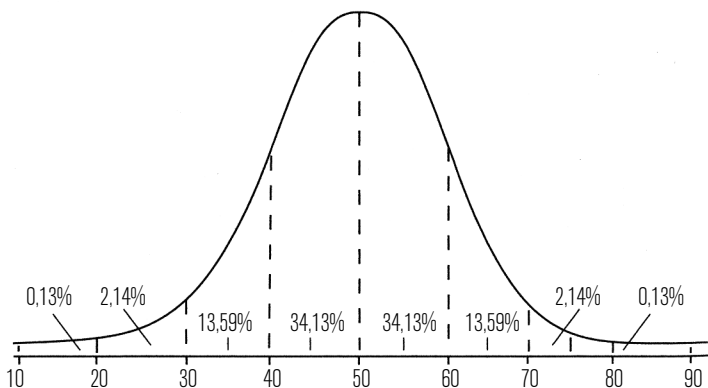
Nota-T referitoare la extraversie = $50 + (((\text{Punctajul dvs. referitor la extraversiune} - 8,5) \div 2,82) \times 10)$

Nota-T referitoare la agreabilitate = $50 + (((\text{Punctajul dvs. referitor la amiabilitate} - 10,1) \div 2,20) \times 10)$

Nota-T referitoare la nevrotism = $50 + (((\text{Punctajul dvs. referitor la nevrotism} - 5,7) \div 2,62) \times 10)$

Pentru a interpreta notele-T, urmăriți graficul de mai jos. Punctul de mijloc al axei orizontale (denumit „50”) reprezintă punctajul mediu pentru membrii grupului de comparație. Forma curbei reflectă faptul că majoritatea oamenilor au tendința de a fi aproape de punctul mediu (de exemplu, în punctul de mijloc curba este la nivelul cel mai ridicat) puțini oameni punctând foarte mult sau foarte puțin la o anumită trăsătură (de exemplu, înălțimea curbei scade pe măsură ce se îndepărtează de punctul de mijloc).

Pentru a afla cum să vă comparați cu ceilalți în ceea ce privește o anumită trăsătură (de exemplu, extraversia), localizați nota-T pentru acea trăsătură pe axa orizontală a graficului. Dacă aveți o notă-T de 50 la extraversie, asta înseamnă că jumătate dintre cei din grupul de comparație (50 de procente) au punctat mai mult decât dumneavoastră la extraversie și jumătate au punctat mai puțin. Dacă aveți o notă-T



de 60, atunci aproximativ 84,13% dintre cei din grupul de comparație au fost evaluați mai jos decât dumneavoastră la extraversie (de exemplu, cei 50% de sub medie plus cei 34,13% dintre 50 și 60). Dacă aveți o notă-T de 55, atunci între 50% și 84% dintre cei din grupul de comparație au fost evaluați mai jos decât dumneavoastră. Dacă aveți o notă-T de 30, asta înseamnă că aproximativ 2 procente (de exemplu, cei 2,14% dintre 20 și 30 plus cei 0,13% sub 20) dintre cei din grupul de comparație au fost evaluați mai jos decât dumneavoastră. Vă rugăm să observați că, prin definiție, notele-T au o medie de 50 și o deviație standard de 10. Astfel, majoritatea oamenilor (68,26%) se încadrează într-o deviație standard peste sau sub medie, așa că majoritatea notelor dumneavoastră vor fi probabil între 40 și 60.

Descrierile celor cinci trăsături și fațetele acestora au fost adaptate din excelentele „descrieri ale dimensiunilor“ ale lui John A. Johnson. Acestea se găsesc la: <http://www.personal.psu.edu/faculty/j/5/j5j/IPIPNEOdescriptions.html>.

Pentru lucrări care trec în revistă unele modalități prin care personalitatea se leagă de rezultate importante de viață, vezi: Ozer, D. J. & Benet-Martinez, V. (2006). Personality and the prediction of consequential outcomes. *Annual Review of Psychology*, 57, 401–421. Și Roberts, B. W., Kuncel, N. R., Shiner, R., Caspi, A. & Goldberg, L. R. (2007). The comparative predictive validity of personality traits, SES, and cognitive ability for important life outcomes. *Perspectives on Psychological Science*, 2, 313–345.

CAPITOLUL 3: CÂND CINEVA ÎȚI DEVINE FAMILIAR

Relatarea lui Dan McAdams despre Lynn și cele trei niveluri de personalitate se găsește în: McAdams, D. P. (1995). What do we know when we know a person? *Journal of Personality*, 63, 365–396.

Încercarea lui Allport și Odbert de a identifica în dicționar toate cuvintele referitoare la personalitate este prezentată în: Allport, G. W., & Odbert, H. S. (1936). Trait-names: A psycho-lexical study. *Psychological Monographs*, 47 (No. 211).



Procedura „jocului de împărtășire“ a lui Arthur Aron pentru a genera o apropiere în cadrul cercetărilor este prezentată în: Aron, A., Melinat, E., Aron, E. N., Vallone, R. D. & Bator, R. J. (1997). The experimental generation of interpersonal closeness: A procedure and some preliminary findings. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 23, 363–377.

Richard Slatcher a folosit procedura lui Aron pentru a genera o familiarizare între seturile de cupluri. Această cercetare este prezentată în teza sa de doctorat: Slatcher, R. B. (2007). Party of four: Creating closeness between couples. Teză de doctorat. Universitatea din Texas, Austin. Unele dintre rezultate au fost prezentate în cadrul unor conferințe: Slatcher, R. B. (ianuarie 2008). *Effects of couple friendships on relationship closeness*. Lucrare prezentată la întâlnirea anuală a Society for Personality and Social Psychology, Albuquerque, NM.

Cercetările efectuate de mine împreună cu Jason Rentfrow cu privire la analiza subiectelor din conversațiile de cunoaștere a celuilalt sunt prezentate în: Rentfrow, P. J., & Gosling, S. D. (2006). Message in a ballad: The role of music preferences in interpersonal perception. *Psychological Science*, 17, 236–242. Figura 3.1 este o reproducere din acel articol cu permisiunea revistei.

O sursă bună pentru cercetarea lui Jefferson Singer despre amintirile autodefinitorii este: Singer, J. A. (2005). *Memories that matter: How to use self-defining memories to understand and change your life*. Oakland, CA: New Harbinger.

CAPITOLUL 4: DETECTIVI BELGIENI ȘI PĂSĂRI NORDICE

O relatare fascinantă a programului de evaluare a Biroului pentru cercetări strategice (OSS) se găsește în: OSS Assessment Staff. (1948). *Assessment of men: Selection of personnel for the Office of Strategic Services*. NY: Rinehart.

Cercetările lui Richard Slatcher și ale Simonei Vazire referitoare la messenger sunt prezente în: Wang, J., Slatcher, R. B., Vazire, S. & Pennebaker, J. W. (ianuarie 2006). *Predicting relationship satisfaction*

and stability from couples' instant messages. Poster prezentat la întâlnirea anuală a Society for Personality and Social Psychology, Palm Springs, CA. Și în Slatcher, R. B., Vazire, S. & Pennebaker, J. W. (2007). Am „I“ more important than „we“? Linguistic patterns in couples' Instant Messages. *Personal Relationships*, 15, 407–424.

CAPITOLUL 5: SALTURI, DANSURI ȘI MĂINI ÎNTINSE

Celebritățile care sar fotografiate de Halsman se găsesc în: Halsman, P. (1959). *Jump book*. New York: Simon & Schuster.

Pentru o trecere excelentă în revistă a statutului științific al testelor de proiecție, vezi: Lilienfeld, S. O., Wood, J. M. & Garb, H. N. (2000). The scientific status of projective techniques. *Psychological Science in the Public Interest*, 1, 27–66.

Multe dintre lucrările ce descriu cercetarea lui Oliver Schultheiss pe marginea Testului de Apercepție Tematică se găsesc citate la: <http://www-personal.umich.edu/~oschult/index.htm> și <http://www.psych2.phil.uni-erlangen.de/>.

Analizele lui David Winter referitoare la discursurile inaugurale ale lui George W. Bush se găsesc în: Winter, D. G. (2001). Insights and observations about political psychology. *International Society of Political Psychology*; și Winter, D. G. (2005). Continuity and change in George Bush's motive profile. *International Society of Political Psychology News*, 16, 10–11.

Pentru a urmări cele mai recente studii ale lui Karl Grammer de la Institutul de Etologie Urbană „Ludwig Boltzmann“, accesați lucrările acestuia la adresa: <http://evolution.anthro.univie.ac.at/institutes/urbanethology/staff/grammer.html>.

Mai multe informații despre cercetările de la Georgia Institute of Technology care identifică tiparele de mers individuale se găsesc la adresa: <http://www.cc.gatech.edu/cpl/projects/hid/> și la http://www.cc.gatech.edu/cpl/projects/hid/#Gait_Recognition.

Cercetările lui Borkenau și Liebler cu privire la mărcile specifice ale pășitului sunt prezentate într-o serie de articole publicate între anii 1992 și 1995. Rezultatele sunt complexe, astfel încât pentru a avea parte de imaginea de ansamblu trebuie să le citești pe toate:

Borkenau, P. & Liebler, A. (1992). Trait inferences: Sources of validity at zero acquaintance. *Journal of Personality and Social Psychology*, 62, 645–657.

Borkenau, P. & Liebler, A. (1993). Consensus and self-other agreement for trait inferences from minimal information. *Journal of Personality*, 61, 477–496.

Borkenau, P. & Liebler, A. (1993). Convergence of stranger ratings of personality and intelligence with self-ratings, partner ratings, and measured intelligence. *Journal of Personality and Social Psychology*, 65, 546–553.

Borkenau, P. & Liebler, A. (1995). Observable attributes as cues and manifestations of personality and intelligence. *Journal of Personality*, 63, 1–25.

Un articol mai vechi care prezenta corelația dintre fața de copil și agreabilitate este: Berry, D. S. & Brownlow, S. (1989). Were the physiognomists right? Personality correlates of facial babyishness. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 15, 266–279.

Cercetările lui Anthony Little și David Perrett referitoare la trăsăturile de personalitate asociate cu fețele oamenilor se găsesc în: Little, A. C. & Perrett, D. I. (2007). Using composite images to assess accuracy in personality attribution to faces. *British Journal of Psychology*, 98, 111–126. Alte studii incitante ale lui Little și ale colaboratorilor săi cu privire la legăturile dintre personalitate și trăsăturile faciale se găsesc în: Little, A. C., Burt, D. M. & Perrett, D. I. (2006). Assortative mating for perceived facial personality traits. *Personality and Individual Differences*, 40, 973–984; Little, A. C., Burt, D. M. & Perrett, D. I. (2006). What is good is beautiful: Face preference reflects desired personality. *Personality and Individual Differences*, 41, 1107–1118; Little, A. C., Burriss, R. P., Jones, B. C. & Roberts, S. C. (2007). Facial appearance affects voting decisions. *Evolution and Human Behavior*, 28, 18–27.

Cercetările ce asociază trăsăturile faciale cu personalitatea la oamenii în vârstă sunt prezentate în: Malatesta, C. Z., Fiore, M. J. & Messina, J. J. (1987). Affect, personality, and facial expressive characteristics of older people. *Psychology and Aging*, 2, 64–69.

Lucrările lui Nathanson împreună cu colegii săi cu privire la tatuaje, piercing corporal, îmbrăcăminte provocatoare și alte expresii ale unui comportament cultural deviant se găsesc în: Nathanson, C., Paulhus, D. L. & Williams, K. M. (2006). Personality and misconduct correlates of body modifications and other cultural deviance markers. *Journal of Research in Personality*, 40, 779–802.

Studiul care testează dacă observatorii pot potrivi șoferii cu mașinile lor este prezentat în: Alpers, G. W. & Gerdes, A. B. M. (2006). Another look at „look-alikes“: Can judges match belongings with their owners? *Journal of Individual Differences*, 27, 38–41.

Unele rezultate interesante cu privire la stereotipurile asociate cu șoferii diferitelor tipuri de mașini sunt furnizate în Davis, G. M. & Patel, D. (2005). The influence of car and drive stereotypes on attributions of vehicle speed, position on the road and culpability in a road accident scenario. *Legal and Criminological Psychology*, 10, 45–62.

Strângerea de mână a fost menționată în studiul clasic al lui Allport și Vernon: Allport, G. W. & Vernon, P. E. (1933). *Studies in expressive movement*. New York: Macmillan.

Apoi în anii '90 a existat o explozie de cercetări din partea unui grup suedez:

Astroem, J. (1994). Introductory greeting behavior: A laboratory investigation of approaching and closing salutation phases. *Perceptual and Motor Skills*, 79, 863–897.

Astroem, J. & Thorell, L. (1996). Greeting behavior and psychogenic need: Interviews on experiences of therapists, clergymen, and car salesmen. *Perceptual and Motor Skills*, 83, 939–956.

Astroem, J. Thorell, L., Holmlund, U. & d'Elia, G. (1993). Handshaking, personality, and psychopathology in psychiatric patients: A reliability and correlational study. *Perceptual and Motor Skills*, 77, 1171–1186.

Apoi a urmat studiul lui William Chaplin: Chaplin, W. F., Phillips, J. B., Brown, J. D., Clanton, N. R. & Stein, J. L. (2000). Handshaking, gender, personality, and first impressions. *Journal of Personality and Social Psychology*, 79, 110–117.

O zi din viața lui Raymond a fost înregistrată în volumul clasic al lui Barker și Wright: Barker, R. G., & Wright, H. F. (1951). *One boy's day: A specimen record of behavior*. New York: Harper & Brothers.

Abordarea lui Ken Craik, în care acesta își înregistra video participanții pe parcursul unei întregi zile, este prezentată în: Craik, K. H. (2000). The lived day of an individual: A person environment perspective. În W. B. Walsh, K. H. Craik & R. Price (coord.), *Person-environment psychology: New directions and perspectives* (ed. a II-a) (pp. 233–266). Hillsdale, NJ: Erlbaum.

Studiul care a folosit aparatele de înregistrat atașate de corp efectuat de Matthias Mehl, James Pennebaker și de mine este prezentat în: Mehl, M. R., Gosling, S. D. & Pennebaker, J. W. (2006). Personality in its natural habitat: Manifestations and implicit folk theories of personality in daily life. *Journal of Personality and Social Psychology*, 90, 862–877; Mehl, M. R. & Pennebaker, J. W. (2003). The sounds of social life: A psychometric analysis of students' daily social environments and natural conversations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 84, 857–870.

Pentru a afla mai multe despre caracterul supărător al sistemului de înregistrare atașat de corp și despre adaptarea participantului care îl folosește, vezi: Mehl, M. R. & Holleran, S. E. (2007). An empirical analysis of the obtrusiveness of and participants compliance with the Electronically Activated Recorder (EAR). *European Journal of Personality Assessment*, 23, 248–257.

Cercetarea lui James Pennebaker și a Laurei King despre modul în care personalitatea se reflectă în cuvintele pe care le folosim este prezentată în: Pennebaker, J. W. & King, L. A. (1999). Linguistic styles: Language use as an individual difference. *Journal of Personality and Social Psychology*, 77, 1296–1312.

Programul de software pentru analiza de text al lui James Pennebaker pentru analiza limbii, „Linguistic Inquiry and Word Count“, se poate obține la: <http://www.liwc.net/>.

Un raport preliminar asupra studiului Christinei Chang-Schneider despre adresele de e-mail se găsește în: Chang-Schneider, C. S. & Swann, W. B., Jr. (2008, ianuarie). *Wearing your self-esteem like a flag*. Poster prezentat la întâlnirea anuală a Society for Personality and Social Psychology, Albuquerque, NM.

Cercetarea lui Tsutako Mori referitoare la adresele de telefon mobil și e-mail este prezentată într-o serie de prezentări de postere:

Takahira, M. & Mori, T. (septembrie 2005). *Can we detect personalities from mobile phone email addresses?* (I). Poster prezentat la întâlnirea anuală a Japanese Society of Social Psychology, Hyogo, Japonia.

Mori, T. & Takahira, M. (septembrie 2005). *Can we detect personalities from mobile phone email addresses?* (II). Poster prezentat la întâlnirea anuală a Japanese Society of Social Psychology, Hyogo, Japonia.

Mori, T. & Takahira, M. (noiembrie 2005). *Impression management through email addresses of mobile phones*. Poster prezentat la întâlnirea anuală a Japanese Society of Personality Psychology, Iwate, Japonia.

CAPITOLUL 6: ASANAREA SPAȚIULUI

Povestea lui Amis referitoare la manipulatorul Charles Highway face parte din: Amis, M. (1973). *The Rachel papers*. New York: Vintage International.

Chestionarul „supralicitării“ al lui Del Paulhus este prezentat în: Paulhus, D. L., Harms, P. D., Bruce, M. N. & Lysy, D. C. (2003). The Over-claiming technique: Measuring self-enhancement independent of ability. *Journal of Personality and Social Psychology*, 84, 890–904. Articolul vă va arăta cum să produceți punctaje mai exacte pentru

chestionar. De asemenea, pentru o listă interesantă a oamenilor clasați numai după criteriul faimei, vezi: Paulhus, D. L., Wehr, P., Harms, P. D. & Strasser, D. I. (2002). Use of exemplar surveys to reveal implicit types of intelligence. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 28, 1051–1062.

Volumul clasic al lui Goffman despre modul în care ne prezentăm în interacțiunile noastre de zi cu zi este: Goffman, E. (2007). *Viața cotidiană ca spectacol*. București: Comunicare.ro.

Un exemplu de cercetare care arată că oamenii cu personalități diferite (în cazul de față, cu un grad mare de nevrotism) răspund lumii în mod diferit de ceilalți se găsește în: Schneider, T. R. (2004). The role of neuroticism on psychological and physiological stress responses. *Journal of Experimental Social Psychology*, 40, 795–804.

Puteți afla toate detaliile despre minunatele studii ale lui Daniel Ames referitoare la personalitate și percepția interpersonală la adresa: <http://www.gsb.columbia.edu/whoswho/full.cfm?id=56194>.

Teoria autoverificării, elaborată de Bill Swann, este prezentată în: Swann, W. B., Jr., Rentfrow, P. J. & Guinn, J. (2002). Self-verification: The search for coherence. În M. Leary și J. Tagney (Eds.), *Handbook of self and identity*. New York: Guilford Press. Și în Swann, W. B., Jr., Chang-Schneider, C. & Angulo, S. (2007). Self-verification in relationships as an adaptive process. În J. Wood, A. Tesser și J. Holmes (coord.) *Self and Relationships*. Psychology Press: New York.

Pentru detalii referitoare la cercetarea în care stima de sine afectează modul în care oamenii răspund la creșterile de salariu, vezi disertația lui Daniel Schroeder: Schroeder, D. G. (2002). *Self-esteem moderates the effect of wage trends on employment tenure*. Teză de doctorat. Universitatea din Texas, Austin.

Cercetările lui Mehta și Josephs despre modul în care reacționează oamenii dominatori și cei care se supun la câștiguri și pierderi într-o competiție trucată sunt prezentate în: Mehta, P. H. & Josephs, R. A. (2006). Testosterone change after losing predicts the decision to compete again. *Hormones and Behavior*, 50, 684–692. Ipoteza „nepotrivirii“ este prezentată în: Josephs, R. A., Sellers, J. G., Newman, M. L. & Mehta, P. H. (2006). The mismatch effect: When testosterone

and status are at odds. *Journal of Personality and Social Psychology*, 90, 999–1013.

Cercetarea pe care am făcut-o alături de Simine Vazire despre modul în care oamenii își proiectează identitățile prin intermediul paginilor proprii de internet este prezentată în: Vazire, S. & Gosling, S. D. (2004). e-Perceptions: Personality impressions based on personal websites. *Journal of Personality and Social Psychology*, 87, 123–132.

CAPITOLUL 7: ÎN APĂRAREA STEREOTIPURILOR

Cercetarea lui Robert Levine care examinează diferenții indicatori ai ritmului de viață din diferite țări este prezentată în: Levine, R. V. & Norenzayan, A. (1999). The pace of life in 31 countries. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 30, 178–205.

Programul de cercetare fascinant și important al lui Richard Florida despre modul în care valorile, gustul și personalitatea influențează locul unde oamenii aleg să trăiască este prezentat în cărțile sale:

Florida, R. (2002). *The rise of the creative class*. New York: Basic Books.

Florida, R. (2005). *The flight of the creative class*. New York: Collins.

Munca efectuată alături de Jason Rentfrow referitoare la modul în care se reflectă personalitatea în spațiu este prezentat în: Rentfrow, P. J., Gosling, S. D. & Potter, J. (sub tipar). The geography of personality: A theory of the emergence, persistence, and expression of regional variation in basic traits. *Perspectives in Psychological Science*.

Studiul nostru care prezice tiparele de vot din punctul de vedere al diferențelor geografice ale personalității este prezentat în: Rentfrow, P. J., Jost, J. T., Gosling, S. D. & Potter, J. (2009). Statewide differences in personality predict voting patterns in 1996–2004 U.S. presidential elections. În J. T. Jost, A. C. Kay și H. Thorisdottir (coord.) *Social and psychological bases of ideology and system justification*. Oxford: Oxford University Press. Iar lucrarea care descrie conexiunile

dintre orientarea politică, personalitate, comportament și spațiile de locuit este: Carney, D. R., Jost, J. T., Gosling, S. D. & Potter, J. (2008). The secret lives of liberals and conservatives: Personality profiles, interaction styles, and the things they leave behind. *Political Psychology*, 29, 807–840.

Cercetările cu privire la diferențele de la nivel cerebral asociate cu orientarea politică sunt prezentate în: Amodio, D. M., Jost, J. T., Master, S. L. & Yee, C. M. (2007). Neurocognitive correlates of liberalism conservatism. *Nature Neuroscience*, 10, 1246–1247.

Studii importante referitoare la valabilitatea stereotipurilor (de exemplu, despre sex) se găsesc în:

Swim, J. K. (1994). Perceived versus meta-analytic effects sizes: An assessment of the accuracy of gender stereotypes. *Journal of Personality and Social Psychology*, 66, 21–36.

Hall, J. A. & Carter, J. D. (1999). Gender-stereotype accuracy as an individual difference. *Journal of Personality and Social Psychology*, 77, 350–359.

Eagly, A. H. & Steffen, V. J. (1986). Gender and aggressive behavior: A meta-analytic review of the social psychological literature. *Psychological Bulletin*, 100, 309–330.

Eagly, A. H. & Crowley, M. (1986). Gender and helping behavior: A meta-analytic review of the social psychological literature. *Psychological Bulletin*, 100, 283–308.

Eagly, A. H. & Karau, S. J. (1991). Gender and the emergence of leaders: A meta-analysis. *Journal of Personality and Social Psychology*, 60, 685–710.

Pentru lucrări care atestă diferențele de conținut ale camerelor ocupate de femei și bărbați, vezi: Gosling, S. D., Craik, K. H., Martin, N. R. & Pryor, M. R. (2005). Material attributes of personal living spaces. *Home Cultures*, 2, 51–88.

Lucrarea clasică ce examinează efectele folosirii stereotipului de a fi „ocupat” la nivel cognitiv este: Gilbert, D. T. & Hixon, G. J. (1991). Cognitive busyness task: The trouble of thinking: Activation and

application of stereotypic beliefs. *Journal of Personality and Social Psychology*, 60, 509–517.

Cercetarea lui Michael Norton și a colegilor săi referitoare la hipersensibilitatea la stereotipuri este prezentată în:

Norton, M. I., Sommers, S. R., Apfelbaum, E. P., Pura, N. & Ariely, D. (2006). Colorblindness and interracial interaction: Playing the Political Correctness Game. *Psychological Science*, 17, 949–953.

Norton, M. I., Vandello, J. A. & Biga, A. (2007). Colorblindness inhibits the expression—but not the formation—of racial preferences. Manuscris nepublicat.

Alte lucrări ale lui Norton și ale colaboratorilor săi sugerează că cei mici dezvoltă această sensibilitate în jurul vârstei de zece ani: Apfelbaum, E. P., Pauker, K., Ambady, N., Sommers, S. R. & Norton, M. I. (2007). Learning (not) to talk about race: When older children underperform in social categorization. *Developmental Psychology*, 44, 1513–1518.

Cercetarea cu privire la evaluarea oamenilor în funcție de preferințele muzicale este prezentată în: Rentfrow, P. J. & Gosling, S. D. (2006). Message in a ballad: The role of music preferences in interpersonal perception. *Psychological Science*, 17, 236–242.

Iar cercetarea noastră despre stereotipurile referitoare la fanii diferitelor genuri de muzică se află în: Rentfrow, P. J. & Gosling, S. D. (2007). The content and validity of music-genre stereotypes among college students. *Psychology of Music*, 35, 306–326. Graficele 7.1–7.4 sunt reproduse, cu permisiunea revistei, din acel articol.

CAPITOLUL 8: CÂND JUDECĂȚILE BUNE DAU GREȘ

Cercetări cu privire la eficacitate (sau lipsa ei) în cazul interviurilor de angajare nestructurate se pot regăsi în: McDaniel, M. A., Whetzel, D. L., Schmidt, F. L. & Maurer, S. D. (1994). The validity of employment interviews: A comprehensive review and meta-analysis. *Journal of Applied Psychology*, 79, 599–616.

Un interviu despre analiza lui Robert Gifford cu privire la comportamente se poate găsi în: Gifford, R., Ng, C. F., Wilkinson, M. (1985). Nonverbal cues in the employment interview: Links between applicant qualities and interviewer judgments. *Journal of Applied Psychology*, 70, 729–736.

Lucrarea clasică a lui Brunswik referitoare la percepție este: Brunswik, E. (1956). *Perception and the representative design of psychological experiments*. Berkeley: University of California Press.

Munca de strângere a lucrurilor inutile la care se face aici referire este descrisă în:

Anderson, S. W., Damasio, H. & Damasio, A. R. (2005). A neural basis for collecting behavior in humans. *Brain*, 128, 201–212.

Seedat, S., & Stein, D. J. (2002). Hoarding in obsessive-compulsive disorder and related disorders: A preliminary report of 15 cases. *Psychiatry and Clinical Neurosciences*, 56, 17–23.

Cercetările care descriu legăturile dintre colecționarii excesivi și personalitate sunt prezentate în: LaSalle-Ricci, V. H., Arnkoff, D. B., Glass, C. R., Crawley, S. A., Ronquillo, J. G. & Murphy, D. L. (2006). The hoarding dimension of OCD: Psychological comorbidity and the five-factor personality model. *Behaviour Research and Therapy*, 44, 1503–1512.

Lucrarea lui Eric Abrahamson despre dezordine se poate regăsi în: Abrahamson, E. & Freedman, D. H. (2006). *A perfect mess*. New York: Little, Brown.

Cercetările lui Meredith Wells cu privire la personalizarea locului de muncă sunt:

Wells, M. (2000). Office clutter or meaningful personal displays: The role of office personalization in employee and organizational well-being. *Journal of Environmental Psychology*, 20, 239–255.

Wells, M. & Thelen, L. (2002). What does your workspace say about you? The influence of personality, status, and workspace on personalization. *Environment and Behavior*, 34, 300–321.

Wells, M., & Thelen, L. & Ruark, J. (2007). Workspace personalization and organizational culture: Does your workspace reflect you or your company? *Environment and Behavior*, 39, 616–634.

Corelările analizei picăturii („blob“) pentru interacțiuni scurte au fost luate din metaanaliza lui Kenny despre cercetările cu privire la cunoașterea indirectă a persoanei: Kenny, D. A. (1994). *Interpersonal perception: A social relations analysis*. New York: Guilford Press.

CAPITOLUL 9: EXPERTUL ÎN COTROBĂIT

Lucrarea clasică a lui Solomon Asch despre cum se combină informațiile când se formează anumite impresii este: Asch, S. E. (1946). Forming impressions of personality. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 41, 258–290. Cercetările care au continuat studiul din lucrarea inițială sunt prezentate în: Asch, S. E. & Zukier, H. (1984). Thinking about persons. *Journal of Personality and Social Psychology*, 46, 1230–1240.

CAPITOLUL 10: UN BIROU ȘI UN GENTLEMAN

Cercetările noastre cu privire la corelațiile dintre impresiile care se bazează pe imaginile unor birouri înainte și după o mutare sunt prezentate în: Gosling, S. D., Gaddis, S. & Vazire, S. (2008). First impressions from the environments that we create and inhabit. În J. Skowronski & N. Ambady (coord.), *First impressions*. New York: Guilford.

Studiile cu privire la „degustarea socială“ sunt prezentate în: Gardner, W. L., Pickett, C. L. & Knowles, M. L. (2005). Social „snacking“ and social „shielding“: The satisfaction of belonging needs through the use of social symbols and the social self. În K. Williams, J. Forgas & W. von Hippel (coord.), *The social outcast: Ostracism, social exclusion, rejection, and bullying*. New York: Psychology Press.



O sursă bună pentru cercetarea *nevoii de apartenență* realizată de Mark Leary și Roy Baumeister este: Baumeister, R. F. & Leary, M. R. (1995). The need to belong: Desire for interpersonal attachments as a fundamental human motivation. *Psychological Bulletin*, 117, 497–529.

CAPITOLUL 11: O CASĂ PE MĂSURA TA

Puteți afla mai multe despre Chris Travis și proiectul „Casa adevărată” la adresa www.truehome.net.