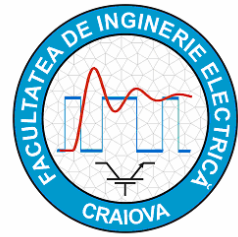




**UNIVERSITATEA DIN CRAIOVA**  
**FACULTATEA DE INGINERIE ELECTRICĂ**



**Cristiana TEODORESCU**  
**Daniela ROȘCA**

**COMUNICARE**

## CUPRINS

<b>INTRODUCERE</b>	5
<b>C 1. INTRODUCERE IN STUDIUL COMUNICĂRII DIFICULTĂȚILE UNEI DEFINIȚII</b>	7
Obiective	8
1.1. Trecere în revistă a câtorva poziții teoretice	9
1.2. Definiții	10
1.3. Etimologia cuvântului	11
1.4. Diversitate de opinii și abordări	12
1.4.1. Diversitate de unghiuri de abordare	13
1.4.2. Viziunea biologilor	14
1.4.3. Viziunea informaticienilor, a psihologilor și a sociologilor	14
1.4.4. Non verbalul	14
1.4.5. Comunicarea animală.	14
1.4.6. Comunicarea intrapersonală	14
1.4.7. Comunicarea umană	15
1.4.8. Comunicare în sensul cel mai larg posibil.	15
1.4.9. Comunicare și comunicație	15
1.4.10. Intenția și influența	16
1.4.11. Comunicarea în viziunea lui John Fiske	18
1.5. Încercare de sintetizare a orientărilor	19
1.6. Definiția comunicării a lui Louis Forsdale	21
1.7. Teoria comunicării / teorii ale comunicării	22
Test de autoevaluare T1.1	23
Lucrare de verificare V1.1	23
Bibliografie	24
<b>C 2. MODELE ALE PROCESELOR DE COMUNICARE</b>	25
Obiective	26
2.1. Definiția “modelului”	26
2.2. Modelul în științele comunicării	26
2.3. Modelele comunicării	27
2.3.1. Modelul matematic al comunicării al lui Claude Shannon și Warren Weaver	27
2.3.2. Completarea schemei lui Shannon și Weaver	30
2.3.3. Modelul lui Harold D. Lasswell	30
2.3.4. Concluzie parțială asupra acestor două modele	32
2.4. Concluzie parțială asupra modelelor comunicării	32
Test de autoevaluare T 2.1	33
Lucrare de verificare V 2.1	33
Bibliografie	34
<b>C 3. FUNCTIILE ȘI AXIOMELE COMUNICĂRII</b>	35
Obiective	36
3.1. Taxinomia lui Roman Jakobson	36
3.2. Alte taxinomii	39
3.3. Axiomele comunicării	39
3.3.1. Școala de la Palo Alto	39
3.3.2. Axiomă – definiție	40

3.3.3. Axioma 1: Comunicarea este inevitabilă sau Non-comunicarea este imposibilă	41
3.3.4. Axioma 2: Comunicarea se desfășoară la două nivele: informațional și relațional, cel de-al doilea oferind indicații de interpretare a conținutului celui dintâi	42
3.3.5. Axioma 3: Comunicarea e un proces continuu, ce nu poate fi tratat în termeni de cauză-efect sau stimul-răspuns	43
3.3.6. Axioma 4: Comunicarea îmbracă fie o formă digitală, fie una analogică	44
3.3.7. Axioma 5: Comunicarea este ireversibilă	45
3.3.8. Axioma 6: Comunicarea presupune raporturi de forță și ea implică tranzacții simetrice sau complementare	46
3.3.9. Axioma 7: Comunicarea presupune procese de ajustare și acomodare	47
Test de autoevaluare T 3.1	48
Lucrare de verificare V 3.1	48
Bibliografie	48
<b>C 4. COMUNICAREA VERBALĂ</b>	49
Obiective	50
4.1. Tipuri de comunicare orală	51
4.2. Cinci trepte ale comunicării orale	51
4.3. Idiolect, sociolect, dialect	52
4.4. Conceptul de ego-stare	52
4.5. Comportament adecvat în timpul comunicării	53
4.6. Pierderea de informații între Emițător și Receptor: cel puțin 9 posibilități de a nu se înțelege	54
4.7. Nivele de înțelegere în comunicarea orală	54
4.8. Activități interactive și activități non-interactive	55
4.9. Limba	55
4.9.1. Competența cognitivă (capacitatea de a înțelege și de a manipula informația cu scopul de a raționa)	56
4.9.2. Competența strategică (capacitatea de a se înarma cu metode de rezolvare a problemelor proprii limbii)	56
4.9.3. Competența comunicativă	57
4.9.4. Competența lingvistică	57
4.9.5. Competența discursivă	57
4.9.6. Competența funcțională	57
4.9.7. Competența sociolingvistică	57
4.9.8. Competența culturală	57
4.10. Cele 7 funcții ale limbii	58
4.11. Oralitatea	58
4.11.1. Multicanalitatea	59
4.11.2. Genurile oralului	59
4.11.3. Ameliorarea performanțelor de comunicare orală	59
4.11.4. Cine vorbește, ascultă. Cine ascultă, vorbește	59
4.12. Conversația: Reglarea schimbului contractul de comunicare Regulile de interacțiune verbală	61
Test de autoevaluare T 4.1	67
Lucrare de verificare V 4.1	67
Bibliografie	68
<b>C 5. COMUNICAREA NONVERBALĂ</b>	69
Obiective	70
5.1. Comunicarea nonverbală	71
5.1.1. Definiție	71

5.1.2. Abordarea interdisciplinară a comunicării nonverbale	71
5.1.3. Comunicare verbală / vs / comunicare nonverbală	73
5.1.4. (Im)portanța comunicării nonverbale	76
5.1.5. Axiomele comunicării nonverbale	77
5.1.6. Structura comunicării non verbale	77
5.1.6.1. Conținutul comunicării nonverbale	79
5.1.6.2. Durata comunicării nonverbale	79
5.1.6.3. Controlul comunicării nonverbale	79
5.1.6.4. Clasificarea semnelor nonverbale	79
5.1.6.5. Funcțiile comunicării nonverbale	80
5.1.6.6. Disfuncțiile comunicării nonverbale	83
5.2. Expresia paralingvistică	83
5.2.1. Definiție	83
5.2.2. Tipuri de elemente paralingvistice	84
5.2.3. Limbajul vocii	85
5.2.3.1. Tonul vocii	85
5.2.3.2. Volumul vocii	86
5.2.3.3. Dicția	86
5.2.3.4. Pauzele	86
5.2.3.5. Tăcerea	87
5.2.4. Ascultarea	87
5.2.5. Melodia vocii	89
5.2.6. Ritmul vorbirii	89
5.2.7. Accentuarea cuvintelor	89
5.2.8. Geamătul și oftatul	89
5.2.9. Tusea	89
Test de autoevaluare T 5.1	90
Lucrare de verificare V 5.1	90
Bibliografie	90
<b>C 6. COMUNICAREA NONVERBALĂ. KINEZICA</b>	91
Obiective	92
6.1. Definiție	92
6.2. Mimica	93
6.3. Oculezica (contactul vizual)	96
6.4. Surâsul	100
6.5. Râsul	102
6.6. Proxemica sau percepția și utilizarea spațiului	104
6.6.1. Definiție	104
6.6.2. Distanțele sociale	104
6.6.3. Teritoriile	107
6.6.4. Cei trei C în jurul unui birou	108
6.6.5. Organizarea locurilor în jurul unei mese	109
6.7. Gesturi	110
6.7.1. Clasificarea gesturilor	111
6.7.2. Mișcările corpului și aspectul cognitiv al limbajului	114
6.7.3. Semnificația gesturilor	115
6.8. Postura	116
6.8.1. Tipuri de posturi	116
6.8.2. Secvențele posturale	117
6.8.3. Jocul palmelor	118
6.9. Comunicarea cromatică	118
6.10. Haptica sau comunicarea tactilă	121
6.11. Cronemica sau percepția și semnificația timpului	122

6.11.1. Timpul tehnic, timpul formal și timpul informal	123
6.11.2. Timpul măsurat după activități și timpul măsurat după ceas	124
6.11.3. Timpul științific /vs/ timpul social	124
6.11.4. Timpul tehnic	124
Test de autoevaluare T 6.1	125
Lucrare de verificare V 6.1	125
Bibliografie	126
<b>C 7. COMUNICAREA PROFESIONALĂ. ELEMENTE DE BAZĂ</b>	127
Obiective	128
7.1. Expunerea orală: prezentare sau dezbatere	128
7.1.1. Pregătirea pentru prezentarea orală	128
7.1.2. Principii utile pentru prezentarea orală	129
7.1.3. Memo: pentru a reuși o prezentare orală	133
7.2. Moderarea unei reuniuni	135
7.3. Prezentarea unei expuneri multimedia	138
7.4. Posterul științific	139
Test de autoevaluare T 7.1	141
Lucrare de verificare V 7.1	141
Bibliografie	142
<b>C 8. COMUNICAREA PROFESIONALĂ</b>	143
Obiective	144
8.1. Curriculum vitae	144
8.2. Pașaportul lingvistic	148
8.3. Participarea la interviu	150
8.4. Convorbirea telefonică	153
Test de autoevaluare T 8.1	154
Lucrare de verificare V 8.1	154
Bibliografie	154
<b>C 9. MANAGEMENT ȘI COMUNICARE</b>	155
Obiective	156
9.1. Comunicarea în procesele manageriale	156
Test de autoevaluare T 9.1	163
Test de autoevaluare T 9.2	164
9.2. Arta de a asculta - Atuu pentru un manager	164
Test de autoevaluare T 9.3	170
9.3. Cultura organizațională	171
9.4. Recrutarea și selectarea personalului	172
Lucrare de verificare V 9.1	176
Bibliografie	176

**Capitolul : INTRODUCERE IN STUDIUL COMUNICĂRII**

## **C1. DIFICULTĂȚILE UNEI DEFINIȚII**

*Orice grup uman se îmbogățește prin comunicare,  
într-ajutorare și solidaritate, vizând un scop comun:  
împlinirea fiecăruia în respectul diferențelor.*

Françoise Dolto

<b>Cuprins</b>	<b>Pagina</b>
Obiective	8
1.1. Trecere în revistă a câtorva poziții teoretice	9
1.2. Definiții	10
1.3. Etimologia cuvântului	11
1.4. Diversitate de opinii și abordări	12
1.4.1. Diversitate de unghiuri de abordare	13
1.4.2. Viziunea biologilor	14
1.4.3. Viziunea informaticienilor, a psihologilor și a sociologilor	14
1.4.4. Non verbalul	14
1.4.5. Comunicarea animală.	14
1.4.6. Comunicarea intrapersonală	14
1.4.7. Comunicarea umană	15
1.4.8. Comunicare în sensul cel mai larg posibil.	15
1.4.9. Comunicare și comunicație	15
1.4.10. Intenția și influența	16
1.4.11. Comunicarea în viziunea lui John Fiske	18
1.5. Încercare de sintetizare a orientărilor	19
1.6. Definiția comunicării a lui Louis Forsdale	21
1.7. Teoria comunicării / teorii ale comunicării	22
Test de autoevaluare T 1.1	23
Lucrare de verificare V 1.1	23
Bibliografie	24



- **Obiectiv:** Cunoașterea principalelor elemente care stau la baza definirii conceptului de comunicare.

## Introducere

Comunicarea nu este nici pe departe o activitate tânără, ea este cu siguranță la fel de veche ca și istoria umanității, chiar dacă nu a fost recunoscută drept știință decât de puțină vreme. De aceea, pentru a ajunge să înțelegem teoria comunicării, trebuie să vedem mai întâi ce este comunicarea? Așa cum arată Armand și Michèle Mattelart<sup>1</sup>, „noțiunea de comunicare are o mulțime de sensuri. Dacă lucrurile sunt așa de multă vreme, proliferarea tehnologiilor și profesionalizarea practicilor n-au făcut decât să adauge în această polifonie glasuri noi, la sfârșitul unui secol care face din comunicare o figură emblematică a societăților celui de-al treilea mileniu”.

Jean Caune arăta, pe bună dreptate, că “fenomenele culturale și procesele de comunicare fac parte, mai mult decât oricând, din orice viață comunitară”<sup>2</sup>. De aceea, atenția care le este acordată de către cercetători, dar și de către dascăli, este direct proporțională cu amploarea pe care comunicarea a luat-o și cu importanța pe care ea a dobândit-o mai ales în ultima jumătate de secol.

---

<sup>1</sup> Mattelart, Armand și Michèle, *Istoria teoriilor comunicării*, Iași, Editura Polirom, 2001, p.5.

<sup>2</sup> Caune, Jean, *Cultură și comunicare*, București, Cartea Românească, 2000, p. 9.

## 1. DIFICULTĂȚILE UNEI DEFINIȚII

### 1.1. Trecere în revistă a câtorva poziții teoretice

O scurtă trecere în revistă a câtorva poziții teoretice ne va ajuta să înțelegem complexitatea fenomenului comunicării:

Astfel, K.R.Scherrer<sup>3</sup> abordează comunicarea interacțională la om și la animal (ceea ce pentru unii analiști este comunicare socială) definind-o ca pe „un proces în care doi sau mai mulți actori co-orientați către un scop își transmit informația de o manieră mutual contingentă, grație unor configurații multicanale”.

Pentru S.Moscovici, a comunica înseamnă a transmite și a influența: „fenomenele comunicării sociale vizează schimburile de mesaje lingvistice și nonlingvistice (imagini, gesturi, etc.) între indivizi și grupuri. Este vorba de mijloace utilizate pentru a transmite o anumită informație și pentru a-l influența pe celălalt”<sup>4</sup>.

La Smith<sup>5</sup> cele două poziții se împletesc în conceperea comunicării plecând de la ideea de *partaj al informației* între indivizi în cadrul unui *schimb social*, acest partaj activând, în foarte multe cazuri, o *negociere* pentru a asigura *încadrarea situației și a contextului* și pentru a *reduce incertitudinea* prin precizarea *intențiilor* indivizilor care comunică (termenii subliniați nu reprezintă altceva decât noțiuni importante în abordarea fenomenului comunicațional)<sup>6</sup>.

Pe această linie, Laurențiu Șoitu este îndreptățit să considere comunicarea drept acel mod fundamental de interacțiune psihosocială fără de care oamenii nu ar putea deveni oameni și nu ar putea să-și cultive valorile proprii<sup>7</sup>.

Comunicarea reprezintă, în viziunea lui John Fiske<sup>8</sup> una dintre activitățile umane pe care fiecare individ o poate recunoaște, dar pe care foarte puțini o pot defini în mod satisfăcător. A comunica înseamnă a vorbi cu cineva, comunicare este și televiziunea, răspândirea de informații, zvonurile, coafura, critica literară, moda și lista poate continua la nesfârșit. Vedem, astfel, cum comunicarea umană este un domeniu extrem de divers și de multilateral.

---

<sup>3</sup> Cf. Scherrer, K.R., « Les fonctions des signes nonverbaux dans la conversation » in Cosnier J., Brossard, A., *La communication nonverbale*, Neufchâtel, Delachaux et Niestlé, 1984, p. 71-100.

<sup>4</sup> Moscovici, S., (ed.), *Psychologie sociale*, Paris, PUF, p. 6. Vezi și Moscovici S., ‘The phenomenon of social representations’ în Farr R.M., *Social Representations*, Cambridge, Cambridge University Press, 1984, p. 3-69.

<sup>5</sup> Smith W.J., ‘Cognitive implications of a information sharing model of animal communication’ în Balda R.P., Pepperberg I.M., Kamil A.C. (eds), *Animal Cognition in Nature*, 1998, p. 227-243.

<sup>6</sup> Poziția teoretică a lui Smith este prezentată și de Janine Beaudichon în excelenta sa lucrare, *La communication. Processus, formes et applications*, Paris, Armand Colin, 1999, p. 15.

<sup>7</sup> Șoitu, Laurențiu, *Comunicare și acțiune*, Iași, Institutul European, 1997, p. 6.

<sup>8</sup> Fiske, John, *Introducere în științele comunicării*, Iași, Polirom, 2003, p. 15.



## 1.2. Definiții de dicționar:

*Le Petit Robert*<sup>9</sup> menționează: **Comunicare**, cuvânt atestat din 1365 și provenit din latinescul *communicatio* desemnează „comerț, relații. Faptul de a comunica, de a stabili o relație cu cineva sau cu ceva”. Din 1557 apare și sensul „a face cunoscut ceva cuiva”. Din secolul al XIV-lea apare sensul „a fi, a se pune în relație” sau „a face cunoscut ceva cuiva [...]”. A împărți ceva cu cineva. A face comun, a transmite ceva. Acțiunea de a fi în raport cu altcineva, în general prin intermediul limbajului; schimb verbal între un locutor și un interlocutor, căruia primul îi solicită un răspuns [...]. Acțiunea de a pune în relație, în legătură, în contact, diferite lucruri”.

*Le Petit Robert* din 1974 definește comunicarea ca „acțiunea de a comunica ceva: aviz, mesaj, informație”.

**A comunica:** A transmite ceva, a împărtăși cuiva un sentiment, o stare. [...] A intra în contact cu cineva, a-i împărtăși gândurile, sentimentele”. (*Larousse*)

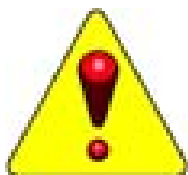
*Dicționarul explicativ al limbii române* definește comunicarea ca “a face cunoscut, a da de știre, a informa, a înștiința, a spune” și despre oameni, comunități sociale etc. “a se pune în legătură, în contact cu”, “a vorbi cu”, după cum și “a fi în legătură cu, a se duce la”. Tot în DEX întâlnim definiția “acțiunea de a comunica și rezultatul ei”.

Încercând o sinteză a definițiilor de dicționar, J.Beaudichon arată că „prezentarea (dicționarelor, n.n.) este făcută ca și cum comunicarea ar fi o noțiune omogenă. Ori, nu este cazul: printre numeroșii modulatori, dintre care unii au fost enumerați mai sus, iată câțiva: obiectivul, raporturile de putere ori de influență pe care le exercită în general sau unii față de alții interlocutorii, numărul acestora, distanța care îi separă etc. A comunica atunci când interlocutorii pot să interacționeze și să *coopereze* din punct de vedere social pentru a asigura transmisia nu este același lucru cu a acționa unidirecțional. Și într-un caz și în altul, locutorul este în raport cu auditorul sau cu auditorii săi; dar dacă nici un răspuns nu este posibil, natura însăși a activității care trebuie desfășurată pentru a transmite efectiv informația este diferită de cea care se realizează atunci când returnul și interacțiunea sunt posibile. Există diferite circumstanțe, diferite tipuri de motivații care modelează de o manieră caracteristică diferitele tipuri de mesaje și diferite tipuri de interacțiuni: comunicarea nu poate fi definită decât în raport cu ceea ce denumim în mod generic context”<sup>10</sup>.

---

<sup>9</sup> *Le Petit Robert. Dictionnaire alphabétique et analogique de la langue française*, Paris, 1972.

<sup>10</sup> Beaudichon, Janine, *op.cit.*, p. 24-25.



### *Comunicare, un concept flu*

*„Totul comunică. Dar ce înțelegem în general prin a comunica?”*

*Primesc un apel telefonic. Comunic sau mi se comunică ceva. Stabilesc o comunicare sau întrerup ori bruiez comunicarea cu cineva. Am reușit sau nu să îmi comunic impresiile, ideile, sentimentele partenerului ori vecinului meu ori publicului. Astfel, văd și ascult, gust arta contemporană care îmi dă frisoane sau mă dezgustă, apreciez natura, această mare pe care o văd albastră, acest lac liniștit.*

*Pot, în anumite situații, să comunic cu Dumnezeu sau cu un principiu etern supraterestru și să ajung la extaz în comunicarea cu absolutul. Cel puțin, cred că aceasta s-ar putea întâmpla... Dragostea promite o comunicare fuzională, la fel ca și intensele pulsuni de ambiție sau de putere. O manifestație publică poate să mă aducă într-o stare de comunicare emotivă: un miting, discursul unui lider; vibrez atunci alături de mii de alți oameni.*

*Pe scurt, trăiesc în mijlocul unor comunicări multiple, pe care le disting unele de altele într-un mod implicit. Căci știu, fără să fie nevoie să mi se explice de fiecare dată, că o anumită comunicare științifică a unui coleg la un colocviu recent nu este același lucru cu mesajul lăsat pe robotul telefonului și nici nu are aceeași intensitate ca și comunicarea pe care cred că o am cu un prieten. O lume le separă și totuși eu le reunesc pe toate sub termenul generic de comunicare.*

*Dicționarele confirmă acest punct de vedere. Fie că e vorba de Robert, de Littré, definițiile abundă, în același timp asemănătoare, dar și divergente.*

*Constatăm că nici una din aceste definiții nu coincide, că fiecare scoate în evidență elemente diferite. Și totuși un consens larg înconjoară acest termen, iar evidența prezenței sale nu este egalată decât cu multiplicitatea sa de sensuri.*

*Cel puțin, s-ar putea reuni aceste diferite aspecte spunând: a comunica înseamnă a pune sau a avea ceva în comun, fără a ne gândi la acest ceva ori la căile care servesc la transmiterea lui ori la termenii (indivizi, grupuri, obiecte) care îl împărtășesc”.*

Lucien Sfez<sup>11</sup>

Dacă definițiile prezentate ridică foarte multe probleme de circumscriere a fenomenului comunicațional, apelul la etimologia cuvântului va încerca să limpezească lucrurile.

### **1.3. Etimologia cuvântului:**

Etimologic, cuvântul **comunicare** vine din latinescul COMMUNICARE, “a pune sau a avea în comun”, cuvânt format din CUM (“împreună, cu”) și adjectivul MUNIS, -E (“care își face datoria, îndatoritor, serviabil”). Forma latină a verbului exprimă sensul profund al comunicării, alăturând funcției de contact, de legătură și pe aceea de ”a face comun ceva, a împărtăși, a pune împreună, a

---

<sup>11</sup> Sfez, Lucien, apud Beaudichon, Janine, *op. cit.*, p. 21-22.

amesteca, a uni”’. Acest cuvânt a dat naștere, așa cum arată Mihai Dinu<sup>12</sup>, unei familii lexicale bogate, din care reținem adjectivele IMMUNIS “scutit de sarcini, exceptat de la îndeplinirea unor datorii” (la Tit Liviu, *immunis militia* avea sensul de “scutit de serviciul militar”), de unde și sensul actual “exceptat de la contractarea unei boli”; COMMUNIS “care își împarte sarcinile cu altcineva”, iar mai târziu, în epoca clasică, ”ce aparține mai multora sau tuturor” (accepțiune din sintagma *trăsături comune*) și probabil \*MUNICUS, cuvânt neatestat în texte, dar reconstituit. Acest cuvânt îl poate explica pe COMUNICARE, termen ce avea, la început, sensul de punere în comun a unor lucruri indiferent de natură lor. Apoi, pe măsură ce creștinismul se răspândea, s-a conturat sensul sacramental, euharistic, cuvântul căpătând sensul de împărtășire a credincioșilor în cadrul agapelor ce s-au aflat la originea serviciului liturgic de mai târziu (francezul *communier*<sup>13</sup>). Din această ultimă accepțiune s-a dezvoltat antonimul EXCOMMUNICARE “interdicție de a primi împărtășania”, echivalentă cu excluderea din comunitate și scoaterea în afara legii. Limba română nu a reținut decât sensul cultural, ecleziastic al latinescului COMUNICARE, moștenit sub forma *cuminecare*.

Acestea sunt tocmai sensurile pe care le descoperă Constantin Noica<sup>14</sup> în cuvântul *cuminecare*. “Cuvântul acesta *cuminecare*, purtător de atâtea afirmări, nu este numai al limbii noastre. Vine din latinescul COMUNICARE și, prin latina ecleziastică, a căpătat în toate limbile romanice același sens, de a se împărtăși de la, a se împărtăși întru ceva”.

Pătrunderea recentă, pe cale savantă, a sensului laic al cuvântului, reprezentat de neologismul *comunicare*, a dus la apariția unui dublet etimologic bogat în semnificații, ce scoate în evidență ambivalența procesului de comunicare.

#### 1.4. Diversitate de opinii și abordări:

Mihai Dinu<sup>15</sup> insistă asupra dificultăților de definire exactă a termenului comunicare, având în vedere “întreaga încărcătură de ambiguități și conotații acumulate de-a lungul vremii” de acest cuvânt. Tot el arată că acest concept “derutează prin multitudinea ipostazelor sale și tinde să se constituie într-o permanentă sursă de confuzii și controverse”<sup>16</sup>.

Pentru a ilustra această polisemie marcată a termenului „comunicare”, Franck E.X.Dance<sup>17</sup> enumăra sensurile:

---

<sup>12</sup> Dinu, Mihai, *Comunicarea. Repere fundamentale*, București, Editura Științifică, 1997, p. 15.

<sup>13</sup> În franceză, *communiquer* și *communier* au aceeași rădăcină latină, *communicare*. Dacă *communier* duce cu gândul la recepție, *communiquer* este decodat din punctul de vedere al emisie, al celui care comunică, împărtășește.

<sup>14</sup> Noica, Constantin, *Rostirea filosofică românească*, București, Editura Științifică, 1970, p. 17.

<sup>15</sup> Dinu, Mihai, *op.cit.*, p. 8.

<sup>16</sup> *Idem*, *ibidem*.

<sup>17</sup> Dance, Franck, E.X., « The „concept” of communication » în *Journal of Communication*, 20, 1970, p. 201-210, apud Chelcea, S., Ivan L., Chelcea A., *Comunicarea nonverbală: gesturile și postura*, București, comunicare.ro, cursuri universitare, 2005, p.13-14.

- schimb verbal de gânduri sau idei;
- proces prin care noi îi înțelegem pe alții și, alternativ, ne străduim să fim înțeleși de ei;
- interacțiune, chiar la nivel biologic;
- proces care ia naștere din nevoia de a reduce incertitudinea, de a acționa efectiv și de a apăra sau întări eul;
- proces de transmitere a informațiilor, ideilor, emoțiilor sau priceperilor prin folosirea simbolurilor (cuvinte, imagini, figuri, diagrame etc.);
- transfer, schimb, transmitere sau împărtășire;
- proces care unește părțile discontinue ale lumii vii;
- proces care face comun mai multora ceea ce este monopol al unuia sau al unora;
- totalitatea mijloacelor de transmitere a mesajelor militare, a ordinelor etc. (telefon, telegraf, radio, curieri),
- proces de îndreptare a atenției către o altă persoană în scopul reproducerii ideilor;
- răspuns discriminatoriu (sau constant) al unui organism la un stimul;
- transmitere a informației (care constă din stimuli constanți) de la o sursă la un receptor;
- proces prin care o sursă transmite un mesaj către un receptor cu intenția de a-i influența comportamentele ulterioare;
- proces de tranziție de la o situație structurată în general la o altă situație, aflată într-o formă perfectă;
- mecanism prin care se exercită puterea.

Sintetizând analiza profesorului Mihai Dinu<sup>18</sup>, subliniem:

**1.4.1. Diversitate de unghiuri de abordare.** Pentru a încerca să facă bilanțul procesului de proliferare semantică care înconjură acest concept, cercetătorii americani Frak E.X.Dance și Carl E. Larson<sup>19</sup> au adunat, limitându-se la cele mai semnificative, 126 de definiții ale comunicării propuse de diferiți autori. Și aceasta pentru că în foarte multe domenii (biologie, sociologie, științele informației, cibernetică, telecomunicații etc.) termenul este utilizat într-o accepțiune particulară, specializată, aflată, nu de puține ori, în divergență cu sensul încetățenit în alte sectoare ale cunoașterii.

---

<sup>18</sup> Cf. Dinu, Mihai, *op. cit.*, p. 7-16.

<sup>19</sup> Cf. *The Foundations of Human Communication. A theoretical Approach*, New York, Holt, Rinehart and Winston, 1976, apud Dinu, Mihai, *op.cit.*, p. 9.

**1.4.2. Viziunea biologilor.** Astfel, Mihai Dinu<sup>20</sup> arată, în lucrarea amintită, că pentru un biolog ca Edward O. Wilson “comunicarea este o acțiune a unui organism sau a unei celule care alterează modelele probabile de comportament ale altui organism sau ale altei celule, într-o manieră adaptativă pentru unul sau pentru ambii participanți”.

**1.4.3. Viziunea informaticienilor, a psihologilor și a sociologilor.** Dar această definiție nu îi poate mulțumi pe informaticieni, interesați de comunicarea dintre “organisme” sau “celule” nevii, ori pe psihologi și sociologi, care nu concep comunicarea în afara unui subiect dotat cu conștiință. Toți aceștia ar accepta mai degrabă definiția propusă de Carl I. Hovland, Irving I. Janis și Harold H. Kelley după care “comunicarea este un proces prin care un individ (comunicatorul) transmite stimuli (de obicei verbali) cu scopul de a schimba comportarea altor indivizi (auditoriul)<sup>21</sup>”.

**1.4.4. Non verbalul.** Nici această definiție nu pare a fi suficientă, pentru că ea ignoră comunicarea non-verbală, persoanele aflate în interacțiune nemijlocită transmițându-și cu precădere mesaje non-verbale. Acestea sunt estimate la circa 65% de Ray Birdwhistell, care are în vedere numai limbajul gestual, și la nu mai puțin de 93% de Albert Mehrabian<sup>22</sup> care include în această categorie și parametrii vocali (intonație, ritmul vorbirii, înălțime, volum sonor etc.) care însoțesc expresia verbală, fără a aparține planului lingvistic propriu-zis. Nu trebuie să uităm că există foarte multe situații când oamenii sunt obligați să comunice prin mijloace exclusiv non-verbale, ca în cazul mutismului sau al surdității unuia dintre parteneri, în cazul alogloției (pierderea capacității limbajului) interlocutorilor sau în contexte situaționale deosebite, marcate de distanță excesivă, zgomot foarte puternic, interdicții cu caracter magic sau religios, constrângeri de ordin ludic sau artistic, precum și jocurile de societate bazate pe mimarea unor acțiuni sau în spectacolele de pantomimă.

**1.4.5. Comunicarea animală.** Dar și această abordare lasă ceva deoparte: e vorba de vastul domeniu al comunicării animale, ce face obiectul etologiei și care, cu excepția “verbalității” neconștientizate a păsărilor imitatoare (papagali, corbi, grauri, pasărea-liră), nu cunoaște ipostaza lingvistică.

**1.4.6. Comunicarea intrapersonală.** Mai există și comunicarea intrapersonală (dialogul interior), care nu se poate defini în termenii alterității (“a schimba comportarea altor indivizi”).

---

<sup>20</sup> Dinu, Mihai, *op.cit.*, p. 8-9.

<sup>21</sup> *Idem*, p. 9.

<sup>22</sup> Cf. *Non-Verbal Communication*, Aldine, 1972.

**1.4.7. Comunicarea umană**, arată Laurențiu Șoitu<sup>23</sup>, este esența legăturilor interumane exprimată prin capacitatea de a descifra, permanent, sensul contractelor sociale rezultate cu ajutorul simbolurilor și al semnificațiilor socialo-generale, în vederea obținerii stabilității ori modificării comportamentelor individuale sau la nivel de grup.

**1.4.8. Comunicare în sensul cel mai larg posibil.** Au existat și încercări de lărgire a cadrului definiției, pentru a acoperi exigențele a cât mai multora dintre disciplinele interesate de problemele comunicării, dar nici ele nu au avut mai mult succes. Astfel, Charles Morris definea conceptul de comunicare ca “punerea în comun, împărtășirea, transmiterea unor proprietăți unui număr de lucruri”, lărgindu-l până la a cuprinde tipuri de acțiuni care nu mai au nimic de a face cu informația. Filosoful american își ilustrează el însuși definiția cu exemplul surprinzător al unui calorifer care își “comunică” căldura obiectelor din spațiul ambiant, arătând că “orice mediu care servește acestui proces de punere în comun e un mijloc de comunicare: aerul, drumul, telefonul, limbajul<sup>24</sup>”.

O altă încercare de definire este reprezentată de ceea ce numim “*ipoteza Sapir-Whorf*”<sup>25</sup>: imaginea pe care ne-o formăm asupra realității depinde esențialmente de limba pe care o vorbim. Or, după cum se știe, engleza, ca și franceza, nu posedă un cuplu de cuvinte care să marcheze distincția, existentă în română, între *comunicare* și *comunicație*. În limba română, automobilul, trenul, metroul sunt mijloace de comunicație, iar logosul și melosul, mijloace de comunicare. Pentru un român, marfa se poate transporta pe o cale de comunicație, în timp ce o știre se *transmite* pe o cale de *comunicare* și nu invers. Aerul, menționat de Morris, poate fi și o cale de *comunicație* și o cale de *comunicare*, după cum servește transportului de mărfuri și pasageri ori difuzării în spațiu a cuvintelor pe care le rostim.

**1.4.9. Comunicare și comunicație.** Mihai Dinu are perfectă dreptate când insistă asupra distincției dintre mijloace de *comunicare* și mijloace de *comunicație*, pentru că a discuta despre transmiterea mesajelor, adică despre comunicare, în termenii metaforei transportului ar fi o mare greșeală. Pentru că nu cuvintele poartă înțelesuri, acestea nu există decât în mintea celor care le utilizează. „Cuvântul rostit nu e altceva decât un semnal care, odată ajuns la un receptor, poate sau nu să iște în mintea acestuia un înțeles, strict condiționat însă de cunoașterea codului, în absența căruia comunicarea nu este posibilă. Cuvintele *mal* și *miel* sunt înțelese și de un francez, dar cu totul alte sensuri decât cele pe care li le atribuie un român, tocmai din cauza non-identității codurilor lingvistice [...]”<sup>26</sup>. Vedem astfel cum

---

<sup>23</sup> Șoitu, Laurențiu, *Comunicare și acțiune*, Iași, Institutul European, 1997, p. 5.

<sup>24</sup> Apud Dinu, Mihai, *op.cit.*, p. 10.

<sup>25</sup> Cf. Sapir, Edward, *The Status of Linguistics as a Science*, în *Language*, 5, 1929, p. 207-214.

<sup>26</sup> Dinu, Mihai, *op.cit.*, p. 11.

definiția lui Charles Morris, nefăcând distincția dintre *comunicare* și *comunicație*, devine mult prea largă, ambiguă, generând confuzii privind natura reală a proceselor de semnalizare și de semnificare.

Asemenea definiții deficitare au trezit ironia multor cercetători. Astfel, definiția profesorului britanic de telecomunicații Colin Cherry “Comunicarea este ceea ce leagă organismele între ele” a prilejuit observația critic-glumeață a lui Louis Forsdale<sup>27</sup> care remarca că și lesa cu care ne scoatem câinele la plimbare poate fi considerată, în litera acestei definiții, o formă de comunicare. Dacă depășim ironia cercetătorului, vom vedea că lesa în sine nu este comunicare, dar că ea stabilește o legătură comunicațională între om și câine, în măsura în care anumite smucituri semnificative pot transmite informații relative la intențiile de deplasare, atenționări și avertismente etc.

Observăm, deci, dificultatea de a găsi o definiție convenabilă acestui fenomen al comunicării, definiție care să satisfacă și specialistul dintr-un domeniu strict circumscris, dar care să aibă și un caracter general.

Această dificultate s-ar reduce, dacă ne-am limita la comunicarea interumană, făcând abstracție de cea animală.

**1.4.10. Intenția și influența.** Dar și așa rămâne un punct care îi desparte pe cercetători, cel al intenționalității. Mai mult decât atât, nu orice comunicare urmărește să provoace modificări comportamentale, așa cum lasă să se înțeleagă una dintre definițiile amintite mai sus. *Muzica* sau *artele plastice* constituie importante mijloace de influențare a conștiințelor și de modelare a afectivității, fără ca în intențiile artistului emițător să stea impunerea ori sugerarea unor schimbări în conduita receptorului.

Trebuie să răspundem la întrebarea dacă putem vorbi de comunicare și atunci când scurgerea de informații este involuntară, iar acest răspuns împarte teoriile comunicării în două mari clase.

**1.4.10.1.** Prima clasă este reprezentată de ***semiologia comunicării***, așa cum a fost ea dezvoltată de semioticienii Eric Buysens, Jeanne Martinet, Georges Mounin și Louis Prieto. Aceștia fac distincția clară între *semnal* și *indiciu*, numai semnalul presupunând existența unei intenționalități din partea emițătorului. Paloarea bruscă de pe chipul cuiva este doar un indiciu al sentimentelor care îl încearcă, pe când o chemare în ajutor reprezintă un semnal explicit, un act deliberat săvârșit cu un scop precis. Acești autori consideră că putem vorbi despre comunicare numai în cazul semnalelor, studiul indiciilor fiind rezervat unei discipline aparte: ***semiologia semnificării***. (Tabelul 1.1)

---

<sup>27</sup> Cf. *Perspectives on Communication*, Addison Wesley Pull. House, 1976, apud Dinu, Mihai, *op.cit.*, p. 12.

Tabelul 1.1

<i>Semiologia comunicării</i>	<i>Semiologia semnificării</i>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comunicare: „stabilirea unui raport social între două persoane grație unui indiciu pe care îl produce una dintre ele și cu ajutorul căruia furnizează celeilalte o indicație referitoare la acest raport social”.</li> <li>a) raport social: <ul style="list-style-type: none"> <li>- informație: a face să știi</li> <li>- injuncție: a face să faci</li> <li>- întrebare: a cere o informație</li> </ul> </li> <li>b) - indice spontan, natural: culoarea cerului, accentul străin, etc.</li> <li>- indice fals spontan: accentul imitat de către un locutor dornic să pară străin</li> <li>- intenție sau semnal: panoul rutier</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- semnificație: „relația care există între un indice și elementul indicat atunci când această relație nu este naturală, dar a fost instituită de un grup social”.</li> <li>- exemplu: „poziția relativă pe care o ocupă două persoane mergând împreună pe un trotuar (către carosabil sau către clădiri, pe partea dreaptă sau pe cea stângă ...) poate fi indiciul, de exemplu, al unui raport ierarhic între ele și aceasta cu siguranță pentru că între această poziție și acest raport ierarhic există o relație; este evident, totuși, că această relație nu este naturală, ci socialmente instituită”.</li> <li>- semiologia semnificării „analizează indicii convenționali, adică pe aceia care și-au dobândit, într-o societate dată, capacitatea de a fi indici”.</li> </ul>
<p>„<b>Semiologia comunicării</b> ar studia toate faptele pe care le studiază lingvistica, adică semnalele lingvistice, dar și semnalele nonlingvistice pe care această disciplină (lingvistica, n.n.) nu le studiază; <b>semiologia semnificării</b> ar studia toate faptele pe care le studiază semiologia comunicării, adică semnalele, dar și indicii convenționali care nu sunt semnale și pe care, în consecință, semiologia comunicării nu îi studiază”<sup>28</sup>.</p>	

**1.4.10.2.** A doua clasă este reprezentată de *Școala de la Palo Alto*, în cadrul căreia au fost elaborate renumitele “axiome” ale comunicării. Prima dintre ele, aparținând lui Paul Watzlawick, Janet Beavin și Don Jackson, postulează că “non-comunicarea este imposibilă”, atâta vreme cât hainele, privirea, mersul, chiar tăcerile noastre “comunică” celorlalți multe despre condiția socială, temperamentul, obiceiurile, dispoziția, atitudinile, emoțiile noastre. Cercetătorii de la Palo Alto consideră că orice comportament are o valoare comunicativă, distincția dintre semnal / vs / indiciu fiind, deci irelevantă. Practic vorbind, dacă gesturile interlocutorului furnizează informații care pot fi utile, nu e foarte important, așa cum arată Mihai Dinu<sup>29</sup>, dacă acesta a avut intenția să ni le ofere (cazul actorului care își pregătește minuțios jocul de scenă) sau dacă s-a ”demască”, arătându-ne lucruri pe care ar fi dorit să le țină pentru sine. De altfel, sociologia modernă pune un accent din ce în ce mai mare pe conceptul de *rol*, condiționat de contextul spațial, temporal, social sau psihologic al comunicării, distincțiile dintre semnale și indicii și dintre spontaneitate și premeditare fiind supuse nuanțării.

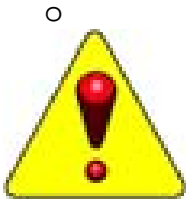
<sup>28</sup> După Prieto, L., apud Baylon, Christian, Mignot, Xavier, *La communication. Les outils et les formes de la communication: une présentation méthodique et illustrée*, Paris, Nathan, 2003, p. 53.

<sup>29</sup> Dinu, Mihai, *op. cit.*, p. 14.



**1.4.11. Comunicarea în viziunea lui John Fiske.** Constatând dezacordul care domnește în stabilirea naturii studiilor comunicării, John Fiske<sup>30</sup> încearcă și el să dea coerență confuziei în ceea ce privește definirea comunicării. Autorul își construiește lucrarea plecând de la câteva supoziții:

- presupunerea că se poate face din comunicare un obiect de studiu, dar că pentru aceasta și pentru a o studia în diversitatea sa este nevoie de o multitudine de abordări disciplinare;
- presupunerea că orice comunicare implică semne și coduri;
- presupunerea că aceste semne și coduri sunt transmise sau făcute disponibile pentru ceilalți, iar transmiterea sau receptarea de semne/coduri/comunicare reprezintă o practică a relațiilor sociale;
- presupunerea că, pentru viața noastră culturală, comunicarea este esențială; fără ea, cultura de orice tip ar muri;
- la baza tuturor acestor supoziții se află o definiție generală a comunicării ca “interacțiune socială prin intermediul mesajelor”.



„În legătură cu definiția comunicării umane, părerile sunt împărțite. Unii autori admit o definiție extensivă, asimilând comunicarea cu orice formă de interacțiune între organisme vii, oricare ar fi nivelele și formele: mesaje chimice, senzoriale, codate. Alți autori, dimpotrivă, restrâng definiția comunicării la cazurile în care schimbul este bazat pe o intenție comunicativă: ca dovadă pragmatica comunicării care pune accentul pe actul de vorbire ca acțiune efectuată cu ajutorul limbajului și capabilă de a produce efecte, intenționate sau nu, asupra interlocutorului. Încă și mai strictă (dar complementară) este analiza care pleacă de la premisa ca producțiile ce intră în actul de schimb să fie produse cu scopul obținerii unui efect anticipat asupra emițătorului. Este vorba aici de o acțiune pilotată de o meta-reprezentare și care implică o planificare a modului de a schimba / modifica starea mentală a celuilalt.

Avantajul unei definiții prin intenționalitate reciprocă este claritatea sa. Inconvenientul este reprezentat de dificultatea de a stabili un criteriu de intenționalitate valabil fără echivoc pentru schimburile non verbale ...

În aceste condiții, este mai adecvată utilizarea mai multor nivele de definiție a comunicării. Am putea distinge, la un prim nivel, o **comunicare expresivă**, în care efectele sunt așteptate, fără să existe o planificare mentală a acestor efecte. Al doilea nivel ar privi **comunicarea instrumentală**, în care efectele precise ale emisiei sunt căutate, plecând de la o planificare ce vizează evenimentele tangibile: de exemplu, a arăta cu degetul pentru a obține ceva (proto-imperativ). Al treilea nivel ar fi cel al **comunicării pragmatice**, unde efectele emisiei sunt căutate și organizate pe baza unei planificări a evenimentelor mentale: de exemplu, a arăta cu degetul la un obiect nu pentru a-l obține, ci pentru a-l atenționa pe celălalt”.

J.Nadel<sup>31</sup>

---

<sup>30</sup> Fiske, John, *op.cit.*, p. 15-16.

<sup>31</sup> Nadel J., “Communication” in Houde O., Kayser D., Koenig O., Proust J., Rastier F., (eds). *Vocabulaire des sciences cognitives*, Paris, PUF, 1998, p. 86-88, apud Beaudichon, Janine, *op.cit.*, p. 27, (traducerea noastră).

### 1.5. Încercare de sintetizare a orientărilor:

Vedem astfel cum comunicarea ni se prezintă ca un câmp extrem de generos de posibilități și, în același, timp, extrem de dificil de abordat din cauza multiplelor unghiuri de abordare și focalizare teoretică. Astfel, Jean Lohisse este perfect îndreptățit să afirme că „fiecare domeniu al cunoașterii are definiția lui care accentuează, după caz, schimbul, contactul, transferul, transportul, energia, informația”<sup>32</sup>.

Analizând multitudinea definițiilor date până acum comunicării, John Fiske<sup>33</sup> ajunge la concluzia că există *două mari tipuri de definiții ale comunicării*.

*Primul tip vede comunicarea ca fiind un proces prin care A transmite un mesaj lui B, mesaj care are un efect asupra acestuia.*

Cel de-al doilea tip vede comunicarea drept negociere și schimb de semnificație, proces în care mesajele, persoanele determinate din punct de vedere cultural și “realitatea” interacționează astfel încât să ajute înțelesul să fie produs și înțelegerea să apară.

Scopul primei definiții este să identifice etapele prin care trece comunicarea, astfel încât fiecare etapă să poată fi studiată cum se cuvine, iar rolul lor în procesul comunicării, precum și efectele asupra procesului de comunicare să fie identificate. Lasswell (1948) fixează această perspectivă prin modelul său “*Cine spune ce / pe ce canal / cui / și cu ce efect?*”.

În interiorul acestei abordări există, bineînțeles, zone asupra cărora domnește dezacordul: una dintre acestea este legată de importanța intențiilor de comunicare. D.M. MacKey<sup>34</sup> arată că un geolog poate obține multe informații examinând o rocă, dar că roca nu poate comunica, pentru că nu are nici intenția și nici puterea de alegere.

Alți autori includ la capitolul comunicare toate mijloacele simbolice prin care o persoană, sau orice alt organism influențează o altă persoană<sup>35</sup>.

O a doua abordare este, după John Fiske, cea *structuralistă*, care accentuează relația dintre elementele constitutive necesare pentru ca înțelesul să apară. Aceste elemente se pot încadra în trei mari categorii:

1. textul, semnele și codurile lui;
2. persoanele care “citesc” textul, experiența socială și culturală care i-a format atât pe ei, cât și semnele / codurile pe care le folosesc;
3. conștiința unei “realități externe” la care se referă atât textul, cât și oamenii. (Prin “realitate externă” înțelegem acel lucru la care se referă un text, altceva decât textul în sine).

---

<sup>32</sup>Lohisse, Jean, *Comunicarea. De la transmiterea mecanică la interacțiune*, Iași, Polirom, 2002, p. 12.

<sup>33</sup> Fiske, John, *Concepte fundamentale din științele comunicării și studiile culturale*, Iași, Polirom Collegium, 2001, p. 74-75.

<sup>34</sup> Cf. “Formal analysis of communicative process” in Hinde, R.A. (coord.), *Non Verbal Communication*, Cambridge University Press, Cambridge, 1972.

<sup>35</sup> Cf. Sereno, K.K., Mortensen, C.D., *Foundations of Communications Theory*, Harper & Row, New York, 1970.

În acest vast desen al științelor comunicării, fiecare cercetător își stabilește propriile poziții: astfel, Ferdinand de Saussure, părintele lingvisticii europene, pune în prim plan gruparea elementelor care alcătuiesc un “text” (semne / coduri / limbaj), Roland Barthes se concentrează pe interacțiunea text / cultură, iar Peirce, Ogden și Richards acordă mai multă atenție “realității externe”, pe care o numesc obiect sau referent. Modalitatea în care se produce sensul, prin interacțiunea acestor trei grupări, este domeniul principal de studiu al semioticii.

Denis McQuail<sup>36</sup> aduce în discuție tipologia definițiilor comunicării a lui D.Dance, care identifică 15 tipuri, fiecare dintre ele punând accent pe un alt aspect sau pe altă componentă:

1. Simboluri, vorbire, limbaj;
2. Înțelegere – receptarea, nu transmiterea mesajelor;
3. Interacțiune, relație – schimbul activ și coorientarea;
4. Reducerea incertitudinii – ipotetică dorință fundamentală care duce la căutarea de informație în scopul adaptării;
5. Procesul – întreaga secvență a transmiterii;
6. Transfer, transmitere – mișcare conotativă în spațiu sau timp;
7. Legătură, unire – comunicarea în ipostaza de conector, de articulator;
8. Trăsături comune – amplificarea a ceea ce este împărtășit sau acceptat de ambele părți;
9. Canal, purtător, rută – o extensie a “transferului”, având ca referință principală calea sau “vehiculul” (sistem de semne sau tehnologie);
10. Memorie, stocare - comunicarea duce la acumulare de informație și putem “comunica cu” astfel de depozite informative;
11. Răspuns discriminatoriu – accentuarea acordării selective de atenție și a interpretării;
12. Stimuli – accentuarea caracterului mesajului de cauză a răspunsului sau reacției;
13. Intenție – accentuează faptul că actele comunicative au un scop;
14. Momentul și situația – acordarea de atenție contextului actului comunicativ;
15. Putere – comunicarea văzută ca mijloc de influență.

Observăm cu ușurință diversitatea actelor sau situațiilor de comunicare, precum și numeroasele unghiuri de abordare a analizei fenomenului de comunicare.

Orientări diverse, unele chiar contradictorii, care ne pun în fața unui domeniu vast, cuprinzător, fascinant, ce nu așteaptă decât să fie cunoscut.

Jean Lohisse<sup>37</sup> face o excelentă sinteză a cercetărilor din domeniul științelor comunicării și ajunge la concluzia că se poate vorbi de două generații: o primă generație se

---

<sup>36</sup> McQuail, Denis, *Comunicarea*, Iași, Institutul European, 1999, p. 15-16.

situează pe linia analitică și propune modele lineare. În cadrul acestei prime generații pot fi observate patru direcții de cercetare:

- *teoriile datelor*. Teoria matematică a informației, definită de Shannon și de Weaver în 1948, este caracterizată de o optică analitică.
- *teoriile semnelor*. Același tip de abordare este întâlnit în teoriile lingvistice saussuriene și în semioticile așa-zis structuraliste, care, centrate pe cod, dezvoltă abordări specifice ale comunicării.
- *teoriile comportamentului*. Tot pe structura modelului analitic se construiesc și teoriile behavioriste, interesându-se mai ales de comunicarea la nivel interpersonal.
- *teoriile difuzării*. Sociologii empiriști, cercetători în domeniul comunicării de masă, lucrează și ei pe același model linear al abordării analitice.

A doua generație de cercetări în domeniul comunicării sociale a apărut din dorința de a privilegia relațiile în raport cu obiectele. Dar și aici apar direcții și tendințe diferite, putând descoperi:

- *curentul sistemic* în care vom găsi preocupările ciberneticii, ale organizării și constructivismului ;
- *pragmaticile psihologice și psiho-clinice* ale Școlii de la Palo Alto și ale teoreticianului său, Paul Watzlawick ;
- *curențele antroposociologiei comunicării* care pun accentul pe abordarea socială a interacțiunii ;
- *teoriile pragmatice lingvistice*, diferite de teoriile semiotice structurale.

### 1.6. Definiția comunicării a lui Louis Forsdale

Am văzut că definirea comunicării ridică probleme. Dar cea mai completă și flexibilă dintre definițiile comunicării pare a fi cea a lui Louis Forsdale, care spunea : “Comunicarea este procesul prin care un sistem este stabilit, menținut și modificat prin intermediul unor semnale comune (împărtășite) care acționează potrivit unor reguli”.

Definiția lui Forsdale are meritul de a preciza natura entităților care comunică și de a sublinia rolul integrator al comunicării. Vedem astfel că, așa cum arată Mihai Dinu<sup>38</sup>, prin interconectarea unor agenți, până atunci izolați, comunicarea generează configurații superioare, înzestrate cu proprietăți noi față de cele ale unităților alcătuitoare. Dacă un grup uman reprezintă mai mult decât suma indivizilor care îl compun, faptul se datorează, în primul rând, comunicării interpersonale dintre membrii săi, rețeaua de legături astfel formată adăugând trăsături suplimentare, structurale, de ordin interacțional, caracteristicilor individuale ale participanților.

---

<sup>37</sup> Lohisse, Jean, *La communication. De la transmission à la relation*, Bruxelles, DeBoeck Université, 2001, p. 18-19.

<sup>38</sup> Dinu, Mihai, *Comunicarea. Repere fundamentale*, București, Editura Algos, Ed. a II-a, 2000, p. 18.

Atât conservarea, cât și evoluția grupului depind în mod hotărâtor de direcția în care se dezvoltă relațiile din cadrul său, adică de bunul mers al comunicării.

Definiția lui Forsdale este interesantă și pentru faptul că arată că raporturile dintre componentele sistemului se bazează numai pe utilizarea de semnale recunoscute de toți participanții la proces, adică pe un consens privitor la codul în care are loc transmiterea informațiilor. Mai mult decât atât, definiția lui Forsdale cuprinde toți cei trei termeni *sintaxă-semantică-pragmatică*, propuși de Charles Morris încă din anii '30, pentru că autorul insistă asupra restricțiilor combinatorii care organizează șirurile de semnale (adică sintaxa) și asupra caracterului dinamic al legăturilor care funcționează făcând astfel să funcționeze și sistemul cărui i-au dat naștere (adică pragmatica). Și astfel, această definiție a comunicării deschide perspectiva unei teorii a comunicării care trebuie să aibă în vedere toate aceste trei dimensiuni ale procesului.

### 1.7. Teoria comunicării / teorii ale comunicării

Dacă există atâtea și atâtea definiții ale comunicării, ce se întâmplă cu teoria comunicării? Literatura de specialitate oferă un spectacol destul de derutant, în ciuda tinereții domeniului nostru de interes. Sintagma apare uneori la plural, vorbindu-se fie de teoria comunicării, fie de teorii ale comunicării. Ambele denumiri sunt legitime, dar ele desemnează realități diferite, în funcție de accepțiunea termenului *teorie*.

Putem sintetiza câmpurile de aplicare a teoriei comunicării preluând tabelul propus de Laurențiu Șoitu<sup>39</sup> (tabelul 1.2):

Tabelul 1.2

	Câmpurile	Natura comunicării	Disciplina de studiu	Modelele	Centrate pe...
1.	Limbaajul	Comunicare interpersonală Lingvistică	Lingvistica	Bipolare	Mesaj
2.	Limbaajul silențios	Comunicare interpersonală Non verbală	Psihologia	Bipolare	Parteneri
3.	Mijloace de expresie	Difuzarea operei literare și artistice	Retorica	Multipolare	Mesaj și cod
4.	Comunicare de masă	Difuzarea culturii de masă	Sociologia	Multipolare	Audiența
5.	Telecomunicațiile	Comunicarea la distanță între indivizi sau instituții	Matematica (informatica)	Bipolare	Canal și cod
6.	Comunicare socială	Comunicare globală instituționalizată	Sociologia	Multipolare	Efecte
7.	Comunicare ipotetică	Comunicare imposibilă	Creativitatea	Bipolare	Canal și cod

<sup>39</sup> Șoitu, Laurențiu, *op.cit.*, p. 69.

Literatura de specialitate ne oferă o gamă atât de largă de definiții și, implicit, de abordări încât Janine Beaudichon ajunge să afirme: „conceptul de comunicare este atât de adesea invocat în domenii și cu accepțiuni atât de diverse încât a devenit prototipul conceptului flu”<sup>40</sup>.



### **Test de autoevaluare T 1.1**

Prezentați conceptul de comunicare plecând de la etimologia cuvântului.



### **Lucrare de verificare V 1.1**

Prezentați 3 definiții ale comunicării și argumentați alegerea făcută.

---

<sup>40</sup> Beaudichon, Janine, *La communication. Processus, formes et applications*, Paris, Armand Colin, 1999, p. 7.



### **Bibliografia minimă necesară studenților pentru parcurgerea C1**

- Caune, Jean, *Cultură și comunicare*, București, Cartea Românească, 2000.
- Dinu, Mihai, *Comunicarea. Repere fundamentale*, București, Editura Științifică, 1997.
- Dinu, Mihai, *Comunicarea. Repere fundamentale*, București, Editura Algos, Ed. a II-a, 2000.
- Fiske, John, *Concepte fundamentale din științele comunicării și studiile culturale*, Iași, Polirom Collegium, 2001.
- Fiske, John, *Introducere în științele comunicării*, Iași, Polirom, 2003.
- Lohisse, Jean, *Comunicarea. De la transmiterea mecanică la interacțiune*, Iași, Polirom, 2002.
- Marinescu, Valentina, *Introducere în teoria comunicării. Principii, modele, aplicații*, București, Editura Tritonic, 2003.
- Mattelart, Armand și Michèle, *Istoria teoriilor comunicării*, Iași, Editura Polirom, 2001.
- McQuail, Denis, *Comunicarea*, Iași, Institutul European, 1999.
- Șoitu, Laurențiu, *Comunicare și acțiune*, Iași, Institutul European, 1997.
- Zamfir, C., Vlăsceanu L. (coord.), *Dicționar de sociologie*, București, Editura Babel, 1993.

**Capitolul : INTRODUCERE IN STUDIUL COMUNICĂRII**

**C2. MODELE ALE PROCESELOR DE  
COMUNICARE**

<b>Cuprins</b>	<b>Pagina</b>
Obiective	26
2.1. Definiția “modelului”	26
2.2. Modelul în științele comunicării	26
2.3. Modelele comunicării	27
2.3.1. Modelul matematic al comunicării al lui Claude Shannon și Warren Weaver	27
2.3.2. Completarea schemei lui Shannon și Weaver	30
2.3.3. Modelul lui Harold D. Lasswell	30
2.3.4. Concluzie parțială asupra acestor două modele	32
2.4. Concluzie parțială asupra modelelor comunicării	32
Test de autoevaluare T 2.1	33
Lucrare de verificare V 2.1	33
Bibliografie	34

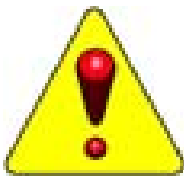




- **Obiectiv:** Analizarea mecanismului de modelare a comunicării.

## 2. MODELE ALE PROCESELOR DE COMUNICARE

### 2.1. Definiția “modelului”



Prin “model” înțelegem “o reprezentare fizică, logică sau matematică a structurii unui obiect, fenomen sau proces<sup>1</sup>”. Modelul caută să prezinte principalele elemente ale oricărei structuri sau ale oricărui proces, precum și relațiile dintre ele<sup>2</sup>.

Plecând de la realitate, orice model poate fi construit pe două căi:

- *Izomorfism*, atunci când fiecare component al obiectului real are un corespondent identificabil, strict similar cu un component al modelului;
- *Homomorfism*, atunci când modelul este o reprezentare simplificată a obiectului real.

După scopul lor, modelele sunt<sup>3</sup>:

- *Normative* – modelele care stabilesc praguri sau valori *a priori* pentru parametrii obiectului și care sunt folosite apoi pentru măsurarea situației empirice;
- *Descriptiv – explicative* - modelele care se construiesc prin generalizarea unei situații empirice.

Astfel fiecare model caută să prezinte principalele elemente ale oricărei structuri sau proces, precum și relația dintre elemente.

---

<sup>1</sup> Cf. Zamfir, C., Vlăsceanu L. (coord.), *Dicționar de sociologie*, București, Editura Babel, 1993, p. 366.

<sup>2</sup> Marinescu, Valentina, *Introducere în teoria comunicării. Principii, modele, aplicații*, București, Editura Tritonic, 2003, p. 110.

<sup>3</sup> Cf. Zamfir, C., Vlăsceanu, L. , *op.cit.*

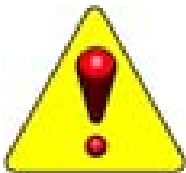
## 2.2. Modelul în științele comunicării

Din această perspectivă, modelul este definit drept o descriere a unei bucăți din realitate, simplificată în mod conștient într-o formă grafică<sup>4</sup>. Astfel, modelele, aceste grupări de teorii, principii și practici, au o serie de avantaje extrem de importante:

- organizează sistemele prin ordonare și legare reciprocă, furnizând astfel o imagine asupra totalității;
- au o funcție euristică, facilitând înțelegerea, prin oferirea unei informații simplificate;
- au o funcție predictivă, putând prevedea cursul ulterior al evenimentelor.

„Un model – arată Alex Mucchielli<sup>5</sup> - acționează, deci, ca un mecanism perceptiv și cognitiv, el transformă o realitate în reprezentare. Această lunetă permite de a vedea anumite lucruri și lasă, în mod obligatoriu, altele în umbră”.

### Tipologia propusă de R. Dimbley și G. Burton<sup>6</sup>



Acești autori clasifică modelele comunicării în trei mari clase:

**B1. clasa modelelor lineare.** Procesul de comunicare este linear, o transmitere de mesaje de la o sursă emițătoare către un receptor:  $S \rightarrow R$

**B2. clasa modelelor schimbului.** Comunicarea este văzută ca un proces bidirecțional de tipul  $S \rightarrow R, R \rightarrow S$

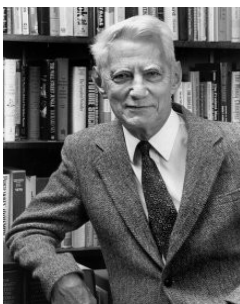
**B3. clasa modelelor contextualizate:** în acest caz, contextul este foarte important, influențând actul de comunicare, iar feed-back-ul joacă un rol fundamental.

### C. Modelele comunicării de masă

## 2.3. Modelele comunicării

Dintre toate aceste modele, ne vom opri asupra:

### 2.3.1. Modelul matematic al comunicării al lui Claude Shannon și Warren Weaver, 1949



Teoria comunicării, adică încercarea de explicare unitară a unui ansamblu mai bogat de fapte, în perspectiva unei ipoteze, s-a născut o dată cu apariția, în 1949, a lucrării *The Mathematical Theory of Communication* a americanilor Claude



Shannon<sup>7</sup>, matematician, inginer la Bell Telephone Company, și Norman Weaver, filosof, fondatorii ciberneticii. Modelul matematic al comunicării propus de Shannon și de Weaver,

<sup>4</sup> Cf. McQuail și Windhal, apud Marinescu, Valentina, *op. cit.*, p. 112-113.

<sup>5</sup> Alex Mucchielli, « Les modèles de la communication » în Philip Cabin (coord), *La communication. Etat des savoirs*, Editions Sciences Humaines, 2003, p. 66.

<sup>6</sup> Apud Valentina Marinescu, *op. cit.*, p. 111-112.

model ce trimite la metafora telegrafului, reprezintă una dintre principalele surse de la care s-au dezvoltat studiile comunicării.

Yves Winkin<sup>8</sup> arată că modelul matematic și teoria informației elaborată de Shannon și Weaver se caracterizează prin două elemente esențiale: informația conținută în mesaj este asimilată cu întreaga cantitate de semne emise de către emițător și primite de receptor, independent de semnificația lor; atunci când informația circulă pe canalul de transmisie, ea este în mod ineluctabil amenințată de zgomot, perturbare aleatorie care o poate denatura ori bruiă. Este nevoie, deci, prin diverse procedee, printre care redundanța semnelor, să menținem această cantitate de zgomot la un nivel acceptabil.

Astfel, preocuparea esențială a lui Shannon și Weaver era de a pune la punct problema transmisiei telegrafice: semnalul trebuia să ajungă la nivelul țintei în starea cea mai apropiată de ceea ce era la nivelul sursei. Acest semnal poate fi afectat sau bruiat, chiar deformat de un zgomot. Ei au propus un prim model al comunicării care se inspira de la transmisia mesajelor prin telegraf<sup>9</sup>.

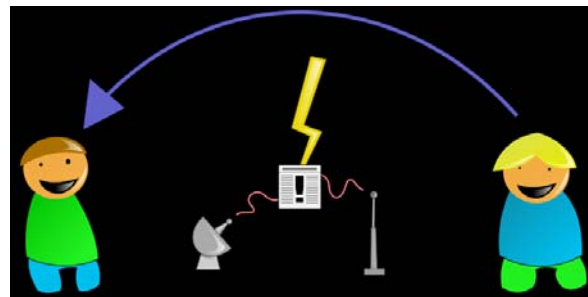


Figura 2.1

(figura 2.1, figura 2.2)

Mai precis:

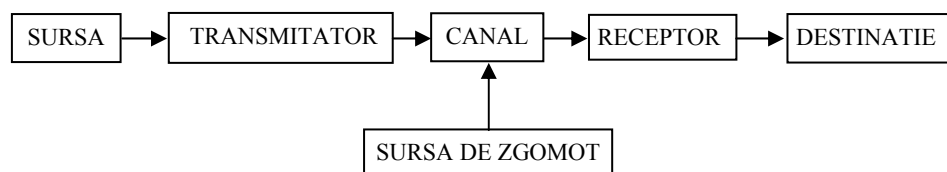


Figura 2.2

În concepția lor, comunicarea este redusă la transmiterea unei informații. Există o primă distincție importantă: cea între *sursă* și *transmițător*. Sursa produce mesajul, dar ea nu dispune de mijloacele necesare pentru a-l face să ajungă la destinație. Apare aici, așa cum

---

<sup>7</sup> Claude Shannon (1916-2001), matematician, este considerat a fi părintele transmisiei numerice a informației. În lucrarea *Teoria matematică a comunicării*, publicată în 1948 și scrisă împreună cu Warren Weaver, el definește bit-ul ca unitate fundamentală a tratamentului informației. Shannon este unul dintre cercetătorii care au contribuit cel mai mult la dezvoltarea teoriei informației. Warren Weaver (1896-1978) este matematician.

<sup>8</sup> Winkin, Yves, "Approche systémique et constructiviste de la communication", conférence, 10-12 ianuarie 2005, Séminaire National de Paris : *Le baccalauréat STG : une voie vers la poursuite d'études*.

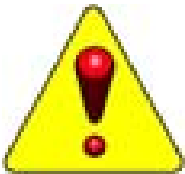
<sup>9</sup> Sursa imaginii <http://fr.wikipedia.org/wiki/Communication>

arată și Mihai Dinu<sup>10</sup> adevăratul paradox al comunicării: ea este un proces a cărui rațiune este aceea de a comunica înțelesuri, care, prin însăși natura lor, nu pot fi vehiculate.

Termenul *mesaj* acoperă o mare varietate de realități: cuvinte, gânduri, sentimente, trăiri, idei, emoții etc. Dar toate acestea nu pot fi transmise pe calea unui canal senzorial. De aceea, *sursa emițătoare* se vede obligată să procedeze la tot felul de substituții: ea încredințează unor semnale materiale, perceptibile din punct de vedere senzorial, misiunea de a reprezenta indirect produsele palpabile ale conștiinței și ale afectivității. Dar înlocuirea nu înseamnă transport și, astfel, acestea din urmă rămân, în principiu, netransmisibile.

*Codificarea* este așadar o activitate indispensabilă. *Transmițătorul* efectuează codificarea mesajului său într-un anumit sistem de semne, el fiind un participant de neînlăturat în procesul comunicării.

Termenul de *sursă* are nevoie de tot felul de clarificări. Există cazuri când *emițătorul* nu face decât să repete cuvintele unei alte persoane (recitatorii, elevii care învață pe dinafară, păsările imitatoare etc.). În aceste condiții, *emițătorul* nu este și *enuțătorul* mesajului pe care îl difuzează. Aparțin totuși *emițătorului* semnalele vocale non-verbale din sfera mijloacelor paralingvistice (timbrul vocii, pauzele, intonația, tonul etc.) care sunt și ele purtătoare de semnificații și, deci, informații. Cazul purtătorului de cuvânt este diferit, pentru că el nu repetă *ad litteram* fraze prefabricate, ci le formulează el însuși, fără a înceta să transmită totuși gândirea altcuiva. Deci :



*Emițător* = persoană care emite un mesaj, fără ca acesta să îi aparțină

*Enuțător* = persoană care emite propriul său mesaj original

Dar, există de fapt foarte puține cazuri în care sursa comunicării este cu adevărat un *enuțător*, pentru că prin gura sa “vorbesc” de fapt părinții, educatorii, vecinii, grupul de apartenență socială și profesională, opinia generală, înțelepciunea populară, spiritul epocii etc. Vedem că, de fapt, așa cum arată Oswald Ducrot<sup>11</sup> comunicarea este polifonică, emisă de o pluralitate de voci, iar distincția *emițător* / vs / *enuțător* este una operațională și metodologică.

*Transmițătorul* poate fi și el multiplu, dar în alt sens decât *sursa*. Pentru ca semnalele să ajungă la receptor, ele trebuie să fie compatibile cu natura canalului de transmisie.

Comunicarea verbală este posibilă numai dacă mediul fizic în care se găsesc participanții la actul comunicării permite propagarea undelor din spectrul audibil. În vidul cosmic, doi cosmonauți vor renunța la comunicarea verbală, pentru a folosi comunicarea gestuală. Dar în cazul întunericului, acest tip de comunicare prin gest va fi și el blocat.

<sup>10</sup> Dinu, Mihai, *op.cit.*, p. 24.

<sup>11</sup> Ducrot, Oswald, *Les mots du discours*, Paris, Ed. de Minuit, 1980, p. 44.

Modelul lui Shannon și Weaver a devenit baza pe care teoreticienii urmau să construiască știința comunicării. În schema comunicării lingvistice, *sursa de informație* este înlocuită de *locutor*, iar *destinația* de *interlocutor*. Ulterior au apărut termenii *emițător* și *receptor*, care continuă să evite antropomorfismul (credință mistică potrivit căreia se atribuie lucrurilor și fenomenelor naturii forme și sentimente omenești; reprezentare a zeilor și a divinității sub înfățișare omenească).

Noțiunile mecanice de *transmițător* și *receptor* au fost completate de noțiunea de *cod*, adică sistemul utilizat pentru a da formă mesajului.

Trimiterea și receptarea mesajului se face prin intermediul operațiilor de *codare* și *decodare*, care, la început, erau considerate ca două realizări ale aceluiași proces.

Modelul lui Shannon și Weaver pune în lumină factorii care pot perturba transmiterea informației, dar rămâne o schemă simplistă care nu se poate aplica în toate situațiile de comunicare.

### 2.3.2. Completarea schemei lui Shannon și Weaver

Schema comunicării a fost apoi completată cu noțiunea de *canal*, adică mijlocul prin care se efectuează transmisia mesajului, și cu cea de *mediu*, adică ansamblul circumstanțelor care înconjură actul comunicativ.

Principalul defect al schemei lui Shannon și Weaver rezidă în caracterul său unilateral, datorat concepției eronate conform căreia receptorul este pasiv. În plus, se ignoră pluralitatea receptorilor, iar modelul lasă deoparte elementele sociologice și psihologice care intervin în comunicare. Schema trebuia completată prin introducerea *retroacțiunii* (feedback-ului) dintre receptor și emițător. (figura 2.3)

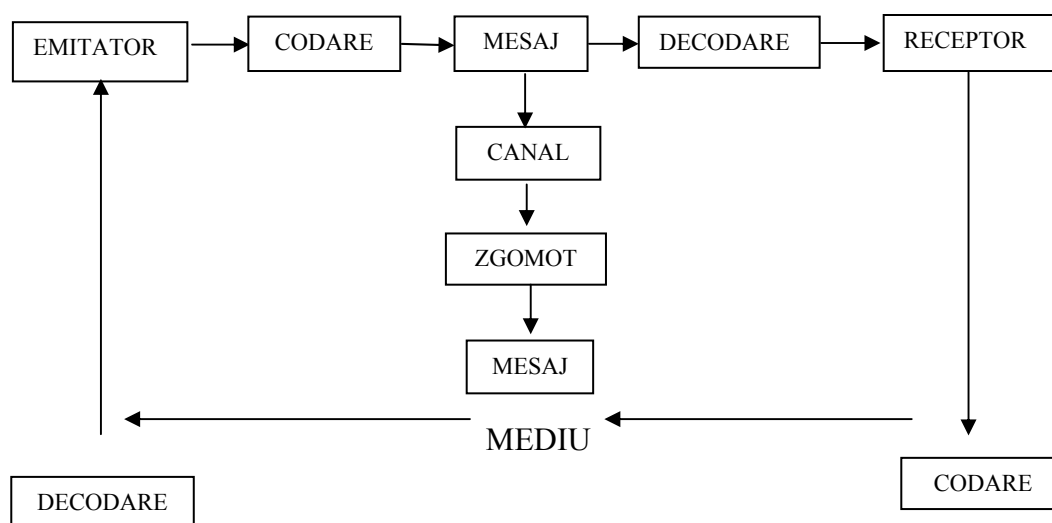
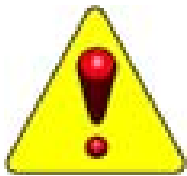


Figura 2.3

### 2.3.3. Modelul lui Harold D. Lasswell

În 1948, Lasswell<sup>12</sup>, cercetător american în domeniul științelor politice, a fost printre primii care s-au interesat de comunicarea în masă. După el, se poate descrie o acțiune de comunicare răspunzând la întrebările următoare: (figura 2.4)

**CINE? SPUNE CE? PE CE CANAL? CUI? CU CE EFECT?**



**CINE?:** corespunde studiului sociologic al organismelor emițătoare (motivația de a comunica).

**SPUNE CE? :** se raportează la mesaj, la analiza conținutului său.

**PE CE CANAL? :** desemnează ansamblul tehnicilor care, la un moment dat și pentru o societate determinată, difuzează în același timp informații și cultură.

**CUI?:** vizează audiența, publicul, prin analize în funcție de diferite variabile (vârstă, sex etc.).

**CU CE EFECT?:** presupune analiza problemelor influenței mesajului asupra auditoriului.

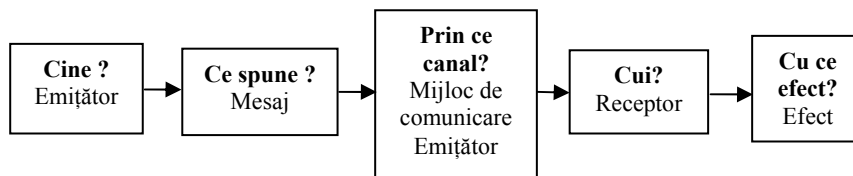


Figura 2.4

Modelul lui Lasswell concepe comunicarea ca pe un proces de influență și de persuasiune. Interesul esențial al acestui model este că el depășește simpla problematică a transmisiei mesajului și vede comunicarea ca pe un proces dinamic cu o suită de etape având fiecare importanța sa, specificitatea sa și problematica sa. De asemenea, el pune accentul pe finalitatea și pe efectele comunicării.



Totuși, acest model are și el limitele sale. Este un model destul de simplist, procesul de comunicare fiind limitat la dimensiunea sa persuasivă. Comunicarea este percepută ca o relație autoritară, neexistând nici o formă de retroacțiune, iar contextul sociologic și psihologic nu este luat în considerare. De aceea, R. Braddock<sup>13</sup> adaugă două noi ipostaze la actul comunicațional imaginat de Laswell: contextul în care este transmis mesajul și scopul pentru care emițătorul transmite ceva. Schematic, această extensie ar arăta astfel<sup>14</sup>: (figura 2.5)

<sup>12</sup> Harold D. Lasswell (1902-1987) este unanim considerat fondatorul analizei de conținut și al domeniului psihologiei politice. În timpul celui de-al doilea război mondial, Lasswell este interesat de analiza mesajelor propagandistice ale adversarilor, cu ajutorul metodelor analizei de conținut.

<sup>13</sup> Braddock, R., "An Extension of the "Laswell formula", în *Journal of Communication*, 8: 88-93, apud McQuail, Denis, Windahl, Sven, *Modele ale comunicării pentru studiul comunicării de masă*, București, comunicare.ro, 2001, p. 20.

<sup>14</sup> Schema aparține lui McQuail, Denis, Windahl, Sven, *Modele ale comunicării pentru studiul comunicării de masă*, București, comunicare.ro, 2001, p. 20.

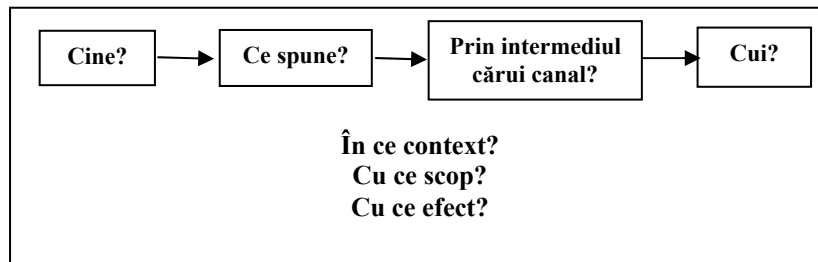


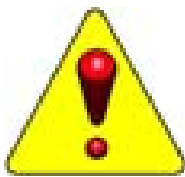
Figura 2.5

### 2.3.4. Concluzie parțială asupra acestor două modele

Aceste două modele interpretează comunicarea ca pe un proces linear centrat asupra schimbului de informații, prezentând situațiile de comunicare ca fiind rupte de orice context. Ambele modele prezintă rolul emițătorului și al receptorului ca fiind totalmente diferențiate. Receptorul este considerat pasiv, ceea ce nu este adevărat, pentru că există o inter-influență între cei doi poli ai comunicării.

### 2.4. Concluzie parțială asupra modelelor comunicării

Rezumând cele prezentate până acum, putem spune că există *trei* mari *modele ale comunicării* :



- **modelul emițător – receptor:** clasic, vede schimbul linear de mesaje între o sursă și un receptor, ale căror roluri se pot schimba.
- **modelul telegrafistului:** încearcă să dea socoteală de coerența circulației mesajelor între sursă și destinatar. Această circulație implică o succesiune a mesajelor, unul după altul.
- **modelul orchestrei:** comunicarea se dezvoltă în mod paralel și succesiv. Locutorul și destinatarul construiesc simultan dialogul. Și unul și altul influențează calitatea și caracteristicile schimbului. Se iese, astfel, din dimensiunea codare - decodare a mesajelor, pentru a intra în dimensiunea producerii-interpretării mesajelor dintre interlocutori. (figura 2.6)

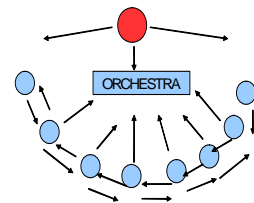


Figura 2.6



### **Test de autoevaluare T 2.1**

Prezentați *schema comunicării*.



### **Lucrare de verificare V 2.1**

Prezentați 2 modele ale proceselor de comunicare.





### **Bibliografia minimă necesară studenților pentru parcurgerea C2**

- Dinu, Mihai, *Comunicarea. Repere fundamentale*, București, Editura Științifică, 1997.
- Dinu, Mihai, *Comunicarea. Repere fundamentale*, București, Editura Algos, Ed. a II-a, 2000.
- Fiske, John, *Concepte fundamentale din științele comunicării și studiile culturale*, Iași, Polirom Collegium, 2001.
- Fiske, John, *Introducere în științele comunicării*, Iași, Polirom, 2003.
- Marinescu, Valentina, *Introducere în teoria comunicării. Principii, modele, aplicații*, București, Editura Tritonic, 2003.
- Mattelart, Armand și Michèle, *Istoria teoriilor comunicării*, Iași, Editura Polirom, 2001.
- McQuail, Denis, *Comunicarea*, Iași, Institutul European, 1999.
- Șoitu, Laurențiu, *Comunicare și acțiune*, Iași, Institutul European, 1997.
- Zamfir, C., Vlăsceanu L. (coord.), *Dicționar de sociologie*, București, Editura Babel, 1993.

**Capitolul : INTRODUCERE IN STUDIUL COMUNICĂRII**

## **C 3. FUNCȚIILE ȘI AXIOMELE COMUNICĂRII**

<b>Cuprins</b>	<b>Pagina</b>
Obiective	36
3.1. Taxinomia lui Roman Jakobson	36
3.2. Alte taxinomii	39
3.3. Axiomele comunicării	39
3.3.1. Școala de la Palo Alto	39
3.3.2. Axiomă – definiție	40
3.3.3. Axioma 1: Comunicarea este inevitabilă sau Non-comunicarea este imposibilă	41
3.3.4. Axioma 2: Comunicarea se desfășoară la două nivele: informațional și relațional, cel de-al doilea oferind indicații de interpretare a conținutului celui dintâi	42
3.3.5. Axioma 3: Comunicarea e un proces continuu, ce nu poate fi tratat în termeni de cauză-efect sau stimul-răspuns	43
3.3.6. Axioma 4: Comunicarea îmbracă fie o formă digitală, fie una analogică	44
3.3.7. Axioma 5: Comunicarea este ireversibilă	45
3.3.8. Axioma 6: Comunicarea presupune raporturi de forță și ea implică tranzacții simetrice sau complementare	46
3.3.9. Axioma 7: Comunicarea presupune procese de ajustare și acomodare	47
Test de autoevaluare T 3.1	48
Lucrare de verificare V 3.1	48
Bibliografie	48



- **Obiectiv:** Studiarea funcțiilor și axiomelor comunicării.

### 3. FUNCȚIILE ȘI AXIOMELE COMUNICĂRII

*"Orice refuz de comunicare este o încercare de comunicare;  
orice gest de indiferență este un apel deghizat".*

Albert Camus

O dată stabiliți parametrii comunicării, cercetătorii s-au aplecat asupra motivelor pentru care comunicăm. A rezultat din această analiză aproape o jumătate de duzină de taxinomii care repertoriază și mai ales clasifică funcțiile comunicării.

#### 3.1. Taxinomia lui Roman Jakobson (1896 – 1982)

Lingviștii au depășit concepția mecanistă a comunicării, arătând că ea implică numeroși factori cu funcții diverse care concură toate la semnificația mesajului.



Cea mai cunoscută este cea propusă în 1963 de lingvistul Roman Jakobson<sup>1</sup> care concepe funcțiile comunicării după focalizarea asupra unuia dintre elementele schemei comunicării :

- *funcția expresivă:* focalizare asupra emițătorului, locutorului care își exprimă emoțiile;
- *funcția conativă* focalizare asupra receptorului, interlocutorului, asupra căruia vrem să provocăm un efect oarecare (întrebare, flatare, ordin, amenințare etc.);

---

<sup>1</sup> Cf. Jakobson, Roman, *Essais de linguistique générale*, Paris, Ed. de Minuit, 1963, cap. IX.

- *funcția fatică*: focalizare asupra menținerii contactului între emițător și receptor (Ex. “Alo”, recunoaștere, curtoazie);
- *funcția metalingvistică*: focalizare asupra codului folosit (ex. a vorbi despre limbajul pe care îl folosim pentru a comunica ; ”«Pe» este o prepoziție din limba română”);
- *funcția poetică*: focalizare asupra mesajului însuși (ex. căutarea nuanțelor, a efectelor de stil);
- *funcția referențială*: focalizare asupra referentului, a informației transmise.

Această taxinomie este axată pe comunicarea lingvistică, limbajul fiind pentru Jakobson codul prin excelență, cel în care toate celelalte coduri posibile pot fi traduse (reciproca nu este valabilă). O generalizare a acestui clasament este prezentată în tabelul 3.1.

Tabelul 3.1

Atunci când mesajul pune în valoare	Funcția este ...
Referent <b>E</b> mițător----->Mesaj----->Receptor Cod Contact	<b>expresivă</b> : vocabularul judecăților și al sentimentelor, pronume de persoana I
Referent Emițător----->Mesaj-----> <b>R</b> eceptor Cod Contact	<b>conativă, impresivă</b> : injoncțiuni, pronume de persoana a II-a
<b>Referent</b> Emițător----->Mesaj----->Receptor Cod Contact	<b>referențială</b> : date obiective (cifre și date), absența indicilor de judecată
Referent Emițător-----> <b>M</b> esaj----->Receptor Cod Contact	<b>poetică</b> : jocuri de cuvinte, sonorități, jocuri asupra grafismului mesajului
Referent Emițător----->Mesaj----->Receptor <b>Cod</b> Contact	<b>metalingvistică</b> : textul lămurește funcționarea limbii (definiții ... )
Referent Emițător----->Mesaj----->Receptor Cod <b>Contact</b>	<b>fatică</b> : instrumente menite să mențină contactul (interjecții, vocativ ...)

- *funcția expresivă*: actul comunicativ reflectă mai ales caracteristicile, dorințele, nevoile emițătorului, fără ca ceilalți parametri să exercite o influență determinantă.

Informează emițătorul asupra personalității celui care transmite mesajul: voința de a-și exprima gândirea, diverse critici (comunicarea de criză);

- **funcția conativă:** actul comunicativ vizează să-l efectueze pe receptor, adesea de manieră fizică, de a-l face să facă ceva. Atunci când computerul îi trimite imprimantei ordinul de a imprima, putem vorbi de comunicare conativă;

- **funcția fatică:** acoperă tot ceea ce poate fi făcut pentru a asigura menținerea contactului dintre emițător și receptor, fără a acorda o atenție deosebită nici formei nici conținutului mesajului. A spune “Bună dimineața” vecinului de etaj nu implică dorința profundă și sinceră ca dimineața acestuia să fie excelentă. Este vorba de un mijloc prin care îi dăm de știre că îl recunoaștem ca vecin, că suntem în raporturi bune cu el.

- **funcția metalingvistică:** este dificil de conceput o comunicare asupra codului folosit cu excepția limbajului.

- **funcția poetică:** această funcție pare valabilă, ca și cea anterioară, numai pentru limbaj, dar, dacă ne gândim bine, căutarea nuanțelor și a efectelor de stil există în diverse forme de comunicare, mai ales dacă ținem cont de dihotomia expresie / substanță proprie oricărui semn și, deci, oricărui mesaj. Funcția poetică ar consta astfel în a privilegia expresia pentru a-i da acesteia valoare de substanță. De ex. purtarea unei anumite haine (tip, culoare, croială etc.) poate servi la a semnala apartenența la un anumit grup social, cultural ori profesional (funcție referențială și chiar conativă), mai rar la a exprima o estetică foarte personală (funcția expresivă), dar, dincolo de aceste finalități, ea reprezintă un efort de a juca asupra tuturor posibilităților oferite de o haină, fără a aștepta alt rezultat decât plăcerea oferită de varietate sau de satisfacția de a fi inventat o nouă formă. Moda, stilismul ar avea, astfel, o funcție poetică, pe care ar trebui să o numim mai bine estetică sau ludică.

- **funcția referențială:** este inversul precedentei, pentru că ea se focalizează asupra conținutului mesajului, asupra informației transmise.

Analizând aceste șase funcții, despre care Jakobson spune că nu se exclud una pe alta, ci că adesea ele se suprapun, remarcăm faptul că trei dintre ele (funcțiile expresivă, conativă, fatică) sunt de domeniul limbajului analogic, adică de domeniul relației, iar celelalte trei (funcțiile referențială, metalingvistică, poetică) sunt de domeniul limbajului digital, adică al conținutului.

### 3.2. Alte taxinomii

Cea mai mare parte a taxinomiilor de după Jakobson exprimă funcțiile comunicării cu ajutorul unor verbe la infinitiv, răspunzând întrebării ”De ce comunicăm?”.

Guy Spielmann<sup>2</sup> de la Georgetown University propune un clasament în zece categorii: (Tabelul 3.2)

Tabelul 3.2

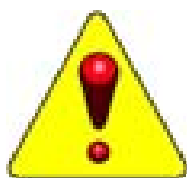
<b>A forma / a menține legătura</b>	A angaja contactul, a saluta, a face cunoștință, a sparge gheața, a se prezenta, a glumi ...
<b>A acționa împreună / asupra receptorului</b>	A coopera, a propune o acțiune, a solicita, a negocia, a dirija, a ordona, a amenința, a încuraja, a da instrucțiuni ...
<b>A informa</b>	A înregistra, a raporta, a implica, a explica, a recapitula, a povesti, a descrie ...
<b>A evalua</b>	A ghici, a prezice, a proiecta, a formula ipoteze, a imagina, a inventa, a se pune în locul cuiva, a calcula, a aprecia, a judeca, a critica...
<b>A se exprima</b>	A formula opinii, atitudini, valori, sentimente, emoții, a-și dirija acțiunea, a practica introspecția ...
<b>A căuta</b>	A chestiona, a ancheta, a se informa, a considera, a examina, a delibera ...
<b>A stabili raporturi</b>	A compara prin analogie sau metaforă, a clasifica, a defini, a identifica, a ordona în secvențe, a formula ipoteze, a dovedi, a deduce, a induce, a justifica ...
<b>A teoretiza</b>	A analiza, a generaliza ...
<b>A elucida</b>	A elucida, a traduce, a descifra, a adnota ...
<b>A se juca</b>	A manipula exprimarea în scopuri pur estetice. A face rime, jocuri de cuvinte, a deforma în mod voluntar limbajul, a compune anagrame, rebusuri, șarade ...

### 3.3. Axiomele comunicării

*“A comunica înseamnă a intra în orchestră”*

Paul Watzlawick

#### 3.3.1. Școala de la Palo Alto



Școala de la Palo Alto desemnează un grup de cercetători care au lucrat împreună în micul orașel de lângă San Francisco începând cu anii 50. Nu a fost vorba de o “școală” propriu-zisă, “colegiul invizibil” desemnând un grup de cercetători cu afinități comune de cercetare (terapia clinică, teoriile comunicării). “Părintele” Școlii de la Palo Alto este Gregory BATESON. Reprezentanții Școlii de la Palo Alto pornesc de la ideea că, pentru a cunoaște în adâncime mecanismele proceselor de comunicare, trebuie studiate situațiile în care acestea suferă dereglări sau blocaje. Poziția teoretică a Școlii de la Palo Alto se caracterizează prin considerarea

<sup>2</sup> <http://www.georgetown.edu/spielmann/courses/comm/commfonctions.htm>

comunicării ca fenomen social integrat, încercând prin „gramatica” (sau „logica comunicării”) să construiască o punte de legătura între aspectele relaționale și cele organizaționale, între mecanismele care reglează raporturile interindividuale și cele care reglează raporturile sociale.

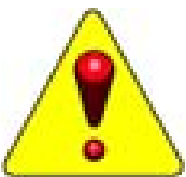
Paul Watzlawick spunea pe bună dreptate că „ascultăm în permanență de regulile de comunicare, dar regulile în sine, gramatica comunicării, sunt lucruri pe care nu le cunoaștem” (*Une logique de la communication*).

Gregory Bateson, antropolog și ecologist englez, format inițial ca biolog este precursor al noului model al comunicării teoretizat de Școala de la Palo Alto. Lucrarea sa, *Spre o ecologie a spiritului*, a încercat să introducă o perspectivă „organicistă” asupra comunicării. Bateson opune *metafora mașinii* (care ar fi adecvată ca metaforă fondatoare pentru modelul matematic), *metaforei organismului*, mai adecvată în a exprima natura sistemului informațional-comunicativ. Gândirea organicistă situează informația ca dimensiune relevantă a unui subiect aflat într-un mediu determinat, ambele neputând fi definite decât printr-o relație de reciprocitate: eul trăiește într-o lume a cărei parte este el însuși, dar el contribuie, la rândul lui, la constituirea acestei lumi. Metafora organismului introduce în studierea comunicării o gândire holistă. Comunicarea însăși este operă și instrument: opera și produsul nu sunt distincte de ceea ce le dă naștere. După Bateson, comunicarea este un schimb al subsistemelor unei totalități, un schimb de informație. La rândul ei, informația este o „diferență care produce diferențe”. Ea este sursa dinamicii totalității sau sistemului, deoarece „interacțiunea dintre părțile unui spirit este declanșată prin diferență”.

Școala de la Palo Alto, proiectând organic comunicarea, va ajunge imediat la teza: *Totul este comunicare. Comunicarea este noul termen care exprimă relația omului cu lumea.*

Comunicarea furnizează regulile de înțelegere pentru toate lucrurile din lume, deoarece știința, arta sau practicile cotidiene nu sunt decât sectoare conținute în comunicarea care le înglobează. Comunicarea va reflecta întregul joc al rațiunii și al activităților ei. Reprezentanții Școlii de la Palo Alto formulează principii de comunicare interumană, numite *axiome*.

### 3.3.2. Axiomă – definiție:



*Axiomă*: din grecescul *axioma* : consider ca adevărat. Adevăr admis fără demonstrație și pe care se construiesc teoriile matematice. Axioma este o evidență.

*Axiomă*, *axiome*, s. f. 1. Adevăr fundamental admis fără demonstrație, fiind evident prin el însuși.

2. Enunț prim, nedemonstrat, din care se deduc, pe baza unor reguli, alte enunțuri.

Din fr. axiome.

*Axiomă* f., pl. *e* (vgr. *axioma*). Adevăr care nu mai are nevoie să fie demonstrat, fiind evident prin el singur, ca: *întregul e mai mare decât partea; două cantități egale cu a treia sunt egale între ele; orice efect are o cauză*. V. truism<sup>3</sup>.

Reprezentanții Școlii de la Palo Alto pornesc de la ideea că pentru a cunoaște în adâncime mecanismele proceselor de comunicare, trebuie studiate situațiile în care acestea suferă dereglări sau blocaje.

### 3.3.3. Axioma 1: *Comunicarea este inevitabilă* sau *Non-comunicarea este imposibilă*<sup>4</sup>

Această axiomă are sens numai dacă integrăm în sfera comunicării și transmiterea neintenționată de informație, ce se realizează prin intermediul indiciilor. Reprezentanții Școlii de la Palo Alto considerau că orice comportament are o anumită valoare comunicativă, că nu doar mimica și gesturile, ci și absența lor este elocventă. Mihai Dinu<sup>5</sup> citează cazul omului care tace și care prin poziția lui de non-comunicare, “spune” și el ceva: poziția corpului, culoarea obrajilor, orientarea privirii, expresia ochilor etc. oferă numeroase indicii meta-comunicaționale necesare pentru a descifra semnificația reală a tăcerii lui.

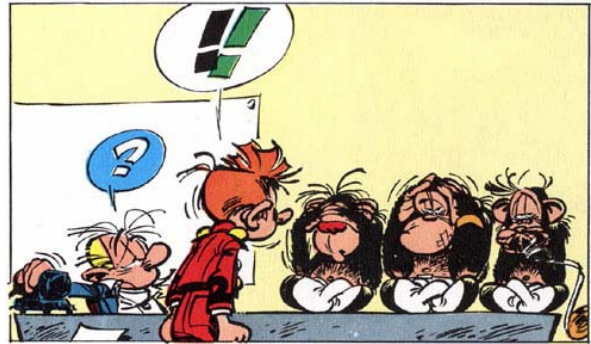


Figura 3.1

Putem întâlni tăceri admirative, tăceri plictisite, tăceri meditative, tăceri mânioase, sfidătoare, stingherite etc. “Cel care îți ține buzele lipite, vorbește cu vârful degetelor” spunea pe bună dreptate Freud<sup>6</sup>, mult înaintea cercetătorilor de la Palo Alto.

„Dacă vom admite că, într-o interacțiune, orice comportament are valoarea unui mesaj, cu alte cuvinte, că este o comunicare, rezultă că nu se poate să nu se comunice, indiferent dacă se vrea sau nu. Activitate sau inactivitate, vorbire sau tăcere, orice are valoare de mesaj.

Asemenea comportamente influențează altele, iar acestea, la rândul lor, nu pot să nu reacționeze la comunicări și, prin însuși acest fapt, să comunice.” (Watzlawick, *Une logique de la communication*).

Comunicarea nu se mai reduce astfel la limbajul verbal și, mai ales, la intenționalitate. Noi nu comunicăm doar atunci când intențiile conștiente se transmit și sunt înțelese de receptor.

<sup>3</sup> Sursa: <http://dexonline.ro/definitie/axiom%C4%83>

<sup>4</sup> Sursa imaginilor folosite pentru ilustrarea grafică a axiomelor comunicării: <http://glabarraque.wordpress.com/2010/03/16/activite-ludico-creative/>

<sup>5</sup> Mihai Dinu, *Comunicarea. Repere fundamentale*, Ed. a II-a, f.a., București, Editura Algos, p. 99-100.

<sup>6</sup> Apud Mihai Dinu, *op.cit.*, p. 100.



Comunicarea verbală și intențională reprezintă doar vârful unui iceberg uriaș, care închide într-o unitate întregul comportament al unui individ integrat organic într-o totalitate ce cuprinde alte moduri de comportament: tonul, postura, contextul.

Pentru nevoile analizei putem distinge „unități” ale comunicării: mesajul (unitatea elementară), interacțiunea (o serie de mesaje schimbate între indivizi), modele de interacțiune.

Această axiomă are sens numai dacă integrăm în sfera comunicării și transmiterea neintenționată de informație, care se realizează prin intermediul indiciilor. Reprezentanții Școlii de la Palo Alto considerau că orice comportament are o anumită valoare comunicativă, că nu doar mimica și gesturile, ci și absența lor este elocventă.

Cazul omului care tace și care prin poziția lui de non-comunicare, “spune” și el ceva: poziția corpului, culoarea obrazilor, orientarea privirii, expresia ochilor etc. oferă numeroase indicii meta-comunicaționale necesare pentru a descifra semnificația reală a tăcerii lui .

Există tăceri admirative, tăceri plictisite, tăceri meditative, tăceri mânioase, sfidătoare, stingherite etc. (Figura 3.1)

Exemplu : un bărbat așezat în avion cu ochii închiși. Prin atitudinea sa el comunică un mesaj: nu vrea să vorbească cu nimeni. În general, vecinii săi înțeleg mesajul transmis și îl lasă în pace. Există deci comunicare.

### **3.3.4. Axioma 2: Comunicarea se desfășoară la două nivele: informațional și relațional, cel de-al doilea oferind indicații de interpretare a conținutului celui dintâi**

Orice comunicare se analizează în conținut și relație. Orice comunicare prezintă două aspecte: conținutul și relația, astfel încât al doilea îl înglobează pe primul și prin aceasta este o meta-comunicare. Orice comunicare nu se limitează să transmită o informație, ci induce, în același timp, un comportament. În termenii lui Bateson, se pot numi cele două aspecte „indicele” respectiv „ordinea” oricărei comunicări. Indicele este sinonimul conținutului mesajului.

Un mesaj, sub aspectul lui de „indice” transmite o informație: în comunicarea umană, acest termen este de aceea sinonim cu conținutul mesajului. El poate avea ca obiect orice este comunicabil; problema de a ști dacă o asemenea informație este adevărată sau falsă, validă ori invalidă.

Aspectul de „ordine” dimpotrivă, desemnează maniera în care este înțeles mesajul și, în cele din urmă, relația dintre parteneri.

Un raport interesant se manifestă între cele două aspecte ale comunicării: cu cât o relație este mai spontană și mai sănătoasă, cu atât aspectul relație al comunicării trece în plan secund.

Invers, relațiile bolnave se caracterizează printr-o dezbatere fără sfârșit asupra naturii relației, iar conținutul comunicării sfârșește prin a-și pierde orice importanță.

Vorbitorii acordă planului relațional o importanță decisivă și dacă neînțelegerile de ordin informațional pot fi aplanate ușor, cele ce privesc relația generează adesea conflicte ireconciliabile → atenția acordată comunicării distruge comunicarea.

Aceeași informație poate fi transmisă pe un ton amabil sau răstit, dar e greu de crezut că interacțiunea dintre E și R va continua în același fel în ambele situații.

Se știe de la George Enescu încoace că “tonul face muzica”, vorbitorii acordând planului relațional o importanță decisivă, relația de interacțiune generând adesea conflicte ireconciliabile.

Cercetătorii de la Palo Alto arătau că atenția acordată comunicării distruge comunicarea însăși. Doi oameni între care lucrurile nu mai merg ca înainte își vânează reciproc toate indiciile non-verbale de natură să demonstreze că celălalt e de vină (“mecanismele înțelegerii reciproce funcționează bine exact atunci când nu le percepem” Mihai Dinu<sup>7</sup>).

Exemplu : Un cuplu. Soțul întâlnește un prieten și îl invită acasă fără să o anunțe pe soția sa. Soția îi face o scenă. În timpul ședinței de psihoterapie, și soțul și soția sunt de acord amândoi că era legitim și normal ca soțul să-și invite acasă prietenul. Amândoi sunt jenați să constate că sunt de acord, dar pe de altă parte că sunt în dezacord. Dezacordul lor se situează la nivelul meta-comunicării sau al relației.



Figura 3.2 Ei au încercat să risipească acest dezacord la nivelul conținutului, acolo unde dezacordul nu exista. (figura 3.2)

### 3.3.5. Axioma 3: *Comunicarea e un proces continuu, ce nu poate fi tratat în termeni de cauză-efect sau stimul-răspuns.*

Aceasta a treia axiomă se poate obține din studiul interacțiunii sau schimbului de mesaje între parteneri. Văzută din afară, comunicarea poate fi înțeleasă ca un șir neîntrerupt de schimburi de elemente informaționale. (figura 3.3)



Figura 3.3

Interlocutorii par a avea inițiativa sau preeminența, sau pot avea un statut de dependență; se punctează rolurile pe care și le asumă sau le revin partenerilor și care-i determină de fiecare dată ca „stimuli” sau „răspuns” ai secvenței comunicaționale.

<sup>7</sup> Mihai Dinu, *Comunicarea. Repere fundamentale*, Ed. a II-a, f.a., București, p. 101.

Exemplul dat de Watzlawick este concludent: un patron își supraveghează exagerat angajații, argumentând că aceștia comit greșeli, în timp ce ei se plâng că greșesc tocmai pentru că sunt prea insistent supravegheați. Vedem, astfel, că nu putem interpreta lanțul comunicării ca pe un element segmentabil în acte bine delimitate, interpretate arbitrar drept cauze sau efecte, conflictul întemeindu-se pe faptul că ceea ce unii consideră drept cauze, sunt pentru alții efecte. Procesul comunicării urmează principiul spiralei, comunicarea e continuă, mesajele se intercondiționează într-o manieră complexă.

Exemplu: Un cuplu are o problemă conjugală. Soțul contribuie la aceasta prin atitudinea sa de închidere și de pasivitate, în timp ce soția contribuie prin atitudinea sa cicălitoare. Vorbind despre frustrările lor, soțul arată că atitudinea de închidere în sine este singura apărare împotriva cicălelilor soției. Soția arată că îl cicălește pe soț tocmai datorită pasivității sale. Confruntările lor se reduc la un schimb monoton de mesaje de tipul: “Mă închid în mine pentru că tu ești prea cicălitoare” și replica “Sunt cicălitoare pentru că ești tot timpul taciturn și închis în tine”.

### **3.3.6. Axioma 4: *Comunicarea îmbracă fie o formă digitală, fie una analogică.***

Termenii provin din cibernetică, unde un sistem este considerat: **digital** atunci când operează cu o logică binară (Da sau Nu) și **analogic** când utilizează o logică cu o infinitate continuă de valori.

Întrebarea dacă o statuie e ecvestră sau pedestră poate avea doar două răspunsuri logice, replica intermediară “așa și așa” fiind absurdă. O întrebare despre frumusețea vremii sau despre prospețimea pâinii nu poate primi numai două răspunsuri logice, confruntându-ne cu o infinitate de posibilități. Intonația cu care pronunțăm cuvintele poate fi și ea variabilă. Modalitatea lingvistică de comunicare este una digitală. Comunicarea para-lingvistică are caracter analogic, la fel ca și comunicarea gestuală. Numai în comunicarea interumană sunt posibile cele două tipuri. Altfel spus, omul este singurul gen de organism capabil să utilizeze cele două moduri de comunicare, digitală și analogică. Apariția și utilizarea comunicării digitale a avut o importanță capitală pentru evoluția omului, a culturii, ea fiind cea care condensează o cantitate mai mare de informație și permite conservarea ei în timp precum și recuperarea ei la orice moment ulterior.

Cum au arătat însă studiile de etologie ale lui Tinbergen, Lorenz sau Bateson, pentru aspectul de relație al comunicării rolul fundamental îl are tipul analogic de comunicare.

Intervenția în cadrul comunicării a dimensiunii relaționale explică de ce comunicarea analogică are o conexiune atât de strânsă cu contextul comunicării; același gest, de exemplu, pare normal într-un context și transmite o informație de un anumit tip și pare anormal într-un alt context, alertează pe ceilalți oameni asupra stării mentale a omului, nu-i face să reacționeze doar la informația cuprinsă în comunicare.

Cele două tipuri de comunicare nu există paralel sau complementar; ele pot să coexiste și să se completeze în orice mesaj.

După toate probabilitățile, conținutul se transmite digital și relația analogic.

Relația analogic - digital în cadrul comunicării, exemplificată de diferența dintre tipurile corespunzătoare de calculatoare, are numeroase consecințe pragmatice în diverse domenii ale acțiunii sociale.

Prezența și complementaritatea celor două tipuri în mesajele comunicării face necesară traducerea continuă între ele, atât de cei care emit semnale, cât și de cei care le recepționează; aceasta nu se poate face însă în chip complet fără pierderi de informație și de sensuri.

Limbajul digital posedă o sintaxă logică complexă și comodă, dar e lipsit de o semantică adecvată pentru relație.

Limbajul analogic posedă semantica, nu însă și sintaxa corespunzătoare unei definiții neechivoce a naturii relațiilor.

Există o strânsă legătură între axiomele 2 și 4: componenta informațională a comunicării e transmisă cu precădere pe cale digitală, pe când cea relațională prin mijloace analogice.

Privirea, gestul, mimica, tonul sunt parametri de care depinde bunul mers al relației și tot ei fac obiectul incriminărilor atunci când raporturile dintre comunicatori nu mai funcționează normal.

### **3.3.7. Axioma 5: Comunicarea este ireversibilă.**

Orice comunicare produce, o dată receptată, un anumit efect asupra receptorului.

Efectul poate fi extrem de variabil: imediat sau manifestat cu întârziere, perceptibil sau nu pentru un observator din afară, efemer sau de lungă durată.

Orice comunicare are capacitatea de a ne modifica, căci noi suntem rezultatul interacțiunilor cu ceilalți, care, voit sau nu, modifică ceva în percepția și concepția noastră despre lume și despre noi înșine.

Comunicarea este ireversibilă, pentru că, o dată produsă, ea declanșează un mecanism care nu mai poate fi dat înapoi ca acele unui ceasornic. Zadarnic te scuzi sau “îți retragi cuvintele” după ce l-ai jignit pe interlocutor, efectele spuselor noastre s-au produs. Revenirea asupra mesajelor transmise nu le poate anihila efectele → trebuie să ne controlăm manifestările comunicative.

### 3.3.8. Axioma 6: *Comunicarea presupune raporturi de forță și ea implică tranzacții simetrice sau complementare*

Egalitatea participanților la actul de comunicare trebuie să existe pentru o comunicare eficientă. Afișarea superiorității, neacordarea dreptului la replică, snobismul comunicațional, toate acestea minează procesul de comunicare și îi diminuează valoarea socială și umană. (figura 3.5) Există două tipuri principale de interacțiuni:

- *interacțiuni tranzacționale;*
- *interacțiuni personale.*

La cele dintâi, rolul participanților rămâne neschimbat de-a lungul comunicării (profesor - student, medic - pacient, vânzător - cumpărător), aceste raporturi fixe eliminând din start posibilitatea realizării egalității în comunicare. Interacțiunile personale (dintre prieteni, soți, colegi) presupun nu dispariția rolurilor, ci fluidizarea lor, participanții la



Figura 3.5

comunicare ajungând pe rând în poziție dominantă. Mihai Dinu<sup>8</sup> arată că simetrice sunt actele de comunicare în care răspunsurile sunt de același tip cu stimulii: la un ton răstit răspunzi cu un ton răstit, geloziei îi răspunzi cu gelozie, tăcerii cu tăcere etc. Dacă stimulii și răspunsurile sunt opuse, comunicarea are din nou de suferit: dacă un participant vorbește cu însuflețire și celălalt e apatic. Comunicarea poate fi influențată pozitiv, atunci când iritării i se răspunde cu calm și răbdare.

**Tranzacțiile simetrice** sunt acelea în care partenerii își reflectă reciproc comportamentele de pe poziții de egalitate. Avantajul acestei categorii de tranzacții comunicaționale îl constituie faptul că partenerii au același status (și de cele mai multe ori nu mai au ce negocia, negocierea căpătând acum conotația unui *lobbying*).

**Dezavantajul tranzacțiilor simetrice** îl constituie facilitatea apariției conflictului: interlocutorul răspunde identic reacției celuilalt; ce poate fi mai malefic pentru evitarea unei situații conflictuale decât răspunsul la o agresiune a interlocutorului printr-o altă agresiune? La ce vă folosește să vă agresați, să vă puneți în inferioritate interlocutorul? → agresiunea, autocrația sunt atributele celor slabi! Să vă inspire milă interlocutorul agresiv, pentru că în spatele tiraniei manifestate se ascunde întotdeauna teama, incertitudinea propriei valori. Forța pumnului în masă nu este decât apanajul celor înfricoșați, sperați!

**Tranzacțiile complementare** sunt relații în care partenerii adoptă comportamente compatibile sau joacă roluri distincte, au putere diferită, statut social sau ierarhic diferit.

---

<sup>8</sup> Mihai Dinu, *op.cit.*, p. 106.

Diferențele dintre parteneri sunt maximizate: între părinte-copil, profesor-elev, șef ierarhic - subaltern.

**Tranzacțiile complementare** pot induce bariere comunicaționale: autocrația șefului ierarhic nu poate decât să creeze frustrare și ostilitate pentru subaltern, autoritatea impusă nu face decât să ascundă atitudini și nu să schimbe atitudini!

Comunicarea are un singur ideal: schimbările constructive!

Exemplu: Dacă o persoană spune “mă doare capul” și dacă cineva răspunde “și pe mine”, au o relație simetrică, bazată pe egalitate. Dacă răspunsul este “vai de tine!” și începe să-l consoleze - este o relație complementară, bazată pe diferență.

### 3.3.9. Axioma 7: *Comunicarea presupune procese de ajustare și acomodare.*

Pentru ca înțelegerea să se realizeze, este necesară o negociere a sensurilor, al cărei studiu face obiectul *praxematicii*, disciplină lingvistică inițiată de Robert Lafont<sup>9</sup>.

Limba franceză cunoaște expresia “accordons nos violons” folosită atunci când participanții la comunicare vorbesc fiecare pe “limba” sa. Această acordare, ajustare este indispensabilă oricărei comunicări adevărate.

Axiomele propuse sunt primele încercări de a da o formă logică, sistematică unui proces extrem de complex. Aceste axiome sunt eterogene, deoarece ele sunt extrase din observarea unor fenomene sau genuri de comunicare diferite sau din observarea fenomenelor de comunicare în registre foarte diferite. Unitatea lor nu rezidă în originea lor, ci în importanța lor pragmatică, mai precis în punerea accentului nu pe „actele” individuale, ci pe conotațiile interpersonale. Axiomatica globală pe care o propun autorii, prin care se încearcă să se determine prin condiții o întreagă „situație comunicațională” este în acord cu natura sistemică a comunicării, redată de Birdwhistell: „un individ nu comunică, el ia parte la comunicarea în care devine un element. El se poate mișca, poate face zgomot... dar el nu comunică. El poate vedea, poate înțelege, simți, gusta, atinge, dar el nu comunică. În alți termeni, el nu este autorul comunicării, el participă la ea”.

Comunicarea, în calitatea ei de sistem, nu trebuie să fie concepută după modelul elementar al acțiunii și reacțiunii, oricât de complex ar fi enunțul lui. Ca sistem, comunicarea nu trebuie să fie definită decât la nivelul unui schimb.

<sup>9</sup>*Praxématique et psychomécanique du langage*, în “Cahiers de praxématique”, 7, Montpellier, Université Paul Valéry, 1986.



### Test de autoevaluare T 3.1

Prezentați axiomele comunicării.



### Lucrare de verificare V 3.1

Prezentați elementele specifice Școlii de la Palo Alto.



### Bibliografia minimă necesară studenților pentru parcurgerea C 3

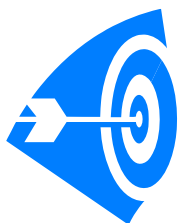
- Caune, Jean, *Cultură și comunicare*, București, Cartea Românească, 2000.
- Dinu, Mihai, *Comunicarea. Repere fundamentale*, București, Editura Algos, Ed. a II-a, 2000.
- Fiske, John, *Concepte fundamentale din științele comunicării și studiile culturale*, Iași, Polirom Collegium, 2001.
- Fiske, John, *Introducere în științele comunicării*, Iași, Polirom, 2003.
- <http://www.georgetown.edu/spielmann/courses/comm/commfunctions.htm>
- <http://dexonline.ro/definitie/axiom%C4%83>

## Capitolul: COMUNICAREA VERBALĂ

**C4. COMUNICAREA VERBALĂ**

<b>Cuprins</b>	<b>Pagina</b>
Obiective	50
4.1. Tipuri de comunicare orală	51
4.2. Cinci trepte ale comunicării orale	51
4.3. Idiolect, sociolect, dialect	52
4.4. Conceptul de ego-stare	52
4.5. Comportament adecvat în timpul comunicării	53
4.6. Pierderea de informații între Emițător și Receptor: cel puțin 9 posibilități de a nu se înțelege	54
4.7. Nivele de înțelegere în comunicarea orală	54
4.8. Activități interactive și activități non-interactive	55
4.9. Limba	55
4.9.1. Competența cognitivă (capacitatea de a înțelege și de a manipula informația cu scopul de a raționa)	56
4.9.2. Competența strategică (capacitatea de a se înarma cu metode de rezolvare a problemelor proprii limbii)	56
4.9.3. Competența comunicativă	57
4.9.4. Competența lingvistică	57
4.9.5. Competența discursivă	57
4.9.6. Competența funcțională	57
4.9.7. Competența sociolingvistică	57
4.9.8. Competența culturală	57
4.10. Cele 7 funcții ale limbii	58
4.11. Oralitatea	58
4.11.1. Multicanalitatea	59
4.11.2. Genurile oralului	59
4.11.3. Ameliorarea performanțelor de comunicare orală	59
4.11.4. Cine vorbește, ascultă. Cine ascultă, vorbește	59
4.12. Conversația: Reglarea schimbului contractul de comunicare Regulile de interacțiune verbală	61
Test de autoevaluare T 4.1	67
Lucrare de verificare V 4.1	67
Bibliografie	68





- **Obiectiv:** Cunoașterea principalelor elemente care stau la baza comunicării verbale.

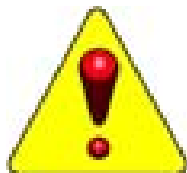
## COMUNICAREA VERBALĂ

*Nu vorbim despre ceva cuiva, ci vorbim CUIVA despre ceva.*  
(P. Posno citat de Bernadette Kevryn)

### Introducere

Chiar dacă toată lumea știe să vorbească, puțină lume știe cu adevărat să comunice oral.

#### Comunicarea verbală:



- este primordială diacronic;
- nu e simplă;
- este eficace ca liant social;
- nu trebuie plasată pe o poziție inferioară în raport cu cea scrisă;
- presupune stăpânirea de tehnici și comportamente destul de dificil de dobândit;
- nu este înnăscută, ci dobândită, învățată;
- nu se improvizează, ci presupune totdeauna o bună pregătire.

“Cuvântul rostit acționează incomparabil mai puternic, forează mai adânc în sinea ascultătorului, posedă un magnetism generator nu o dată cu efecte hipnotice” (M. Dinu, 1999: 320-321).



#### 4.1. Tipuri de comunicare orală:

- **comunicarea interpersonală** : situația de comunicare între un emițător (E) și un receptor (R)
  - față în față (dialog)
  - la distanță (dialog fără contact direct)
- **comunicarea de grup** : situația de comunicare între mai mulți E și mai mulți R (dialog între mai multe persoane)
- **comunicarea de masă**: situația de comunicare între un E și o multitudine de R
- **conversația informală** : discuție spontană, nepregătită, creează o legătură socială
- **întrevederea față în față** : situație de comunicare orală pentru care se cunoaște data, ora, locul, durata aproximativă și presupune o pregătire preliminară
- **prezentarea în fața unui auditoriu** : E cunoaște subiectul, și-a pregătit intervenția → atitudine interactivă pentru a verifica înțelegerea mesajului și pentru a implica auditoriul
- **comunicarea telefonică** : exprimare verbală și para-verbală
- .....

#### 4.2. Cinci trepte ale comunicării orale:

- **stilul rece** “caracterizează formele de comunicare necooperativă, în care E nu își cunoaște R, iar acesta din urmă nu e în măsură să influențeze în vreun fel discursul celui dintâi” (M. Dinu, 1999: 322)
 

Exemplu: “cazul unor emisiuni de radio sau televiziune, cu texte atent elaborate tocmai pentru că se știe că inexistența feedback-ului face imposibilă ajustarea lor pe parcurs” (M. Dinu, 1999: 322)
- **stilul formal**:
  - adresarea către un auditoriu numeros ale cărui reacții sunt perceptibile pentru vorbitor. În acest caz, vom avea un nivel înalt de coerență, fraze construite cu grijă, material lexical variat, fără repetiții, fără expresii argotice sau prea familiare, fără elipse, fără lăsarea în suspensie a unor propoziții începute
  - când destinatarul este un singur individ, SF “corespunde intenției de a marca o distanță în raport cu persoana acestuia” (distanță a deferenței sau a disprețului și sfidării) (M. Dinu, 1999:322)

- **stilul consultativ** – cel al discuțiilor cu caracter profesional, de afaceri, al negocierilor și tratativelor
  - participarea interlocutorului la dialog este activă, nu există un plan detaliat al comunicării, ci numai o informație de bază, îmbogățită pe parcurs în conformitate cu solicitările partenerilor la discuție
  - elemente lexicale parazite (*deci, da, așa, nu-i așa*), ezitări, reluări, exprimări semi-gramaticale (anacolutul), uneori dezacorduri (M. Dinu, 1999:323)
- **stilul ocazional** - specific conversațiilor libere între prieteni
  - fără bază informațională, trecere facilă de la un subiect la altul, manieră decontractată, dar și mai neglijentă decât în stilurile anterioare
  - expresii eliptice, folosirea de termeni cu accepțiuni speciale, cunoscute interlocutorilor din interacțiunile verbale anterioare, elemente de argou, timpi diferiți de emisie fără a fi interpretați ca ofensatorii (M. Dinu, 1999:323)
- **stilul intim** – recurgerea la un cod personal care oferă informații despre stările și trăirile intime ale subiectului
  - funcția referențială este pusă în umbră de cea expresivă (emotivă)
  - lacunar, limbaj împănăt de semnale nearticulate (oftat, chicotit) cu o bogată încărcătură afectivă (M. Dinu, 1999:323-324)

**Comportamentul verbal** este marcat de *schizoglosie* – alternarea modurilor de a comunica verbal în funcție de diferitele contexte sociale și psihologice (Martin Joos, apud M. Dinu, 1999: 324).

### 4.3. Idiolect, sociolect, dialect:

*Idiolect* – inventarul deprinderilor verbale ale unui individ într-o anumită perioadă a vieții sale  
(L.Ionescu-Ruxăndoiu, D. Chițoran, 1975:284)

*Sociolect* – varietate a limbii semnificativă pentru grupul considerat și care integrează trăsăturile comune ale idiolectelor membrilor acestuia

*Dialect* – varietățile regionale ale limbii

### 4.4. Conceptul de ego-stare:

- concept introdus de Eric Berne cu referire la dispoziția psihologică, atitudinea subiectivă adoptată de un participant în raport cu interlocutorul său, fără legătură cu vârsta biologică a persoanei care vorbește

- *ego-stări* – trecere permanentă a participanților de la o ego-stare la alta, de aici fluiditatea rolurilor în cadrul unei interacțiuni verbale
  - *părinte P*
  - *adult A*
  - *copil C*
- ***ego-starea Părinte*** – tendință către impunerea autorității proprii, dominare, cicăleală și control, nu suportă contrazicerea → fraze evaluative (*cutare lucru e rău, nu merită să faci ...*), etichetări sumare, expresii de tipul “trebuie” (*nu-ți permit, isprăvește, te previn*), ton care nu admite replica, gesturi ferme pentru sublinierea discursului, mișcări decise ale capului, palma în sus (dominare), posturi ce exprimă superioritatea și omnisciența (M. Dinu, 1999: 327)
- ***ego-starea Adult*** – ia lucrurile așa cum sunt și nu cum ar trebui să fie, atitudine mai mult logică decât emoțională → multe întrebări, structuri argumentative, fără prejudecăți, poziție și gesturi care denotă interes și atenție față de interlocutor, privire cooperantă, încurajează afirmarea punctului de vedere al interlocutorului (M. Dinu, 1999:327-328)
- ***ego-starea Copil*** – două variante:
  - ***copil adaptat*** – se supune autorității interlocutorului, îi acceptă sfaturile, dispozițiile fără să crâcnească → ipostaza comportamentului filial respectuos și devotat al copiilor ascultători, care urmează cariera trasată de părinți și se căsătoresc potrivit alegerii acestora
  - ***copil natural*** – independent, răzvrătit, acționează spontan, potrivit chefului de moment, non-conformist, neinhibat, protestează vehement când ceva nu îi convine, repetă mereu *nu vreau, nu fac*, gestică neinhibată, fără a ține cont de ceilalți (M. Dinu, 1999:328)

#### 4.5. Comportament adecvat în timpul comunicării<sup>1</sup>:

##### ***Emițător:***

- consolidarea verbalului cu elemente non verbale
- adaptarea tonului, debitului, articulației
- supravegherea înțelegerii și ascultării și înțelegerii mesajului transmis
- folosirea tehnicilor de relansare a interesului (glume, anecdote, întrebări, citate ...)
- punerea în evidență a ideilor esențiale ale mesajului

<sup>1</sup> Sursă : [www3.ac-clermont.fr/pedago/ecogest/.../la\\_communication\\_orale.do...](http://www3.ac-clermont.fr/pedago/ecogest/.../la_communication_orale.do...)

**Receptorul:**

- luarea de notițe
- practicarea ascultării active (nu numai ascultarea persoanei care vorbește, ci adoptarea unei atitudini care să permită realmente înțelegerea mesajului transmis)
- concentrarea asupra mesajului transmis (fără “visare”)
- receptarea mesajului fără judecăți de valoare
- atitudine fizică (gesturi, privire ... ) care să dovedească atenția acordată receptării active a mesajului transmis
- folosirea reformulărilor (*Dacă am înțeles bine ..., Vreți să spuneți că ...*)
- folosirea întrebărilor
- solicitarea de precizări

**4.6. Pierderea de informații între Emițător și Receptor: cel puțin 9 posibilități de a nu se înțelege<sup>2</sup>**

**Emițător:**

- *ceea ce eu gândesc*
- *ceea ce eu vreau să spun*
- *ceea ce eu cred că spun*
- *ceea ce spun*

**Receptor:**

- *ceea ce vreau să aud*
- *ceea ce aud*
- *ceea ce cred că înțeleg*
- *ceea ce vreau să înțeleg*
- *ceea ce înțeleg cu adevărat*

**4.7. Nivele de înțelegere în comunicarea orală<sup>3</sup>:**

- Înțelegere literală
- Înțelegere inferențială sau interpretativă
- Înțelegere critică
- Înțelegere creativă

---

<sup>2</sup> Sursă : [www3.ac-clermont.fr/pedago/ecogest/.../la\\_communication\\_orale.do...](http://www3.ac-clermont.fr/pedago/ecogest/.../la_communication_orale.do...)

<sup>3</sup>Sursă :

[http://www.google.fr/imgres?imgurl=http://www.sasked.gov.sk.ca/docs/francais/fransk/fran/inter/prg\\_etudes/ima ges/206.gif&imgrefurl=http://www.sasked.gov.sk.ca/docs/francais/fransk/fran/inter/prg\\_etudes/p206.html&h=44 6&w=567&sz=8&tbnid=fQ-DV5L8JJ5JOM:&tbnh=85&tbnw=108&prev=/search%3Fq%3Dcommunication%2Borale%26tbm%3Disch%26t bo%3Du&zoom=1&q=communication+orale&docid=pK2QaDjKdkl7RM&hl=fr&sa=X&ei=wHjMTvusPMny8 QOWtsnmDw&ved=0CIMBEPUBMAc](http://www.google.fr/imgres?imgurl=http://www.sasked.gov.sk.ca/docs/francais/fransk/fran/inter/prg_etudes/ima ges/206.gif&imgrefurl=http://www.sasked.gov.sk.ca/docs/francais/fransk/fran/inter/prg_etudes/p206.html&h=44 6&w=567&sz=8&tbnid=fQ-DV5L8JJ5JOM:&tbnh=85&tbnw=108&prev=/search%3Fq%3Dcommunication%2Borale%26tbm%3Disch%26t bo%3Du&zoom=1&q=communication+orale&docid=pK2QaDjKdkl7RM&hl=fr&sa=X&ei=wHjMTvusPMny8 QOWtsnmDw&ved=0CIMBEPUBMAc)

## 4.8. Activități interactive și activități non-interactive

### Activități interactive:

- cer o bună stăpânire a subiectului
- nu presupun o pregătire la fel de amănunțită ca și activitățile non-interactive
  - conversația
  - improvizația
  - discuția
  - dezbateră
  - simularea
  - grupul de lucru
  - directivele transmise pentru executarea unei sarcini
  - povestirea unei întâmplări
  - întrevădere
  - masa rotundă
  - conversația imaginară
  - informarea

### Activități non-interactive

- presupun o pregătire adecvată:
  - rapoarte, dări de seamă
  - conferințe
  - expuneri pe un subiect dat
  - emisiuni radiofonice
  - rezumate orale
  - comentarii explicative
  - mini-conferințe
  - prezentarea de sine și prezentarea altor persoane
  - monologul

## 4.9. Limba<sup>4</sup>

- *achiziția limbajului și dezvoltarea personală sunt indisociabile* : amândouă depind de experiențele de viață ale persoanei și de cunoștințele sale de limbă
- *limba este un mijloc de comunicare*: persoana utilizează limba pentru a primi și transmite mesaje, oral și scris, adică pentru a răspunde nevoilor diverse de informare și comunicare
- un comunicator eficace utilizează în mod spontan mijloacele lingvistice adecvate situației de comunicare

---

<sup>4</sup> Sursă : [http://www.sasked.gov.sk.ca/docs/francais/fransk/fran/inter/prg\\_etudes/principdirect.html#regs](http://www.sasked.gov.sk.ca/docs/francais/fransk/fran/inter/prg_etudes/principdirect.html#regs)

- limba este un instrument de gândire și de învățare: ea permite persoanei să numească, să exploreze, să verbalizeze, să precizeze, să organizeze și să conceptualizeze diferite aspecte ale realității, pe scurt să gândească
- folosirea limbii dă persoanei ocazia de a testa, pe de o parte modul în care ea înțelege lumea care o înconjoară și, pe de altă parte, funcționarea limbii însăși
  - prin acest proces dinamic, ea poate să-și schimbe percepția, să o ajusteze, să o rafineze, să o lărgască, pe scurt să învețe
- limba este un instrument de creștere personală și socială: interacțiunea este cea care permite persoanei să descopere și să se situeze în raport cu ceilalți
  - limba permite persoanei să se înscrie în realitatea socială, să îi dea un sens, să-și însușească valorile culturale
  - prin limbă persoana se afirmă ca persoană, ea exteriorizează realitatea interioară și interiorizează realitatea exterioară

### **4.9.1. Competența cognitivă (capacitatea de a înțelege și de a manipula informația cu scopul de a raționa)**

- Tratarea informației:
  - reperajul
  - selectarea
  - regruparea
  - inferența
  - evaluarea
- Utilizarea cunoștințelor dobândite:
  - cunoaștere
  - înțelegere
  - aplicare
  - analiză
  - sinteză

### **4.9.2. Competența strategică (capacitatea de a se înarma cu metode de rezolvare a problemelor proprii limbii)**

- funcția de planificare și gestionare
- strategii de comunicare
- strategii de învățare

#### **4.9.3. Competența comunicativă (după Bachman, 1990: 87)**

- Competența organizațională: capacitatea de a controla structura formală a limbajului
  - competență lingvistică
  - competență discursivă
- Competența pragmatică: capacitatea de a-și adapta discursul la situația de comunicare, la intenția comunicativă și la subiectul abordat
  - competență funcțională
  - competență sociolingvistică
- Competență culturală: capacitatea de a trăi “limba” pe care o vorbim

#### **4.9.4. Competența lingvistică**

- morfologie
- sintaxă
- expresii idiomatice
- ortografie
- stilistică
- ...

#### **4.9.5. Competența discursivă**

- coerența textuală
- coerența semantică
- organizarea structurilor textului

#### **4.9.6. Competența funcțională**

- **funcțiile:**
  - instrumentală
  - regulatorie sau directivă
  - interactivă
  - personală
  - imaginativă
  - euristică
  - informativă

#### **4.9.7. Competența sociolingvistică**

- registrele de limbă
- variantele dialectale sau regionale
- realitățile socioculturale

#### **4.9.8. Competența culturală**

- luarea la cunoștință a propriei realități lingvistice și culturale
- exprimarea identității culturale



- exprimarea apartenenței la o anumită cultură (națională, regională, internațională)
- manifestarea mândriei
- construcție identitară
- deschiderea către alte limbi și culturi
- consumul de produse culturale: cărți, filme, muzică, ziare, reviste etc<sup>5</sup>.

#### 4.10. Cele 7 funcții ale limbii (Halliday, 1973) sunt prezentate în tabelul 4.1

Tabelul 4.1

Funcție	Activități orale	Activități scrise
• <b>instrumentală</b> ( <i>Vreau</i> ) axată pe satisfacerea diverselor nevoi, obținerea de bunuri și servicii	• conversația • mesajul publicitar • solicitarea telefonică	• scrisoarea oficială • nota de serviciu • scrisoarea de opinie • mesajul publicitar
• <b>regulatorie</b> ( <i>Fă cum îți spun</i> ) folosită pentru a controla comportamentul altuia	• directive • gesturi • joc dramatic	• directive • regulamente • instrucție
• <b>interactivă</b> ( <i>Tu și cu mine</i> ) utilizată pentru a intra în contact cu altcineva în așteptarea unui răspuns	• conversație • dezbateri • discuție • apel telefonic	• corespondență • rețea electronică
• <b>personală</b> ( <i>Iată cine sunt eu</i> ) permite exprimarea caracterului unic, a conștiinței de sine, a gusturilor, sentimentelor, opiniilor	• discuție • dezbate • masă rotundă	• jurnal personal • jurnal dialogat • scrisoare de opinie • articol critic • critică literară
• <b>imaginativă</b> ( <i>Să ne imaginăm că</i> ) servește la crearea unui mediu fictiv, explorarea limbajului, construirea unui imaginar	• a spune o poveste • punerea în scenă • jocul dramatic • cântecul	• poveste • basm • scenariu • poem • caligrame
• <b>euristică</b> ( <i>Spune-mi</i> ) acoperă ansamblul tipurilor de întrebări pe care învățăm să le folosim în căutarea cunoștințelor	• întrevedere • discuție dirijată • chestionare didactice	• chestionar analitic • schemă conceptuală • jurnal de bord
• <b>informativă</b> ( <i>Îți spun că...</i> ) permite transmiterea sau primirea de informații	• raport oral • conversație • emisiune radiofonică • video clip	• memo • articol de ziar • cercetare • pliant publicitar

#### 4.11. Oralitatea

În prezentarea noastră ne sprijinim pe cercetările grupului de cercetare *Valibel* de la Universitatea Catolică de la Louvain la Neuve, Belgia<sup>6</sup>

*Comunicarea orală* se definește prin:

- suport (voce, auz)
- structură dinamică caracterizată printr-o ajustare neîncetată între parteneri

<sup>5</sup> Sursă : [http://www.sasked.gov.sk.ca/docs/francais/fransk/fran/inter/prg\\_etudes/principdirect.html#regs](http://www.sasked.gov.sk.ca/docs/francais/fransk/fran/inter/prg_etudes/principdirect.html#regs)

<sup>6</sup> <http://users.skynet.be/fralica/refer/theorie/ressort.htm#rescom>

#### 4.11.1. Multicanalitatea

*Mesajul oral* se transmite pe trei canale simultan:

- semnul lingvistic
- materialul vocal
- corpul

#### 4.11.2. Genurile oralului

Pentru a clasifica diversele tipuri de comunicare orală, folosim categoriile:

- **oral spontan**: conversația, improvizația
- **oral normat** (bazat pe uzaje codificate): dezbateri, interviu, întrevedere, expunere, discurs, conferință, pledoarie, întrevedere, discuție telefonică ...

#### 4.11.3. Ameliorarea performanțelor de comunicare orală:

- nu există un model unic de comunicare orală, există strategii individuale mai bine sau mai prost adaptate
- pentru a fi eficace în comunicarea orală, membrii echipei Valibel<sup>7</sup> consideră că trebuie:
  1. întărirea competenței de ascultare activă (cine știe să asculte, va fi, la rândul său, ascultat) → reperarea indicilor verbali, paraverbali și corporali ai interlocutorului
  2. cunoașterea propriului profil de comunicare
  3. capacitatea de ajustare a comportamentelor comunicaționale (conținut, indici lingvistici, imagine corporală) în funcție de situația de comunicare → "*A ajusta înseamnă a da un maximum de șanse schimbului*" (Valibel)
  4. capacitatea de a gestiona schimbul optimizând dinamica interpersonală

#### 4.11.4. Cine vorbește, ascultă. Cine ascultă, vorbește<sup>8</sup>

În comunicarea orală, vorbirea și ascultarea sunt simultane și deci în interacțiune constantă. Modul de a vorbi al locutorului influențează ascultarea receptorului și modul de ascultare al R influențează vorbirea locutorului.

**A VORBI** înseamnă și a asculta: propria ascultare și ascultarea celuilalt

**A ASCULTA** înseamnă și a vorbi: manifestarea semnelor specifice ascultării (a urmări cu privirea, a lua notițe, a chestiona, a da din cap ... )

**A ASCULTA ȘI A VORBI ÎNSEMNĂ A CONSTRUI ÎMPREUNĂ SENSUL<sup>9</sup>**

<sup>7</sup> <http://users.skynet.be/fralica/refer/theorie/theocom/oral/comoral.htm>

<sup>8</sup> <http://users.skynet.be/fralica/refer/theorie/theocom/oral/comoral.htm>

<sup>9</sup> <http://users.skynet.be/fralica/refer/theorie/theocom/oral/comoral.htm>

**4.11.4.1. Ascultarea activă**

Ascultarea activă este un prealabil indispensabil unei comunicări “pe măsură”. Noi vehiculăm imagini despre noi înșine relevate prin **indicii**: (tabelul 4.2)

Tabelul 4.2

Indicii corporale	Indicii lingvistice verbale	Indicii lingvistice non verbale
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Atitudini</i></li> <li>• <i>Gesturi</i></li> <li>• <i>Îmbrăcămintele...</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Alegerea cuvintelor</i></li> <li>• <i>Structura frazelor</i></li> <li>• <i>Argumentația...</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Debit</i></li> <li>• <i>Volum sonor</i></li> <li>• <i>Accentul de insistență</i></li> <li>• <i>Pauzele</i></li> <li>• <i>Intonația ...</i></li> </ul>

**A asculta atent** înseamnă acumularea unui maximum de informații despre :

- CONȚINUTUL mesajului (ceea ce este spus);
- FORMA mesajului (cum este spus);
- indiciile care compun IMAGINEA CORPORALĂ a interlocutorului.

**4.11.4.1.1. Forma mesajului** se revelează grație **INDICILOR LINGVISTICI** (verbali și para-verbali), care se prezintă cu:

- caracteristici fundamentale (modul obișnuit de a vorbi);
- variații ocazionale.

**Lexicul** : identificarea canalului de comunicare privilegiat: vizual – auditiv – kinestezic

**Debitul vorbirii** (cantitatea de cuvinte pronunțate într-o perioadă de timp) :

- identificarea debitului fundamental: rapid – mediu – lent;
- reperarea variațiilor de debit: accelerare – încetinire.

**Volumul sonor**: reperarea variațiilor : puternic – mediu – slab.

**Accentul de insistență**: reperarea localizării accentului de insistență: voit – ocazional – involuntar – sistematic (tic)

**Pauzele**:

- indispensabile în discurs (respirația), dar fiecare dintre noi poate controla plasarea lor;
- reperarea localizării pauzelor vide (tăcere) – pauzelor pline (alungirea ultimei silabe a cuvântului), lungi – scurte.

**Intonația**:

- identificarea intonației fundamentale : variată – monotonă – repetitivă;
- reperarea variațiilor de intonație: urcătoare – descrescătoare – plană.

#### 4.11.4.1.2. Indicii care compun IMAGINEA CORPORALĂ a unui interlocutor

##### Gestualitatea

- *gesturi autocentrate / funcționale / relaționale*;
- *gesturile funcționale* facilitează verbalizarea, subliniază gândirea;
- anumite *gesturi simbolice* se substituie cuvintelor;
- *gesturile relaționale* creează sau orientează relația cu interlocutorul.

Identificarea **tonusului general** (vitalitate – nonșalanță) care se degajă din imaginea corporală a interlocutorului.

#### 4.12. Conversația: *Reglarea schimbului contractul de comunicare. Regulile de interacțiune verbală (C. Kerbrat-Orecchioni)*<sup>10</sup>

##### Reglarea schimbului:

- exercițiul vorbirii implică o interacțiune → în timpul schimbului comunicativ, “interactanții” exercită unii asupra celorlalți o vastă rețea de influențe mutuale → a vorbi înseamnă a schimba, a se modifica prin schimb;
- reglarea schimbului
  - ca să existe un schimb comunicațional nu este nevoie numai de doi sau mai mulți locutori care să vorbească alternativ ci e nevoie ca ei să “își vorbească” unul altuia, să fie “angajați” în schimbul comunicațional.

##### Emitătorul:

- semnaleză că vorbește cuiva prin orientarea corpului, direcția privirii, folosirea formulelor de adresare;
- folosește diverși “captatori” (nu-i așa?, știi..., vezi ...) pentru a menține atenția trează;
- "repară" diminuările de atenție sau problemele de înțelegere prin tot felul de procedee fatice:
  - creșterea intensității vocale;
  - reluări, reformulări.

##### Receptorul

- *produce anumite semnale de ascultare – reglatori* - care confirmă emițătorului că este atent, că ascultă ceea ce i se spune :
  - *reglatori non verbali* (privire, dat din cap, încruntare, surâs, schimbare de postură ... );
  - *reglatori verbali* (“da”, “de acord”), reluări în ecou (reluarea ultimului cuvânt pronunțat de interlocutor);
  - *absența reglatorilor* antrenează perturbări în comportamentul locutorului.

<sup>10</sup> <http://users.skynet.be/fralica/refer/theorie/theocom/oral/dialoral.htm>

***Sincronizarea interacțională:***

- ***ansamblul mecanismelor de ajustare :***
  - funcționarea alternanței rândului la vorbire;
  - comportamente corporale: într-o interacțiune participanții par să danseze un balet perfect pus la punct, adaptându-și instinctiv posturile, gesturile, mimica;
  - alegerea subiectelor, a stilului schimbului, a registrului de limbă, a vocabularului utilizat etc.
- în interacțiunea față în față, discursul este în totalitate “co-produs”, este rezultatul unei neîncetate munci de colaborare;
- atunci când locutorul comunică cu dificultate, interlocutorul are în mod spontan tendința de a multiplica reglatorii;
- atunci când interlocutorul dă semne de “detașare” (nu mai e atent, nu mai urmărește comunicarea) locutorul are tendința de a multiplica procedeele fatice.

***Contractul de comunicare:***

- **rolurile interlocutive** (locutor / vs /destinatar, direct sau indirect) sunt prin definiție mobile;
- **rolurile interacționale** se caracterizează prin relativa lor stabilitate de-a lungul schimbului, căci sunt direct legate de tipul de interacțiune (medic/pacient, profesor/elev, vânzător/client, expert/consultant, cel care ia un interviu/cel care dă un interviu) etc.;
- ansamblul rolurilor interacționale definește **contractul de comunicare** la care sunt supuși participanții într-un tip anume de interacțiune.

***Regulile interacțiunilor verbale:*** trei categorii:

- reguli care permit gestionarea alternanței rândului la vorbire;
- reguli care determină organizarea structurală a interacțiunii;
- reguli care intervin la nivelul relației interpersonale.
- oricare ar fi nivelul lor de funcționare, aceste reguli creează un sistem de drepturi și îndatoriri, un sistem de așteptări, care pot fi satisfăcute sau contrazise.

***Regulile conversaționale*** pot fi transgresate, tocmai pentru că sunt foarte suple, dar dacă aceste transgresări nu sunt imediat “reparate” (scuze sau alt procedeu) pot da naștere la sancțiuni sau pot produce efecte notabile, de obicei negative (supărare, iritare, ruperea comunicării ...).

***Alternanța rândului la vorbire:***

- **principiul alternanței**
  - ca să existe un dialog, trebuie să existe cel puțin doi interlocutori care să vorbească pe rând;
  - locutorul L1 are dreptul de a vorbi un anumit timp, dar are și obligația de a ceda cuvântul la un moment dat;

- succesorul său potențial L2 are datoria de a-l lăsa pe L1 să vorbească și de a-l asculta în timp ce vorbește. El are și dreptul de a cere cuvântul după un anumit timp, precum și datoria de a vorbi atunci când i se dă cuvântul.
- activitatea dialogală se bazează pe principiul alternanței:
  - într-o conversație, funcția locutorie trebuie să fie ocupată succesiv și în mod echilibrat de diferiții participanți la comunicare;
  - o persoană pe rând (vorbitul în același timp trebuie evitat, dacă apare nu trebuie să continue prea mult timp, o negociere (explicită sau nu, în registrul politicos sau agresiv) trebuie să intervină imediat;
  - există totdeauna o persoană care vorbește.

#### ***Reglarea alternanței rândului la vorbire:***

- luarea cuvântului este uneori acordată de o persoană îndreptățită pentru aceasta (președinte de ședință, moderator ... ) care ocupă funcția de “distribuitor” oficial al dreptului la cuvânt ;
- cel mai adesea, alternanța luării de cuvânt este reglată de participanții la comunicare.
- **semnalele de final** sunt diverse:
  - **semnale verbale:** enunț complet, întrebare, “nu-i așa?”, "nu?“ ...
  - **semnale prozodice:** curbă a intonației, încetinirea ritmului, scăderea intensității articulatorii, pauză...
  - **semnale mino-gestuale:** privire concentrată pe destinatar, scăderea tensiunii musculare, încheierea gesticulației ...
- succesorul la vorbire este ales de L1 sau se propune singur.

#### ***Ratările sistemului de alternanță la vorbire***

- alternanța nu se face totdeauna în mod armonios;
- incidente:
  - tăcere prelungită;
  - întreruperi;
  - vorbire în același timp;
  - intruziune (un locutor “ilegitim” ia cuvântul).

#### ***Organizarea structurală a interacțiunii***

- **conversația:**
  - se prezintă ca o succesiune de luări de cuvânt supuse unor anumite principii de coerență;
  - este o organizare care se supune regulilor de înlănțuire sintactică, semantică și pragmatică : adevărată gramatică a conversației;
  - este un text produs colectiv ale cărui fire trebuie să se “înnoade”, altfel conversația este dezlănătă.

- această organizare poate fi concepută la nivel global sau local :
  - **nivel global** – reconstituirea scenariului care susține ansamblul interacțiunii;
  - **nivel local** – studierea modului în care se realizează, pas cu pas, înlănțuirea diferiților constituenți ai dialogului: înlănțuirea poate fi explicită sau implicită,  
Exemplu: - *Se pare că e foarte bun filmul...*  
              - *L-am văzut!*  
              Explicit : aserțiune / aserțiune  
              Implicit : propunere / respingere.

### ***Relația interpersonală – politețea lingvistică***

- noțiunea de **politețe** este înțeleasă în sens larg, acoperind toate aspectele discursului care sunt reglementate de reguli și a căror funcție este de apăra caracterul armonios al relației interpersonale;
- astfel înțeleasă, politețea depășește faimoasele formule din manualele de bune maniere;
- noțiunea de politețe se aplică atât la comportamentele non verbale cât și la cele verbale, referindu-ne în continuare numai la **politețea lingvistică**.

### ***Noțiunea de teritoriu***

- modul în care omul utilizează spațiul și timpul în comunicare pentru a menține o distanță între el și ceilalți
  - **teritoriul spațial** (camera *mea*, biroul *meu* ... ) ;
  - **teritoriul temporal** (programul meu privat, timpul acordat vorbirii ... ) ;
  - **teritoriul corporal**: corpul meu și prelungirile sale (vestimentație, poșetă, buzunare ... ).
- **teritoriul** este tributar convențiilor sociale și culturale, integrate adesea în mod inconștient de către individ.

### ***Noțiunea de “față”***

#### ***orice persoană posedă două fețe:***

- **fața negativă** – corespunde în mare teritoriului eului (teritoriu corporal, spațial, temporal, bunuri materiale, secrete ... ) ;
- **fața pozitivă** – corespunde în mare narcisismului și ansamblului de imagini valorizante pe care interlocutorii le construiesc și încearcă să le impună în cadrul interacțiunii.

**Noțiunea de FTA (Face Threatening Act)**

- de-a lungul interacțiunii, interlocutorii ajung să realizeze un număr de acte verbale și non verbale care amenință una dintre cele patru “fețe”
- aceste acte amenințătoare sunt numite FTA (Face Threatening Act)
- **patru tipuri de FTA:**
  - *acte amenințătoare pentru fața negativă a celui care le realizează* (ofertă, promisiune...);
  - *acte amenințătoare pentru fața pozitivă a celui care le realizează* (mărturisire, scuză, autocritică...);
  - *acte amenințătoare pentru fața negativă a celui care le suportă* (contact corporal indus, agresiune vizuală, sonoră, olfactivă, ordine, cereri, interdicții, sfaturi ... );
  - *acte amenințătoare pentru fața pozitivă a celui care le suportă* (critică, reproș, insultă, injurie, sarcasm ...).

**Strategii de politețe**

- **politețea apare ca un mijloc de conciliere a dorinței mutuale de preservare a fețelor cu faptul că cea mai mare parte a actelor de limbaj este potențial amenințătoare pentru unele din aceste “fețe”**

→ **strategii diferite alese de locutori în funcție de trei factori:**

- gradul de gravitate al FTA;
- distanța socială (D) care există între interlocutori;
- relația lor de putere (P).

→ **politețea unui enunț trebuie, în principiu, să crească odată cu D, P și “greutatea” FTA**

- **distingem:**
  - *politețea negativă* ;
  - *politețea pozitivă*.

**Manifestări lingvistice ale politeții**

- **politețea pozitivă**
  - este productivă: efectuarea unui act de limbaj valorizant (cadou, compliment, laudă, felicitare ... );
  - formulări intensive (“mulțumesc frumos“, “mii de mulțumiri” și niciodată “mulțumesc puțin”);
  - întărirea actelor valorizante;
  - litotizarea enunțurilor nepoliticoase și hiperbolizarea enunțurilor politicoase (“e cu adevărat delicios!”, dar “e cam oprea sărat pentru gustul meu”).
- **politețea negativă**
  - este compensatorie și de abținere: evitarea producerii unui FTA sau “îndulcirea” realizării lui ;



- cel mai bun mod de a nu fi nepoliticos este evitarea comiterii unui act care, chiar necesar în cadrul interacțiunii, ar risca să fie amenințător pentru destinatar (critică, reproș ...);
- strategia de evitare nu este totdeauna posibilă și atunci se poate recurge la “îndulcitori”
  - de natură para-verbală (voce blândă, surâs, înclinarea capului în laterală);
  - verbală (procedee substitutive și de însoțire).

### **Formule “îndulcitoare”**

- **formulare indirectă** : “Ai putea închide ușa?” sau “E tare curent aici” /vs/ “*Închide ușa!*”, “*N-ai spălat vasele?*” /vs/ “*Trebuia să speli vasele*”
- **dezactualizatori**
  - **dezactualizatori modali** : “Ai putea închide ușa ?” /vs/ “*Închide ușa!*”
  - **dezactualizatori personali** : “*Aici nu se fumează !*” /vs/ “*Nu fuma aici !*”
  - **dezactualizatori enunțiativi**: “*Lucrările nu au fost predate!*” /vs/ “*Nu ați predat lucrările!*”, “*Mi-a văzut cineva ochelarii?*” /vs/ “*Căutați-mi ochelarii!*”
- **pronume de politețe: dumneavoastră, domnia voastră..., “noi” de politețe** : “*O să deschidem gura mare!*” /vs/ “*Deschide gura!*”
- **eufemism și litotă**: “*Nu e prea drăguț / inteligent, ceea ce vrei să faci*” /vs/ “*E o prostie ...*”, “*Mi-aș dori atât de mult [= nu vreau] să nu fumați aici*”
- **tropi comunicaționali**: procedeu care constă în a mima adresarea unui anunț amenințător altcuiva decât celui căruia îi este adresat de fapt
- **enunț preliminar: cerere** (“*Aveți o clipă?*”), **întrebare** (“*Aș putea să te întreb ceva ?*”), **critică, obiecție** (“*Aș putea să-și spun ceva?*”), **invitație** (“*Ești liber diseară?*”)
- **enunț reparator** : **scuză** (“*Vă cer scuze ...* ”), **justificare** (“*A întârziat autobuzul*”)
- **minimizator** : “*Voiam numai să vă cer...* ”
- **modalizatori** (“*Mi se pare că...* ”)
- **dezarmante** (“*Tare n-aș vrea să te deranjez, dar...* ”)
- **dezmierdătoare** (“*Fii drăguț, dă-mi și mie sarea* ”)

### **Bilanț asupra politeții**

- sistemul politeții indică:
  - politețea este un ansamblu de procese pe care locutorul le folosește pentru a-și menaja sau valoriza partenerul de interacțiune;
  - politețea este o normă: comportamentele nepoliticoase sunt “marcate” în raport cu cele politicoase;
  - marea întrebare pentru participanții la comunicare: cum să împaci prezervarea imaginii de sine și respectul pentru celălalt? Cum să faci ca să fii politicos și totuși să nu te “sacrifici” pe tine însuși ?;
  - respectarea regulilor de politețe înseamnă a da interacțiunii șanse ca ea “să meargă” → toți participanții au interes ca ea să se desfășoare în cele mai bune condiții...

- → respectarea regulilor de politețe derivă mai mult din principiul raționalității (e mai bine să favorizezi viabilitatea schimbului decât să provoci încheierea lui) decât dintr-o etică fundamental altruistă (dacă ne arătăm altruști în interacțiune, e pentru un scop bine determinat!);
- politețea este un fenomen universal, conotat cultural.

11

- **A comunica înseamnă:**

- A stabili o relație între două sau mai multe persoane
- A interpreta semnele verbale, para-verbale și non-verbale
- A-și exprima și construi identitatea
- A respecta uzajele (coduri, ritualuri, reguli ...)
- A construi sens într-un context dat

- **Comunicare orală eficientă:**

- **ascultarea:** orice mesaj trebuie să fie ascultat pentru ca să existe comunicare
  - semnele ascultării: tăcere, atenție, concentrare
- **reformularea:** manieră de a stabili o comunicare eficientă
  - **reformulare oglindă** : parafrizarea aceea ce s-a spus (*deci ..., în concluzie, ...*)
  - **reformularea clarificatoare:** scoate în evidență esențialul din ceea ce s-a spus și comunică acest lucru E
  - **reformularea non verbalului** : se bazează pe un semn non verbal pentru a relata sensul unei intervenții
- **argumentarea:** convingerea unei persoane sau a unui grup prin oferirea de argumente solide

- **Evitați diversele atitudini obstacol în comunicarea orală:** anumite atitudini ale interlocutorului pot bloca procesul de comunicare orală, provocând manifestări negative din partea emițătorului.

<sup>11</sup> <http://www.intellego.fr/soutien-scolaire-1ere-stg/aide-scolaire-communication/chapitre-15-la-communication-orale/30297>



### Test de autoevaluare T 4.1

Prezentați principalele tipuri de comunicare verbală.



### Lucrare de verificare V 4.1

- Prezentați elementele care stau la baza unui comportament adecvat în timpul comunicării.
- Prezentați principalele funcții ale limbii.
- Ce înțelegeți prin ascultare activă?



### Bibliografia minimă necesară studenților pentru parcurgerea C4

- Dinu, Mihai, *Comunicarea. Repere fundamentale*, București, Editura Științifică, 1997
- <http://users.skynet.be/fralica/refer/theorie/ressort.htm#rescom>
- <http://users.skynet.be/fralica/refer/theorie/theocom/oral/comoral.htm>
- <http://users.skynet.be/fralica/refer/theorie/theocom/oral/dialoral.htm>

**Capitolul: COMUNICAREA NONVERBALĂ****C5. COMUNICAREA NONVERBALĂ**

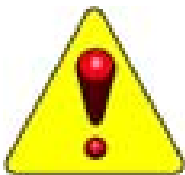
<b>Cuprins</b>	<b>Pagina</b>
Obiective	70
5.1. Comunicarea nonverbală	71
5.1.1. Definiție	71
5.1.2. Abordarea interdisciplinară a comunicării nonverbale	71
5.1.3. Comunicare verbală / vs / comunicare nonverbală	73
5.1.4. (Im)portanța comunicării nonverbale	76
5.1.5. Axiomele comunicării nonverbale	77
5.1.6. Structura comunicării nonverbale	77
5.1.6.1. Conținutul comunicării nonverbale	79
5.1.6.2. Durata comunicării nonverbale	79
5.1.6.3. Controlul comunicării nonverbale	79
5.1.6.4. Clasificarea semnelor nonverbale	79
5.1.6.5. Funcțiile comunicării nonverbale	80
5.1.6.6. Disfuncțiile comunicării nonverbale	83
5.2. Expresia paralingvistică	83
5.2.1. Definiție	83
5.2.2. Tipuri de elemente paralingvistice	84
5.2.3. Limbajul vocii	85
5.2.3.1. Tonul vocii	85
5.2.3.2. Volumul vocii	86
5.2.3.3. Dicția	86
5.2.3.4. Pauzele	86
5.2.3.5. Tăcerea	87
5.2.4. Ascultarea	87
5.2.5. Melodia vocii	89
5.2.6. Ritmul vorbirii	89
5.2.7. Accentuarea cuvintelor	89
5.2.8. Geamătul și oftatul	89
5.2.9. Tusea	89
Test de autoevaluare T 5.1	90
Lucrare de verificare V 5.1	90
Bibliografie	90



- **Obiectiv:** Cunoașterea principalelor elemente care stau la baza comunicării nonverbale.

*Clima, anotimpurile, sunetele, culorile, întunericul și lumina, elementele, alimentele, zgomotul și liniștea, mișcarea și repaosul, totul acționează asupra corpului nostru, dar și asupra sufletului nostru.*

Jean-Jacques Rousseau, *Les confessions*



**Introducere.** Afirmăția conform căreia comunicarea este un fenomen multicanal sau plurimodal este deja de domeniul banalității, multiplicarea canalelor și a modurilor de comunicare făcând parte integrantă din viața noastră cotidiană.

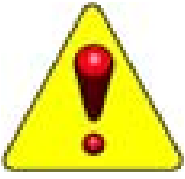
Între două persoane, comunicarea nu se reduce la schimburi de natură verbală. Mai precis, „în timpul unei acțiuni față în față, de exemplu, fiecare interlocutor emite (și primește) un enunț total, eterogen, rezultat al combinării, în general sinergice, a mai multor elemente”<sup>1</sup>. Pe aceeași linie se înscrie și Barlund, care afirma că: „Numeroase din semnificațiile umane - chiar majoritatea lor - sunt conturate prin atingere, expresie, gesturi, expresie facială, cu sau fără ajutorul cuvintelor. Indivizii se observă reciproc, ascultând pauzele și intonația, observând vestimentația, privirile sau tensiunea facială, tot așa cum iau în considerație cuvintele”<sup>2</sup>. Fără comunicare nonverbală lumea noastră ar fi incompletă, iar sărăcia interacțiunilor noastre maximă.

---

<sup>1</sup> Cosnier J., Brossard, A., « La communication nonverbale : cotexte ou contexte ? » în Cosnier J., Brossard A. (eds), *La communication nonverbale*, Neufchâtel, Délachaux et Niestlé, 1984, p. 5.

<sup>2</sup> Barlund, C., “A Transactional Model of Communication” în Sereno și Mortenson (eds), *Foundations of Communication Theory*, London, Harper & Row, 1970, p. 67.

## 5.1. Comunicarea nonverbală



**5.1.1. Definiție.** Este dificil de definit comunicarea nonverbală, ea fiind pluricanală și plurimodală. Dacă ar fi să definim comunicarea nonverbală, ea ar fi reprezentată de orice element ce intră în componența unui fenomen comunicativ și care nu ține în mod direct de comunicarea orală ori scrisă<sup>3</sup> și „implică suma stimulilor (cu excepția celor verbali) prezenți în contextul unei situații de comunicare, generați de individ și care conțin un mesaj potențial”<sup>4</sup>.

Vedem astfel cum „comunicarea nonverbală conține un ansamblu vast și eterogen de procese cu proprietăți comunicative, începând cu comportamentele mai manifeste și macroscopice, cum ar fi aspectul exterior, comportamentele de relaționare spațială cu ceilalți (apropieri, distanțări) și mișcările corpului (ale trunchiului, membrilor sau capului), până la activități mai puțin evidente și mai fugace, cum ar fi expresiile faciale, privirile și contactul vizual, intonațiile vocale”<sup>5</sup>.

Intervin aici elemente de natură paralingvistică, precum intonația și mimica, dar și gestică, proxemica, kinezica, care pot modifica ori influența mesajul și interacțiunea<sup>6</sup>.

### 5.1.2. Abordarea interdisciplinară a comunicării nonverbale



Cercetătorii sunt de acord că nu există o singură teorie generală a comunicării nonverbale și nici numai o singură disciplină care să se ocupe de studiul tipurilor, formelor și funcțiilor sale.

Sintetizând toate tipurile de abordări ale comunicării nonverbale, Septimiu Chelcea ajunge la concluzia că „din punct de vedere teoretic și metodologic, analiza comunicării nonverbale s-a dezvoltat pe trei mari dimensiuni: a) analiza indicatorilor (studierea aparenței fizice, a artefactelor); b) factorii determinanți ai comunicării nonverbale (ereditatea, cultura, apartenența la gen, contextul etc.); c) funcțiile comunicării nonverbale”<sup>7</sup>, dimensiuni care au condus la abordări extrem de generoase.

Vedem, astfel, cum studiul comunicării nonverbale se regăsește la confluența dintre mai multe discipline științifice, care, toate, își coroborează reflecția, analizele și observațiile

<sup>3</sup> Cf. Martin, Jean-Claude, *op.cit.*, p. 26.

<sup>4</sup> Chiru, Irena, *Comunicarea interpersonală*, București, Editura Tritonic, 2003, p. 32.

<sup>5</sup> Hennel-Brzozowska, Agnieszka, „La communication non-verbale et paraverbale - perspective d'un psychologue” în *Synergies. Pologne. Traduire le paraverbal*, Coordonné par Jerzy Brzozowski, 2008, p. 22.

<sup>6</sup> Pentru mai multe informații, vezi și lucrările Septimiu Chelcea (coord.), *Comunicarea nonverbală în spațiul public*, București, Editura Tritonic, 2004 și Agabrian, Mircea, *Strategii de comunicare eficientă*, Iași, Institutul European, 2008, p. 145-148.

<sup>7</sup> Chelcea, S., Ivan L., Chelcea A., *Comunicarea nonverbală: gesturile și postura*, București, comunicare.ro, cursuri universitare, 2005, p. 31.

asupra acestui domeniu pasionant al cunoașterii: este vorba de biologie și neuroștiințe, de sociologie și antropologie, de psihologie experimentală, socială și clinică. Sintetizând inter - și transdisciplinaritatea acestui domeniu, Agnieszka Hennel-Brzozowska<sup>8</sup> punctează câteva elemente demne de reținut:

- *abordările biologice și neuroștiințifice ale comunicării nonverbale* încep cu binecunoscuta lucrare a lui Charles Darwin, *Expresia emoțiilor la om și la animale*, în care cercetătorul analizează originile biologice și înnăscute ale manifestărilor nonverbale. Această orientare analitică se construiește în jurul ideii fundamentale a existenței unui sistem general de reguli, cu extindere transculturală, după care funcționează semnele nonverbale pentru reglarea coexistenței sociale. Astfel, expresiile nonverbale ale emoțiilor ar fi mai degrabă înnăscute, comune diverselor culturi și diverselor specii;

- *abordarea sociologică a comunicării nonverbale* își are rădăcinile în cercetările antropologice și etnografice, care, la rândul lor, le influențează pe cele psihologice. Aceste orientări pleacă de la constatarea că anumite semne nonverbale au „funcții importante în gestiunea diverselor reguli sociale. Orice cultură își are regulile proprii, ca de exemplu pentru organizarea unei lecții sau a unei petreceri și, în contextul lor comportamental, comunicarea nonverbală joacă un rol fundamental în reglarea conduitelor sociale.” Și aceasta pentru că toți cercetătorii sunt de acord cu existența actelor nonverbale împărtășite de membrii colectivității și înzestrate cu semnificații bine definite din punct de vedere cultural. Abordarea sociologică demonstrează faptul că, în cadrul unei culturi, semnele nonverbale pot avea semnificații diferite în diversele contexte sociale;

- *abordarea psihologică a comunicării nonverbale*, fundamentată pe datele oferite de psihologia experimentală, socială și clinică (psihiatra), scoate în evidență semnificațiile psihologice ale coordonării dintre comunicarea verbală și cea nonverbală<sup>9</sup>, ale percepțiilor interpersonale, emoțiilor, vocalizărilor, gesturilor spontane.

Este evident faptul că oamenii nu vorbesc numai prin cuvinte, ci și prin corpul lor, prin organizarea spațiului, a timpului, a obiectelor înconjurătoare, elemente pe care E.Hall<sup>10</sup> le-a numit *limbajul silențios*.

---

<sup>8</sup> Cf. Hennel-Brzozowska, Agnieszka, *art.cit.*, p. 22-25.

<sup>9</sup> Bateson, de exemplu, consideră că, la originea apariției tulburărilor schizotipale la copii, ar sta incoerența dintre comunicarea verbală și cea nonverbală mai ales a mamei, comportament interpersonal numit *double bind* (dublă legătură), care conduce la confuzii în procesul de învățare a interpretării corecte a limbajului verbal și a celui nonverbal. Cf. Hennel-Brzozowska, Agnieszka, *art.cit.*, p. 25.

<sup>10</sup> Antropologul american Edward T. Hall (1914-2009), specialist în interculturalitate, a predat la diverse universități americane (Denver, Bennington College, Harvard Business School, la Institutul Tehnologic din Illinois). Între 1933 și 1937 a trăit și lucrat cu comunitățile Navajo și Hopi în rezervațiile din nord-vestul Arizonei. Și-a susținut teza de doctorat în 1942 la Columbia University și a lucrat în foarte multe zone de pe glob (Europa, Extremul-Orient, Asia). A lucrat pentru Departamentul de Stat din SUA, unde a predat tehnici de

### 5.1.3. Comunicare verbală / vs / comunicare nonverbală

Un asemenea limbaj silențios prezintă și anumite trăsături comune cu cele ale limbajului verbal, având calitatea de a fi un cod arbitrar, dar este și expresie a unei culturi, specificitatea acesteia.

Prezența limbajului nonverbal a condus la axioma paloaltistă că este imposibil să nu comunici.



În tabelul 5.1 sunt prezentate similitudini și diferențe între comunicarea verbală și comunicarea nonverbală.

Tabelul 5.1

Similitudini și diferențe	Comunicarea verbală	Comunicarea nonverbală
Se bazează pe un set de simboluri acceptate cultural	+	+
Sunt mesaje personale, subiective	+	+
Semnificația indicilor este, în general, similară	+	+
Este guvernată de factori biologici, dificil de controlat	-	+
Este continuă	-	+
Este prima învățată	-	+
Are un impact emoțional mai puternic	-	+
Are reguli fixe	+	-
Corespunde unui cod analogic	-	+
Corespunde unui cod digital	+	-

Mihai Dinu<sup>11</sup> continuă reflecția asupra analogiei dintre comunicarea verbală și cea non-verbală, pe care o prezintă astfel:

- o așa cum există o multitudine de limbaje naturale, există și o multitudine de limbaje gestuale caracteristice unei națiuni, dar și „dialecte”, ce particularizează uneori o singură localitate, cum ar fi de exemplu orașul universitar Berkley din California, analizat atent de specialiștii în kinezică;
- o toate societățile caracterizate prin reguli de curtoazie specifice claselor superioare au dezvoltat „sociolecte” nonverbale asemănătoare cu jargoanele lingvistice;
- o există chiar și un „argou” non-verbal, alcătuit din semnele de recunoaștere practicate de membrii unor grupuri infracționale;
- o există și limbaje profesionale de tip gestual care se dezvoltă din cauza condițiilor specifice de muncă (zgomot, distanță mare între muncitori). Mihai Dinu dă exemplul dicționarului limbajului gestual al muncitorilor din industria de cherestea al lui Martin Meissner și Stuart B. Philpott<sup>12</sup>;

comunicare interculturală, dezvoltând concepte fundamentale în comunicarea interculturală : « cultură în context bogat » și « cultură în context sărac » ori « policronie\* » (culturi de contact și simultaneitate a activităților) și « monocronie\* » (culturi unidirecționate spre îndeplinirea unei sarcini bine definite într-un spațiu bine determinat și într-un timp clar programat).

<sup>11</sup> Dinu, Mihai, *Fundamentele comunicării interpersonale*, Editura All, 2004, p. 232-233. Vezi și Pânișoară, Ion-Ovidiu, *Comunicarea eficientă*, Ed. A III-a, Iași, Polirom, 2008, p. 90.

<sup>12</sup> Meissner, Martin, Philpott, B. Stuart, *A dictionary of sawmill worker's signs. Sign Language Studies*, Vol. 9, 1975, pp. 309-347, apud Dinu, Mihai, *op.cit.*, p. 233.



- o există și „limbi artificiale” mimico-gestuale, ca în cazul surdo-mușilor ori al pantomimei.

Comunicarea asigură, așa cum afirmă Janine Beanichon „derularea fluidă a interacțiunii în jocul subtil al poziționărilor mutuale”<sup>13</sup>. Atunci când comunicarea nonverbală vehiculează informații referențiale, referitoare la tema tratată, este vorba de *cotext*. Când vehiculează informații despre interlocutorii care interacționează și despre situația de enunțare este vorba de *context*.

Comunicarea nonverbală este mai bogată și mai complexă decât cea verbală, pentru că, alături de gesturi, această comunicare tăcută înglobează și spațiul în care ne desfășurăm activitatea, codurile de recunoaștere specifice comunității căreia îi aparținem, jocul distanțelor interpersonale, postura globală ori parțială, precum și o serie de elemente artificiale create de om, precum parfumurile, veșmintele, accesoriile. Toate acestea vor influența comunicarea noastră, fără ca noi să fim pe deplin conștienți de puterea comunicațională a acestor elemente.

Analizând tipurile și mijloacele de informație folosite în cadrul unui schimb verbal, Christian Baylon și Xavier Mignot afirmă că participanții utilizează un „sistem total de comunicare într-o acțiune intersubiectivă”. Sunt schimbate, astfel, trei tipuri diferite de informație:

- o *informația cognitivă*, referitoare la conținutul semnelor lingvistice și paralingvistice folosite - gesturile care se substituie cuvintelor;
- o *informația indicială*, care vizează locutorul cu scopul de a defini și controla rolul pe care el îl joacă în timpul interacțiunii verbale și care este transmisă prin toate mijloacele lingvistice, paralingvistice și extralingvistice;
- o *informația injonctivă sau conativă* schimbată de către participanți pentru a continua conversația, a varia locutorii și a ajunge la un rezultat, transmisă mai ales prin mijloace paralingvistice (gesturi, mișcări, intonație specifică), dar și prin mijloace lingvistice (formule de deschidere și de închidere a comunicării)<sup>14</sup>.

Cei doi cercetători clasează comportamentele și mijloacele utilizate pentru a comunica această informație în funcție de două sisteme opozitive: „vocal / vs / nonvocal (cuvinte / vs / gesturi, atitudini) și verbal / vs / nonverbal (cuvinte / vs / noncuvinte)”. Se ajunge astfel la următoarea structură:

- o „vocal-verbal: cuvântul fonetic ca unitate lingvistică;
- o vocal-nonverbal: intonația, calitatea vocii, enfaza;
- o nonvocal-verbal: cuvântul grafic ca unitate lingvistică;

---

<sup>13</sup> Beaudichon, Janine, *op.cit.*, p. 41.

<sup>14</sup> Baylon, Christian, Mignot, Xavier, *op.cit.*, p. 142.

- o nonvocal-nonverbal: expresia feței, gesturile, atitudinile”<sup>15</sup>.

Analizând impactul tuturor mijloacelor de comunicare utilizate în cadrul unui schimb verbal, Albert Mehrabian<sup>16</sup> prezintă structura impactului unei conversații și ajunge la concluzia că nivelul verbal are o pondere de numai 7 %: (tabelul 5.2)

Tabelul 5.2

Judecăți	Tip de limbaj	%
VISUAL	Limbajul corpului	55%
VOCAL	Tonalitatea vocii	38%
VERBAL	Cuvintele pronunțate	7%

Și dacă 93% din impactul unei interacțiuni verbale este dat de elemente nonverbale, înțelegem importanța acestui domeniu de cercetare, ale cărui rezultate nu pot decât să conducă la o gestionare mai eficientă a comunicării interpersonale, la o înțelegere mai rafinată a locului și rolului comunicării nonverbale în peisajul general al comunicării.

Și pentru a confirma această afirmație, îl amintim pe Oger-Stefanink care afirma: „Se știe astăzi, grație descoperirilor psihologiei, psihosociologiei (studiul relațiilor interpersonale), psihogeneticii și etologiei (studiul comportamentelor ființelor vii) că esențialul comunicării este nonverbal. Cercetători americani și anglo-saxoni au realizat studii experimentale folosind aparate video. Ei au arătat, pe baza observației directe sau cu o cameră de luat vederi ascunsă că cel puțin 75% din comunicarea dintre oameni este nonverbală”<sup>17</sup>.

Am putea ilustra astfel această structură<sup>18</sup>: (figura 5.1)

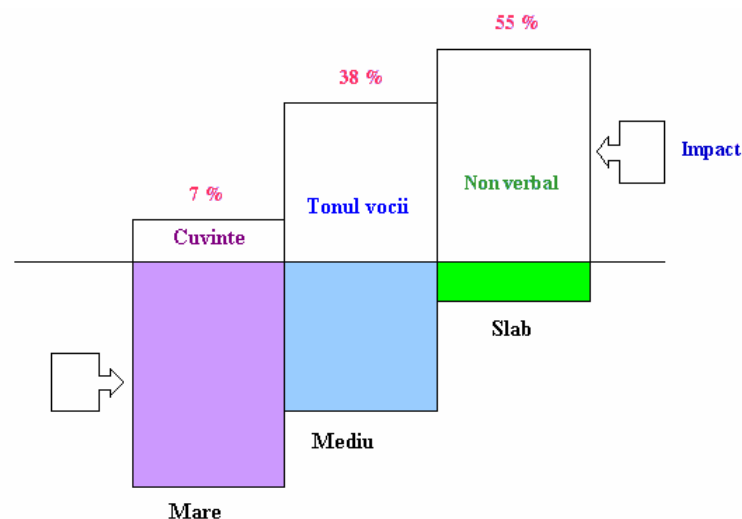


Figura 5.1

<sup>15</sup> *Idem*, ibidem.

<sup>16</sup> Mehrabian, Albert, *Silent Messages*, Woodsworth, Belmont Ca, 1981, apud Dinu, Mihai, *Fundamentele comunicării interpersonale*, Editura All, 2004, p. 235.

<sup>17</sup> Oger-Stefanink, A., *La communication, c'est comme le chinois, cela s'apprend*, Paris, Rivages/Les Echos, 1967, p. 56, apud Baylon, Christian, Mignot, Xavier, *op.cit.*, p. 143.

<sup>18</sup> <http://www.format.pf/dlangage.html>

André Moreau<sup>19</sup> propune o altă structurare, mai nuanțată, a registrelor comunicării:

- o verbal (informație transmisă prin cuvinte): 10%;
- o vocal (informație paraverbală): 20%;
- o mimică (informație prin fizionomie, privire și mimica feței): 30%;
- o gestică (indicatori kinezici și *body language*): 40%.

Ion-Ovidiu Pânișoară reia structurarea comunicării nonverbale propuse de Cook, vorbind despre axa staticului și cea a dinamicului, statice fiind elementele care nu se modifică în timpul unei interacțiuni interpersonale, dinamice cele care se modifică<sup>20</sup>: (tabelul 5.3)

Tabelul 5.3

<b>Static</b>	Fața (caracteristicile de bază)	Îmbrăcămintea sau alte podoabe
	Fizicul	Machiajul
<b>Dinamic</b>	Vocea (caracteristicile de bază)	Coafura
	Orientarea	Expresia facială
	Distanța	Direcția privirii
	Postura	Tonul vocii
	Gesturile	Ritmul, cantitatea și fluența vorbirii
	Mișcărilor corpului	

Concluzionând, putem spune că elementele de bază ale comunicării nonverbale sunt: comportamentul simbolic (acțiuni care vehiculează semnificații), paralimbajul, utilizarea simbolică a obiectelor, gestionarea spațiului și a timpului<sup>21</sup>.

#### 5.1.4. (Im)portanța comunicării nonverbale

Din cele menționate, ne dăm seama de importanța, dar și de portanța aspectelor nonverbale ale comunicării, de rolul ei în ansamblul comunicării interpersonale, cercetătorii Judee K. Burgoon, David B. Buller și W.Gill Woodall<sup>22</sup> scoțând în evidență următoarele valori:

- o comunicarea nonverbală este omniprezentă, însoțind-o și, în multe cazuri, înlocuind-o pe cea verbală;
- o formează un sistem lingvistic universal, ce depășește granițele geografice;
- o decodarea sa este dificilă, putând conduce atât la înțelegerea corectă și la interpretări greșite ale situațiilor de comunicare;
- o este ontogenetic primordială;
- o este primordială în interacțiunile umane, pentru că, chiar înainte de a vorbi, transmitem mesaje semnificative interlocutorilor prin diferite canale nonverbale (ținută, postură, mimică, gestică, etc.);

---

<sup>19</sup> Apud Prutianu, Ștefan, *op.cit.*, p. 41.

<sup>20</sup> Pânișoară, Ion-Ovidiu, *op.cit.*, p. 92.

<sup>21</sup> Cf. Popescu, Cristian Florin, *Dicționar explicativ de jurnalism, relații publice și publicitate*, București, Tritonic, 2000, p. 85.

<sup>22</sup> Apud Chelcea, S., Ivan L., Chelcea A., *Comunicarea nonverbală: gesturile și postura*, București, comunicare.ro, cursuri universitare, 2005, p. 25.

- poate exprima ceea ce cuvintele nu reușesc sau nu se cuvine să exprime;
- este mai directă, mai „sinceră” și „netrucată” decât comunicarea verbală.

### 5.1.5. Axiomele comunicării nonverbale

Colaborarea dintre limbajul verbal și cel nonverbal este recunoscută de toți cercetătorii, aceste două forme de comunicare sprijinindu-se reciproc în procesul comunicării interumane.

Plecând de la această simbioză a celor două forme de manifestare comunicațională, se pot stabili axiomele comunicării nonverbale în strânsă corelație cu cele ale comunicării în general, așa cum au fost ele stabilite de reprezentanții Școlii de la Palo Alto. Acestea sunt:

1. Comunicarea nonverbală este filogenetic și ontogenetic primordială.
2. În comunicarea interpersonală directă nu este posibil să nu comunicăm nonverbal.
3. Comunicarea nonverbală reprezintă un element în sistemul comunicării umane și nu trebuie analizată independent de comunicarea verbală.
4. Comunicarea nonverbală este multicanală și se realizează printr-un sistem de semne și semnale (discrete și analogice), de coduri și canale, fiind necesară analiza sa globală.
5. În comunicarea nonverbală, semnificația semnelor transmise multicanal trebuie contextualizată și stabilită în termenii probabilităților, ținând cont de contextul socio-cultural în care se manifestă<sup>23</sup>.

### 5.1.6. Structura comunicării nonverbale

Dacă limbajul verbal folosește un număr limitat de sunete și de reguli care îl fac comprehensibil, comportamentul nonverbal nu are reguli fixe, ceea ce face ca expresia celui alt să fie rareori interpretată de o manieră sigură. Limbile nonverbale, ca de pildă limbajul surdo-mușilor, fac excepție.

Comunicarea nonverbală este una de tip multicanal, folosind combinații de semne și de coduri.

J.Ruesch și W.Kees<sup>24</sup> propun una dintre cele mai vechi, și destul de amendate, clasificări ale comunicării nonverbale în trei categorii:

1. limbajul semnelor, incluzând gesturile;
2. limbajul acțiunilor, incluzând mișcările corpului din cadrul diferitelor activități umane (de tipul alergării, hrănirii, etc.) și
3. limbajul obiectelor, care vizează dispunerea intenționată ori nu a obiectelor în spațiu cu scopul utilizării lor.

<sup>23</sup> Cf. Chelcea, S., Ivan L., Chelcea A., *op.cit.*, p. 32-33.

<sup>24</sup> Ruesch, Jurgen, Kees, Weldon, *Nonverbal Communication: Notes on the Visual Perception of Human Relations*, Berkeley: University of California Press, 1956, apud Chelcea, S., Ivan L., Chelcea A., *op.cit.*, p. 35.

De la această primă încercare de clasificare a comunicării nonverbale, ușor nediferențiată, amalgamând tipuri de comunicare diferite și ignorând altele, s-a ajuns, în literatura de specialitate, la clasificări mult mai nuanțate, exemplu clasificarea comportamentelor nonverbale propusă de P.Ekman și W.V.Friesen<sup>25</sup>: (tabelul 5.4)

Tabelul 5.4

Tipuri de comportamente nonverbale	Caracteristici ale comportamentelor nonverbale
1. <i>Embleme</i> : mișcări care substituie cuvintele 2. <i>Ilustratori</i> : mișcări care acompaniază vorbirea și o accentuează, o modifică, o punctează, etc. 3. <i>Reglatori</i> : mișcări ce mențin sau semnaleză o schimbare a rolurilor de ascultător-vorbitor. 4. <i>Expresii faciale</i> . 5. <i>Adaptori</i> : automanipulări sau manipulări ale obiectelor legate de nevoile individuale sau de starea emoțională a persoanelor.	
	1.Utilizarea Condiții externe Relația cu comportamentul verbal Conștient - Intenționalitate Feedback extern Tipul de informație transmisă codificată idiosincretic; sens; informativă; comunicativă; interactivă.
	2. Originea Răspuns înăscut Învățat în mod special Învățat social și cultural
	3. Codificarea Acte codificate extrinsec Acte codificate arbitrar Acte codificate iconic Acte codificate intrinsec

R.P.Harrison împarte comunicarea nonverbală în patru categorii:

- *coduri de executare*, asociate cu mișcările corpului, expresiile faciale, privirea, atingerea și manifestările vocale;
- *codurile spațio-temporale*, asociate cu mesajele transmise prin asocierea utilizării spațiului și a timpului;
- *codurile artefact*, se referă la mesajele primite de la obiecte;

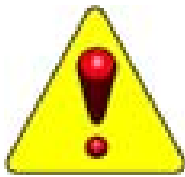
<sup>25</sup> Druckman, Daniel, Rozelle, R. M. și Baxter, J. E., *Nonverbal Communication. Survey. Theory and Research*, Beverly Hills: Sage Publications Inc., apud Chelcea, S., Ivan L., Chelcea A., *op.cit.*, p.36.

- o *codurile mediatore* sunt asociate cu efectele speciale ale poziționărilor interlocutorilor (de pildă unghiul camerei de luat vederi în transmisiile TV)<sup>26</sup>.

**5.1.6.1. Conținutul comunicării nonverbale.** Comunicarea nonverbală facilitează transmiterea de informații asupra sentimentelor noastre și asupra relațiilor noastre cu ceilalți. Ea transmite mai ales informații afective.

**5.1.6.2. Durata comunicării nonverbale.** Dacă comunicarea verbală are o durată pe care o putem estima exact, pentru că începutul și sfârșitul sunt clar definite (fie grafic prin punct, fie prin intonație specifică), comunicarea nonverbală durează atâta timp cât participanții la actul de comunicare sunt conștienți unii de alții, cu toate că protagoniștii emit fără încetare semnale nonverbale și de aceea este imposibil să nu comunici.

**5.1.6.3. Controlul comunicării nonverbale.** Comunicarea verbală este secvențială. Emițătorul poate, în mod conștient, să determine mesajul pe care îl transmite. Comunicarea nonverbală utilizează mai multe canale în mod simultan și, astfel, este paralelă. De aceea este dificil să controlezi în același timp mai multe mesaje nonverbale (de ex. mimica, calitatea vocii, gesturile, ținuta corporală etc.).



- „- Ei, ce-au făcut?
- Păi, au vorbit.
- Ba n-au vorbit nimica. Cum poți vorbi dacă nu spui cuvinte?!
- Ei, uite așa, vorbești fără cuvinte. Că doar cu toții ne vorbim mereu fără cuvinte.
- Atunci la ce mai sunt bune cuvintele?
- Prea bune nu sunt ele niciodată. Adesea, ascund ce-ar fi de spus cu adevărat și n-ai vrea să afle alții.
- Și ei vorbesc? – întrebă iarăși copilul.
- Așa cred, spune mama. Nu deschid gura, dar vorbesc tot timpul și n-au nevoie de cuvinte.
- Și crezi că știu despre ce vorbesc?

William Saroyan<sup>27</sup>

#### 5.1.6.4. Clasificarea semnelor nonverbale

Există foarte multe semne nonverbale dintre care cităm: expresia paralingvistică, mimica, privirea, surâsul, râsul, gesturile, postura, exprimarea spațială, temporală, vestimentară, olfactivă.

Literatura de specialitate oferă o gamă foarte largă de clasificări ale semnelor nonverbale. Nu vom reține decât o clasificare recentă<sup>28</sup>, cea a lui Marino Banaiuto, bazată pe

<sup>26</sup> Apud Chelcea, S., Ivan L., Chelcea A., *op.cit.*, p. 35.

<sup>27</sup> Saroyan, William, *Priveag, sârman și ars de dor*, apud Prutianu, Ștefan, *Antrenamentul abilităților de comunicare*, București, Iași, 2004, p. 7.

lucrările, devenite clasice, ale lui Argyle, Ekman și Friesen, care propune dispunerea elementelor comunicării nonverbale pe o scară, de sus în jos, începând cu semnele cele mai manifeste (aspect exterior și comportament spațial) până la cele mai puțin evidente (mișcări faciale, semne vocale):

1. Aspect exterior: structură fizică, siluetă, vestimentație;
2. Comportament spațial: distanță interpersonală, contact corporal, orientare în spațiu, parfum;
3. Comportament kinetic: mișcările trunchiului și ale picioarelor, gesturi ale mâinii, mișcări ale capului;
4. Fața: privire și contact vizual, expresia feței;
5. Semne vocale: semne vocale verbale dotate cu semnificație paraverbală, semne vocale nonverbale, tăceri.

#### **5.1.6.5. Funcțiile comunicării nonverbale**

O trecere în revistă a literaturii de specialitate scoate în evidență următoarele funcții, așa cum apar ele în concepția diverșilor cercetători:

Watson și Hill analizează următoarele funcții ale comunicării nonverbale<sup>29</sup>:

- *accentuarea* comunicării verbale, prin întărirea, confirmarea, validarea, accentuarea mesajului verbal;
- *complementaritatea*, prin oferirea de informații suplimentare care vin să confirme ori să infirme mesajul verbal;
- *contextualizarea*, prin care se încearcă sensibilizarea afectivă ori persuasivă a receptorului;
- *substitutivă*, prin care se înlocuiește în totalitate exprimarea verbală (exemplu limbajul surdo-mușilor);
- *manipulatorie*, prin care se accentuează aspectele persuasive ale mesajului, urmărindu-se atingerea scopului urmărit

Paul Ekman<sup>30</sup> stabilește cinci funcții ale comunicării nonverbale:

- *repetarea* (dublarea comunicării verbale),
- *substituirea* (înlocuirea mesajelor verbale),

---

<sup>28</sup> Apud Hannel-Brzozowska, Agnieszka, *art.cit.*, p. 25-26.

<sup>29</sup> Watson, J., Hill, A., *A Dictionary of Communication and Media Studies*, London, Edward Arnold, 1993, p. 40.

<sup>30</sup> Cf. Ekman, Paul, „Communication through nonverbal behavior: A source of information about an interpersonal relationship” în S.S.Tomkins și C.E.Izard (eds), *Affect, Cognition and Personalitz*, New York: Springer, apud Chelcea, S., Ivan L., Chelcea A., *op.cit.*, p.38. Vezi și prezentarea funcțiilor comunicării nonverbale în Dinu, Mihai, *Fundamentele comunicării interpersonale*, Editura All, 2004, p. 234.

- *completarea* (colaborarea la transmiterea mesajelor verbale, spre o mai bună decodificare a lor),
- *accentuarea / moderarea* (evidențierea mesajului verbal prin amplificarea ori diminuarea sensului celor spuse),
- *contrazicerea* (transmiterea de semnale opuse mesajului verbal).

Michael Argyle<sup>31</sup> găsește patru funcții ale comunicării nonverbale:

- *exprimarea emoțiilor*;
- *transmiterea atitudinilor interpersonale* (dominație, supunere, plăcere, neplăcere, etc.),
- *prezentarea personalității*;
- *acompanierea vorbirii*, ca feedback, pentru atenționare.

Scherrer propune, așa după cum foarte bine arată Janine Beaudichon, „o tipologie funcțională a semnelor nonverbale care depășește distincția clasică între gesturile indexicale și gesturile iconice”<sup>32</sup>. Astfel Scherrer distinge:

- *funcția semantică*, atunci când semnele nonverbale semnifică prin ele însele, ca de pildă atunci când un semn nonverbal sprijină, ilustrează, amplifică, temperează, contrazice un semn verbal. Semnul nonverbal poate fi și independent față de cel verbal și i se poate substitui;

- *funcția sintactică*, apare atunci când semne nonverbale reglementează apariția și organizarea semnelor verbale simultane sau consecutive sau pe cea a altor semne nonverbale. Este vorba de semne nonverbale care scandează, marchează opririle, participând astfel la segmentarea vorbirii, marchează sincronizarea între canalele de comunicare, între părțile informației, între interlocutori;

- *funcția pragmatică*, atunci când este vorba de semne care informează asupra stărilor ori caracteristicilor emițătorilor/ receptorilor în mutuala lor poziționare socială, pentru că ei nu pot face altceva decât ceea ce îi autorizează statutul lor. Aceste gesturi nonverbale cu funcție pragmatică revelează personalitatea și intențiile autorilor lor<sup>33</sup>.

Janine Beaudichon consideră că ar mai trebui adăugate încă două funcții la cele trei menționate de Scherrer. Este vorba de:

- *funcția de reglare emoțională și atențională*, pentru care este vorba de semne care contribuie la a reține ori din potrivă la a manifesta eul și la a regla condițiile relației interpersonale;

<sup>31</sup> Argyle, Michael, *Bodily Communication*, London, Methuen, 1975, apud Chelcea, S., Ivan L., Chelcea A., *op.cit.*, p. 38.

<sup>32</sup> Beaudichon, Janine, *op.cit.*, p. 42.

<sup>33</sup> Scherrer, K.R., « Les fonctions des signes nonverbaux dans la conversation » in Cosnier J., Brossard, A., *La communication nonverbale*, Neufchâtel, Delachaux et Niestlé, 1984, p. 71-100, apud Beaudichon, Janine, *op.cit.*, p. 42.



- *funcția dialogică*, care intervine atunci când semnele contribuie la reglarea fluxului însuși al relației interpersonale<sup>34</sup>.

Sintetizând cele prezentate anterior putem concluziona că cele mai importante funcțiile ale comunicării nonverbale sunt în număr de șase: redundanță, complementaritate, accentuare, coordonare, substituție, contradicție.

**5.1.6.5.1. Redundanța\*** apare pentru că ființa umană încearcă să reducă orice stare, sentiment de insecuritate. Acest lucru se poate face trimițând mai multe semnale conținând același mesaj, pentru a fi sigur că măcar unul dintre ele va ajunge la destinatar și va fi decodat corect. Redundanța arată că trimitem mai multă informație decât e necesar. Exemplu: tatăl îi spune copilului său “vreau ca tu să mă asculți!” (nivel verbal), îl privește foarte sever (nivel oculezic) și ridică un deget amenințător (nivel gestual).

**5.1.6.5.2. Complementaritate** apare în momentul în care mesajul nonverbal îl completează pe cel verbal, informația nefiind completă decât prin asamblarea celor două componente. Indicațiile de mărime prin utilizarea mâinilor sunt un exemplu.

**5.1.6.5.3. Accentuarea** este semnalul nonverbal utilizat pentru a sublinia anumite puncte, idei din mesajul verbal. Contrar complementarității, mesajul poate fi înțeles și atunci când semnalul nonverbal lipsește (din punctul de vedere al conținutului, el este, deci, redundant). Semnalul nonverbal poate accentua (de ex. o articulare accentuată în mod special) sau relativiza (de ex. vorbind într-un mod ezitant). Se accentuează adesea ceea ce este foarte important sau demn de reținut.

**5.1.6.5.4. Coordonarea.** Există două tipuri de coordonare a mesajelor prin semnale nonverbale.

*Nonverbalul pentru verbal:* printr-un anumit semn cu capul pot să încurajez pe cineva să vorbească, prin alt semn pot să îi arăt plictiseala mea și să îl determin să se oprească.

*Nonverbalul pentru nonverbal:* un semnal nonverbal al persoanei A induce un semnal nonverbal la persoana B. Pot să semnalez, de exemplu, printr-un surâs intenția mea de a mă împăca cu cineva și să încerc să obțin de la interlocutorul meu un surâs ca răspuns și ca semnal de reconciliere.

**5.1.6.5.5. Substituția.** Semnalul verbal este înlocuit printr-un semnal nonverbal. Exemplu: tatăl îl privește sever pe copil, dar fără să spună nimic. În afara situațiilor în care cuvintele lipsesc sau sunt inutilizabile (de exemplu zgomotul ori distanța excesivă), substituția mesajelor verbale cu semnale nonverbale poate fi efectuată atunci când normele și convențiile

---

<sup>34</sup> Beaudichon, Janine, *op.cit.*, p. 42.

le-ar interzice pe primele (de exemplu ridicarea ochilor către cer atunci când nu suntem de acord cu cuvintele unei a treia persoane sau când nu am dori să spunem în mod direct ceva unui superior).

**5.1.6.5.6. Contradicția.** Poate să existe contradicție între semnele verbale și semnalele nonverbale sau între diferitele semnale nonverbale atunci când:

- emițătorul dorește să mascheze un anumit sentiment, dar nu reușește;
- emițătorul vrea în mod conștient să relativizeze o declarație (de exemplu fraza “ești foarte harnic” spusă pe un ton acid ori ironic).

#### **5.1.6.6. Disfuncțiile comunicării nonverbale**

Dacă literatura de specialitate insistă asupra funcțiilor comunicării verbale, nu trebuie ignorat faptul că acest tip de comunicare prezintă și o serie întreagă de disfuncții, care nu trebuie ignorate în interpretarea mesajului. Irena Chiru înregistrează două disfuncții importante<sup>35</sup>:

- *parazitarea mesajului*, interesul pentru informația transmisă pe canalul verbal putând trece pe plan secund, informația nonverbală fiind prima și cea mai pregnant receptată;
- *întreruperea comunicării* printr-un întreg arsenal de semnale nonverbale (modificarea direcției privirii, tușit semnificativ, poziționare diferită - ridicare în picioare -, deschiderea unui dosar etc.)

## **5.2. Expresia paralingvistică**

*Nu cerneala este cea care caracterizează scrierea,  
ci vocea, adevărul solitar al vocii,  
hemoragia adevărului în pântecul vocii.  
Christian Bobin, Nesperata*

*Vocile sunt cela care rămân până la sfârșit,  
tot așa cum, adesea, vocea, ca un parfum,  
precede și anunță intrarea fizică a cuiva în viața noastră.  
Jean-Jacques Schuhl, Ingrid Caven*

**5.2.1. Definiție.** Prin element paralingvistic înțelegem orice „element prezent în procesul comunicării orale, aparținând nivelului structurării fonice a enunțurilor. Elementele paralingvistice nu constituie însă nici unități segmentale\*, nici unități suprasegmentale\*. Aparțin acestei categorii aspecte legate de calitățile vocii și de “vocalizarea” propriu-zisă: timbrul, volumul și inflexiunile vocii (șoptită, stridentă, șuierătoare, murmurată, mormăită), tonul, cursul, ritmul, tăieturile cuvintelor și ale frazei, pauzele, modul de articulare a

<sup>35</sup> Chiru, Irena, *op.cit.*, p. 33-34.

sunetelor. Ele nuanțează expresia, permițând transmiterea unor semnificații suplimentare sau chiar modificarea sensului literal al enunțurilor. Elementele paralingvistice oferă receptorului repere utile pentru decodaj”<sup>36</sup>.

**5.2.2. Tipuri de elemente paralingvistice.** Există două grupuri de expresii paralingvistice:

- *expresii paralingvistice caracteristice vocii* (înălțime, forță, tempo, ritm, rezonanță, control al articulării);

- *expresii paralingvistice de tipul vocalizărilor* (fluierat - cu o utilizare codificată în sport și în domeniul militar, fluieratul s-a putut dezvolta ca un limbaj alternativ, menit să se substituie total vorbirii atunci când distanța dintre interlocutori e prea mare - , suspin, plâns, geamăt, căscat, șușotit, exclamații ca “ah”, “oh”, “mmm”, “hî”, etc.

Laver și Trudgill<sup>37</sup> au propus, în 1982, o altă clasificare, împărțind manifestările vocale în trei categorii:

- *caracteristicile extralingvistice ale vocii* sunt caracteristicile permanente, care țin de structura anatomică și de reglarea propriului aparat vocal;

- *caracteristicile paralingvistice ale tonului vocii* care servesc la trimiterea de informații referitoare la starea emoțională și atitudinile interpersonale;

- *caracteristicile realizării fonetice* cu referire la accent și pronunție.

Anolli<sup>38</sup> împarte, și el, manifestările vocale în:

- *semne vocale verbale* (semnele vocale corelate cu discursul din clasificarea propusă de Argyle) care sunt:

- *tonul*, egal cu frecvența vocii (ton înalt sau jos) ce dă un aspect interpretativ cuvintelor din cadrul enunțurilor (de exemplu de tip concluziv, interogativ, exclamativ, suspans ...)

- *intensitatea* se referă la volumul vocii (tare sau scăzut) prin care se subliniază, se accentuează sau se emfatează\* anumite elemente ale discursului;

- *velocitatea* se referă la timpul de succesiune a silabelor, la numărul de silabe pe secundă.

- *semne vocale nonverbale* (semnele vocale independente de discurs în concepția lui Argyle). Acestea țin de calitatea vocii și permit diferențierile dintre persoane (putem recunoaște o voce familiară într-o mulțime de oameni), dar și estimările caracteristicilor personalității, stării afective, etc. Aspectul vocal nonverbal este influențat de patru factori:

---

<sup>36</sup> Bidu-Vrânceanu, Angela ș.a., *Dicționar de științe ale limbii*, București, Nemira, 2001, p. 372.

<sup>37</sup> Trager, G., „Paralanguage: A first approximation” în *Studies in Linguistics*, 13, 1958, p. 1-12, apud Hennel-Brzozowska, Agnieszka, *art.cit.*, p. 26.

<sup>38</sup> Apud Hennel-Brzozowska, Agnieszka, *art.cit.*, p. 26-27.

- *biologici*: diferențele de sex și vârstă (bărbații au un ton al vocii mai jos decât femeile, copiii unul mai ascuțit decât adulții, tinerii au o intensitate mai mare decât persoanele în vârstă, persoanele extrovertite vorbesc mai tare, mai repede, pe un ton mai înalt și cu mai puține pauze decât introverții);
- *sociale*, corelați cu cultura de origine, proveniența regională, normele sociale ale grupului de apartenență, contextul (de exemplu, se vorbește încet în biserică);
- *de personalitate* legate de stereotipurile referitoare la grupul social caracterizat printr-un accent specific;
- *emoționali*, corelați cu trăsăturile psihologice (temperamentul euforic este caracterizat printr-un ton mai ridicat, ritm rapid, cel depresiv prin voce plată, tristețea prin ton scăzut, volum mediu, pauze lungi, ritm lent ...)

**5.2.3. Limbajul vocii**<sup>39</sup>. Simpla afirmare vocală indică o mulțime de lucruri despre persoana care vorbește: sex, vârstă, atitudine (energică, moale, indiferentă, grăbită, răbdătoare, sinceră, prefăcută, dominatoare, supusă, cooperantă, tăioasă, fermă, prietenoasă, amenințătoare...), stare fizică (obosită, odihnită, bolnavă ...). Scriitorul francez Gérard Bauër avea perfectă dreptate când afirma că „vocea este un al doilea chip”. Nu sensul cuvintelor este acela care transmite toate aceste informații, ci tonalitatea vocii.

**5.2.3.1.** Ștefan Prutianu arată că „*tonul vocii* este important atât ca tehnică vocală, cât și ca instrument de convingere. Tonul vocii e cel care transmite sentimentele și atitudinea, pe când cuvintele transmit doar informația”<sup>40</sup> (subln.n.).

Cercetătorul înregistrează mai multe tonuri ale vocii<sup>41</sup>:

- *tonul parental*, utilizat de părinți, profesori, preoți, judecători, este convingător, utilizează o voce joasă, calmă, echilibrată, ce conferă încredere și exprimă autoritatea, competența, experiența.
- *tonul înalt, strident, smiorcăit* semnifică nemulțumire, teamă, nervozitate, iritare, nesiguranță și conduce la conflict verbal.
- *ton aspru, gătuț* apare, de obicei, în stările de oboseală, spaimă, precipitare.

Cercetătorii arată că tonul real al vocii unei persoane nu se manifestă decât dimineața, pentru ca apoi, cu fiecare oră care trece, oboseala să își facă apariția și să distorsioneze timbrul și înălțimea vocii<sup>42</sup>.

<sup>39</sup> Sintagma este folosită și de Prutianu, Ștefan, *op.cit.*, p. 8.

<sup>40</sup> Prutianu, Ștefan, *op.cit.*, p. 15.

<sup>41</sup> *Idem*, p. 16.

<sup>42</sup> Cf. Pânișoară, Ion-Ovidiu, *Comunicarea eficientă*, Ed. a III-a, Iași, Polirom, 2008, p. 88.

**5.2.3.2. *Volumul vocii*** spune și el foarte mult despre persoana care vorbește. O *voce puternică* poate semnifica autoritate, forță, vitalitate, antrenarea discursivă, entuziasmul, dar și exacerbarea eului, dorința și voința de dominare ori incapacitatea de autostăpânire. O *voce joasă, abia auzită* trădează lipsa de încredere, anxietatea, fobia socială, timiditatea<sup>43</sup> excesivă, nesiguranța, incapacitatea de exteriorizare, inhibiția.

**5.2.3.3. *Dicția*** este și ea semnificativă din punct de vedere comunicațional. Vorbirea repezită, articularea neclară trădează delăsare, lipsă de considerație față de interlocutor, comoditate. O articulare prea îngrijită poate trăda un spirit ordonat, sever, ușor prețios, lipsit de spontaneitate.

**5.2.3.4. *Pauzele***. David Le Breton, binecunoscutul antropolog al corpului, pe care îl definește drept „originea noastră identitară”, are perfectă dreptate când arată că dialogul, conversația „este la întretăierea drumurilor dintre cuvânt și tăcere. Ea este tot atâta schimb de cuvinte, ca și de pauze [...]. Conversația este, în același timp, elogiul cuvântului și al tăcerii”<sup>44</sup>.

Este evident faptul că pauzele discursive sunt purtătoare de semnificații comunicaționale importante. S-a dezvoltat chiar o știință, pauzologia, al cărei fondator este Goldman-Eisler<sup>45</sup>, cercetătorul insistând asupra semnificațiilor comunicative ale tăcerii.

Ștefan Prutianu<sup>46</sup> reperează patru categorii de pauze:

- *pauzele-indiciu* sunt cele care oferă indicii prețioase asupra stărilor sufletești ale interlocutorilor, asupra emoțiilor, intențiilor extradiscursive, atitudinilor acestora;
- *pauzele autoreflexive*, când vorbitorul reflectează, cade pe gânduri;
- *pauzele retorice*, pauzele de efect, folosite din rațiuni oratorice, atunci când vorbitorul vrea să scoată în evidență un anumit aspect sau când dorește să atragă atenția interlocutorului pentru a fi ascultat cu interes și, în sfârșit,

- *pauzele invitație*, care permit și uneori impun reacția interlocutorului.

Alți cercetători (Sachs, Schegloff și Jefferson<sup>47</sup>) reperează următoarele tipuri de pauze:

- *pauză „gap”* (vid, gol) când vorbitorul intră în comunicare;
- *tăcere de tipul „lapse,”* (perioadă mai îndelungată) când nici unul dintre interlocutori nu mai vorbește și comunicarea se întrerupe;

---

<sup>43</sup> Philippe Breton citează rezultatele mai multor anchete conform cărora 55% din populație se teme să ia cuvântul în public, chiar și restrâns și evaluează la aproape 1 din 3 numărul de persoane care sunt obligate să renunțe să se exprime în fața unui grup. Aproape 60% dintre francezi se consideră timizi, 40% dintre americani se prezintă ca timizi în mod obișnuit și 90% timizi ocazionali. Cf. *Argumenter en situation difficile. Que faire face à un public hostile, aux propos racistes, au harcèlement, à la manipulation, à l'agression physique et à la violence sous toutes ses formes?*, Paris, La Découverte, 2004, p. 68.

<sup>44</sup> Breton, Philippe, Le Breton, David, *Le silence et la parole. Contre les excès de la communication*, Strasbourg, Arcanes, 2009, p. 11.

<sup>45</sup> Apud Hennel-Brzozowska, Agnieszka, *art.cit.*, p. 28.

<sup>46</sup> Prutianu, Ștefan, *op.cit.*, p. 22-23.

<sup>47</sup> Apud Hennel-Brzozowska, Agnieszka, *art.cit.*, p. 28.

- *tăcere de tip „pauză”* care semnifică o întârziere a răspunsului interlocutorului la o întrebare, la o cerere sau chiar și la un simplu salut (este de fapt o violare a regulilor informale ale conversației\*).

Nu trebuie să ignorăm o altă semnificație importantă a tăcerilor care apar în comunicarea asimetrică, cu rol de gestionare a puterii și a dominației sociale. În acest caz, tăcerea poate avea conotații pozitive (o stare emoțională prea puternică pentru a fi „tradusă” în cuvinte, aprobarea ori respectul față de interlocutor), dar și negative (dezaprobarea „mută”, neverbalizată, stare de iritare, stare de neîncredere în afirmațiile interlocutorului)<sup>48</sup>.

Stările de iritare, furie, îngrijorare ori emoție puternică conduc la creșterea numărului de greșeli de exprimare, bâlbâială frecventă, pauze dese și prelungite, vocale de umplere a golurilor de tip „ăă”, „îî”.

Ca în toate cazurile de luare în considerare și de interpretare a elementelor comunicării nonverbale, trebuie să ținem cont de context, al cărui rol este fundamental în decodarea corectă a mesajelor nonverbale: o tăcere însoțită de deturnarea privirii ori a capului poate semnifica supărare, jenă ori, pur și simplu, dorința de a întrerupe comunicarea.

**5.2.3.5. Tăcerea** este, astfel, extrem de semnificativă din punct de vedere comunicațional. Valentina Marinescu, preluând clasificarea lui Bilmes, amintește cele două tipuri:

- *tăcerea absolută*, absența oricărui sunet și
- *tăcerea notabilă*, absența semnificativă a unor sunete.

*Tăcerea conversațională* este interpretată ca o subspecie a tăcerii notabile, cu mai multe semnificații, pentru că ea îmbogățește discursul și transmite o serie întreagă de informații referitoare la vorbitor și atitudinile acestuia<sup>49</sup>. Poate că ar trebui să îi dăm crezare lui Frédéric Dard, celebrul San Antonio, binecunoscutul Gargantua al scriiturii polițiste, care spunea „A vorbi este cel mai urât mijloc de comunicare. Omul nu se exprimă pe deplin decât prin tăcerile sale”<sup>50</sup>.

**5.2.4. Ascultarea.** *Tăcerea* este deseori asociată cu *ascultarea*, considerată a fi un adevărat compliment adresat interlocutorului, o dovadă de respect a acestuia.

*Avantajele ascultării* sunt multiple: semnifică respectul acordat celuilalt, construiește relații, adâncește cunoașterea, generează idei, clădește loialitate, este un element de într-ajutorare și de autosusținere<sup>51</sup>.

<sup>48</sup> *Idem*, ibidem.

<sup>49</sup> Bilmes, J., apud Marinescu, Valentina, *Introducere în teoria comunicării. Principii, modele, aplicații*, București, Editura Tritonic, 2003, p. 21-22.

<sup>50</sup> San Antonio (Frédérique Dard), *Maman les petits bateaux*, Fleuve Noir, 2005.

Cf. <http://www.evane.fr/citations/mot.php?mot=silence&p=3>

<sup>51</sup> Maxwell, J.C., Dornan, J., apud excelenta prezentare a ascultării și tăcerii a lui Albu, Gabriel, *Comunicarea interpersonală*, Iași, Institutul European, 2008, p. 150-152.

Pe urmele lui Ștefan Prutianu, Gabriel Albu stabilește mai multe *tipuri de ascultare*:

- *ascultarea informativă* urmărește buna înțelegere a mesajului transmis prin colaborarea efectivă a actorilor comunicaționali (întrebări, repetiții, parafraze),
- *ascultarea evaluativă* urmărește culegerea de opinii, informații, cu dorința explicită de a transmite propriile puncte de vedere, ajungându-se uneori la distorsionarea mesajului,
- *ascultarea pasivă*, marcată de absența răspunsurilor ori a întrebărilor de lămurire, control ori încurajare, dând posibilitatea interlocutorului să își urmeze gândurile și confesiunea,
- *ascultarea activă/reflexivă* facilitează încurajarea receptorului, asigură feed-back-ul, permite buna înțelegere a mesajului, reprezentând o abilitate comunicațională importantă<sup>52</sup>.

Irena Chiru amintește câteva *strategii utile ascultării active*, atât de valorizante din punct de vedere comunicațional și relațional: să nu schimbăm subiectul; să nu dăm sfaturi dacă acestea nu ne sunt cerute; să nu tragem concluzii, să nu diagnosticăm, să nu criticăm, să nu hărțuim; să nu vorbim numai și numai despre noi înșine; să aprofundăm, să nuanțăm ceea ce se discută; să nu ignorăm sau să nu negăm sentimentele celuilalt; să corelăm ceea ce ne spune interlocutorul cu ceea ce nu ne spune; să nu pretindem că am înțeles atunci când nu este adevărat; să vorbim despre preocupările, grijile, nevoile interlocutorului și să confirmăm faptul că l-am înțeles.

Urmându-l pe M.J.Palmioto, cercetătoarea sintetizează, din punctul de vedere al interlocutorului, cele *zece trăsături ale ascultătorului ideal*:

1. uite-te la mine când vorbesc,
2. întreabă-mă pentru a clarifica ceea ce spun,
3. întreabă-mă pentru a arăta că urmărești firul narațiunii,
4. nu mă întrerupe,
5. arată-te interesat de ceea ce simt punând întrebări,
6. repetă lucrurile pe care le spun,
7. nu mă grăbi,
8. fii controlat emoțional, verbal și nonverbal,
9. fii atent,
10. menține subiectul până când termin ce am de spus<sup>53</sup>.

---

<sup>52</sup> Cf. Albu, Gabriel, *op.cit.*, p. 152-178.

<sup>53</sup> Chiru, Irena, *op.cit.*, p. 52.

**5.2.5. Melodia vocii.** Vocea monotonă, ternă este plictisitoare și induce scăderea progresivă a atenției din partea receptorului. Vocea modulată, alternarea tonurilor joase cu cele mai înalte, inflexiunile sunt cele care conferă vocii personalitate, impunând un grad ridicat de atenție.

**5.2.6. Ritmul vorbirii.** Ritmul prea accentuat, tip „mitralieră”, ori cel târăgănat sunt deficitare, inducând lipsă de atenție și de concentrare din partea receptorilor. Ștefan Prutianu arată că, în funcție de numărul de silabe pronunțate pe minut, putem considera un *ritm normal* (250-450 de silabe/minut), un *ritm lent* (250 silabe/minut) și un *ritm alert* ( $\approx$  500 silabe/minut). Cercetătorul consideră că „vorbirea ritmică, cu ușoare fluctuații ale ritmicității, este caracteristică persoanelor echilibrate, optimiste. Când ritmul vorbirii este regulat ca un metronom pare mecanic și indică o persoană pedantă, care-și controlează sentimentele și ține să dea dovadă de disciplină și voință de fier. Comenzile militare sunt date în ritm regulat, mecanic. Când ritmul vorbirii fluctuează excesiv de mult poate indica o persoană oarecum imprevizibilă, cu un psihic labil”<sup>54</sup>.

**5.2.7. Accentuarea** unor cuvinte este plină de semnificații: accentuarea logică, afectivă sau manipulatorie poate induce reacții diferite din partea interlocutorilor.

**5.2.8. Geamătul și oftatul.** Semnificația geamătului și a oftatului depinde de context, el fiind cel care dezambiguizează această manifestare vocală. Amândouă pot semnifica atât o tristețe profundă, pesimism, suferință fizică, depresie, cât și lipsa de interes față de anturaj. Geamătul poate fi însoțit de un ton văicărit, plângăcios, rareori apreciat de interlocutori.

**5.2.9. Tusea,** în afara semnificațiilor sale medicale (răceală, iritații...) poate fi încărcată de conotații multiple: jenă, îngrijorare, disconfort, tristețe, dorința de atenționare a interlocutorului în legătură cu ceva care nu merge bine.

---

<sup>54</sup> Prutianu, Ștefan, *op.cit.*, p. 24, 25.





### Test de autoevaluare T 5.1

Prezentați similitudini și diferențe între comunicarea verbală și comunicarea nonverbală.



### Lucrare de verificare V 5.1

Prezentați axiomele comunicării nonverbale.



### Bibliografia minimă necesară studenților pentru parcurgerea C5

- Cameron, Milton, *Comunicarea prin gesturi și atitudini. Cum să înveți limbajul trupului*, Iași, Polirom, 2005.
- Chiru, Irena, *Comunicarea interpersonală*, București, Editura Tritonic, 2003
- Collett, Peter, *Cartea gesturilor. Cum putem citi gândurile oamenilor din acțiunile lor*, București, Editura Trei, 2005.
- Coman, Alina, Coman, Claudiu, *Tehnici de comunicare și negociere. Curs practic*, Brașov, Universitatea Transilvania Brașov, 2002.
- Fiske, John, *Introducere în științele comunicării*, Iași, Polirom, 2000.
- Jouve, Michèle, *Comunicarea. Publicitate și relații publice*, Iași, Polirom, 2005,
- O'Sullivan, Tim, ș.a., *Concepte fundamentale din științele comunicării și studiilor culturale*, Iași, Polirom Collegium, 2001.
- Prutianu, Ștefan, *Antrenamentul abilităților de comunicare. Limbaje ascunse*, Vol. II, Iași, Polirom, 2005.

## Capitolul: COMUNICAREA NONVERBALĂ

**C6. KINEZICA**

<b>Cuprins</b>	<b>Pagina</b>
Obiective	92
6.1. Definiție	92
6.2. Mimica	93
6.3. Oculezica (contactul vizual)	96
6.4. Surâsul	100
6.5. Râsul	102
6.6. Proxemica sau percepția și utilizarea spațiului	104
6.6.1. Definiție	104
6.6.2. Distanțele sociale	104
6.6.3. Teritoriile	107
6.6.4. Cei trei C în jurul unui birou	108
6.6.5. Organizarea locurilor în jurul unei mese	109
6.7. Gesturi	110
6.7.1. Clasificarea gesturilor	111
6.7.2. Mișcările corpului și aspectul cognitiv al limbajului	114
6.7.3. Semnificația gesturilor	115
6.8. Postura	116
6.8.1. Tipuri de posturi	116
6.8.2. Secvențele posturale	117
6.8.3. Jocul palmelor	118
6.9. Comunicarea cromatică	118
6.10. Haptica sau comunicarea tactilă	121
6.11. Cronemica sau percepția și semnificația timpului	122
6.11.1. Timpul tehnic, timpul formal și timpul informal	123
6.11.2. Timpul măsurat după activități și timpul măsurat după ceas	124
6.11.3. Timpul științific /vs/ timpul social	124
6.11.4. Timpul tehnic	124
Test de autoevaluare T 6.1	125
Lucrare de verificare V 6.1	125
Bibliografie	126



- **Obiectiv** : Cunoașterea principalelor elemente care stau la baza comunicării nonverbale.

## KINEZICA

*Corpul, acest mare vorbăreț<sup>1</sup>.*

**6.1. Definiție.** Este un adevăr de necontestat faptul că toate culturile au un sistem semnificativ de comunicare gestuală, care precede, acompaniază sau chiar înlocuiește discursul verbal pentru a vehicula anumite mesaje<sup>2</sup>. Antropologul american Ray Birdwhistell<sup>3</sup>, profesor la universitățile din Philadelphia, Washington și Toronto, este cel care propune termenul *kinezică* pentru a desemna „studiul mișcărilor corpului în corelație cu aspectele nonverbale ale comunicării interpersonale”<sup>4</sup>. Kinezica este astfel studiul semnelor comportamentale emise natural sau cultural. Ch.Baylon și X.Mignot arată că această disciplină „a aplicat metodele lingvisticii structurale la sistemul de semne, fără a le disocia de interacțiunea verbală”<sup>5</sup>.

Am putea stabili un paralelism între nivelele de analiză lingvistică și cele specifice analizei kinetice: (tabelul 6.1)

Tabelul 6.1

<b>Analiză lingvistică</b>	<b>Analiză kinetică</b>
Fonem* (unitate minimală lipsită de sens)	Kinem (cea mai mică unitate a gestului sau mimicii)
Morfem* (cea mai mică unitate semnificativă, dotată cu sens a lexicului)	Kinemorfem (element dintr-o serie de gesturi)

---

<sup>1</sup> Titlului articolului lui Mathieu Laviolette-Slanka, *Le corps bavard*, *Evene. fr*, sept. 2008, <http://www.evene.fr/theatre/actualite/mime-marceau-geste-chaplin-keaton-1561.php>

<sup>2</sup> Cf. Cosnier, J., „Communication et langages gestuels” în Cosnier, J., Coulon. A. & Berrendonner, A., (ed), *Les voies du langages*, Paris, Dunot, p. 255-304, apud Baylon, Christian, Mignot, Xavier, *op.cit.*, p. 144.

<sup>3</sup> Ray Birdwhistell, apropiat al lui Margaret Mead și Gregory Bateson, interesat de analiza ținutei corpului și a gesticii, integrat echipei de la Palo Alto, devine celebru datorită unui studiu extrem de minuțios și interesant al unei secvențe de nouă secunde de film, „știgara lui Doris”, analiză exemplară care ilustrează axioma comunicațională conform căreia gesturile, limbajul vorbit, atingerile, mirosul, spațiul și timpul reprezintă, toate, moduri de manifestare ale unui sistem de comunicare integrator.

<sup>4</sup> Apud Chelcea, S., Ivan L., Chelcea A., *op.cit.*, p.41.

<sup>5</sup> Christian Baylon, Xavier, Mignot, *La communication*, Paris, Nathan Université, 2003, p, 145.

Kinezica devine astfel o „gramatică a gesturilor”<sup>6</sup> (lat. GESTUS = atitudine, mișcare a corpului). (figura 6.1) Cercetătorii vorbesc și despre o



*parakinezică*, în același timp prozodie și poetică a gesturilor (intensitate, durată, întindere, ritmuri constante). Baylon și Mignot consideră că „această dimensiune mai largă se integrează unui context psihologic, social și cultural. „Accentele” gestuale exprimă particularități regionale, de mediu, ca și „accentele” lingvistice”, Birdwhistell confruntând permanent „marcării” gestuali cu cei lingvistici<sup>7</sup>.

Figura 6.1.

Daniela Roventă-Frumușani insistă asupra contribuției a numeroase discipline în constituirea și „legitimarea gestualității: *antropologia* (de la textul fondator al lui Marcel Mauss referitor la „tehnicile corpului” până la cercetările lui Leroi-Gourhan asupra diacroniei kinezicii sau Marcel Jousse privind antropologia gestului), *psihanaliza* și *fenomenologia* (Freud, Merleau-Ponty) prin evidențierea statutului corporalității în instituirea și distribuția semnificației, *științele comunicării* și *mediologia* prin evidențierea spectacularului, *look-ului*, *star-sytem-ului*, altfel spus prin sincronizarea codurilor mobilizate”<sup>8</sup>. Această contribuție multidisciplinară la fundamentarea kinezicii ca domeniu de investigație științifică se explică prin faptul că gestul este, în același timp, practică socială, culturală și identitară, el caracterizând individul din punctul de vedere al sexului, vârstei, etniei, apartenenței la un grup socio-profesional, la o anumită cultură, toate conturând un anumit aspect identitar, individual ori colectiv.

## 6.2. Mimica

*Orice s-ar spune, oamenii trebuie priviți în față,  
dar nu trebuie să le considerăm masca ca pe propria lor față.*  
Joseph Joubert, *Carnete*



Figura 6.2

În cadrul acestor mișcări, mimica ocupă un loc predominant, mimica având un loc privilegiat printre mijloacele de comunicare între două persoane<sup>9</sup>. (figura 6.2)

**Definiție.** Prin *mimică* înțelegem formele de expresie ale feței servind la comunicarea emoțiilor și a intențiilor în context social.

<sup>6</sup> *Idem*, p. 146.

<sup>7</sup> *Idem*, ibidem. Sursa imaginii <http://www.kolibricoaching.com/leadership/communication-non-verbale-congruence-et-charisme/>

<sup>8</sup> Roventă-Frumușani, Daniela, *Semiotică, societate, cultură*, Iași, Institutul European, 1999, Cap. *Semiotica gestuală*, p. 183.

<sup>9</sup> Sursa imaginii <http://www.mesacosan.com/communication-non-verbale/communication-non-verbale-les-micro-expressions-a1085.html>

O întrebare importantă este aceea de a ști dacă expresia emoțiilor prin mimică este înnăscută și universală sau este dobândită și specifică diverselor culturi. Charles Darwin s-a întrebat dacă expresia emoțiilor s-a dezvoltat de-a lungul istoriei evoluției speciilor. Asta ar însemna că dezvoltarea emoțiilor este determinată în mod genetic și că emoțiile sunt exprimate peste tot în același fel, sunt universale (exemplu masca comică și masca tragică din



teatrul antic). Darwin a enumerat șase metode, care, în mare parte, sunt încă actuale și cu care putem studia dacă expresia sentimentelor este universală:

Figura 6.3

- o analiza expresiilor emoțiilor într-o altă cultură;
- o compararea interculturală a expresiilor emoțiilor;
- o observarea expresiilor emoțiilor la copii (Darwin credea că această metodă este foarte promițătoare, căci copiii nu pot să își controleze emoțiile (mai ales să și le reprime ori să le atenueze). Astfel, expresia emoțiilor nu ar fi influențată de experiențe specifice unei anumite culturi);
- o observarea expresiei emoțiilor la orbi și la surzii din naștere, care nu pot imita emoțiile pe care le-au văzut la alte persoane;



Figura 6.4

- o observarea expresiei emoțiilor la bolnavii mintali. Darwin arată că, precum copiii, bolnavii mintali resimt puternic emoțiile și nu pot să și le reprime.

Pe de o parte, există cu adevărat indici puternici care arată că anumite emoții fundamentale, ca de exemplu bucuria, furia, tristețea, sunt universale și transmise în mod genetic. Totuși, emoțiile nu sunt exprimate fără control, așa cum arată și Darwin. Expresia emoțiilor este supusă unor “reguli de prezentare” și este controlată în mod conștient. Există de asemenea în anumite culturi regula prezentării conform căreia nu este permisă exprimarea furiei sau a tristeții în public.

Dacă am vrea să descriem exprimarea durerii am putea aminti coborârea sprâncenelor, plierea nasului, ridicarea buzei superioare, îngustarea orbitelor, închiderea pleoapelor sub

acțiunea mușchilor faciali, la care se poate adăuga deschiderea gurii, tragerea oblică a buzelor și o diminuare a gradului de clipire<sup>10</sup>.

Anumiți autori arată că exprimarea emoțiilor are o funcție de comunicare socială. A surâde, de pildă, arată că "sunt într-o dispoziție amicală" sau poate reprezenta un semn de reconciliere. Astfel, emoția nu se exprimă decât când sunt prezente alte persoane, căci, fără prezența lor, această expresie nu ar avea sens.

**Mișcările faciale** cuprind toate modificările fizionomiei cu rol comunicațional; acestea semnifică a anumită atitudine, o anumită stare de spirit, fiind adevărate „discursuri” pentru analiștii comunicării nonverbale<sup>11</sup>. Mimica poate suplini manifestările verbale ori le poate puncta. Buna ponderare a expresiilor faciale face dintr-un om un bun comunicator, exagerarea lor ducând la blocaje și la receptare negativă.<sup>12</sup>

Fruntea, sprâncenele, pleoapele, nările, obrații, mușchii faciali, bărbia, maxilarele toate pot spune multe din punct de vedere comunicațional<sup>13</sup>, chipul fiind, cu adevărat, așa cum spunea Cicero, „imaginea sufletului”.

Semnificațiile expresiilor faciale pot fi multiple<sup>14</sup>:

- vigilență,
- furie,
- mânie,
- nemulțumire,
- reticență,
- îngrijorare,
- tristețe,
- preocupare,
- uimire,
- surpriză,
- teroare,
- frică,
- neîncredere etc.

<sup>10</sup> Cf. <http://uriic.uqat.ca/cours/Module1/1.3.4.html>

<sup>11</sup> Numiți de Milton Cameron „gestualiști”, cercetătorul dezvăluindu-le „secretele” în *op.cit.*, p. 153-155.

<sup>12</sup> Sursa imaginii <http://www.mesacosan.com/communication-non-verbale/communication-non-verbale-les-micro-expressions-a1085.html>

<sup>13</sup> Cf. descrierea expresiilor faciale în Cameron, Milton, *op.cit.*, p. 71-81.

<sup>14</sup> După Guido, Conti, <http://www.cvm.qc.ca/gconti/905/905sch05-6.htm> Sursa imaginii <http://www.la-communication-non-verbale.com/>



Figura 6.5

**Gura** este, poate, cea mai expresivă dintre toate structurile faciale. Milton Cameron trece în revistă semnificațiile gurii în comunicarea nonverbală<sup>15</sup>: *gura întredeschisă* (receptivitate, deschidere, atenție, senzualitate, plăcere), *gura deschisă* (admirație, extaz, dar și surpriză, stupeoare, mirare, uimire), *gura închisă* (refuz, respingere, opoziție), *gura curbată, cu buza superioară ridicată* (dezgust, scârbă), *gura strânsă, cu buzele țuguite* (indispoziție provocată de vorbe sau atitudini neplăcute), *buza inferioară împinsă înaintea* (îmbufnare, supărare, perplexitate), *buzele strânse* (furie, mânie, înervare), *buze subțiate* (nemulțumire), *gestul de a-și mușca buzele* (furie, supărare extremă, iritare).<sup>16</sup> (figura 6.5)

În ultimii ani au apărut o serie întreagă de lucrări în care se încearcă inventarierea semnificațiilor multiple ale tuturor elementelor limbajului nonverbal. De foarte multe ori aceste interpretări sunt false pentru că, pe de o parte, nu reprezintă rezultatele unor experimente fundamentate științific și, pe de alta, nu țin cont de relevanța contextului de manifestare.

### 6.3. Oculezica (contactul vizual)

*Nu suntem noi înșine decât în ochii celorlalți și numai prin privirea celorlalți ne asumăm pe noi înșine.*

Jean-Paul Sartre, *Ființa și neantul*

De la binecunoscut proverbul cu ochii care „sunt oglinda sufletului” și până la afirmația lui John Heron care consideră privirea ca pe „cea mai profundă și intensă, dar în același timp și cea mai simplă metodă de comunicare în lumea umană”<sup>17</sup> nu este decât un pas, cel de la înțelepciunea populară la fundamentarea științifică.

Există două forme principale de comportament în ceea ce privește direcționarea privirii: a privi, a fixa cu ochii și a întoarce privirea. S-a constatat recent că, de mici, copiii învață numele obiectelor urmărind privirea părinților în direcția obiectului numit și nu privindu-i direct pe părinți.

---

<sup>15</sup> Cameron, Milton, *op.cit.*, p. 79-81.

<sup>16</sup> Sursa imaginii <http://www.la-communication-non-verbale.com/2011/10/visage-decrypte.html>

<sup>17</sup> Heron, John, *The Phenomenology of Social Encounter: The Gaze, Philosophy and Phenomenological Research*, 31, 2, 1970, p. 249, [www.jstor.org](http://www.jstor.org), apud Cioc, Diana Anca, “Ochii și privirea în afișele publicitare” în Chelcea, Septimiu (coord), *Comunicarea nonverbală în spațiul public*, București, Tritonic, 2004, p. 147.



Privirea este primul gest de întâlnire și de intrare în comunicare cu celălalt. „Posibilitatea de a trăi începe cu privirea celuilalt” spunea, pe bună dreptate, Michel Houellebecq în romanul său *Particulele elementare*<sup>18</sup>.

Privirea este un gest în strânsă corelație cu distanța. În zona socială apropiată (1,50 m-1,80 m) în interacțiunea cu un necunoscut, petrecem 60% din timp privindu-l pe celălalt. Dar privirile reciproce (a se privi unul pe altul în același timp) nu ocupă decât 30% din timp. Atunci când cineva vorbește, își privește mai puțin interlocutorul (41% din timp) decât atunci când ascultă (75% din timp)<sup>19</sup>.

Și privirea este conotată cultural: în cultura europeană, atunci când vorbim sau când ascultăm, privim interlocutorul. Deturnarea privirii poate semnifica, în acest caz, timiditate, evitare, instabilitate ori, poate, reflecție profundă. Privirea directă poate indica atenția, interesul, dar, în anumite situații, poate fi extrem de agresivă ori poate disimula<sup>20</sup>. Privirea directă și rapidă a unei persoane, urmată de deturnarea ochilor poate semnala conștientizarea prezenței sale și lipsa de intenție de a intra în comunicare cu aceasta. Pe urmele lui Goffman, Spetimiu Chelcea interpretează această atitudine ca marcă a „neatenției politicoase”, extrem de importante în interacțiunile cotidiene<sup>21</sup>.

În același timp, nu putem ignora corelația dintre privire și pozițiile de putere ori dominație ale persoanelor aflate în contact vizual. Acesta „definiște pozițiile de putere și *status*, influențează schimbarea atitudinală și persuasiunea, comunică emoții și indică gradul de afectivitate, de interes și de atracție în raport cu interlocutorul”<sup>22</sup>. Și aceasta pentru că privirea, în calitatea sa de limbaj nonverbal interpersonal are o importantă componentă socială. Diana Anca Cioc îl amintește, în acest context, pe Erving Goffman care analiza rolul privirii în cadrul instituțiilor totale (aziluri, închisori, spitale psihiatrice): privirea joacă aici un rol important în cadrul „testelor de supunere”, noii veniți fiind dominați vizual de gardieni, și obligați să le suporte privirea dominatoare<sup>23</sup>.

Vedem, astfel, cum privirea facilitează comunicarea în situații clare (sunt persoane cu care „ne înțelegem din priviri”), dar o poate bloca în situații ambigue.

Sintetizând cele spuse până acum, vedem cum studiul privirii se regăsește la confluența a trei perspective: biologică/medicală (studiul ochiului), psihologică (studiul privirii) și sociologică / antropologică (analiza contactului vizual).

<sup>18</sup> Houellebecq, Michel, *Les Particules élémentaires*, Paris, Flammarion, 1998.

<sup>19</sup> Cf. Martin, Jean-Claude, *op.cit.*, p. 44.

<sup>20</sup> Jean-Claude Martin menționează privirea directă a minciinosului care încearcă astfel să « supracompenseze » atitudinea avută (*Idem*, *ibidem*).

<sup>21</sup> Cf. Chelcea, S., Ivan L., Chelcea A., *op.cit.*, p. 70.

<sup>22</sup> Chiru, Irena, *op.cit.*, p. 39.

<sup>23</sup> Cf. Cioc, Diana Anca, *op.cit.*, p. 148.



Există o întreagă literatură de specialitate<sup>24</sup> în care se încearcă analizarea semnificațiilor diferitelor forme de contact vizual.

În funcție de *orientarea privirii*, vom distinge:

- *privirea oficială*: îndreptată într-un loc situat în vârful unui triunghi echilateral format de pupile. Ea este, de obicei, privirea adresată străinilor;
- *privirea amicală*: orientată undeva în dreptul nasului, al mustății;
- *privirea intimă*: cea care coboară la gură sau mai jos.

În urma observațiilor efectuate, Horst H. Rückle stabilește următoarele direcții posibile ale privirii și semnificațiile lor:

- *privirea paralelă, la distanță mică* - reflecție profundă;
- *privirea drept în ochi* - recunoaștere valorii interlocutorului, dorință de cooperare, disponibilitate comunicațională, persoană corectă, cinstită, deschisă;
- *privirea de sus în jos* - (în afara diferențelor de înălțime dintre interlocutori) dominare, mândrie, aroganță, trufie, orgoliu, dispreț;
- *privirea de jos în sus* - (în afara diferențelor de înălțime dintre interlocutori) supunere, lipsă de încredere;
- *privirea laterală, oblică spre stânga* - minciună, inventarea unei scuze;
- *privirea laterală, oblică spre dreapta* - reflecție, încercare de a-ți aminti ceva;
- *privirea laterală, oblică de sus în jos* - dispreț, minimalizarea interlocutorului;
- *privirea laterală, oblică de jos în sus* - servilitate, slugărnicie;
- *a mătura cu privirea* - (în funcție de context) interes, curiozitate sau dezinteres, repezeală, ușoară iritare, lipsă de concentrare<sup>25</sup>.

Se consideră că privirea laterală este specifică femeilor, câmpul lor vizual fiind mai deschis decât cel al bărbatului.

Milton Cameron propune o *tipologie a manierelor de a privi* și analizează semnificațiile comunicaționale ale fiecărui tip în parte<sup>26</sup>:

- *privirea somnolentă* (atonă, lipsă de interes),
- *privirea fixă cu ochii deschiși și pleoapele imobile* (oboseală, plictiseală, deprimare, animozitate, resentimente, mirare),
- *privirea fixă* (minciună),
- *privirea fixă dură* (agresivitate, ostilitate, încercare de ingerință),
- *privirea mobilă* (energie, curiozitate, dar și inconstanță, plictiseală, indiferență, dorință de distanțare),
- *privirea înălțată* - ochii spre cer - (evadare, imaginație, lipsă de interes, lehamite),

---

<sup>24</sup> Dragomir, Valentina, Rujoiu, Octavian, „Fața și expresiile faciale” în Chelcea, Septimiu, (coord.), *Comunicarea nonverbală în spațiul public*, București, Editura Tritonic, 2004, p. 61-63; Pease, Allan, *Limbajul trupului. Cum pot fi citite gândurile altora din gesturile lor*, București, Polimark, 2002, p. 134-143; Martin, Jean-Claude, *op.cit.*, p. 44-45; Chelcea, S., Ivan L., Chelcea A., *op.cit.*, p. 65-70.

<sup>25</sup> Cf. Cioc, Diana Anca, *op.cit.*, p. 150-151.

<sup>26</sup> Cameron, Milton, *op.cit.*, p. 60-70.

- *privirea coborâtă* (încordare, stânjenea, perfidie, disimulare),
- *privirea evazivă* (ipocrizie, minciună, culpabilitate, timiditate, pudoare),
- *privirea cu coada ochiului* (curiozitate, amuzament, interes, bunăvoință, dar și agresivitate, animozitate),
- *privirea piezișă* (îndoială, insatisfacție).

Și gradul de deschidere a ochilor este pertinent din punct de vedere comunicațional, Horst H. Ruckle determinând mai multe ipostaze și coroborându-le diverse semnificații:

- *ochii holbați* – dorință de a vedea cât mai mult, mirare, surpriză, buimăceală;
- *ochii larg deschiși* – acumulare de cât mai multe impresii, receptivitate, curiozitate epistemică;
- *ochii deschiși* – receptare optimistă, interes, dorință de cunoaștere;
- *ochii întredeschiși* – oboseală, tensiune nervoasă, plictiseală, refuz;
- *ochii acoperiți* – neîncredere, indiscreție, uneori agresivitate;
- *ochii strâns închiși* - autoprotecție<sup>27</sup>.

Dacă vom analiza *durata privirii*, studiile de specialitate arată că numai 1,18 sec. trebuie să dureze o privire pentru a nu fi considerată indecentă. Dacă se ajunge la 2,95 sec. privirea este percepută ca indecentă<sup>28</sup>.

### Funcțiile privirii

Așa cum spunea Amélie Nothomb în romanul său *Metafizica tuburilor*<sup>29</sup>, „privirea este o alegere. Cel care privește decide să se fixeze pe un anumit lucru și, deci, să excludă din atenția sa restul elementelor din câmpul său vizual. De aceea, privirea, care este esența vieții, e mai întâi de toate un refuz”.

Analizând privirea, Michael Argyle și Janet Dean<sup>30</sup> ajung la concluzia că aceasta are mai multe funcții:

- *căutarea informației*: indivizii caută un răspuns al acțiunilor lor în ochii celorlalți cu scopul adaptării strategiilor lor comunicaționale;
- *semnalarea deschiderii canalului de comunicare*, contactul la nivelul privirii incluzând obligația de a interacționa;
- *ascunderea și exhibiționismul*: persoanele retrase care evită contactul vizual, dar și reversul acestora, cei care vor cu tot dinadinsul să atragă privirile;
- *stabilirea și confirmarea relațiilor sociale* (atracție, supunere, dominație, admirație, etc).

Pornind de aici, Dale C. Leathers<sup>31</sup> stabilește șase funcții ale modalităților de a privi:

<sup>27</sup> Cf. Cioc, Diana Anca, *op.cit.*, p. 150.

<sup>28</sup> Cioc, Diana Anca (*op.cit.*, p. 147) arată că „două persoane care sunt împreună se privesc în ochi între 30 și 60% din timpul total petrecut împreună. Dacă intervalul depășește 60% ar însemna că există sentimente foarte puternice între cele două persoane, cum ar fi dragostea sau ura”.

<sup>29</sup> Nothomb, Amélie, *Métaphysique des tubes*, Paris, Albin Michel, 2000.

<sup>30</sup> Apud Chelcea, S., Ivan L., Chelcea A., *op.cit.*, p. 66.

- *funcția atenției*, interlocutorii acordându-și reciproc sau unilateral atenție;
- *funcția reglatoare*, prin care se marchează începutul și sfârșitul comunicării;
- *funcția de putere*, prin care se manifestă emoțiile pozitive sau negative;
- *funcția afectivă*, prin care se indică emoțiile pozitive și cele negative;
- *funcția de formare a impresiei*, ce comunică modul în care individul dorește să fie văzut, perceput;
- *funcția persuasivă*, de sporire a credibilității prin menținerea contactului vizual.

În concluzie, elementele care au atras atenția cercetătorilor în domeniul analizei privirii și mișcărilor oculare pot fi rezumate astfel:

- *elemente specifice*: fixitatea, durata, intensitatea, direcția, natura contactului, variațiile culturale, mai ales în ceea ce privește menținerea sau nemenținerea contactului vizual;
- *funcțiile mișcărilor oculare*: cererea unei retroacțiuni, asigurarea deschiderii comunicării, indicarea naturii relației (pozitive dacă privirea este atentă, negative dacă privirea este deturnată), reducerea spațiului psihologic între două persoane;
- *funcțiile deturnării privirii*: indiferența politicoasă (Goffman), semnalarea unui interes discret, concentrarea pe alte canale senzoriale;
- *dilatarea pupilelor*: semnal de atracție, semnal de interes, semnal de uimire.

#### 6.4. Surâsul

*Surâsul este perfecțiunea râsului.  
Așa cum neîncrederea trezește neîncredere,  
surâsul cheamă surâsul :  
el îl asigură pe celălalt în legătură  
cu noi și cu toate lucrurile din jur.  
Alain, Elemente de filosofie*

Surâsul este manifestarea principală a salutului social. El semnalează faptul că suntem deschiși pentru un schimb social. El reprezintă un fel de “amortizor de agresiune”. Surâsul poate, totuși, în funcție de situație și de regulile de prezentare, să însemne multe lucruri, ca bucurie, stânjenală, insecuritate sau prietenie. El poate traduce o dispoziție pozitivă, dar și una negativă<sup>32</sup>. Se vorbește astăzi de *surâsul social*, *profesional* ca semn de deschidere și încurajare a comunicării (surâsul vânzătoarei, al funcționarului de bancă, etc.). Deseori, acest surâs profesional este decodat ca nesincer și fals.

---

<sup>31</sup> Apud Chelcea, S., Ivan L., Chelcea A., *op.cit.*, p. 69. Vezi și Dinu, Mihai, *op.cit.*, p. 245-246.

<sup>32</sup> Vezi și Dragomir, Valentina, Rujoiu, Octavian, „Fața și expresiile faciale” în Chelcea, Septimiu, (coord.), *Comunicarea nonverbală în spațiul public*, București, Editura Tritonic, 2004, p. 57-60; Martin, Jean-Claude, *op.cit.*, p. 46; Chelcea, S., Ivan L., Chelcea A., *op.cit.*, p. 60-65.

În literatura de specialitate se mai vorbește și de *surâsul asimetric* sau *crispat*, considerat un fel de rictus. El apare în situații dificile, marcând timiditatea ori o stare încurcată, jenată.

În clasificarea stilurilor de surâs, Edward Philips, BA, DDS<sup>33</sup> amintește:

- *surâsul comisural*, cel mai frecvent, observat la 67% din populație. Este vorba de surâsul clasic, asociat, din punctul de vedere al formei, cu arcu lui Cupidon și remarcat la celebrități ca Jerry Seinfeld, Dennis Quaid, Jennifer Aniston, Frank Sinatra, Jamie Lee Curtis ori Audrey Hepburn.

- *surâsul terminat în ghimpe*, prezent la 31% din populație, forma buzelor fiind vizualizată ca un diamant. Printre celebritățile cu surâs terminat în ghimpe îi amintim pe Elvis, Tom Cruise, Drew Barrymore, Sharon Stone, Linda Evangelista et Tiger Woods.

- *surâsul complex* este mai rar, caracterizând doar 2% din populație. Dintre celebritățile cu surâs complex amintim pe Julia Roberts, Marilyn Monroe, Will Smith ori Oprah Winfrey.

Dacă acesta este punctul de vedere al stomatologilor, specialiștii în comunicare sunt infinit mai nuanțați, Horst H. Rückle<sup>34</sup> analizând opt tipuri de zâmbete:

- *zâmbetul voit, fabricat, chinuit* (colțurile gurii, drepte, buzele drepte li lipite, este fugace și poate exprima jena);

- *zâmbetul dulceag* (cu întinderea și subțierea buzelor, însoțește structurile afirmative);

- *zâmbetul „pe sub mustață”* (buze tensionate și lipite, exprimă voință, hotărâre, dar și reținere);

- *zâmbetul depreciativ* (colțurile gurii puțin coborâte, exprimă o atitudine blazată, ironică, poate exprima acordul și dezacordul în același timp);

- *zâmbetul relaxat* (deschis, lipsit de tensiune, exprimă bucuria, dragostea, prețuirea interlocutorului);

- *zâmbetul strâmb*, denumit și *zâmbetul subalternului* (este asimetric, exprimă amabilitate forțată, conflict interior);

- *zâmbetul care exprimă frica* (buze trase lateral, gura puțin întredeschisă);

- *zâmbetul condescendent, resemnat* (răsfrângerea înainte a buzei inferioare, de obicei însoțit de alte mișcări ale capului și/sau umerilor).

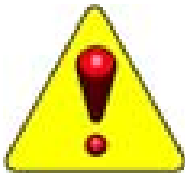
Septimiu Chelcea vorbește despre „mușchiul tristeții”<sup>35</sup> care coboară colțurile gurii, marcând o stare de nemulțumire, tristețe, depresie, lexicalizată în expresii de tipul „i s-a lungit fața”, „i-a căzut fața”, „s-a supărat de moarte”. În schimb, starea de bucurie, fericire, bună dispoziție se traduce printr-un chip radios.

Se vorbește din ce în ce mai mult despre *zâmbetul profesional*, lipsit de conotații afective, practicat în contexte profesionale (recepții de hotel, magazine, funcționari publici ...) ca marcă de deschidere a comunicării și inducere a unei atitudini pozitive din partea receptorilor.

<sup>33</sup> [www.cda-adc.ca/jadc/vol-65/issue-5/252.html](http://www.cda-adc.ca/jadc/vol-65/issue-5/252.html)

<sup>34</sup> Rückle, Horst, H., *Limbajul corpului pentru manageri*, București, Editura Tehnică, 1999, p.151-154, apud Chelcea, S., Ivan L., Chelcea A., *op.cit.*, p. 63.

<sup>35</sup> Chelcea, S., Ivan L., Chelcea A., *op.cit.*, p. 65.



### **Surâsul îmblânzește**

„Surâsul este un important mod de comunicare nonverbală. El are drept efect principal pe acela de a aduce la cunoștința interlocutorului starea internă a unei persoane (dispozițiile sale psihice). În toate culturile unde el a fost studiat, surâsul este interpretat mai întâi ca exprimând bucuria, veselia. Dar nu numai. Psihologul Paul Ekman a recenzat 19 sensuri diferite ale surâsului! Putem într-adevăr surâde sub imperiul fricii sau din dispreț ori ironie. În acest ultim caz, surâsul este sensibil diferit: o parte a gurii este mai deformată decât cealaltă...

O a doua funcție a surâsului este de a suscita la celălalt atitudini pozitive. Cercetătorii au constatat astfel că în timpul unui proces, dacă delictul este minor, acuzatul care surâde este acuzat cu mai multă îngăduință. Înțelegem astfel caracterul paradoxal al rezultatelor unui alt studiu, realizat în laborator. Subiecții au avut tendința de a surâde mai frecvent unui partener de experiment, și când au fost preveniți că acesta era prietenos, și când li s-a spus că era mai degrabă dezagreabil, comparativ cu subiecții cărora nu li s-au făcut nici un fel de precizări. O interpretare posibilă este că, în fața unei persoane amicale, subiecții au surâs în mod spontan, în timp ce, în fața unei persoane ostile, ei au surâs în mod voit, cu scopul de a convinge această persoană de bunăvoința și de spiritul lor deschis.

Surâsul este contagios. Un studiu făcut asupra oamenilor politici americani arată că atunci când aceștia zâmbesc induc, în general, un comportament identic în rândul telespectatorilor, indiferent de orientările lor politice. De altfel, un surâs urmat de reciprocitate persistă mult mai mult timp.

Last but not least, studiile asupra surâsului arată că femeile surâd mai mult decât bărbații. Ceea ce poate fi constatat chiar și în publicitate!”<sup>36</sup>

## **6.5. Râsul**

*Râsul e specific numai omului.*

*François Rablais, Gargantua*

Râsul exprimă bucuria<sup>37</sup>. Numai oamenii pot râde. Este un mecanism fundamental înnăscut. Oamenii râd de foarte tineri, se pare că după primele două luni de viață, chiar dacă sunt surzi ori muți. Râsul poate exprima o dispoziție pozitivă (a râde cu cineva, a râde de o glumă) sau o dispoziție negativă (a râde de cineva).

Plecând de la sugestia diverselor tipuri de râs, așa cum sunt ele prezentate în literatura de specialitate, propunem următoarea tipologie, fără pretenția că ar fi exhaustivă: (tabelul 6.2)

<sup>36</sup> Bella M. DePaulo, „Nonverbal Behavior and Self-presentation” în *Psychological Bulletin*, Vol. 11, Nr. 2, martie 1992, apud Philippe Cabin (coord.), *La communication. Etats des savoirs*, Paris, PUF, Editions Sciences Humaines, 1998, p. 108.

<sup>37</sup> Insistând asupra importanței râsului, Cameron Milton îl invocă pe Alphonse Allais, umorist din secolul al XIX-lea, care spunea: “oamenii care nu râd niciodată nu sunt oameni serioși”. Iulius Cezar considera că oamenii care nu râd niciodată sunt primejdioși. Cf. Cameron, Milton, *op.cit.*, p. 77.

Tabelul 6.2

Tip	Caracteristici
Hohot de râs	Explozie de râs
Râs aprobator	
Râs comunicativ sau contagios	
Râs de atitudine	Râs încurcat sau timid
Râs defensiv	
Râs dement	Râs nebun și dureros
Râs deplasat	Râs prost contextualizat, neadaptat situației de comunicare
Râs disprețuitor	Care dovedește dispreț față de persoana de care se râde
Râs forțat	Râs din obligație
Râs hăhăit	vulgar
Râs scrâșnit	Râs amar
Râs idiot	Considerat stupid
Râs ironic	Râs foarte dezagreabil pentru cel care îi cade victimă
Râs înăbușit	Râs discret
Râs înțepat, rece, sec	Râs din vârful buzelor, marchează timiditatea ori lipsa dorinței de a râde.
Râs nebun	Râs necontrolat, nestăpânit
Râs nervos	Râs convulsiv
Râs răutăcios	Râs neplăcut
Râs senzual	
Râs strident, ascuțit	Râs sonor și vesel
Râs triumfător	
Râs vesel	Râs provocat de joc, plăcere ori bucurie
Râs zeflemitor, batjocoritor	Râs dezagreabil
Râs zgomotos	Remarcat ușor, trece drept vesel și convivial
Râs galben	Râs forțat
Râs într-un dinte	Râs forțat, dezagreabil

Pe lângă acestea, cei trei autori ai lucrării *Comunicarea nonverbală. Gesturile și postura*<sup>38</sup> arată că prin râs se poate accentua o anumită vocală, accentuare plină de semnificații, aproape general valabile în cultura europeană. Astfel,

- *râsul în „a” (haha)* exprimă bucuria, vitalitate, sinceritate, bună dispoziție, lipsa stresului, este reconfortant, contagios, sănătos și terapeutic<sup>39</sup>;
- *râsul în „e” (hehe)* (râs behăit) necontagios, malițios, exprimă o atitudine răutăcioasă, disprețul, batjocura, amenințarea; intenție de distanțare și depreciere a anturajului; este un fel de a râde de ceva sau de cineva; trădează nesiguranța și teama;
- *râsul în „i” (hihi)* (râs de găsculiță, râs chicotit) deseori involuntar, exprimă o bucurie răutăcioasă, vinovată, reținută;
- *râsul în „o” /hoho)* este asociat cu uimirea și cu disprețul, putând exprima o doză de neîncredere;
- *râsul în „u” (huhu)* exprimă teamă, spaimă, angoasă, nu are nimic vesel, este morbid, sarcastic, lugubru.

<sup>38</sup> Chelcea, S., Ivan L., Chelcea A., *op.cit.*, p. 85.

<sup>39</sup> Vezi și descrierea tipurilor de râs în Prutianu, Ștefan, *Antrenamentul abilităților de comunicare*, București, Iași, 2004, p. 10-11.

„Prin cultură, cele două componente (surâsul și râsul, n.n.) s-au nuanțat foarte mult. Limba română are circa 360 de epitete pentru a califica estetic zâmbetul și aproximativ 325 de epitete pentru a reda caracteristicile și particularitățile psihice ale persoanei care râde”<sup>40</sup>.

## 6.6. Proxemica sau percepția și utilizarea spațiului

*Spațiul este ordinea lucrurilor care coexistă.*

Leibnitz



Și spațiul este un mijloc important de comunicare. Termenul de *proxemică* a fost propus de Edward T.Hall, având ca bază de reflecție studiile lui Whorf și Sapir și ca interes de cercetare „spațiul social ca bio-comunicare”.

**6.6.1. Definiție.** Proxemica, una dintre relațiile sociale purtătoare de nenumărate semnificații în cadrul proceselor complexe ale comunicării nonverbale, este disciplina care studiază modul de structurare a spațiului uman: tipurile de spații, distanțele interpersonale, organizarea habitatului și “semnificația distanței, orientării și relațiilor spațiale în comunicarea interpersonală”<sup>41</sup>.

### 6.6.2. Distanțele sociale

Distanța dintre persoane este purtătoare de semnificații culturale. Se vorbește de *culturi de contact* (cultura arabă ori culturile mediteraneene) și de *culturi de noncontact* (cultura nord-americană ori cea nord-europeană). În culturile de contact, atingerile corporale sunt permise atât în spațiul public, cât și în cel privat. Culturile de noncontact sunt extrem de rigide și nepermissive din punctul de vedere al contactului ori apropierii prea mari între persoane, pentru că, așa cum arată Ștefan Prutianu, „oamenii se comportă ca și cum ar purta în jurul corpului niște învelișuri concentrice, invizibile cu ochiul liber, a căror invazie nu este îngăduită oricând, oricum și oricărui intrus perceput ca nedorit sau periculos”<sup>42</sup>. În afară de conotația culturală, distanțele sunt semnificative și din punct de vedere psihologic și afectiv, ele marcând, de fiecare dată, atitudinea noastră față de cei care ne înconjoară.

---

<sup>40</sup> Chelcea, S., Ivan L., Chelcea A., *op.cit.*, p. 61.

<sup>41</sup> O’Sullivan, Tim, ș.a., *Concepte fundamentale din științele comunicării și studiilor culturale*, Iași, Polirom Collegium, 2001, p. 265. Vezi și excelentele analize proxemice în Prutianu, Ștefan, *Antrenamentul abilităților de comunicare. Limbaje ascunse*, Vol. II, Iași, Polirom, 2005, p. 13-58.

<sup>42</sup> Prutianu, Ștefan, *op.cit.*, p. 15.

Distingem următoarele distanțe sociale:

- *distanță intimă* (contact corporal, zona antebrațului) până la 45 cm. Așa cum arată Jean-Claude Martin<sup>43</sup>, în această zonă, relațiile sunt apropiate, intime. Distanța permite îmbrățișarea celuilalt. Este rezervată persoanelor care sunt în relații de familiaritate, fiind o zonă foarte bine apărată. Este zona secretelor, a șușotelilor. Din punct de vedere cultural această zonă este cel mai adesea utilizată de sudici, care nu resping atingerea. În general, dacă un străin pătrunde în această zonă, este considerat ca un intrus, atitudinea sa fiind decodată ca agresivă ori dominatoare.
- *distanță personală* de la 45cm. până la 120 cm. Este distanța prietenilor care își vorbesc, este o zonă de convivialitate, în cadrul căreia interlocutorii nu au de ce să se teamă unul de celălalt. Dacă această zonă relațională este deschisă, ea permite intrarea unei a treia persoane și integrarea sa în schimbul comunicațional. În schimb, dacă este închisă (interlocutorii sunt în poziție de față în față), bariera va fi greu de trecut. Limita imaginară, care limitează acest teritoriu, poartă numele de *perispațiu*, iar pătrunderea în acest perispațiu este echivalentă cu acceptarea atingerii celuilalt.
- *distanță în societate* de la 120 până la 350 cm. (ex. vizite la muzee etc.). Este zona relațiilor obișnuite, curente. Este distanța standard a schimbului, a interviului.
- *distanța oficială* mai mare de 350 cm. (de ex. patroni și angajați etc.). Rar utilizată în schimburile dintre două persoane, această zonă este cea a discursurilor, a luărilor de cuvânt în public. Comunicarea directă devine dificilă într-un asemenea teritoriu, schimburile fiind puțin personalizate.

În interiorul teritoriilor, distanțele dintre participanții la actul de comunicare sunt cele care influențează relațiile, schimbarea zonei conducând la modificarea tipului de relație comunicațională. Distanțele sunt întotdeauna conotate cultural.

Edward Hall face o prezentare extrem de fină a acestor spații<sup>44</sup>: (tabelul 6.3)

Tabelul 6.3

<b>Distanța intimă</b>	<i>Apropiată</i> : corp la corp, actul sexual și lupta, distanța îmbărbătării și protecției, rolul minor al vocii sau manifestări vocale involuntare; vederea exactă este bruiată. <i>Îndepărtată</i> : 15-40 cm., mișcare corporală; miros și parfum, voce joasă, intimitate, familie; când este impusă, mișcare de recul, evitarea privirii celuilalt (ex. înghesuiala din ascensor, orele de vârf din mijloacele de transport în comun).
<b>Distanța personală (zona de protecție)</b>	<i>Apropiată</i> : 45-74 cm., la îndemâna gestului, parfum, voce normală; familiaritate („soția poate să stea în zona de proximitate a soțului său, dar nu va fi același lucru în cazul altei femei”). <i>Îndepărtată</i> : 75-125 cm., proverbul englezesc „a ține pe cineva la o lungime de braț depărtare”, limita ascendentului fizic asupra altcuiva, limita percepției parfumului, privirii din cap până în picioare, voce moderată: la întâlnire, la despărțire, discuții pe stradă, discuții pe subiecte neutre.

<sup>43</sup> Cf. Martin, Jean-Claude, *op.cit.*, p. 33.

<sup>44</sup> Hall, Edward, *La dimension cachée*, Paris, Seuil, 1971, p. 147-160.



<p><b>Distanța socială</b></p>	<p><i>Apropiată:</i> 1,25 – 2,10 m., voce clară și distinctă; negocieri interpersonale, relații profesionale de birou, recepție: comunicare verbală fără contact fizic; voce normală, negocieri impersonale, reuniuni informale.</p> <p><i>Îndepărtată:</i> 2,10 -3,30 m., caracter formal al raporturilor profesionale sau sociale, frontiere ale teritoriului social ale unui individ prin intermediul biroului, mesei, ghișeului, care țin interlocutorul la distanță. Distanță administrativă: la bancă sunteți primit ca un simplu client în fața unui ghișeu, coeficient ierarhic (directorul, superiorul cu grad înalt) sau dorința de liniște („soții care se întorc de la lucru au obiceiul de a se așeza pentru a citi ziarul și pentru a se odihni la o distanță de trei metri sau mai mare de soțiile lor”); voce sensibil mai ridicată decât în situația precedentă. Soluții sociofuge (spate la spate).</p>
<p><b>Distanța publică</b></p>	<p><i>Apropiată:</i> 3,60-7,50 m.: prezența colectivității; echilibru între planul apropiat și vizibilitate. Locutorul joacă un rol esențial, poartă o mască, își marchează distanțele (profesor – elev, reuniune în cerc închis). Privirea nu se mai dezvăluie, informația devine mai formală, comunicare interpersonală sărăcește. Se pot adopta comportamente de apărare, voce puternică, dar nu de nivel maxim, vocabular și stil îngrijit („stil formal”).</p> <p><i>Îndepărtată:</i> 7,50 m. și peste: solemnizarea coeficientului ierarhic. Comunicare non-verbală. Cuvinte bine articulate, ritmul elocuției încetinit („stil înghețat”). De o parte omul politic sau actorul, de cealaltă parte spectatorii pasivi: feed-back-ul funcționează la minim. Discursul este foarte formalizat, gesturile stereotipate, interlocutorul a devenit un simplu receptor, iar comunicarea, spectacol!</p>

Mai trebuie remarcată și corelația dintre extinderea distanței intime și statul social și ierarhic al persoanei: cu cât persoana este poziționată mai sus din punct de vedere social și ierarhic, distanța interpersonală crește semnificativ, conturându-se adevărate „zone libere aproape proporționale cu rangul. Distanța interpersonală crește proporțional cu diferența de statul, astfel încât întinderea zonei intime aproximează satisfăcător distribuția pe scara ierarhică”<sup>45</sup>.

Milton Cameron insistă asupra importanței comunicaționale a acestor distanțe și prezintă „principalele simptome observate la persoanele a căror sferă de intimitate a fost violată: creșterea subită a nivelului de adrenalină (cunoscută mai ales ca hormon „de urgență” în diverse agresioni); accelerarea ritmului cardiac; creșterea tensiunii arteriale; atitudine corporală defensivă (reculul corpului, brațele în dreptul pieptului, mâinile ținute ca un scut, poziție de fugă) sau, dimpotrivă, atitudine corporală ofensivă (poziție de atac, dorința de a brusca, de a lovi)”<sup>46</sup>.

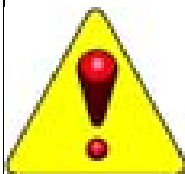
Relevanța psihologică a mesajelor spațiale este recunoscută, putând detecta cu ușurință diversele structuri comportamentale în funcție de modul de a ocupa spațiul: timizii, complexații, retrașii, introvertiții vor ocupa puțin spațiu (se așează pe colțul scaunului, al canapelei, la capătul îndepărtat al mesei) în timp ce dezinvolții, extrovertiții tind să ocupe mai mult spațiu decât e necesar (gesturi largi, posturi în extensie, așezare solidă pe scaun ...)

<sup>45</sup> Prutianu, Ștefan, *op.cit.*, p. 25.

<sup>46</sup> Cameron, Milton, *Comunicarea prin gesturi și atitudini. Cum să înveți limbajul trupului*, Iași, Polirom, 2005, p. 18.

### 6.6.3. Teritoriile

Ca și animalele, omul își marchează teritoriul, și-l apropiază. Teritoriile noastre, arată Jean-Claude Martin<sup>47</sup>, sunt definite prin legi, uzaje sau necesități funcționale, care ne apără de intruziuni. Este cunoscut faptul că schimbarea biroului la locul de muncă are ca urmare directă pierderea reperelor, a tabieturilor și, implicit, diminuarea eficacității și a productivității. „Teritorialitatea” noastră, după expresia lui Marshall McLuhan, este o extensie a ființei noastre. Vorbim despre mașina „noastră”, biroul „nostru”, camera „mea” etc., eul întinzându-se astfel asupra obiectelor din jurul nostru.



*„Vânătorului tribului primitiv, care se ascunde în fiecare dintre noi, nu îi este de ajuns să aparțină unei vaste colectivități, pe ai cărei membri, în marea lor majoritate, nu îi cunoaște personal. El se străduiește să se convingă că împărtășește cu ei apărarea teritoriului, dar mărimea acestuia îl face inuman. Este dificil să simtă un sentiment de apartenență față de un trib de cincizeci de milioane de persoane sau chiar mai mult. El formează, astfel, sub-grupuri, mai apropiate de modelul vechi și mai bine cunoscute<sup>48</sup>”.*

Edward Hall consideră că există trei tipuri de spații: fixe, semifixe și dinamice (variabile)<sup>49</sup>. Teritoriul locuit de un popor este un spațiu fix. Casa ori apartamentul reprezintă, încă de la sfârșitul secolului al XVIII-lea, un spațiu fix, mobilele dintr-o încăpere putând fiind spații fixe sau, în zilele noastre, semifixe. Palatul tradițional, sălile moderne de așteptare, anumite spații *sociofuge*, ca sălile de așteptare din gări, spitalele sunt spații cu organizare semifixă și au ca efect menținerea izolării indivizilor. Alte spații, de data asta *sociopete*, precum terasele cafenelelor, provoacă contactul dintre indivizi. Spațiile cu organizare variabilă sunt specifice Extremului-Orient. În Japonia pereții caselor sunt mobili, se deschid și se închid în funcție de diversele activități domestice.

Modul în care aranjăm spațiul din jurul nostru este semnificativ din punct de vedere cultural și psihologic<sup>50</sup>.

Literatura de specialitate menționează existența a trei tipuri de teritorii:

- *teritoriul tribal*: apartenența la „trib”, adică la comunitatea de referință, trece prin semne de recunoaștere foarte specifice. Comunitatea românilor își are drapelul său, limba, imnul, mâncărurile tradiționale, obiceiurile, etc. Cluburile, asociațiile au propriile reglementări, practicând tot felul de ritualuri (întruniri, comemorări etc.). Membrii lor trebuie să își respecte obligațiile, asigurându-și astfel apartenența la colectivitatea respectivă. Întreprinderea ilustrează și ea acest tip de teritoriu, pătrunderea în spațiul ei fiind marcată

<sup>47</sup> Cf. Martin, Jean-Claude, *op.cit.*, p. 30.

<sup>48</sup> Morris, Desmond, *Manwatching - A Field Guide to the Human Species*, London, 1977, p. 128, traducerea franceză *La clé des gestes*, Paris, Grasset, 1978.

<sup>49</sup> Hall, Edward, *La dimension cachée*, Paris, Seuil, 1971, p. 129-142.

<sup>50</sup> Vezi minunata lucrare a lui Edward Hall, *Au-delà de la culture*, Paris, Seuil, 1976.

pentru cei din exterior prin însemne speciale (badge-ul „vizitator” de exemplu). Teritoriul tribal al timpurilor moderne, arată Ch. Baylon și X. Mignot<sup>51</sup>, este partea stadionului ocupată de suporterii echipei locale. La fiecare meci asistăm la înfruntarea, deseori foarte violentă, a suporterilor echipelor adverse, care „luptă” pentru a-și apăra imaginea de grup: la fiecare gol, strigăte, cântece, dansuri primitive, gesturi războinice.

- *teritoriul familial*: apartamentul, casa sunt teritoriile naturale ale familiei, recunoscute și protejate de lege. Numele familiei, afișat pe ușa de la intrare sau pe cutia de scrisori, este un mod de marcare a teritoriului familial. În cadrul acestui teritoriu familial, există sub-teritorii: teritorii comune tuturor membrilor familiei (sufrageria), teritorii individualizate (camera copiilor, camera părinților) sau specializate (bucătăria, biroul).

- *teritoriul personal*: în interiorul teritoriului familial, fiecare membru al familiei își are locul recunoscut și acceptat, respectat de restul membrilor (scaunul tatei la masă, fotoliul bunicii etc.).

Trebuie să facem o distincție și între *teritoriul familial* (proprietatea privată, casa, apartamentul unde putem avea un anumit tip de comportament) și *teritoriul colectiv* sau *public*, unde regulile impun un anumit tip de comportament. Transgresarea celor două tipuri de teritorii reprezintă o gafă comunicațională, individul ignorând sau nerespectând codurile comportamentale proprii fiecărui spațiu în parte (ieșitul în fața blocului - teritoriu public, colectiv - în pijama - vestimentație adecvată numai în teritoriul individual).

Există *proximități pozitive* și *proximități negative*: ne place să locuim lângă un parc, aproape de serviciu și nicidecum lângă un cimitir. Proximitățile pozitive sunt cele care impun interzicerea amplasării unor localuri publice în care se vinde alcool în apropierea unei școli ori a unei biserici. Ansamblul proximităților pozitive determină *teritoriul ales* constituit din proximitățile alese de individ. *Teritoriul suportat* este constituit din proximitățile nedorite de individ (vecini zgomotoși, restaurante, stadioane etc.) și pe care le are de îndurat<sup>52</sup>.

#### 6.6.4. Cei trei C în jurul unui birou

În comunicarea socială de tip organizațional, instituțional, partenerii la actul de comunicare își stabilesc clar teritoriile prin poziționarea spațială. Astfel, vom avea trei poziționări posibile<sup>53</sup>, pline de semnificații comunicaționale:

*Teritorii de Confruntare*: interlocutorii sunt de o parte și de alta a mesei (părți opuse). Cele două teritorii sunt bine delimitate. Fiecare interlocutor își păzește bine avutul (documente, dosare, notițe, ilizibile pentru interlocutor). Cel care face o mișcare de aplecare în față, impietează asupra teritoriului celuilalt.

---

<sup>51</sup> Baylon, Christian, Mignot, Xavier, *op.cit.*, p. 150.

<sup>52</sup> Cf. Gaël Le Boulche, apud Chelcea, S., Ivan L., Chelcea A., *op.cit.*, p. 51.

<sup>53</sup> Cf. Martin, Jean-Claude, *op.cit.*, p. 33.

*Teritorii de Cooperare:* cei doi interlocutori sunt în unghi drept (margine lângă margine a mesei, biroului). Ei nu împieteză frontal asupra teritoriului celuilalt. Documentele nu sunt apărute strict, se poate face schimb de documente.

*Teritorii de Colaborare:* interlocutorii sunt de aceeași parte a mesei, umăr lângă umăr. Teritoriul este comun. Ei își împart documentele, uitându-se la aceleași dosare, hârtii...

Am putea detecta și un *teritoriu de independență*, cu plasarea protagoniștilor pe diagonală, așezare prin care se evită colaborarea, comunicarea ori interacțiunea (ca de exemplu în sălile de lectură din biblioteci ori în restaurante).

**6.6.5. Organizarea locurilor în jurul unei mese.** Repartizarea persoanelor în jurul unei mese<sup>54</sup> este semnificativă din punct de vedere comunicațional:

- *masa de patru persoane:* comunicare este facilă între toate cele patru persoane aflate în jurul mesei;
- *masa de șase persoane:* cel mai adesea comunicare se stabilește între patru persoane, cele două care stau de-o parte și de alta a persoanei centrale rămânând parțial izolate, pentru ca nu se văd și nu pot comunica. În acest caz, masa rotundă sau ovală sau masa pătrată de opt locuri, cu câte două locuri pe fiecare latură, gen Club Mediteraneo<sup>55</sup>, ar putea reprezenta o soluție optimă pentru restabilirea echilibrului comunicațional. Și masa rectangulară, prin plasarea persoanelor pe fiecare extremitate, permite evitarea izolărilor comunicaționale.

Analizând plasamentul spațial în jurul unei mese, Ștefan Prutianu vorbește și despre așa-numitul „efect al capului de masă”, persoana care se așează în capul mesei marcând astfel poziția sa de autoritate și dominare, capul mesei conferind „rolul de conducător de joc”<sup>56</sup>, dar și despre așezarea la o distanță semnificativă față de persoana centrală, în funcție de importanță: o masă de prezidiu, de exemplu, în centru fiind plasată persoana cea mai importantă, locurile următoare fiind conferite, simetric, în funcție de importanță.

Chiar dacă organizarea și amplasarea spațială este purtătoare de multiple semnificații socio-psiho-culturale, nu trebuie să ignorăm aspectele multicanale ale comunicării nonverbale. Astfel, Edward T. Hall insista asupra faptului că în analizele proxemice trebuie avute în vedere opt dimensiuni: postura, spațiul sociopet/sociofug, factorii kinezici, codul

<sup>54</sup> Vezi excelenta prezentare a semnificațiilor comunicaționale ale plasamentului spațial în jurul unei mese și relevanța lor în cadrul negocierilor în Prutianu, Ștefan, *op.cit.*, p. 39-58.

<sup>55</sup> Vezi Prutianu, Ștefan, *op.cit.*, p. 38. Cercetătorul face o analiză extrem de interesantă a mesei de acasă, a cărei formă poate spune multe despre „tipul de relații existente și distribuția puterii între membrii familiei”, p. 38-39.

<sup>56</sup> *Idem*, p. 33.

atingerilor, combinațiile retinei, codul termic, codul olfactiv și scala intensității vocii, numai coroborarea tuturor acestor elemente putând valida relevanța observațiilor și a analizelor<sup>57</sup>

## 6.7. Gesturi

*Fiecare gest este asemenea unui cuvânt,  
iar un cuvânt poate avea mai multe înțelesuri.  
Perspicace este acela care poate citi „propozițiile” trupului.*  
Allan Pease

Gesturile conțin mișcările, ținuta capului, a brațelor, a mâinilor, a corpului, a picioarelor<sup>58</sup>. (figura 6.6, figura 6.7)

Gestualitatea sau ceea ce numim *body language* nu este o preocupare recentă ci, așa cum arată Adam Kendon<sup>59</sup>, marele istoric al gestualului, primele informații scrise apar încă din antichitate. Plutarh descrie o scenă din care reiese importanța gesturilor în comunicare:



„După câte se povestește, un om vine să îl întâlnească pe Demostene pentru a-l ruga să îl apere și îi povestește că fusese bătut: „Ei, hai, îi spune Demostene, tu nu ai fost victima agresiunii de care îmi povestești!”. Atunci omul, ridicând tonul, strigând și gesticulând: „Eu, Demostene, eu nu am fost victimă?”. „În numele lui Zeus, spuse Demostene, acum aud vocea unei victime și văd gesturile sale”.

Figura 6.6 Aceasta era importanța pe care el o acorda tonului și jocului gesturilor celor care vorbeau pentru a obține încrederea<sup>60</sup>.

Cicero, și el, considera gesturile, acțiunea corpului și a membrilor ca exprimând sentimentele și pasiunea sufletului, marele filosof descriind 81 de gesturi folosite în mod curent în timpul unui discurs politic, pentru ca acesta să poată influența auditoriul<sup>61</sup>.



Figura 6.7.

<sup>57</sup> Hall, Edward T., “Proxemics” în *Current Anthropology*, 9, 1968, p. 83-108, apud Chelcea, S., Ivan L., Chelcea A., *op.cit.*, p. 50.

<sup>58</sup> Vezi excelentele lucrări ale lui Peter Collett, *Cartea gesturilor europene*, București, Editura Trei, 2006, trad. Andreea Răsuceanu și *Cartea gesturilor. Cum putem citi gândurile oamenilor din acțiunile lor*, București, Editura Trei, 2005, trad. Alexandra Borș.

<sup>59</sup> Adam Kendon s-a născut la Londra, a studiat biologia și psihologia experimentală la Cambridge, și-a susținut doctoratul Oxford cu o teză despre organizarea temporală a conduitelor în interacțiunile față în față. În 1966 se stabilește în Statele Unite ale Americii ca cercetător și profesor la diverse universități (*Connecticut College* și *Universitatea Pennsylvania*). A petrecut opt ani în Australia, la Departamentul de antropologie de la *Australian National University*, unde a studiat sistemul gestual al aborigenilor din Deșertul Central. Din 1991 stă și în Italia, unde își continuă cercetările legate de utilizarea gesturilor în comunicarea cotidiană. Dintre lucrările sale amintim *Gesture in Naples and Classical Antiquity* (tradus și adnotat în limba italiană de Andrea de Jorio, *La mimica degli antichi investigata nel gestire napoletano*), Indiana University Press, 2000, și *Gesture: Visible Action as Utterance*, Cambridge University Press, 2004. Este editorul *GESTURE* și președintele de onoare al *International Society of Gesture Studies*. Apud Chétochine, Georges, *La vérité sur les gestes*, Eyrolles, 2008, p. 6.

<sup>60</sup> Plutarh, *Vie de Démosthène*, Les Belles Lettres, 1976, apud Chétochine, Georges, *op.cit.*, p. 7.

<sup>61</sup> Cf. Chétochine, Georges, *op.cit.*, p. 7-8.

Astăzi, gestualiștii se preocupă de semnificațiile multiple ale gesturilor în diversele raporturi de comunicare interpersonală, înțelegând, cu toții, celebra afirmație a lui José Ortega y Gasset care spunea „fără gesturile voastre, aș ignora întregul secret luminos al sufletul vostru”.

### 6.7.1. Clasificarea gesturilor

Literatura de specialitate distinge mai multe tipologizări ale gesturilor:

H. Wespi<sup>62</sup> împarte gesturile în funcție de raporturile lor cu cuvintele în: *substitutive*, *completive* și *de însoțire a discursului verbal*.

O altă împărțire a elementelor mimo-gestuale inventariază: *gesturi quasi-lingvistice* (degetul în dreptul buzelor ca îndemn la liniște), *coverbale* (gestul de prezentare sau introducere a unei persoane), *sincronizatoare* (mișcarea ușoară cu capul însoțită de „aha”, „hî” pentru a confirma ascultarea) și *extracomunicative* (gesturile ce acompaniază discursul fără supliment de informație, gen pus mâna în păr, trasul de bluză etc.)<sup>63</sup>.

Paul Ekman și Wallace V. Friesen<sup>64</sup> propun următoarea tipologie a gesturilor:

- *emblemele* sunt, de fapt, gesturile substitutive din tipologia lui Wespi, pot înlocui cuvintele și alcătui un limbaj (de pildă limbajul surdo-mușilor). Emblemele subliniază și dublează cuvintele, locutorul având un control aproape deplin asupra utilizării lor.

Există mai multe tipuri de embleme, în funcție de identitatea dintre forma gestului și cea a obiectului desemnat: *embleme referențiale*, codificate iconic, și *embleme convenționale*, dar distingerea lor este destul de dificilă. Emblemele sunt codificate cultural, variind mult, atât cantitativ, cât și ca formă, de la o cultură la alta. Indiferent de cultura în care se manifestă, ele au funcții clare: insulta, semnalarea distanței în relațiile interpersonale („vino mai aproape”, „vorbește mai încet”), aprecierea activității și performanțelor celorlalți („bravo”, „foarte bine”), semnalizarea despărțirii, semnalizarea unor răspunsuri afirmative sau negative la anumite solicitări, comentarea unor stări emoționale sau fizice. Emblemele sunt apanajul atât a locutorului, cât și al interlocutorului, care, uneori prin paralimbaj („ahaa”, „mm”, „hmm” ...), își exprimă interesul și dorința de continuare a comunicării.

- *ilustratorii* sunt elemente nonverbale care au rolul de a însoți și completa mesajul verbal. Sunt mai puțin arbitrare decât emblemele și, având un caracter înăscut, sunt universale. Cei doi cercetători identifică opt tipuri de ilustratorii realizați cu mâinile:

- *bastoanele*, mișcări verticale ale mâinilor cu rol de accentuare a anumitor cuvinte ori a anumitor idei ale discursului;

<sup>62</sup> Wespi, H., *Die Geste als Ausdruck und ihre Beziehungen zur Rede*, Romanica Helvetica, 33, apud Dinu, Mihai, *op.cit.*, p. 229.

<sup>63</sup> <http://www.fltr.ucl.ac.be/FLTR/ROM/FOREO/relation/marquerrelationtheorie.htm>

<sup>64</sup> Ekman, Paul, Wallace, Friesen V., “The Repertoire of nonverbal behavior: Categories, origins, usage and coding” în *Semiotica*, 1, 1969, p. 124-129, apud Chelcea, S., Ivan L., Chelcea A., *op.cit.*, p.130-135. Cf. și Dinu, Mihai, *op.cit.*, p. 229-243.

- *pictografele*, mișcări ale mâinilor cu care se descriu în aer anumite forme ale obiectelor despre care se vorbește. Mihai Dinu citează, în lucrarea amintită, definiția hazlie, de la începutul anilor 60, a noțiunii de *gentleman*: „un gentleman este un domn care o poate descrie pe Marilyn Monroe fără să își folosească mâinile”<sup>65</sup>;
  - *ideografele* sunt gesturile care descriu mișcările abstracte ale gândurilor ori raționamentelor;
  - *mișcările deictice* subliniază discursul, indicând obiecte, locuri, persoane. Sunt supuse regulilor de politețe (nu e frumos să arătăm cu mâna), intrând sub incidența tabuului gestual, mișcarea deictică putând fi preluată de alte componente corporale (privirea, de pildă).
  - *mișcările spațiale* sunt gesturi care descriu relații spațiale și raporturile de poziție dintre obiecte sau persoane;
  - *mișcările ritmice* sunt gesturi care redau cadența unei acțiuni ori indică tempoul unui discurs. Mihai Dinu dă exemplul lui „M-a tocat, uite-așa, mărunț” însoțit de gestul, rapid și repetat, de tocare<sup>66</sup>;
  - *kinetografele* sunt gesturi prin care se indică funcționarea corpului uman (de exemplu, plecăciunile slugarnice ale subordonaților față de șefi) sau diferite comportamente ale animalelor (gestul cu mâna care imită mușcătura unui câine);
  - *ilustratorii emblematici* (numiți și *sublinieri*) sunt gesturi care scot în evidență un anumit cuvânt ori o parte a unui discurs, pe care le însoțesc (exemplu semnul degetelor în formă de V pentru a semnifica „victorie” realizat în paralel cu strigătul „Victorie”).
- *expresiile faciale* (numite de Mihai Dinu, în lucrarea citată, *mișcări afective*) au rolul de a indica stările noastre afective (bucurie, mânie, dezgust, frică, surpriză, tristețe, oboseală, lehamite, etc. ). Umerii căzuți, capul plecat, expresia de amărăciune de pe față sunt numai câteva din semnele care trădează, chiar fără voia noastră, starea psihică în care ne găsim. Mihai Dinu amintește, în lucrarea menționată, importanța dublei cenzuri, sociale și personale, care ne induce un anumit tip de comportament neexcesiv în societate<sup>67</sup>;
  - *reglatori* (sau *gesturi de reglaj* în terminologia lui Mihai Dinu), sunt gesturile care mențin și controlează comunicarea, adică interacțiunea cu interlocutorii. Principalele lor funcții sunt cea *expresivă* (atunci când ascultăm, nu rămânem pasivi, ci facem tot felul de gesturi de interes, de confirmare - dat din cap - ori de mobilizare afectivă) și cea *fatică* (asigurări privind menținerea contactului cu interlocutorul). Emițătorul poate, prin intermediul reglatorilor, să beneficieze de un feed-back extrem de util și de imediat și, astfel, să își regleze enunțarea;

---

<sup>65</sup> Dinu, Mihai, *op.cit.*, p.233-234.

<sup>66</sup> *Idem*, p. 234-235.

<sup>67</sup> Pentru mai multe detalii vezi Dinu, Mihai, *op.cit.*, p. 235-241.

• *adaptorii* sunt gesturile cele mai puțin legate de comunicare, gesturi stereotipe, cu rol de supapă<sup>68</sup>, care apar în momentele de concentrare (scosul limbii, răsucirea unei șuvițe de păr, mișcări ritmice ale picioarelor) sau de tensiune psihică. Cercetătorii disting:

- *alter-adaptorii*, gesturi de manipulare a obiectelor cu un scop practic (cusut, măturat) care capătă valențe comunicaționale în folosirea lor cu scop didactic („așa se ține acul în mână”). Folosiți fără intenționalitate comunicațională, alter-adaptorii pot da indicii asupra nivelului de îndemânare sau de implicare a emițătorului;
- *auto-adaptorii* (*manipulatori* în terminologia lui R.B.Adler și G.Rodman<sup>69</sup>) sunt gesturi de manipulare a propriului corp (scărpinarea obrazului, frecatul palmelor, masajul feței, trosnitul degetelor) și mișcări pentru satisfacerea nevoilor biologice, de multe ori considerate indecente și interzise în manifestarea lor publică;
- *adaptorii obiectuali* (așa cum apar în cercetările lui Ray L. Birdwhistell<sup>70</sup>), adică gesturile mecanice și repetitive făcute cu diferite obiecte (jucatul cu un creion sau pix, bătutul ritmic în masă cu un pix, învârtitul unui pahar pe masă).

Desmond Morris<sup>71</sup> propune o altă tipologie a gesturilor, împărțindu-le în:

- *gesturile expresive* sunt expresii faciale ce ilustrează stări emoționale și scapă controlului voluntar);
- *gesturile mimate* sunt cele prin care se încearcă imitarea cât mai exactă a unei persoane, acțiuni, obiect. Putem vorbi de:
  - *mimetism social* (zâmbetul larg afișat la întâlnirea cu o persoană pe care nu ne face deloc plăcere să o vedem),
  - *mimetism teatral* (încercarea deliberată de imitare a unor acțiuni opri persoane);
  - *mimetism parțial* (imitarea unor obiecte, acțiuni neconforma cu realitatea – imitarea zborului, a sinuciderii),
  - *mimetism în gol sau în absența relaționării cu un obiect anume* (mimarea senzației de foame).
- *gesturile schematice* sunt apropiate de cele mimate, un fel de variantă prescurtată;
- *gesturile simbolice* sunt cele care semnifică o calitate abstractă, fiind foarte conotate cultural (de exemplu gestul italian pentru „încornorat”, gestul francez „mon oeil” pentru o exagerare);
- *gesturile tehnice*, specifice și semnificative doar pentru anumite profesii ori grupuri sociale (semnalizarea existenței unui radar ori a poliției prin aprinderea succesivă a luminii farurilor);
- *gesturile codificate* sunt asemănătoare cu cele tehnice, fiind specifice unor anumite categorii (surdo-muți, de exemplu).

<sup>68</sup> Coman, Alina, Coman, Claudiu, *Tehnici de comunicare și negociere. Curs practic*, Brașov, Universitatea Transilvania Brașov, 2002, p. 32.

<sup>69</sup> Cf. Chelcea, S., Ivan L., Chelcea A., *op.cit.*, p.134.

<sup>70</sup> Birdwhistell, Ray, *Kinesics and Context : Essays in Body Motion Communication*, Philadelphia: University of Pennsylvania Press, apud Chelcea, S., Ivan L., Chelcea A., *op.cit.*, p. 134-135.

<sup>71</sup> Desmond Morris, apud Chelcea, S., Ivan L., Chelcea A., *op.cit.*, p.135-137.



Ar fi interesant să amintim, pe urmele lui Septimiu Chelcea și a colaboratorilor săi<sup>72</sup>, tipologia gesturilor propusă de J.B.Bavelas în corelație cu rolul acestora în conversație, în interacțiunile de tip *face-to-face* :

- *gesturi legate de conținutul discuției* (emblemele și ilustratorii din clasificarea lui Ekman);
- *gesturi interactive* care potențează discursul. Între acestea, Bavelas menționează *gesturile făcute în grabă* (indicarea grăbită a direcției, a adresei), *gesturile de citare* cu rol de reglare a feed-back-ului la nivelul receptorului, *gesturile de căutare* a ajutorului și a relaționării, *gesturile de reciprocitate*, de dare sau de solicitare de răspunsuri.

Intenția de comunicare generează trei tipuri de gesturi:

- *gesturi afective* subdivizate în:
  - *gesturi afective centrifuge* marchează o stare de euforie;
  - *gesturi afective centripete* marchează o stare de disforie, tristețe, stânjeneală;
- *gesturi modale* marchează negația, interogația, dubiul;
- *gesturi fatice*, de întâmpinare sau de respingere marcând valențele intersubiective ale comunicării<sup>73</sup>.

Putem face și o altă distincție semnificativă între:

- *gesturi involuntare* (încovoierea coloanei vertebrale, căderea umerilor sub „apăsarea” unei supărări),
- *gesturi voluntare*, conforme unui anumit cod socio-cultural (mișcare repetitivă a mâinii cu palmele în jos – calmarea interlocutorului, diminuarea ritmului unei acțiuni).

Gesturile mai servesc și la definirea rolurilor și situațiilor sociale: cei care dețin autoritatea sau o poziție ierarhic importantă fac gesturi ample, cei caracterizați de slăbiciune, timiditate, lipsă de încredere fac gesturi restrânse, limitate<sup>74</sup>.

**6.7.2. Mișcările corpului și aspectul cognitiv al limbajului.** Bernard Rimé, cercetător la Universitatea Catolică de la Louvain-la-Neuve, Belgia, insistă asupra relației evidente dintre mișcările corpului și aspectul cognitiv al limbajului<sup>75</sup>. Toate experimentele făcute de acest cercetător dovedesc faptul că omul gândește mai bine atunci când se mișcă, decât în stare de imobilitate. Și, lucru surprinzător, cu cât are un vocabular mai bogat și mai nuanțat, cu atât face mai multe gesturi atunci când vorbește ori gândește intens. Vedem astfel cum expresia kinezică are un rol primordial în elaborarea mesajului<sup>76</sup>.

---

<sup>72</sup> Cf. Chelcea, S., Ivan L., Chelcea A., *op.cit.*, p. 137.

<sup>73</sup> Greimas, A.J., Courtès, J., *Sémiotique. Dictionnaire raisonné de la théorie du langage*, Paris, Hachette, 1979, p. 165.

<sup>74</sup> Cf. Baylon, Christian, Mignot, Xavier, *op.cit.*, p. 144.

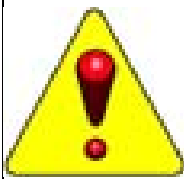
<sup>75</sup> Cf. S. Moscovici, *Psychologie sociale*, Paris, PUF, 1984.

<sup>76</sup> Cf. Martin, Jean-Claude, *op.cit.*, p. 27.

Beneficiile gesturilor<sup>77</sup>:

- ajută la clarificarea argumentelor prezentate, ceea ce conduce la facilitarea mesajului oral;
- conferă relief ideilor prezentate, conduc la completarea și dezvoltarea imaginilor verbale în mintea auditorilor;
- accentuează și amplifică cuvintele, ajutând la exprimarea mai clară a ideilor și sentimentelor;
- ajută la înlăturarea tensiunii nervoase care însoțește orice exprimare verbală în public;
- acționează ca suport verbal care mărește atenția auditoriului și facilitează memorarea;
- mobilizează auditoriul;
- se văd de departe, chiar dacă cuvintele nu sunt foarte bine receptate, auzite

## 6.7.3. Semnificația gesturilor

**Gesturile care ne trădează**

„Imaginați-vă că stați de vorbă cu un vechi coleg de școală despre zilele de școală petrecute împreună. Îl întrebați dacă nu îi e dor de vremurile acelea. „Ah, nu” răspunde el. Nu am nici un fel de regrete. Mă bucur că s-a terminat”. În timp ce vorbește, își trece ușor degetul arătător pe sub ochiul drept. Nu există nici un motiv ca acest gest minuscul să vă atragă atenția și dacă totuși îl observați probabil vă imaginați că îndepărta un fir de praf de pe față. Gestul era de fapt un indicator comportamental și aruncă o lumină cu totul diferită asupra adevăratelor sentimente ale prietenului dumneavoastră. Deși acesta afirmă cu nu regretă zilele de școală, o parte a creierului său este de altă părere și comandă degetului să ștergă de pe obraz o lacrimă imaginară. Astfel, în timp ce partea conștientă a creierului său spune „Nu regret nimic”, o altă parte creează un indicator comportamental care spune „De fapt, am regrete!”. Momentan este posibil ca prietenul dumneavoastră să realizeze care sunt sentimentele sale adevărate, dar este foarte puțin probabil ca el să observe și ce face degetul său rebel sau ce spune acest gest despre sentimentele sale.

Prietenul care șterge o lacrimă imaginară creează un indicator comportamental autonom, un gest care nu are alt scop decât să indice adevăratele sale sentimente. Deoarece acești indicatori comportamentali autonomi nu sunt intenționați sunt rareori observați de persoanele care îi produc sau de cele care îi văd. Lucrurile nu stau chiar la fel și cu indicatorii comportamentali conecși, care sunt legați de o anumită activitate. De exemplu, când două persoane sunt prezentate, faptul că dau mâna nu spune la fel de mult ca felul în care o fac. Cât de strâns apucă mâna celuilalt, cum își orientează palma, cât entuziasm arată, cât de mult încearcă să domine, cuvintele pe care le folosesc pentru a se saluta, toate acestea sunt indicatori comportamentali conecși. În cadrul ritualului de salut ei arată cum este fiecare persoană și ce încearcă să obțină de la celălalt”<sup>78</sup>.

<sup>77</sup> *Le langage corporel. Chaque geste est parole, Comment maîtriser la communication non verbale, Traduit de l'américain par La Banque Royale du Canada et Le Comité de Traduction, District 61, TOASTMASTERS INTERNATIONAL, INC., P.O. Box 9052, Mission Viejo, CA 92690 USA, (949) 858-8255, [www.toastmasters.org](http://www.toastmasters.org), [www.toastmasters.org/FR201-gestures.aspx](http://www.toastmasters.org/FR201-gestures.aspx)*

<sup>78</sup> Collett, Peter, *Cartea gesturilor. Cum putem citi gândurile oamenilor din acțiunile lor*, București, Editura Trei, 2005, p. 11-12.

## 6.8. Postura

*Cunoașterea ne face să îngenunchem,  
postură indispensabilă dragostei ...*

Maica Tereza

Poziția corpului este un fel de gest încremenit și reprezintă un mod de relaționare, oferind extrem de multe informații legate de dorința de comunicare, de atitudini, emoții, educație, afectivitate, ierarhie socială, etc.<sup>79</sup>.

### 6.8.1. Tipuri de posturi

Distingem patru tipuri de *posturi globale*: *de supunere*, *de dominare*, *de respingere* și *de partaj*. Aceste posturi globale se compun dintr-o serie de posturi parțiale, care întăresc sau destructurează impresia de ansamblu. Se poate întâmpla ca două posturi parțiale să fie purtătoare de elemente contradictorii, ori ca o singură postură parțială să fie revelatorie pentru un adevăr disimulat, ea nefiind în acord cu postura globală aleasă în mod voit. Spiegle și Machotka numesc o asemenea postură „grimasa corpului”<sup>80</sup>.

- *Postura de abordare* sau *primire* este expresia corporală tipică a două persoane care se întâlnesc. Fiecare merge către celălalt, cu bustul ușor înclinat, gâtul puțin întins, mâna întinsă către celălalt, deschisă în semn de partaj. Această postură este mai marcată în cazul anumitor funcții (papa are o poziție specifică, poziția a două persoane care împărtășesc un secret etc.).

- *Poziția de respingere* sau *de evitare* este cea a individului care se apără (poziția specifică a boxerului care vrea să evite loviturile, a jucătorului de scrimă etc.) cu bustul aplecat către spate, cu mâinile ridicate a apărare.

Postura evidențiază o anumită atitudine. Astfel:

- *postura în contracție* semnifică o atitudine supusă, timidă, introvertă: capul între umeri, ușor înclinat, umerii căzuți, bustul curbat, coatele pe lângă corp, picioarele adunate. Perispațiul este redus, ocupând puțin loc.

- *postura în extensie* semnifică o atitudine dominatoare: bărbia și capul ridicate, umerii largi, brațe deschise, picioare îndepărtate, palmele către sol, impresie de supradimensionare.

- *postura în abordare* demonstrează o atitudine participativă: capul înainte, gâtul ușor lungit, bustul aplecat în afară, postura dovedește interesul față de interlocutor, dorința de comunicare.

- *postura de respingere* dovedește o atitudine de refuz: capul întors, brațele în barieră, bustul în profil, privire oblică.

---

<sup>79</sup> Vezi excelenta prezentare a posturii în Chelcea, S., Ivan L., Chelcea A., *op.cit.*, p. 150-155.

<sup>80</sup> Cf. Martin, Jean-Claude, *op.cit.*, p. 35. Ne bazăm prezentarea posturilor pe descrierea făcută de autor (*op.cit.*, p. 35-41).

Orice schimbare de postură globală este purtătoare de semnificații și permite decodarea rapidă a atitudinii interlocutorului. Ruptura de postură este și ea importantă pentru că informează asupra stării interlocutorului, intențiilor ori dispoziției sale.

Există *posturi incluzive* și *nonincluzive*. În interacțiunea dintre două persoane, există sau nu o anumită complementaritate a orientării corpurilor. Dacă cei doi vor să își spună un secret, își vor orienta corpul unul față de altul, deschizând unghiul către spațiul gol și plasându-se cu spatele la ceilalți.

Există *posturi de tip vizavi* și *posturi de tip umăr la umăr*. În posturile de tip vizavi, cele două corpuri stau față în față. În posturile frontale poate exista un raport de agresivitate, dar și de sinceritate maximă atunci când se privesc ochi în ochi. Uneori această postură apare în situații profesionale, marcând cuplurile profesor-elev, medic-pacient, vânzător-cumpărător. Posturile de tip umăr la umăr se deschid către o a treia persoană sau către un spațiu comun.

Se mai vorbește de *posturi congruente*, în care posturile celor doi interlocutori sunt similare, și *posturi incongruente* marcate de o anumită nerelaționare (lipsa privirii interlocutorului de exemplu). Posturile incongruente semnifică în cel mai bun caz diferențele de statut, dar și dezacordul, divergența<sup>81</sup>.

### 6.8.2. Secvențele posturale

Literatura de specialitate menționează faptul curios conform căruia „corpul nostru pare să comunice singur după o schemă preferențială răspunzând mereu aceluiași „trasee” kinezece într-o situație determinată”<sup>82</sup>. Astfel, secvențele individuale ar putea fi structurate în jurul a trei nivele diferite:

- *Punctul*: este o postură determinată, care, într-un anumit context, poate dura un timp oarecare înainte de a fi schimbată brusc cu o alta. În anumite situații de interacțiune, corpul nostru revine sistematic la maxim cinci puncte, mereu aceleași. Pentru a trece de la un punct la altul, e nevoie de o mișcare tranzitorie, și ea aceeași, servind drept punte între două puncte.

- *Poziția*: este vorba de o succesiune de puncte, un ansamblu de posturi repetitive inserate într-o secvență.

- *Prezentarea*: mai multe poziții se succed timp de mai multe minute sau ore pentru a alcătui un ansamblu de mișcări, numit *prezentare*. Prezentarea ia sfârșit prin deplasarea corpului într-un alt context situațional (socio-afectiv), extrem de important pentru că el programează într-un anumit fel posturile umane.

Posturile picioarelor (posturi parțiale) arată și ele multe despre noi: vârfurile apropiate și călcâiele depărtate semnifică un caracter introvertit, picioarele larg deschise, cu vârfurile depărtate trădează un caracter extravertit.

<sup>81</sup> Cf. Chiru, Irena, *Comunicarea interpersonală*, București, Editura Tritonic, 2003, p. 38.

<sup>82</sup> Martin, Jean-Claude, *op.cit.*, p. 39.

Posturile sunt extrem de importante și pline de semnificații foarte codificate în cadrul serviciului religios (poziția preotului în timpul slujbei, în momentul miruirii, în timpul împărtășaniei etc.), dar și în sport (fotbal, tenis, rugby).

### 6.8.3. Jocul palmelor

„Când oamenii mint, mâinile spun adevărul” ne învață un proverb chinezesc.

Dintre posturile parțiale, jocul mâinilor este poate cel mai interesant și plin de semnificații. Palmele sunt cele mai bogate în semnificații de tot felul. Astfel:

- *palmele întoarse către cer*, postura favorită a preoților, semnifică bunăvoință, partaj, sinceritate;
- *palmele întoarse în jos* exprimă dominație, putere, poziție socială superioară;
- *palmele paralele, perpendiculare cu solul* exprimă atașamentul față de un argument, hotărârea, deseori încăpățânarea;
- *palmele deschise înaintea brațelor pe lângă corp* exprimă neputință, incapacitate, imposibilitatea de a face ceva;
- *palmele deschise către sol, plasate înaintea, către celălalt, ridicate la nivelul bustului* exprimă refuzul, un fel de poziție barieră care apare în situațiile de teamă, spaimă, refuz;
- *palmele închise (pumn)* exprimă amenințare, tensiune, mânie, dar și energie, voință, hotărâre<sup>83</sup>.

### 6.9. Comunicarea cromatică

*Culoarea este gloria luminii.*  
Jean Guitton, *Testamentul meu filosofic*

Michel Pastoureau, primul mare specialist în istoria culorilor, vorbind despre raportul dintre culoare și istorie afirmă: „culoarea nu este atât un fenomen natural cât o construcție culturală”<sup>84</sup>. Istoricul susține, pe bună dreptate, că orice istorie a culorilor nu este decât una socială, culoarea definindu-se, înainte de toate, ca „un fapt de societate. Societatea este cea care „face” culoarea, care îi conferă definiție și sens, care-i construiește codurile și valorile”<sup>85</sup>.

Culoarea este prezentă într-o formă rudimentară și, în general, necontrolată conștient, prin fenomene ca schimbarea culorii obrazilor în cazul unor emoții puternice ca de pildă spaima, mândria, rușinea (de unde și expresia “să-ți fie rușine obrazului”) ori a unor boli precum hepatita.

Domeniul semnificării prin culoare s-a extins mult prin introducerea unor coduri explicite, ca de pildă în heraldică, semnalizarea navală cu fanioane, semaforizare, asocierea dintre sentimentul național și culorile drapelului de stat sau a unor coduri implicite ca în domeniul vestimentației, al artelor decorative ori al machiajului.

---

<sup>83</sup> Vezi și Mihai Dinu, *Fundamentele comunicării interpersonale*, București, Editura All, 2004, p. 244-245.

<sup>84</sup> Pastoureau, Michel, *Bleu. Histoire d'une couleur*, Paris, Seuil, 2006, p. 5.

<sup>85</sup> *Idem*, p.8.

Întâlnim codificări cromatice stricte în domeniul vestimentar: culoarea hainelor permite identificarea apartenenței la o categorie socio-profesională sau la un grup anume (soldați, medici, judecători, preoți, suporterii ai unor echipe sportive, mirese, persoane în doliu etc.).

Culoarea este extrem de conotată, fiind purtătoare de semnificații pozitive ori negative.

Prezentăm efectele, simbolurile pozitive și negative ale principalelor culori, plecând de la interpretările lui Michèle Jouve și Ion-Ovidiu Pânișoară<sup>86</sup>: (tabelul 6.4)

Tabelul 6.4

Culoare	Efecte	Simboluri pozitive	Simboluri negative
0	1	2	3
ROȘU	acțiune, vivacitate, dinamism, agresivitate, emoție, simpatie	Foc, sânge, inimă, acțiune, dragoste, dorință, forță, putere, dinamism, pasiune, bucurie, sărbătoare, vitalitate, operativitate	violență, dominație, excitabilitate, agresivitate, război, semnal, alarmă, interdicție, crimă, mânie, păcat, pericol, latură ofensiv-agresivă
PORTOCALIU	creativitate, emotivitate, bucurie, căldură, stare de bine	glorie, splendoare, progres, echilibru între conștient / inconștient, fizic / mental	vanitate, violență (oranj cu dominantă roșu), înșelăciune
GALBEN	stimulează ochiul și intelectul, bună dispoziție, emotivitate, simbol al inspirației	soare, căldură, lumină, aur, divinitate, căldură, repaus, energie, bogăție (galben auriu), veselie, prosperitate, lux, puritate, bucurie, vivacitate, spontaneitate, originalitate, dorință de schimbare, productivitate	înșelătorie (galben închis), perfidie (galben lămâie), minciună, trădare, nebunie (asociat cu verdele), lipsă de inhibiție
VERDE	odihnește, calmează, acidulează, neliniștește uneori (verdele sumbru)	speranță, încredere, toleranță, lumea vegetală, apă, originea vieții, burghezie, primăvară, tinerețe, expansiune, speranță, regenerare spirituală, înviere, victorie, toleranță, permisiune, libertate, fermitate, constanță, persistență, dorință de autoîmbunătățire	răceală, indiferență, piază-rea, nebunie (asociat galbenului), invidie, mânie, nevoia/dorința de posesie, dominare, înalt nivel al stimei de sine

<sup>86</sup> Michèle Jouve, *La communication publicitaire. Approche stratégique. Exercices d'application*, Montreuil, Bréal, 1991, p. 190, Michèle Jouve, *Comunicarea. Publicitate și relații publice*, Iași, Polirom, 2005, p. 159-163 și Pânișoară, Ion-Ovidiu, *op.cit.*, p. 94-95.

. Comunicarea nonverbală. Kinezica

ALBASTRU <sup>87</sup>	împrospătează, liniștește, incită la meditație, creează magia, relaxează sistemul nervos,	Cer, aer, vânt, mare, aventură, libertate, noapte calmă, imaterialitate, puritate, pace, odihnă terestră, ideal, vis, înțelepciune divină infinită, habitate al zeilor, perfecțiune morală, loialitate, fidelitate, romantism, introspecție, idealizare, magie, feminitate (asociată mării), dulceață (asociată femeii), calm, unitate, repaos, grijă, afecțiune	Melancolie, blues, „inimă albastră”
VIOLET	teamă, jenă, stare dezagreabilă	ceremonial, demnitate, seriozitate, cunoaștere, erudiție, religie, spiritualitate, reîncarnare, magie, profunzime spirituală seriozitate	melancolie, teamă, semidoliu, trecerea de la viață la moarte, supunere ocultă, impulsivitate, competitivitate, insecuritate, vulnerabilitate
MARO	culoare ambiguă, amestecând sistematic pozitivul cu negativul, odihnește privirea (combinat cu alte culori), deprimă (singur)	pământ, gravitate, soliditate, tradiție, materialism, conservatorism, securitatea căminului, a familiei, nevoie de confort și securitate <sup>88</sup>	severitate, constrângere, mocirlă, materialism, conservatorism
NEGRU	deprimă (singur), conferă clasă	solemnitate (în combinație cu alb), clasă, distincție, caracter oficial, seriozitate, mister	moarte, nimic, extincție, renunțare, tenebre, doliu, bătrânețe, austeritate, frică, nefericire, păcat, singurătate
ALB	calmează, împrospătează, poate da senzația de gol, de tăcere, răceală (singur)	puritate, lapte, zăpadă, gol, inocență, puritate, perfecțiune, pace, aristocrație, simplitate, discreție, igienă, curățenie,	lipsă a sufletului, impersonalitate, spital
GRI	deprimă, întristează, exprimă neimplicarea ori mascarea interesului	seriozitate, cuviință, neutralitate	austeritate, sărăcie (nuanța deschisă), disperare (nuanța închisă)

Simbolistica culorilor, construită de-a lungul timpului, din Antichitate până în zilele noastre și profund conotată cultural, trebuie totdeauna contextualizată și coroborată cu celelalte manifestări nonverbale ale persoanei, în vederea unei analize pertinente a comportamentului său comunicațional. În același timp, arhitectura și decorația interioară țin cont de întreaga simbolistică a culorii pentru crearea unor spații conviviale, cu deschidere comunicațională.

<sup>87</sup> Culoarea preferată de 50% din respondenții unui studiu realizat în Europa Occidentală și SUA (Cf. Michèle Jouve, *Comunicarea. Publicitate și relații publice*, Iași, Polirom, 2005, p. 159).

<sup>88</sup> Se pare că maroul a fost culoarea preferată după cel de-al doilea război mondial tocmai pentru aceste valențe de securitate. Cf. Pânișoară, Ion-Ovidiu, *op.cit.*, p. 95.

## 6.10. Haptica sau comunicarea tactilă

*Atingerea este cea mai demistificatoare dintre toate simțurile,  
spre deosebire de privire care este cea mai magică.*

Roland Barthes, *Mitologii*

Chiar dacă societățile occidentale avansate nu sunt “societăți tactile”, atingerea dintre indivizi continuă să reprezinte un însemnat liant social.

Stanley Jones și Elaine Yarbrough au încercat să clasifice *funcțiile comunicării tactile*<sup>89</sup>, delimitând cinci clase principale:

- *atingeri care transmit emoții pozitive, calde, afectuoase*: adultul care mângâie un copil, șeful care te bate pe umăr a încurajare, strângerea călduroasă de mână etc.
- *atingeri în joacă*, sunt înzestrate cu un potențial metacomunicativ important și ușurează interacțiunea fără a angaja totuși răspunderea celui ce face gestul: ex. dezmierdarea, pălmuirea în glumă, gesturi camaraderești etc.
- *atingeri “de control”* ce vizează dirijarea comportamentului, a atitudinilor și chiar a sentimentelor persoanei atinse: ex. un mic semn tactil poate atrage atenția interlocutorului să ne privească, să se dea la o parte, să fie atent la ceva, să se grăbească, să stea locului etc. Atingerile de control implică, în general, o relație de dominare și de aceea ele sunt efectuate unidirecțional<sup>90</sup> (să ne gândim numai la cuplurile patron-angajat, profesor-elev, director-secretară etc.).
- *atingerea rituală* ca de pildă strângerea mâinii la venire ori la plecare. Acest gest are foarte multe implicații și îmbracă numeroase forme (atitudini de dominare, egalitate sau supunere comunicate prin intermediul poziției mâinii celui care inițiază gestul de salut, forța cu care se strânge mâna, implicarea emoțională prin alăturarea celeilalte mâini, sărutul mâinii ca semn de considerație și supunere, sărutarea pe obraz).
- *atingerea în alt scop decât comunicarea propriu-zisă*: susținerea unei persoane care urcă sau coboară (gestul de ghidaj), atingerea frunții pentru a lua temperatura, atingerea încheieturii mâinii pentru a lua pulsul. Chiar dacă scopul nu este comunicativ, gesturile sunt totdeauna încărcate de informații afective, putând trăda prezența unor sentimente pozitive (grijă, sollicitudine, respect) ori negative (ostilitate ascunsă sau fățișă)<sup>91</sup>.

*Autoatingerile* au extrem de multe semnificații în funcție de zona atinsă a corpului, sunt conotate cultural și dependente de context (gestul cu degetul la tâmplă poate semnifica „mă gândesc”).

<sup>89</sup> Apud Mihai Dinu, *Comunicarea. Repere fundamentale*, București, Editura Algos, p. 211-212.

<sup>90</sup> Vezi analizele lui Erving Goffman care scot în evidență unidirecționalitatea atingerilor de control, numai superiorul ierarhic putând face un asemenea gest. Dacă o atingere de control ar fi făcută de un inferior ierarhic ar declanșa, cu siguranță, o reacție negativă din partea superiorului său. Cf. Goffman, Erving, *Interaction Ritual*, New York: Bantam, 1967.

<sup>91</sup> Cf. Mihai Dinu, *Comunicarea. Repere fundamentale*, București, Editura Algos, p. 208-215.



Strângerea de mână este, de cele mai multe ori, decodată în termeni de caracter: 66% dintre oameni asociază o strângere de mână moale cu lipsa de caracter. Cele mai apreciate strângeri de mână sunt cele energice, dinamice, ferme (44%) deschise (28%). Cele mai puțin apreciate strângeri de mână sunt cele tip „pește mort” (45%), umede (17%), prea lungi (11%)<sup>92</sup>. (tabelul 6.5)

Tabelul 6.5

Tip de strângere de mână	Trăsătură de caracter asociată	%
moale	lipsă de caracter	66%
foarte lungă	compătitor, călduros, mulțumire	63%
fermă	franc, direct, cu caracter	38/ 34%
puternică	autoritar franc și cordial	29% 25%
umedă	din cauza căldurii anxios, nervos	41% 32%
Scurtă	spirit vioi cu caracter	38% 34%
lipicioasă	afecțiune lipsă de respect	48% 34%
cu evitarea privirii	timid prefăcut, perfid	47% 31%

Allan Pease descrie mai multe moduri de a strânge mâna<sup>93</sup>: (tabelul 6.6)

Tabelul 6.6

Modalitate	Semnificație
strângere de mână gen „pește mort”	lipsă de caracter, lipsă de fermitate, slăbiciune, senzație de mână moale, flască, fără vlagă
strângere de mână gen „menghină”	agresivitate
strângere de mână gen „mănușă” (strângerea de mână a politicianilor)	dorință de a crea impresia unui om demn de încredere, onest. De evitat la prima întâlnire, efectul obținut fiind contrar celui așteptat.
strângere de mână cu brațul rigid	agresivitate, urmărește ținerea la distanță a celuiilalt, în afara zonei intime
strângere de mână cu apucarea vârfului degetelor	lipsă de încredere în sine, urmărește ținerea la distanță a celuiilalt, în afara zonei intime
strângere de mână cu tragerea de braț a primitorului	fie lipsă de decizie, fie apartenență la o cultură de contact apropiat
strângere de mână cu prinderea încheieturii mâinii (cu ambele mâini)	sinceritate, încredere, profunzime a sentimentelor, gest acceptabil numai între prieteni și apropiați

## 6.11. Cronemica sau percepția și semnificația timpului

*Timpul vorbește. El vorbește mai simplu decât cuvintele.  
Mesajul pe care îl are se transmite cu voce tare și foarte clar.  
Pentru că este utilizat mai puțin conștient,  
el nu riscă să fie denaturat așa cum este limbajul vorbit.  
El poate spune adevărul, atunci când cuvintele mint.  
Edward Hall, *Le langage silencieux*<sup>94</sup>*

<sup>92</sup> <http://www.format.pf/dlangage.html>

<sup>93</sup> Pease, Allan, *op.cit.*, p. 58-64.

<sup>94</sup> Hall, T., Edward, *Le langage silencieux*, Paris, Seuil, 1984, p. 18.

Edward Hall este cel care propune termenul de *cronemică* pentru a desemna studiul funcției de comunicare a timpului – perceperea, structurarea și utilizarea lui - . Cercetătorul consideră că timpul trebuie tratat ca un limbaj<sup>95</sup>, a cărui cunoaștere facilitează sau blochează relația noastră cu celălalt.

„Înțelegerea diferenței dintre *timpul monocronic* și *timpul policronic* este esențială”<sup>96</sup>. (tabelul 6.7)

Tabelul 6.7

Timpul monocronic	Timpul policronic
Pas cu pas	Activități simultane
Etapă după etapă	Ciclic, circular
Timp linear, de la prezent către viitor	Timp punctual: acum
Foarte precar ( <i>Ce poți face azi, nu lăsa pe mâine</i> )	Abundență ( <i>E și mâine o zi!, Avem timp destul!</i> )
Program, bani	Relație, schimb
Fără întreruperi!	Întreruperi
Punctualitate importantă	Relativizarea punctualității
Sistematic, scheme logice, detaliate,	Răbdare
Planificare riguroasă	

În abordarea de tip monocronic, oamenii consideră că timpul trebuie foarte bine gestionat: sarcinile lor sunt descompuse în părțile lor componente și sunt abordate după un plan riguros prestabilit. Aceste persoane sunt punctuale, sistematice, nu iubesc întreruperile, conducându-se după deviza *Time is money*. Astfel, *timpul monocronic* este timpul linear, tangibil, divizibil în părți din ce în ce mai mici și mai precise.

Alții, în schimb, preferă activitățile simultane, acceptă cu ușurință întreruperile, nu sunt obsedați de punctualitate, tratează mai multe priorități în același timp: este abordarea policromă. *Timpul policronic* este caracterizat prin efectuarea de mai multe activități deodată și printr-o implicare mult mai puternică a oamenilor în aceste activități.

Jacques Le Goff sublinia diferențele dintre „timpul linear”, propriu economiei industriale, și cel „circular”, asociat anotimpurilor și ritmului biologic<sup>97</sup>.

**6.11.1. Timpul tehnic, timpul formal și timpul informal.** În *Le langage silencieux*, Hall arată că orice cultură cunoaște trei sisteme temporale distincte: *timpul tehnic*, *timpul formal* și *timpul informal*. *Timpul tehnic*, măsurat cu o precizie extraordinară, ilustrează gradul de evoluție tehnică și științifică la un moment dat al istoriei. *Timpul formal* reprezintă modul tradițional în care oamenii privesc timpul în mod conștient, iar *timpul informal* este reprezentat de percepția și utilizarea timpului, așa cum au fost ele învățate în timpul

<sup>95</sup> Hall, T., Edward, *La danse de la vie. Temps culturel, temps vécu*, Paris, Seuil, 1984, p. 11.

<sup>96</sup> Hall, T., Edward, „The hidden dimensions of time and space in today’s world” în Poyatos, F., (ed), *Crosscultural Perspectives in Nonverbal Communication*, Toronto: CJ Hogrefe, p. 142-152, apud Chelcea, S., Ivan L., Chelcea A., *op.cit.*, p. 91.

<sup>97</sup> Apud Chelcea, S., Ivan L., Chelcea A., *idem*, ibidem.

socializării indivizilor și care nu sunt întotdeauna conștientizate. Punctualitatea este unul dintre cele mai importante aspecte ale timpului informal.

**6.11.2. Timpul măsurat după activități și timpul măsurat după ceas.** Abordarea sociologică a utilizării timpului scoate la iveală perspective diferite în percepția timpului. Astfel, E.P.Thompson<sup>98</sup> a descris două tipuri de timp: *timpul măsurat după activități* și *timpul măsurat după ceas*. Primul este specific epocii preindustriale, fiind mai apropiat de om ca înțeles. Autorii lucrării *Comunicarea nonverbală. Gesturile și postura* menționează faptul că la noi, în zonele rurale, încă se mai vorbește de „lucru cu ziua”, „a lucra cu ziua”, „zi-muncă”, fără a se preciza numărul de ore despre care este vorba. *Timpul măsurat cu ceasul* implică o dihotomie clară între timpul afectat muncii și cel rezervat timpului liber<sup>99</sup>.

**6.11.3. Timpul științific /vs/ timpul social.** O altă distincție este pertinentă în analiza bugetelor de timp: *timpul științific /vs/ timpul social*, primul fiind perfect măsurat matematic, cel de-al doilea implicând trăiri emoționale, pozitive ori negative.

**6.11.4. Timpul tehnic.** În *Introducere în științele comunicării*, John Fiske vorbește despre *timpul tehnic*<sup>100</sup>, pe care cercetătorul îl interpretează ca pe capacitatea oamenilor de a se adapta, mai repede ori mai lent, la progresele tehnice și științifice care ne marchează viața: performanțele tehnosferei, cu toate binefacerile lor, conduc, inevitabil, la deplasarea reperelor familiare și constituie un factor de anxietate, mai ales în sfera profesională. Fiske aduce în discuție contradicțiile care apar între *timpul lent* și cel *tehnic*: „Contrar timpului lent, aproape încremenit, al marilor istorisiri care structurează ordinea simbolică sau relația etnică, timpul tehnic orientează durata după o săgeată ireversibilă. Etnicul (sau culturalul) și tehnicul marchează astfel două moduri opuse de a trăi timpul: cultura încurajează întoarcerile la origini, renașterile, redescoperirile periodice ale unor opere uitate și aduce în viețile noastre fragmente de trecut, încât însuși conceptul de cultură pare inseparabil de această aprofundare retrogradă a timpului; în schimb științele și tehnicile nu-și asumă povara unui mare bagaj istoric și ne împing să trăim *on line*, în pas cu ultimele descoperiri”<sup>101</sup>.

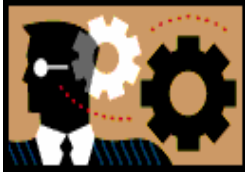
---

<sup>98</sup> Apud Chelcea, S., Ivan L., Chelcea A., *op.cit.*, p.94.

<sup>99</sup> Cf. Chelcea, S., Ivan L., Chelcea A., *idem*, ibidem.

<sup>100</sup> Fiske, John, *Introducere în științele comunicării*, Iași, Polirom, 2000, p. 82.

<sup>101</sup> *Idem*, p. 83.



### **Test de autoevaluare T 6.1**

Prezentați elementele specifice percepției timpului.



### **Lucrare de verificare V 6.1**

Prezentați elementele principale ale comunicării cromatice.



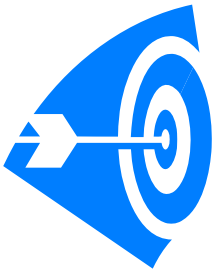
### **Bibliografia minimă necesară studenților pentru parcurgerea C6**

- Cameron, Milton, *Comunicarea prin gesturi și atitudini. Cum să înveți limbajul trupului*, Iași, Polirom, 2005.
- Chiru, Irena, *Comunicarea interpersonală*, București, Editura Tritonic, 2003
- Collett, Peter, *Cartea gesturilor. Cum putem citi gândurile oamenilor din acțiunile lor*, București, Editura Trei, 2005.
- Coman, Alina, Coman, Claudiu, *Tehnici de comunicare și negociere. Curs practic*, Brașov, Universitatea Transilvania Brașov, 2002.
- Fiske, John, *Introducere în științele comunicării*, Iași, Polirom, 2000.
- Jouve, Michèle, *Comunicarea. Publicitate și relații publice*, Iași, Polirom, 2005,
- O'Sullivan, Tim, ș.a., *Concepte fundamentale din științele comunicării și studiilor culturale*, Iași, Polirom Collegium, 2001.
- Prutianu, Ștefan, *Antrenamentul abilităților de comunicare. Limbaje ascunse*, Vol. II, Iași, Polirom, 2005.

**Capitolul: COMUNICAREA PROFESIONALĂ**

**C7. COMUNICAREA PROFESIONALĂ  
ELEMENTE DE BAZĂ**

<b>Cuprins</b>	<b>Pagina</b>
Obiective	128
7.1. Expunerea orală: prezentare sau dezbateri	128
7.1.1. Pregătirea pentru prezentarea orală	128
7.1.2. Principii utile pentru prezentarea orală	129
7.1.3. Memo: pentru a reuși o prezentare orală	133
7.2. Moderarea unei reuniuni	135
7.3. Prezentarea unei expuneri multimedia	138
7.4. Posterul științific	139
Test de autoevaluare T 7.1	141
Lucrare de verificare V 7.1	141
Bibliografie	142



- **Obiectiv** : Cunoașterea principalelor elemente care stau la baza comunicării profesionale.

## 7.1. Expunerea orală: prezentare sau dezbatere



*Prezentare orală* sau *dezbatere* - trebuie distinse de *discurs* și de *conferință*.

*Intervenție orală* adresată unui auditoriu format din maxim 20 de persoane, este exercițiul cel mai frecvent propus studenților: prezentarea de rapoarte, comentariul unui film ...

*Discurs* - tip de comunicare care se adresează unui auditoriu considerat ca un bloc anonim, ca o mulțime.

*Conferință* – auditoriu considerat în aspectele sale funcționale și utilitare → reuniune de persoane cu scopul difuzării de informații într-un domeniu relativ precis. (J.-P. Laurent)

### 7.1.1. Pregătirea pentru prezentarea orală

- **studierea subiectului care va fi prezentat**
- **3 calități așteptate de la cel care expune:**
  - **competență** : intervenția “trece” mai bine atunci când vorbitorul este perceput ca expert, mai “tare” decât auditoriul;
  - **imparțialitate**: auditoriul adoptă rapid o atitudine de respingere din clipa în care, pe drept sau pe nedrept, are impresia că cel care vrea să îl convingă nu este stăpân pe expunerea sa;
  - **proximitate**: cineva care pare prea diferit nu reușește să influențeze auditoriul.
- **reprezentarea situației de comunicare**
- **anticiparea condițiilor expunerii facilitează ajustările**
- **parametrii care intervin:**

#### a/ interlocutorii :

- număr, vârstă, statut, identitate culturală
- intenția de comunicare : a informa, a distra, a determina o acțiune...
- intenția de ascultare: a fi informat, a se amuza, a lua o decizie ...

**b/ spațiu - timp**

- dimensiune, posibilitatea de a servi de un suport
- durată limitată / nelimitată; cunoașterea / ignorarea limitelor de timp

**c/ constrângeri sociale**

- ceea ce este permis / interzis în acel loc și în acel moment

**d/ genuri**

- cu interacțiune amânată : expunere, tur de masă, pledoarie
- cu interacțiune imediată: conversație, interviu, anchetă, lucru în echipă...

**e/ modalități**

- pregătit sau improvizat
- formal (roluri desemnate) sau informal
- cu două persoane sau mai multe
- **pregătirea notițelor**
  - succinte, aerisite, subliniate elementele cele mai importante, structură evidentă, marcată cu culori → găsierea rapidă a ideilor, cuvintelor cheie
  - cel care expune NU CITEȘTE! Citirea textului cu ochii în hârtie este plictisitoare!
- **textul pentru prezentarea orală**
  - trebuie elaborat în funcție de comunicarea directă: un text destinat prezentării orale nu este identic cu un text destinat lecturii
  - textul destinat lecturii este parcurs de cititor în ritmul său propriu, el poate să se oprească, să reia lectura
  - în comunicarea orală, cel care ascultă nu mai urmărește atunci când nu înțelege imediat. Și dacă gândurile lui “zboară”, obiectivul prezentării orale este ratat
- între scris și oral nu există frontiere nete, dar putem opune linearitatea scrisului structurii dinamice a oralității. (Valibel)

**7.1.2. Principii utile pentru prezentarea orală**

- **SCRIS**
  - fraze scurte
  - conectori
  - toate timpurile verbale
  - nominalizări
  - forme active, pasive, negative...
  - cuvinte precise



- **ORAL**
  - fraze simple, scurte
  - fraze juxtapuse
  - fără perfect simplu
  - verbe mai frecvente
  - forme active, afirmative
  - redundanțe : repetiții, reluări, parafraze...
- în comunicarea orală, **pauzele** delimitează unitățile de informație
- sunt indispensabile → permit fiecărui auditor să primească informațiile
- **pauzele pline** nu trebuie confundate cu golurile de memorie sau cu ezitățile → pauzele sunt cele care punctează discursul
- pentru claritate și precizie → folosiți cuvinte puțin uzuale, definiți-le, comentați-le, ilustrați-le cu exemple
- cu cât nivelul cultural al destinatarului este mai redus, cu atât mai mult trebuie să repetați, fie direct (repetiție de cuvinte), fie indirect (perifraze, metafore ... ) noțiunile principale ale mesajului
- mai multă redundanță în exprimarea orală decât în cea scrisă
- **pregătirea materialului**
  - scaunele și mesele trebuie aranjate dinainte
  - aparatura trebuie să fie în perfectă stare (baterii, cabluri, ecran ... )
  - reperarea pasajelor de citit sau de arătat și marcarea lor (căutarea prin hârtii este penibilă)
  - manipularea eficientă a aparaturii
- **structurarea prezentării orale** - este mai agreabil să asculți o prezentare orală bine structurată → cu cât va fi mai didactică, cu atât mai mult structura sa internă va fi subliniată pentru ca auditorii să poată urmări conținutul cu mai multă ușurință → planul va fi memorat și bine stăpânit chiar și în absența notițelor
- **începerea prezentării orale**
- **crearea relației - contractul de comunicare** se stabilește încă de la început : cel care expune va prezenta în ce calitate face expunerea, despre ce va vorbi și cum o va face
- **angajarea subiectului** - după un **acroș** destinat să capteze atenția, cel care expune anunță subiectul pe care îl va trata. Fără a dezvălui esențialul, el balizează prezentarea, anunță structura generală și arată care va fi “câștigul” auditoriului.

- **organizarea:**
  - **progresia**
    - În funcție de semnele de atenție pe care le primește cel care expune, introduce conținut nou sau își dezvoltă prezentarea
  - **anunțarea structurii**
    - e mai agreabil să urmărești o prezentare bine structurată, în care se tratează, rând pe rând, câte o temă și când ești anunțat când se schimbă tematica → “pachetele de informație” sunt recognoscibile prin formule: anunțarea planului expunerii, indicații care subliniază trecerea de la o sub-temă la alta ...
- **interacțiunea:**
  - evaluarea, în calitate de E și de R, a funcționării comunicării în curs, adică reperarea punctelor de disfuncție
  - luarea deciziei de a face anumite ajustări referitoare la spațiu, timp, corp, voce, conținut (informații și construcție, expresie lingvistică, retorică), relație, suporturi
- **închiderea prezentării orale - reluarea esențialului :**
  - în câteva cuvinte, cel care expune prezintă ceea ce i se pare important de reținut
  - este agreabil pentru auditoriu ca prezentarea orală să se încheie într-o notă elegantă (glumă, umor, frază frumoasă)
- **întreruperea relației** - nu se face brusc, ci prin folosirea câtorva formule: *vă mulțumesc pentru atenție; acum, înainte de a ne despărți, aș vrea să vă mulțumesc pentru interesul manifestat subiectului pe care vi l-am prezentat ...*
- **exploatarea resurselor:**
  - a/ corpul**
    - **privirea** : direcție; fixitate / mobilitate
    - **gesturi**: sublinierea conținutului, interpelarea auditoriului, gesturi autocentrate (numite și gesturi parazite) → “Mimo-gestualitatea are pentru emițător o funcție de facilitare cognitivă, adică ea îl ajută să efectueze operații de codare, așa cum o dovedește faptul că noi gesticulăm și atunci când vorbim la telefon sau când recităm un text învățat pe dinafară, activitatea gestuală este mult mai săracă decât atunci când facem o prezentare locutorie creativă”. (C. Kerbrat-Orecchioni)

- **postura :**
  - în picioare / așezat
  - echilibru / tensiune / balansare
  - deschidere / închidere

**b/ vocea**

- **volumul:** slab / tare
- **debitul:** lent / mediu / rapid
- **pauze:**
  - rare / numeroase
  - pline / goale
  - structurante / perturbatorii / parazite (pentru E și/sau pentru auditoriu!)
- **accentul de insistență** mai mult sau mai puțin contrastat
- **intonația:** monotună / repetitivă / variată

**c/ conținutul**

- **informațiile**
  - **fiabilitate :** competență, menționarea surselor
  - **răbdare:** adecvarea la temă
  - **structură:** logică, cronologică, narativă, descriptivă ...
  - **coerență:** lansări și reluări
- **expresia lingvistică**
  - **lexic:** abstract / concret; specializat / polivalent; figurat / non figurat
  - **sintaxă:** propoziții simple / propoziții complexe
  - **subordonare / coordonare**
- **retorică:**
  - **argumente**
  - **figuri de stil**

**d/ relația**

- **respectarea “feței”** = imaginea bună de sine pe care fiecare vrea să o dea celorlalți în interacțiunile publice (a-și salva “fața”, a nu pierde “fața”...).
- **neagresarea ideilor celuilalt**
- **non ingerința în teritoriul celuilalt**

○ **prezentarea orală:**

- **respirația** : controlul respirației reglează intensitatea vocii, decuparea grupurilor sintactice, pauzele, schimbările de debit → un debit prea rapid obosește, unul prea lent plictisește
- **vocea** : suficient de tare pentru a fi bine auzit și de persoanele aflate în punctul cel mai depărtat → reliefări variate (contraste, pauze, insistențe)

○ **ortofonia la fel de importantă ca și ortografia**

- pronunție corectă
- o dicție nemodulată este monotonă, o modulare excesivă este pedantă și ridicolă

○ **atitudinea**

- **când vorbim, nu numai cuvintele noastre semnifică** → întreaga persoană și întregul său comportament produc efecte de comunicare
- **postura** : importanța “imaginii vizuale” → există oratori care captivează
- **privirea** : întreg auditoriul trebuie privit, fiecare în parte → ascultăm cu mai multă plăcere un vorbitor care pare să se adreseze fiecăruia dintre ascultătorii săi decât pe unul care pare să vorbească singur sau să se adreseze numai unui singur ascultător  
**observarea semnelor de oboseală, de neatenție din partea ascultătorilor** permite reajustarea prezentării (conținut, redundanțe, intonație, gestică)
- **îmbrăcămintea este un limbaj** → orice fantezie, orice excentricitate va fi interpretată și va produce efecte de sens asupra auditorilor
- **gesturile** : naturale

### 7.1.3. Memo: pentru a reuși o prezentare orală<sup>1</sup>

#### 1. Întrebări autoadresate:

- cărui public mă adresez?
- care este obiectivul prezentării: a informa, a suscita o acțiune, a emoționa, a uimi, a provoca...?
- Care este durata intervenției?

---

<sup>1</sup> După Média Animation Médialogue, 1994.

## 2. stabilirea unei structuri

- inventarierea și dispunerea pe părți a informațiilor de transmis

## 3. acroșul și încheierea

- acroșul trebuie să introducă tema prezentării, rezumând-o, suscitând curiozitatea, emoția, interesul
- încheierea închide comunicarea sau o relansează printr-un final deschis
- ceea ce nu trebuie NICIODATĂ făcut sau cum să-ți sabotezi propria prezentare, cum să îți faci un dușman din auditoriu, cum să nu trezești interesul
  - depășirea timpului acordat
  - utilizarea unei prezentări (ppt) cu slide-uri prea bogate sau ilizibile
  - utilizarea unor caractere prea mici, paginare înghesuită, ilizibilă
  - ritm de vorbire prea rapid ori prea lent (obosește)
  - manieră prețioasă de a vorbi
  - supărarea datorată unei întrebări sau unei atitudini a auditoriului
  - lipsa de răspuns la întrebare
  - erorile științifice
  - prezentarea unor lucruri ultra cunoscute
  - prezentarea de neadevăruri
  - însușirea rezultatelor sau ideilor altor autori<sup>2</sup>
- **a scrie pentru o prezentare orală**
  - fraze scurte (12-15 cuvinte) sau decupate în unități mai mici
  - construcții juxtapuse
  - forma activă a verbului
  - mai degrabă verbe decât substantive derivate
  - forma pozitivă, evitarea dublei negații
  - evitarea cuvintelor puțin utilizate
  - prezentarea clară a informațiilor tehnice și evitarea cifrelor complicate
- **vocea**
  - normală (nici prea ascutită, nici prea gravă) evită oboseala
  - modularea vocii favorizează ritmul și intonația
  - adaptarea ritmului vorbirii după cel al respirației, pauze
  - ritmul trebuie să organizeze sensul textului, accente de intensitate (sublinierea cuvintelor importante)

---

<sup>2</sup> Dominique BAUDON, director la Centre Européen de Santé Humanitaire, Doc. n° 69 /CESH/ENS/DB/2004

- **corpul**
  - vorbește, completează informația enunțată, amplifică o emoție, o anumită expresie → de preferat atitudinile deschise
  - prin mobilitatea sa, exprimă mobilitatea gândirii, întărește anumite sensuri, pune în valoare, subliniază
- **privirea**
  - este o legătură, un mijloc de comunicare, dacă privim auditoriul, vorbim cu mai multă convingere decât atunci când stăm cu nasul în hârtii → observăm mai bine necesitatea unei ajustări
- **gesturile**
  - însoțesc vorbirea, întăresc anumite sensuri, contribuie la eficacitatea mesajului
  - excesul de gesturi autocentrate (parazite) distrage auditoriul → de preferat gesturile funcționale sau relaționale<sup>3</sup>

## 7.2. Moderarea unei reuniuni

*A anima o dezbatere, o reuniune* (figura 7.1)



- a da viață unei întâlniri între persoane care doresc să facă un schimb de idei
- cu cât numărul de participanți e mai mare, cu atât se simte mai pregnant nevoia unui moderator care va permite fiecăruia să se exprime în cele mai bune condiții
- **dezbatere:** discuție asupra unei probleme controversate între mai mulți parteneri care încearcă



Figura 7.1

să modifice părerile și atitudinile unui auditoriu: participanții își apără pozițiile și își prezintă argumentele nu neapărat contradictorii → dorința de a găsi o soluție unanim acceptată materializată prin ascultare, luarea în considerație a părerii celorlalți

- moderatorul trebuie să gestioneze desfășurarea dezbaterii, punând în evidență pozițiile participanților, facilitând schimbul de păreri și încercând să concilieze părerile contrare

### *Pregătirea*

- prevederea
  - locului de întâlnire
  - a disponerii meselor și scaunelor pentru a sigura un confort optimal
  - a dotării tehnice necesare

<sup>3</sup> Cf. <http://users.skynet.be/fralica/refer/theorie/theocom/oral/exporal.htm#memo>

- **Disponerea “clasică” a meselor** : feedback-ul este dificil, chiar imposibil, această dispunere “clasică” a meselor nu e adecvată decât pentru transmiterea unei informații unui auditoriu care nu face decât să înregistreze mesajul. (figura 7.2)

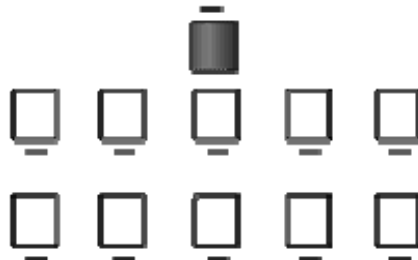


Figura 7.2.



**Mesele dispuse față în față**, pregătite pentru o discuție “strategică”, incită mai mult la confruntare decât la comunicare. (figura 7.3)

Figura 7.3

**Disponerea în U** : (figura 7.4)

- recomandată pentru schimburi de informație, pentru discuții destinate rezolvării unei probleme
- facilitează feedback-ul
- incită la comunicarea cu moderatorul
- favorizează puțin interacțiunea între membrii grupului

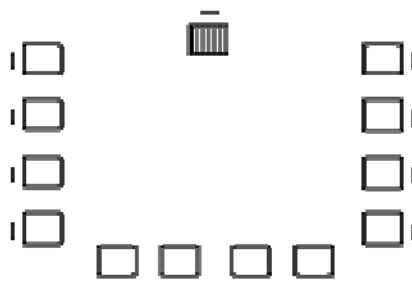


Figura 7.4

**Disponerea în cerc sau în careu** : preferabilă pentru incitarea la dialog, pentru discuții centrate pe o problemă, centrate pe grup, în reuniuni de informare cu feedback. Animatorul este mai puțin “apăsător” decât în cazul dispunerii în U. (figura 7.5)

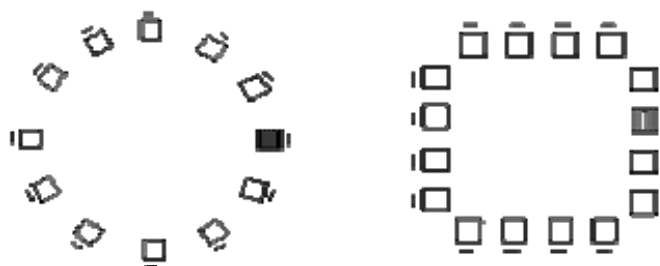


Figura 7.5

**Disponerea în panel** : utilă atunci când grupul este numeros (figura 7.6)

- persoane numeroase cu sensibilități și puncte de vedere diferite
- moderatorul își asumă sarcina reglării schimbului
- momente rezervate pentru intervenții oarele ale publicului

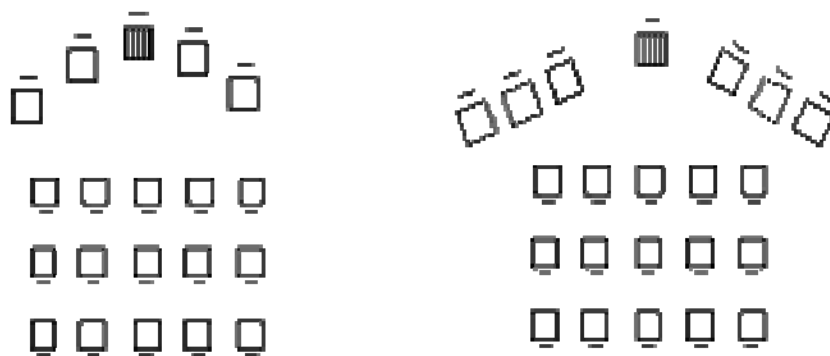


Figura 7.6

**Disponerea pe sub-grupuri, urmată de dispunerea în panel** : oferă unui număr mare de participanți ocazia de a-și prezenta părerea. Se realizează etapizat: mai întâi în grup complet, apoi pe sub-grupuri, la final, în dispunerea în panel, vorbesc reprezentanții sub-grupurilor. (figura 7.7)

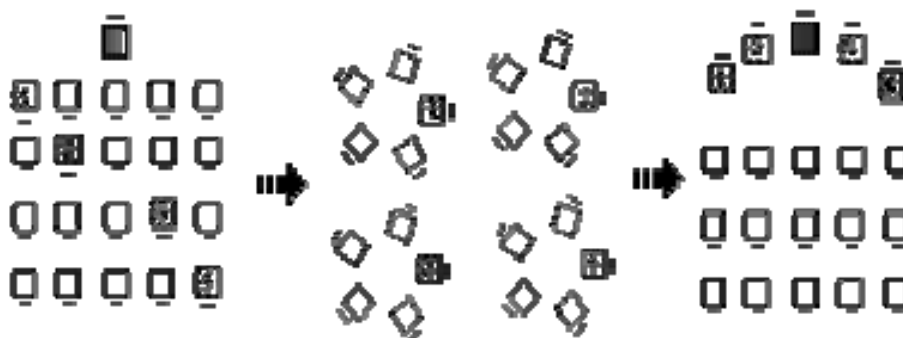


Figura 7.7



**Disponerea meselor :** adaptarea disponerii meselor și a scaunelor în funcție de obiectivul reuniunii și de metoda de moderare aleasă → disponerea fizică influențează mult structurile comunicării.

### **Pregătirea**

- prevederea materialului adecvat (tablă, șevalet cu foi, retroproiector, videoproiector ... )
- ordinea de zi – realistă: nici prea mult (impresia de a pierde timpul) nici prea puțin (sentiment de frustrare)→ menționarea obiectivului reuniunii
- stabilirea duratei dezbatelor și timpului alocat fiecărui punct de pe ordinea de zi (imposibil de a prevedea totul)

### **Regulile de bază pentru o dezbatere politicoasă:**

- **A cere cuvântul ;**
- **A-l asculta pe cel care vorbește ;**
- **A nu întrerupe.**

### **Atitudini de moderare, animare<sup>4</sup> (figura 7.8)**



Figura 7.8

- sarcina moderatorului este de a ajuta la prezentarea participanților (tur de masă)
- definiți obiectivele reuniunii, anunțați ordinea de zi, durata aproximativă a reuniunii, regulile pe care le propuneți (modul de înscriere la cuvânt, fără întreruperi ... ) → sunteți garantul bunei desfășurări a reuniunii, a respectării tuturor punctelor de vedere exprimate, a întreținerii ritmului reuniunii, fără a emite judecăți de valoare, dar rezumând din când în când și punctând elementele esențiale

---

<sup>4</sup> Sursa imaginii : <http://adptcc.free.fr/page3.html>

- **alegeți atitudinea potrivită**<sup>5</sup> :
  - **directivă** (asupra formei sau asupra fondului și a formei )
  - **cooperantă** (asupra formei sau asupra fondului și a formei)
  - **non directivă**
- la final, faceți sinteza celor spuse, recitiți deciziile luate, evaluați desfășurarea reuniunii

### 7.3. Prezentarea unei expuneri multimedia

#### ○ compuneți textul



1. definiți cu precizie subiectul expunerii, căutați informațiile necesare pentru prezentare
2. construiți planul expunerii (diferitele secvențe, părți, sub-părți...)
3. scrieți **textul - bază**
4. plecând de la titluri, consolidați conținutul, încorporați informațiile necesare
5. stil oral (fraze scurte, redundanțe, pe care le puteți adapta “în direct” în funcție de reacțiile auditoriului)
6. concepeți textul ca pe un suport ajutător și **nu ca pe un text de citit** (cel care citește textul are puține șanse de a fi receptat cu plăcere ... )

#### *Diaporama*<sup>6</sup>

#### ○ *montaj cu:*

- **funcție de orientare** : titlurile, punerea în pagină permit auditoriului să urmărească expunerea, să situeze secvența în ansamblul prezentării
  - **funcție de ilustrare** : imaginile ajută la reprezentarea informațiilor prezentate cu cuvinte, dinamizează receptarea, mențin gradul de atenție, sunt ușor de memorat
- Slide-uri:
    - Creați prezentarea:
      - plecați de la un slide gol și creați un slide model cu titlul în antet, grafică profesionistă, culoare estompată (mai deschisă decât culoarea standard), fără desene agresive
      - alegeți tipul de caracter
      - ierarhizați informațiile în funcție de importanță
      - verificați ortografia
      - folosiți imagini, scheme, grafice

<sup>5</sup> <http://users.skynet.be/fralica/refer/theorie/theocom/oral/ordebat.htm>

<sup>6</sup> ! Sfaturi pentru a face o prezentare profesionistă: <http://protuts.net/5-conseils-pour-bien-preparer-et-prese-son-diaporama-powerpoint/> și <http://www.ybet.be/cours-powerpoint/8-presentation-diaporama.htm>

## 7.4. Posterul științific

Panourile de afișare pot fi confecționate cu ușurință și permit, în raport de spațiu, o prezentare vizuală complexă, iar desenele, schemele etc., o dată pregătite pot fi folosite și cu alte ocazii. Această modalitate de comunicare necesită efort și timp pentru pregătire.

Planșele se recomandă a se utiliza atunci când prezentăm informații unor grupuri de persoane. În timpul expunerii se subliniază informațiile, păstrându-se succesiunea prezentării acestora.



### *Sfaturi practice pentru realizarea unui poster*

Posterul este o imagine (gândiți-vă la afișele pentru spectacole sau publicitate pentru produse) destinat să fie văzut de departe, și pentru aceasta necesită o reflectare particulară, în prealabil, pentru realizarea sa.

### **Poster științific**

- Titlu: litere majuscule (vizibile de la 4 sau 5 m), de exemplu font de 72;
- Text: litere suficient de mari pentru a fi citite ușor de receptor (font  $\approx 28$ ) (vizibil de la 2 sau 3 m);
- Diagrame, scheme, figuri diverse (cu legendă) facilitând prezentarea rezultatelor;
- Culori variate;
- Fotografii ale echipamentelor, aparatelor etc.



Posterul trebuie să respecte două principii importante:

- **agreabil de văzut** de departe, astfel încât să determine apropierea.
- **ușor de citit** de aproape.

**Pericole ce trebuie evitate:** poster frumos și fără informații, informație abundentă dar de necitit.

Într-un *poster științific* imaginea prezintă o *sinteză* de informații, iar posterul trebuie privit ca un ansamblul compus din text, figuri, titluri, subtitluri etc.



### **Test de autoevaluare T 7.1**

Prezentați etapele care stau la baza moderării unei reuniuni.



### **Lucrare de verificare V 7.1**

Prezentați principiile care stau la bază unei prezentări orale.



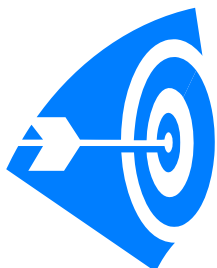
### **Bibliografia minimă necesară studenților pentru parcurgerea C7**

- Roșca Daniela, Comunicare profesională – suport de curs, 2008
- Teodorescu Cristiana, Comunicare – suport de curs, 2010
- <http://users.skynet.be/fralica/refer/theorie/theocom/oral/exporal.htm#memo>
- <http://protuts.net/5-conseils-pour-bien-preparer-et-presente-son-diaporama-powerpoint/>
- <http://www.ybet.be/cours-powerpoint/8-presentation-diaporama.htm>
- <http://europass.cedefop.eu.int>
- <http://europass.cedefop.europa.eu>
- <http://www.intellego.fr/soutien-scolaire-1ere-stg/aide-scolaire-communication/chapitre-15-la-communication-orale/30297>

**Capitolul: COMUNICAREA PROFESIONALĂ**

**C8. COMUNICAREA PROFESIONALĂ**

<b>Cuprins</b>	<b>Pagina</b>
Obiective	144
8.1. Curriculum vitae	144
8.2. Pașaportul lingvistic	148
8.3. Participarea la interviu	150
8.4. Convorbirea telefonică	153
Test de autoevaluare T 8.1	154
Lucrare de verificare V 8.1	154
Bibliografie	154



- **Obiectiv** : Aplicarea principalelor elemente care stau la baza comunicării profesionale.

### 8.1. Curriculum vitae

O metodă eficientă de a comunica informații personale într-o manieră oficială, atunci când ne înscriem la un concurs sau când participăm la un interviu în vederea obținerii unui loc de muncă, o constituie cererea / scrisoarea de intenție însoțită de un *curriculum vitae*.

Redactarea unui Curriculum vitae - *CV* - la prima vedere pare un lucru simplu, în realitate însă *CV*-ul a devenit unul dintre instrumentele de bază pe piața muncii în procesul de evaluare, selecție și alegere a unei persoane care să ocupe un post vacant, încât informațiile care se transmit trebuie să fie logic structurate pe grupe de informații, pentru a corespunde exigențelor impuse de angajator. De asemenea, informațiile oferite prin *CV* trebuie să fie veridice și complete.

În ultimii ani, în Uniunea Europeană, pentru redactarea *CV*-ului, s-au promovat modele, ”rețete” speciale, în care este esențial ca ideile să rețină atenția celui care îl citește prin precizie și claritate.

Pentru redactarea unui *CV* cât mai complet, în literatura de specialitate se recomandă să se țină cont de anumite reguli legate de *aspect și format*:



- *CV*-ul prezintă, în rezumat, activitatea dumneavoastră, imaginea, cartea de vizită, deci trebuie scris cât mai îngrijit și pe o hârtie de cât mai bună calitate (numai pe hârtie de format A4 - 210/297mm);
- fotografia - facultativ, numai atunci când este solicitată de angajator;
- *CV*-ul trebuie scris fără greșeli.

Un CV recomandat de Uniunea Europeană cuprinde următoarea structură:

<http://europass.cedefop.eu.int>



## Curriculum vitae Europass

### Informații personale

Nume / Prenume

**Nume Prenume**

Adresa

Numarul imobilului, numele strazii, codul postal, localitatea, tara

Telefon

Eliminati rindul daca este cazul  
(vezi instructiunile)

Mobil

Eliminati  
rindul daca  
este cazul  
(vezi  
instructiunile)

Fax

Eliminati rindul daca este cazul (vezi instructiunile)

E-mail

Eliminati rindul daca este cazul (vezi instructiunile)

Cetățenia

Eliminati rindul daca este cazul (vezi instructiunile)

Data nașterii

Eliminati rindul daca este cazul (vezi instructiunile)

Sex

Eliminati rindul daca este cazul (vezi instructiunile)

### Locul de muncă vizat / Aria ocupațională

**Eliminati rindul daca este cazul (vezi instructiunile)**

### Experiența profesională

Perioada

Mentionati pe rind fiecare experienta profesionala relevanta, incepind cu cea mai recenta dintre acestea. Eliminati rindul daca este cazul (vezi instructiunile)

Funcția sau postul ocupat

Principalele activități și  
responsabilități

Numele și adresa  
angajatorului

Tipul activității sau sectorul  
de activitate

### Educație și formare

Perioada

Mentionati pe rind fiecare forma de invatamint si program de formare profesionala urmat, incepind cu cel mai recent (vezi instructiunile)

Calificarea / diploma obținută

Domenii principale studiate /  
competențe dobândite



Numele și tipul instituției de învățământ / furnizorului de formare					
Nivelul de clasificare a formei de învățământ / formare	Eliminați rîndul dacă este cazul (vezi instrucțiunile)				
<b>Aptitudini și competențe personale</b>					
Limba(i) maternă(e)	<b>Precizați limba maternă (dacă este cazul specificați a doua limba maternă)</b>				
Limba(i) străină(e) cunoscute					
Autoevaluare	<b>Comprehensiune</b>		<b>Vorbit</b>		<b>Scris</b>
Nivel european (*)	Abilitati de ascultare	Abilitati de citire	Interactiune	Exprimare	
<b>Limba</b>					
<b>Limba</b>					
	(*) Cadrului european de referință pentru limbi				
Competențe și abilități sociale	Descrieți competențele și indicați contextul în care au fost dobândite. Eliminați rîndul dacă este cazul (vezi instrucțiunile)				
Competențe și aptitudini organizatorice	Descrieți competențele și indicați contextul în care au fost dobândite. Eliminați rîndul dacă este cazul (vezi instrucțiunile)				
Competențe și aptitudini tehnice	Descrieți competențele și indicați contextul în care au fost dobândite. Eliminați rîndul dacă este cazul (vezi instrucțiunile)				
Competențe și cunoștințe de utilizare a calculatorului	Descrieți competențele și indicați contextul în care au fost dobândite. Eliminați rîndul dacă este cazul (vezi instrucțiunile)				
Competențe și aptitudini artistice	Descrieți competențele și indicați contextul în care au fost dobândite. Eliminați rîndul dacă este cazul (vezi instrucțiunile)				
Alte competențe și aptitudini	Descrieți competențele și indicați contextul în care au fost dobândite. Eliminați rîndul dacă este cazul (vezi instrucțiunile)				
Permis de conducere	Mentionați dacă dețineți un permis și categoria. Eliminați rîndul dacă este cazul (vezi instrucțiunile)				
<b>Informații suplimentare</b>	Indicați alte informații utile care nu au fost menționate anterior, de exemplu: persoane de contact, referințe etc.				
<b>Anexe</b>	Enumerați documentele atașate CV-ului, dacă este cazul (vezi instrucțiunile)				

Nu trebuie uitat că redactarea unui CV reprezintă o etapă importantă în găsirea unui loc de muncă sau pentru obținerea unui stagiu de formare.

Un angajator își rezervă pentru o primă analiză a CV-urilor circa cinci minute. Trebuie să convingeți încă din această etapă și să fiți selectat pentru a avea cu adevărat o șansă pentru obținerea unui interviu.

La redactarea unui Curriculum Vitae trebuie să respectați următoarele principii de bază:

- Prezentați competențele și calificările pe care le aveți într-o manieră clară și logică pentru a scoate în evidență atuu-rile.
- Nu trebuie neglijate detaliile - nici de fond, nici de formă.
- Greșelile de ortografie nu sunt admise.
- Concentrați-vă asupra esențialului.
- Adaptați CV-ul în funcție de postul pe care îl vizați, dar prezentați decât elemente reale, altfel riscați să fiți discreditați după interviu.
- Respectați structura de CV recomandată.
- Fiți clar și concis.
- Citiți încă o dată CV-ul după ce l-ați completat pentru a elimina toate greșelile de ortografie și pentru a verifica dacă formularea este clară și logică. (Este bine ca CV-ul să fie citit și de o altă persoană pentru a verifica dacă este clar redactat și ușor de înțeles.)

Se completează macheta pentru CV, parcurgând etapele următoare, se salvează și se listează.<sup>1</sup>

### **Etapa 1**

**Accesarea paginii UE** (<http://europass.cedefop.eu.int>)

### **Etapa 2**

**Alegerea unei limbi de circulație europeană pentru comunicare** (în funcție de cerințele angajatorului)

### **Etapa 3**

**Analizarea unor exemple de CV-uri recomandate de Uniunea Europeană**

**Pasul 1** [Europass CV](#)

**Pasul 2** [Download the Europass CV documents](#)

**Pasul 3** [Examples of completed CVs](#)

**Pasul 4** Se selectează limba în care se dorește exemplificarea CV-ului.

### **Etapa 4**

**Analizarea formularului propus de Uniunea Europeană pentru un CV**

**Pasul 1** [Download the Europass CV documents](#)

**Pasul 2** [CV Template](#)

**Pasul 3** Se selectează limba și se completează formularul (macheta) pentru CV. Se salvează și se listează forma finală.

Puteți să completați formularul on-ligne (<http://europass.cedefop.europa.eu>).

---

<sup>1</sup> <http://europass.cedefop.eu.int>

## 8.2. Pașaportul lingvistic



*Pașaportul lingvistic* vă permite să vă autoevaluați și să vă descrieți în detaliu competențele lingvistice. Promovat de Consiliul Uniunii Europene, acesta constituie unul dintre cele trei elemente importante ale unui portofoliu lingvistic european ([www.coe.int/portfolio/fr](http://www.coe.int/portfolio/fr)).

*Pașaportul lingvistic* realizează un inventar al competențelor lingvistice, analizând și nivelul acestora. El include și competențele parțiale (de exemplu puteți să citiți cu ușurință, fără a putea să vă exprimați ideile într-o limbă străină). Grila propusă prin *Cadrul european comun de referință pentru limbi străine* vă permite să vă cuantificați competențele într-o manieră clară, ușor de comparat la nivel internațional.

*Pașaportul lingvistic* este un complement la CV-ul Europass (<http://europass.cedefop.europa.eu>), putând fi anexat la acesta.

La redactarea unui *Pașaport lingvistic* conform recomandărilor din Uniunea Europeană se parcurg următoarele etape<sup>2</sup>:

### Etapa 1

**Accesarea paginii UE** (<http://europass.cedefop.eu.int>)

### Etapa 2

**Alegerea unei limbi de circulație europeană pentru comunicare**

### Etapa 3

**Analizarea unor exemple de *Pașaport Lingvistic*.**

**Pasul 1** [Europass Language Passport](#)

**Pasul 2** Download the Europass Language Passport documents

**Pasul 3** Examples of completed Europass Language Passports

**Pasul 4** Se selectează limba în care se dorește exemplificarea *Pașaportului lingvistic*.

### Etapa 4

**Analizarea formularului propus de Uniunea Europeană pentru un *Pașaport lingvistic*.**

**Pasul 1** Download the Europass Language Passport documents

**Pasul 2** Europass Language Passport template

**Pasul 3** Se selectează limba în care se exemplifică formularul (macheta) pentru *Pașaportul lingvistic*. Se completează formularul (macheta) pentru *Pașaportul lingvistic*, se salvează și se listează.

---

<sup>2</sup> <http://europass.cedefop.eu.int>



## Pașaport Lingvistic Europass

Parte integrantă a Portofoliului european lingvistic elaborat de către Consiliul Europei



<b>NUME PRENUME</b>	<input type="text"/>
Data nașterii (*)	<input type="text"/>
Limba(i) maternă(e)	<input type="text"/>
Limba(i) străină(e) cunoscută(e)	<input type="text"/>

<b>Autoevaluarea competențelor lingvistice (**)</b>				
<b>Înțelegere</b>		<b>Vorbire</b>		<b>Scriere</b>
Ascultare	Citire	Participare la conversație	Discurs oral	Exprimare scrisă
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
<b>Diploma(-ele) sau certificatul(-ele) (*)</b>				
Denumire	Instituția emitentă	Data	Nivel european(***)	
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	
<b>Experiența(-ele) lingvistică(-e) (*)</b>				
Descriere		Din	Până în	
<input type="text"/>		<input type="text"/>	<input type="text"/>	

<b>Autoevaluarea competențelor lingvistice (**)</b>				
<b>Înțelegere</b>		<b>Vorbire</b>		<b>Scriere</b>
Ascultare	Citire	Participare la conversație	Discurs oral	Exprimare scrisă
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
<b>Diploma(-ele) sau certificatul(-ele) (*)</b>				
Denumire	Instituția emitentă	Data	Nivel european(***)	
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	
<b>Experiența(-ele) lingvistică(-e) (*)</b>				
Descriere		Din	Până în	
<input type="text"/>		<input type="text"/>	<input type="text"/>	

(\*) Rubricile marcate cu un asterisc sunt facultative. (\*\*) A se vedea grila de auto-evaluare pe verso. (\*\*\*) Nivelul Cadrului European Comun de Referință Pentru Limbi Străine (CECR) va fi menționat numai dacă este prevăzut în certificatul sau diploma în original.

Puteți să completați formularul on-line ( <http://europass.cedefop.europa.eu> ).

La completarea *pașaportului lingvistic* trebuie să respectați următoarele principii de bază: respectați structura formatului; fiți clar și concis; verificați încă o dată Pașaportul lingvistic după ce l-ați completat.

### 8.3. Participarea la interviu



Dacă ne-am înscris la un concurs și primim invitația de a ne prezenta personal, este recomandabil să ne pregătim cu multă atenție pentru această întrevvedere.

- **Analizarea tehnicilor de comunicare verbală și non verbală care se pot utiliza în timpul unui interviu**
  - Pentru a construi o imagine convenabilă despre dumneavoastră, bunele maniere recomandă: bărbații vor fi decent îmbrăcați, rași și tunși; femeile se vor strădui să arate cât mai bine, nedepășind însă granița eleganței și a sobrietății; actele de identitate, alte documente solicitate vor fi pregătite într-un dosar pus la îndemână (în geantă sau servietă), pentru a le găsi ușor;
  - Asigurați-vă că știți exact locul unde are loc interviul și rezervați-vă destul timp pentru a ajunge acolo; ziua și ora fixate pentru întâlnire trebuie respectate cu strictețe.
  - Este preferabil să venim cu câteva minute mai devreme decât cu un minut mai târziu;
  - Dacă directorul instituției intră în sala în care îl așteptăm, ne vom ridica în picioare și ne așezăm numai după ce am fost invitați să o facem;
  - Nu vom vorbi primii, ci așteptăm să ni se pună întrebări, la care vom răspunde cât mai clar, precis și concis;
  - Vom evita să intervenim înainte ca interlocutorul să spună ce are de spus; vom evita să ne lăudăm cu relațiile pe care le avem; nu vom motiva sub nici o formă dorința de a obține postul cu argumente de genul; "Nu am serviciu și am o familie numeroasă de întreținut". Asemenea argumente nu vor convinge pe cel care ne ascultă, în schimb vor face o impresie proastă;
  - Dacă interviewerul se ridică, trebuie să facem la fel, chiar dacă avem impresia că n-am spus încă esențialul; nu ne vom prezenta a doua oară la o întrevvedere dacă nu suntem invitați și, mai mult, nu vom insista pentru a obține o nouă întrevvedere;
  - Dacă, în urma interviului, am obținut postul, mulțumim pentru încrederea acordată, apoi părăsim încăperea elegant, fără grabă, dar și fără să întârziem în mod inutil;

---

- **Analizarea tipului de întrebări**

- De regulă, interviul va începe cu câteva întrebări generale pentru a se crea o atmosferă de destindere; este recomandabil să folosești acest interval de timp pentru a te face comod și a te liniști.
- Interviewatorul îți va reaminti de **scrisoarea de intenție** și îți va pune întrebări referitoare la conținutul acesteia. Este regretabil să nu-ți amintești exact ce ai scris în cerere (scrisoare).
- Întrebările sunt în legătură cu persoana dumneavoastră, instituția și postul publicat la concurs.
- Prin răspunsurile date trebuie să demonstrați că:
  - sunteți bine pregătit,
  - conștiincios,
  - competent,
  - încrezător în privința calităților personale,
  - dornic să participați la programe de formare continuă,
  - motivat,
  - să arătați că sunteți flexibil, ambițios în ceea ce privește cunoașterea și perfecționarea sau, altfel spus, trebuie să demonstrați prin prezență, prin comunicare, că sunteți o persoană competentă, creativă, care, nu numai că acceptă responsabilitatea, dar o și descoperă.
- Pentru a vă crea o imagine cât mai bună, încercați tot timpul să vă gândiți și să dați exemple care să scoată în evidență calitățile pe care simțiți că le caută interviewatorul. Este recomandabil ca enumerarea principalelor calități să fie însoțită de argumente și întâmplări care să le probeze. Povestind despre realizările dumneavoastră bune sau mai puțin bune, demonstrați că aveți pregătirea, capacitatea, flexibilitatea și ambiția în abordarea unor probleme interesante. Spre exemplu, dacă relatați o experiență (pozitivă sau negativă) la care ați participat efectiv, trebuie să vorbiți cât mai natural și cu multă ușurință.;
- Arătați cele mai interesante calități într-o manieră sinceră și cât se poate de modestă, fără exagerări și fără aroganță.
- Manifestați-vă ambiția pentru performanță, pentru avansare numai după ce arătați că aveți un simț al perspectivei și că v-ați studiat propriile forțe în legătură cu ceea ce v-ați propus să realizați în carieră, dar și acest lucru trebuie demonstrat în limite rezonabile.
- Folosiți intervalele de timp scurte (5-10 ani) și corelați-le cu experiența acumulată pentru a demonstra că sunteți echilibrat, organizat și vă gândiți la toate sau, altfel spus, dumneavoastră știți cel mai bine cine sunteți, ce puteți să faceți, ce vreți să faceți și încotro vă îndreptați pașii; descrieți-vă calitățile fără a exagera, fiți pregătit să va recunoașteți slăbiciunile și manifestați-vă de așa manieră încât să demonstrați că sunteți conștient de existența lor și că încercați să le evitați sau că luptați pentru a le învinge.

- **Definirea calităților personale**



O altă etapă importantă este definirea calităților personale care se menționează în scrisoarea de intenție și care trebuie susținute la interviu.

Tot timpul trebuie să fiți capabili să dovedeți ceea ce spuneți printr-un exemplu concret.

În literatura de specialitate se fac recomandări pentru a ajuta candidații să sublinieze calitățile: muncitor, motivat, energic, ordonat, entuziast, minuțios, organizat, punctual, răbdător, flexibil, amabil, abil, cinstit, creativ, deschis spre idei noi, analitic, sensibil, sociabil, perseverent, stimulat de provocări, spiritual, conștiincios, original, coerent, calm, capabil de a lucra în echipă, discret etc.<sup>3</sup>

- **Elemente importante urmărite în timpul unui interviu**

*Ce trebuie să mai rețineți când participați la un interviu pentru a obține un loc de muncă<sup>4</sup>:*

- Atenție la aspectele legate de stilul discursului și la atitudinea dumneavoastră - ambele sunt relevante, importante pentru interviuator.
- Fiți prezent la momentul potrivit, nu numai pentru că este politicos, dar aveți timp să vă acomodați (relaxați) înaintea interviului.
- Fiți atenți la glume, dar nu vă angajați să le spuneți dumneavoastră, chiar dacă sunteți provocat.
- Tendința este ca, în asemenea circumstanțe, teama sau tracul să influențeze calitatea vocii. Străduiți-vă ca modulația vocii să denote un ton dinamic, destins, entuziast în locul unei voci stridente sau monotone care poate avea efecte negative.
- Fiți pregătit pentru a vă nota întrebările, numai esența lor, fără pierdere de timp, lucru posibil numai după ce ați solicitat în prealabil permisiunea interviuatorului.
- Încercați să detaliați, în limite rezonabile, răspunsurile la întrebări, nu întotdeauna răspunsul de genul "Da" sau "Nu" este suficient. Dacă sunt întrebări la care nu doriți să răspundeți din diverse motive, nu este recomandabil să tăceți. Încercați să evitați răspunsul prin orientarea discuțiilor spre probleme mai generale.
- Nu este recomandabil, de asemenea, să folosiți argoul sau expresiile stereotipe ca de exemplu: Fantastic!, Grozav!, Super!, O.K.! etc.

---

<sup>3</sup> Pascale Vareille, Communication – Suport curs

<sup>4</sup> Mircea Zăvălenu, Management și comunicare, Editura Universitaria, Craiova, 2004, p331

- Atenție la modul cum vă așezați și cum stați pe scaun; evitați să aveți o stare crispată sau, invers prea degajată, să vă mișcați tot timpul în scaun; asigurați-vă o poziție în care să vă simțiți comod și cât mai natural.
- Fiți politicos, prietenos și zâmbiți numai atunci când este cazul.

- Dacă sunteți convocați la un interviu ați parcurs deja o primă etapă: CV-ul dumneavoastră și scrisoarea de intenție au fost suficient de convingătoare pentru a fi invitați la interviu.
- Trebuie să abordați această șansă cu încredere!
- Sunteți un absolvent în căutarea unui loc de muncă și sunteți în fața unuia sau a mai multor specialiști care caută un tehnician capabil să răspundă la nevoile întreprinderii. Trebuie să convingeți că puteți să răspundeți la aceste cerințe.
- Interviul este o conversație între persoane responsabile. Fiecare are interesul ca acest interviu să reușească!

#### 8.4. Convorbirea telefonică



Figura 8.1

##### Diferitele etape ale unei convorbiri telefonice<sup>5</sup>:

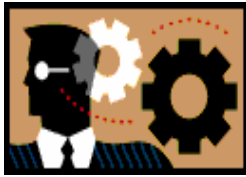
- **contact** : începeți conversația printr-o formulă de politețe, vă prezentați, prezentați firma pe care o reprezentați, (surâs, control al debitului vocii), asigurați-vă de identitatea celui cu care vorbiți, calitatea sa ;
- **identificarea interlocutorului** (vorbiți clar, reformulați);
- **obiectul apelului**: expuneți motivul apelului, verificați înțelegerea mesajului, alegeți cuvintele și expresiile potrivite;
- **argumentația**: dezvoltăți argumente pentru a vă atinge obiectivele propuse, propuneți soluții, ascultați ce vi se spune ;
- **separarea**: reformulați răspunsurile, mulțumiți, încheiați cu o formulă de politețe.



*Nu uitați! Când vorbiți la telefon, buna reputație a organizației este în mâinile dumneavoastră.*

<sup>5</sup> <http://www.intellego.fr/soutien-scolaire-1ere-stg/aide-scolaire-communication/chapitre-15-la-communication-orale/30297>





### Test de autoevaluare T 8.1

Prezentați etapele care stau la baza pregătirii pentru participarea la un interviu.



### Lucrare de verificare V 8.1

- Redactați un CV conform recomandărilor din Uniunea Europeană
- Redactați un pașaport lingvistic conform recomandărilor din Uniunea Europeană



### Bibliografia minimă necesară studenților pentru parcurgerea C8

- Roșca Daniela, Comunicare profesională - Platforme de laborator, format electronic, 2008
- Teodorescu Cristiana, Comunicare - suport curs
- Mircea Zăvălenu, Management și comunicare, Editura Universitaria, Craiova, 2004
- <http://users.skynet.be/fralica/refer/theorie/theocom/oral/exporal.htm#memo>
- <http://protuts.net/5-conseils-pour-bien-preparer-et-prezenter-son-diaporama-powerpoint/>
- <http://www.ybet.be/cours-powerpoint/8-presentation-diaporama.htm>
- <http://europass.cedefop.eu.int>
- <http://europass.cedefop.europa.eu>
- <http://www.intellego.fr/soutien-scolaire-1ere-stg/aide-scolaire-communication/chapitre-15-la-communication-orale/30297>

**Capitolul: MANAGEMENT ȘI COMUNICARE**

**C9. MANAGEMENT ȘI COMUNICARE**

<b>Cuprins</b>	<b>Pagina</b>
Obiective	156
9.1. Comunicarea în procesele manageriale	156
Test de autoevaluare T 9.1	163
Test de autoevaluare T 9.2	164
9.2. Arta de a asculta - Atuu pentru un manager	164
Test de autoevaluare T 9.3	170
9.3. Cultura organizațională	171
9.4. Recrutarea și selectarea personalului	172
Lucrare de verificare V 9.1	176
Bibliografie	176



- **Obiectiv:** Cunoașterea importanței comunicării în procesele manageriale.

## 9.1. Comunicarea în procesele manageriale

*Managementul* este un termen care provine din limba engleză, având o semantică deosebit de complexă, care desemnează știința conducerii organizațiilor și conducerea științifică a acestora.<sup>1</sup>

Complexitatea semantică a termenului este determinată de diferitele sale sensuri:<sup>1</sup>

- Managementul constituie o știință – un ansamblu organizat și coerent de cunoștințe-concepte, principii, metode și tehnici, prin care se explică, în mod sistematic, fenomenele și procesele ce se produc în conducerea organizațiilor;
- Managementul reprezintă, de asemenea, o artă care reflectă latura sa pragmatică și care constă în măiestria managerului de a aplica în condiții de eficiență, cunoștințele specifice;
- Managementul constituie și o stare de spirit specifică, reflectată de un anumit fel de a vedea, a înțelege, a căuta și accepta progresul.

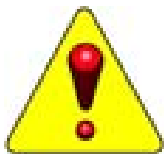
În literatura tehnică de specialitate se întâlnește și următoarea definiție a managementului: *exercitarea funcției de planificare, organizare, conducere directă, control și supervizare a oricărui proiect sau activități industriale sau de afaceri cu asumarea responsabilității pentru rezultate.*

În cadrul proceselor de management sunt subliniate mai multe componente, denumite funcții sau atribute ale conducerii: previziunea (diagnoza, prognozele, planificarea, programarea); organizarea; coordonarea; antrenarea / comunicarea; controlul - evaluarea.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Sandu Alexandra, ș.a., Management, Editura Universitaria, Craiova, 2004

Comunicarea este mijlocul, modalitatea concretă de lucru a unui manager, prin care acesta înfăptuiește coordonarea unui grup într-o organizație. Succesul în management depinde decisiv de abilitatea de comunicare a managerului.<sup>2</sup>



Rezultatele unui studiu de specialitate arată că: 75% dintr-o zi de muncă vorbim și ascultăm; 75% din ceea ce auzim, auzim imprecis; 75% din ce auzim cu acuratețe, uităm în următoarele trei săptămâni.

Managementul este arta și știința de a-i face pe alții să acționeze în așa fel încât să se atingă obiectivele unei organizații; este procesul de statuire și îndeplinire a obiectivelor, prin realizarea unor funcții de bază, specifice, în dirijarea și utilizarea resurselor umane, materiale și financiare ale organizației.<sup>2</sup>

- managementul implică activitatea oamenilor, managerii acționează pentru atingerea obiectivelor prin membrii organizației;
- managementul implică deciziile conștiente ale managerilor în ceea ce privește stabilirea și realizarea obiectivelor, luarea deciziilor reprezintă o parte critică a tuturor activităților manageriale;
- pentru atingerea obiectivelor stabilite, managerii trebuie să îndeplinească câteva funcții de bază și anume: planificare, organizare, coordonare și control.

În practică, aceste funcții de bază sunt în totală interdependență, nu pot fi separate, întrucât performanțele uneia dintre ele depind de performanțele celorlalte sau, altfel spus, organizarea se bazează pe planuri bine concepute, încât să reflecte realist atât aceste planuri, cât și proiectarea organizatorică folosită pentru implementarea lor, iar controlul privește posibile modificări ale planurilor existente, ale structurii organizatorice sau ale sistemului de motivare pentru a da naștere unui efort direcționat spre performanță, productivitate, eficacitate.<sup>2</sup>

Funcțiile managementului se caracterizează prin: acțiune; o apropiere de client; o orientare practică; o organizare simplă cu un personal bine dimensionat; caracteristici simultane flexibile și un departament de relații publice competent.<sup>2</sup>

Funcția comunicării este aceea de a *unifica* activitățile organizației. Comunicarea este modalitatea prin care oamenii sunt uniți într-o organizație pentru a atinge un țel comun. Un manager trebuie să înțeleagă toate laturile acestui proces:<sup>2</sup>

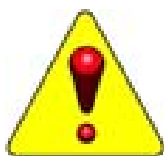
- Comunicarea evaluativă - situația în care cel care comunică își etichetează interlocutorul sau acțiunile acestuia, în special, cu atribute negative, cum ar fi “incompetent”, “leneș”, “enervant”, “insistent” etc.

<sup>2</sup> Mircea Zăvăleni, Management și comunicare, Editura Universitaria, Craiova, 2004

- Comunicarea dogmatică – persoane cu vederi înguste, incapabile să accepte punctele de vedere ale celorlalți, au tendința de a transforma orice discuție într-o confruntare, în care pornesc de la premisa că doar ei sunt cei care au dreptate.
- Comunicarea manipulativă - atunci când simțim că cineva are motive ascunse și încearcă să ne influențeze, tindem să reacționăm negativ, să ne opunem, chiar dacă aceasta nu este neapărat în interesul nostru. Managerii încearcă adesea să îi manipuleze pe subordonați pentru a-i face să accepte o decizie care a fost deja luată.

Un nou angajat, fie că este vorba de un stagiar sau de o persoană cu o funcție importantă, care înțelege să se conducă după regulile nescrise ale interesului față de ceilalți se poate integra cu ușurință în colectivitate, printr-un comportament care se bazează pe comunicare, amabilitate și abilitate.

*Managerul și comunicarea<sup>3</sup>:*



- nu pretinde niciodată celorlalți să se supună unor reguli la care nu se supune el însuși;
- își face tot atâta timp să-și asculte subordonații cât afectează pentru a le da ordine;
- își ține promisiunile;
- insistă pentru o bună înțelegere internă - sinceră, atentă și bilaterală - deoarece echipa de management trebuie să răspundă nevoilor salariaților și el trebuie să fie la curent cu orice nemulțumire;
- respectă ideile celorlalți;
- participă activ și plin de înțelegere la întâlnirile de lucru;
- apără orice angajat acuzat pe nedrept;
- acceptă reproșurile adresate grupului său, chiar dacă nu a comis personal o greșală;
- acordă deplină încredere tuturor celor ce o merită;
- face o critică constructivă, când este cazul și de preferat în particular;
- răspunde solicitărilor telefonice, sau desemnează pe cineva să răspundă în locul lui;
- răspunde totdeauna la corespondență respectând termenele;
- acordă timp suficient personalului nou angajat pentru a se adapta noului loc de muncă;
- nu se laudă și nu-și dezvăluie vastele cunoștințe doar dacă prin asta aduce o contribuție efectivă la discuție;
- nu pretinde a fi expert în ceea ce nu este;

---

<sup>3</sup> Mircea Zăvălenu, Management și comunicare, Editura Universitaria, Craiova, 2004, p 83

- furnizează informații și semnaleză ce prezintă interes pentru companie / organizație;
- prezintă la întâlnirile de lucru activitatea tuturor membrilor unei echipe care au contribuit la obținerea unor rezultate deosebite;
- se asigură că este o ambianță plăcută, urmărind în general calitatea condițiilor de lucru;
- luptă pentru beneficiile angajaților săi;
- scrie personal scrisorile ca o reacție imediată la anumite știri, fie că e vorba să felicite, să-și manifeste compasiunea sau să acorde ajutor, să laude sau să mulțumească;
- manifestă compasiune față de întâmplările nefericite din viața unui salariat;
- restituie totdeauna, cu promptitudine și în bune condiții, ceea ce a împrumutat;
- nu repetă niciodată un zvon care ar dăuna reputației cuiva;
- lasă pe alții să semnaleze realizările lui;
- corectează pe cel ce face o declarație incorectă în fața unui grup, fie pe loc, degajat, în mod firesc, sau mai târziu, în particular;
- renunță la problemele personale pentru a fi amabil cu noii veniți sau cu cei solitari, singuratici;
- știe să aibă o ținută decentă, dar nu ostentativă;
- răspunde cu promptitudine la orice invitație, fie în scris, fie telefonic;
- dacă nu poate participa la un eveniment la care acceptase o invitație, anunță imediat și își cere scuze;
- este o gazdă bună, preocupată totdeauna ca invitații să se simtă bine;
- este un oaspete politicos, gata oricând să-și ajute gazda și să contribuie la succesul întâlnirii;
- știe să prezinte oamenii în așa fel încât să-i facă să se simtă bine;
- este punctual și, dacă întârzie, își informează totdeauna gazda din timp.

Oamenii, indiferent de poziția lor socială, trebuie să se comporte manierat. Pentru a face o impresie bună în timpul audiențelor sau întâlnirilor de lucru, este necesar să respectați următoarele reguli: <sup>4</sup>

- sosești la timp - și chiar puțin înainte ;
- îți pronunți numele clar, ca și pe cel al instituției și al persoanei pe care ai venit să o vezi - este indicat să dai celui însărcinat cu protocolul cartea ta de vizită, astfel îi va fi mai ușor să se descurce cu numele tău și al instituției;
- aștepți să ți se spună unde să-ți așezi haina sau întreabă unde ai putea să o pui;

---

<sup>4</sup> Mircea, Zăvăleanu, Management și comunicare, Craiova, Editura Universitaria, 2004

- așează-te și așteaptă în tăcere;
- nu îl agasa pe cel ce te-a întâmpinat (șeful de cabinet, secretara) cu întrebări;
- odată intrat în biroul unei personalități publice (ministru, rector, director general etc), strânge mâna cu fermitate, ocupă scaunul indicat de gazdă, pune geanta ușor pe podea lângă tine și așează-te comod, dar într-un mod atent;
- dacă tu ai convocat ședința - începe, timp de trei-patru minute, cu lucruri generale și apoi treci la ordinea de zi, dacă tu ai fost cel chemat, discuțiile le va conduce gazda;
- estimează cât timp ți-a rezervat; eventual după ce saluți, întreabă câte minute îți poate acorda;
- când este timpul să pleci, mulțumește gazdei; de asemenea mulțumește secretarei și celui care te-a întâmpinat și te-a condus în drum spre ieșire.

În medie, 70% din timpul unui manager se consumă pentru comunicare.

### **Bariere în comunicare**

*“Neînțelegerea reprezintă cea mai des întâlnită formă a comunicării.”*  
*Peter Benary*



Pentru un manager este foarte important să cunoască și să înțeleagă conceptul „bariere în comunicare” pentru a reuși să le depășească și să realizeze o comunicare de succes atât cu partenerii cât și cu angajații.

O barieră importantă în calea ascultării eficiente este aceea că, în societatea actuală, obișnuim să punem semnul egal între actul de a vorbi și putere. Rezistența la ascultare tinde să devină o normă culturală.<sup>5</sup>

În literatura de specialitate, barierele în comunicare sunt împărțite în două mari categorii:<sup>6</sup>

*La nivel individual:*

- concluziile grăbite;
- prejudecățile;
- stereotipurile;
- lipsa de cunoștințe;
- dezinteresul;
- dificultățile de exprimare;
- emoțiile.

---

<sup>5</sup> Madelyn, Burley-Allen, Arta de a asculta ce spun cei din jurul tău și succesul în viață, Editura Teora, 2005, p58

<sup>6</sup> Comunicare - Institutul Național al Magistraturii

*La nivel organizațional:*

- neacordarea sau neprimirea “feedback-ului” necesar pentru transmiterea informației, prin acestea creându-se erori;
- neacordarea importanței informației sau mesajului pentru că “nu este pentru mine”;
- netransmiterea informației, întrucât necesită efort.

Mihai Dinu sublinia: „în călătoria lor de-a lungul canalului care face legătura dintre emițător și receptor semnalele pot fi afectate, în orice moment, de acțiunea perturbatoare a zgomotului. Termenul desemnează clasa, practic infinită, a fenomenelor susceptibile de a distorsiona mesajul prin alterarea calității semnalelor. Uneori zgomotul are chiar aspectul unei perturbații sonore... La fel de bine însă el se poate prezenta, dimpotrivă, ca o atenuare a unei acustice purtătoare a mesajului, care diminuează șansele acestuia de a fi corect perceput.... Atunci când veriga senzorială implicată în analiza și traducerea semnalelor este alta decât auzul, e de așteptat ca bruiajul să înceteze de a mai avea vreo tangență cu gălăgia ori cu contrariul ei. Spre deosebire de postura de emițător, în care deții controlul total asupra celor comunicate, condiția de receptor presupune efortul continuu de a urmări un gând străin.”<sup>7</sup>

***Pentru a realiza o comunicare de succes***, este necesar să vă puneți unele întrebări: <sup>8</sup>

- De ce comunic? Care este scopul meu real de a scrie sau vorbi? Să informez? Să influențez? Să conving? Să port o conversație?
- Ce sper eu să realizez prin mesajul transmis, o schimbare de atitudine sau o schimbare de opinie?
- Cine este receptorul mesajului meu? Ce fel de persoană este, ce personalitate are, educație, vârstă, statut social?
- Cum va reacționa la conținutul mesajului meu și ce știe el despre conținutul acestuia? (mult, puțin, nimic sau mai mult sau mai puțin decât mine);
- Unde va fi receptorul când va primi mesajul meu? În birou sau în apropierea altui obiectiv interesant?
- Ce elemente ale mesajului nu sunt cunoscute, fiind nevoit să-i reamintesc elemente ajutătoare? Mesajul poate răspunde la problemele care îl interesează pe interlocutor sau mesajul pe care îl transmit va reprezenta prima informație pe care receptorul o va auzi despre o anumită problemă?
- Care este relația mea cu receptorul? Este subiectul mesajului meu un motiv de controversă între noi, atmosfera este cordială sau nu?

<sup>7</sup> Mihai, Dinu, Comunicarea, Editura Algos, București

<sup>8</sup> Mircea, Zăvăleanu, Management și comunicare, Craiova, Editura Universitaria, 2004



- Comunicarea mesajului poate fi realizată de regulă în cuvinte, în imagini sau în cuvinte și imagini. Care dintre modalitățile acestea va fi mai apreciată de receptor: cea scrisă, cea vorbită, sau o scrisoare, o discuție personală sau un interviu?
- Din punct de vedere al organizării informațiilor pe care doresc să le transmit, voi folosi o prezentare deductivă (încep cu punctul meu de vedere și apoi voi continua cu explicații, exemple, ilustrări) sau voi proceda invers, o prezentare inductivă, în care esența mesajului va fi plasată la final? Pentru a realiza efectul dorit și pentru a atinge obiectivul propus, este necesar să aleg cele mai potrivite cuvinte și imagini corelate cu un ton și un stil adecvat.
- După redactarea mesajului, trecem direct la concluzii ? Ne raportăm numai la punctul nostru de vedere pentru atingerea obiectivului, fără să ținem cont că receptorul poate avea alte puncte de vedere?

Este recomandabil să revedem de mai multe ori mesajul înainte de a-l comunica, trebuie să luăm în considerare observațiile chiar și atunci când vom comunica spontan, această recomandare ne va ajuta și “disciplina” să nu vorbim fără să gândim.

*Pentru redactarea unui mesaj, în principiu, se parcurg următoarele etape:*<sup>9</sup>

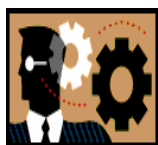
- *Etapa I* - Este de preferat ca într-o frază sau două să vă precizați, în scris, esența mesajului pe care vreți să-l comunicați. În jurul acesteia veți naviga și vă veți organiza informațiile pentru a evita devierea de la subiect.
- *Etapa a II-a* - Culegerea informațiilor. Fiecare idee sau informație se va nota separat pe o fișă, dovedind capacitate de sinteză a informațiilor care urmează a fi incluse în mesaj. Se recomandă să vă puneți întrebări de forma:
  - Este această informație relevantă pentru mesajul meu?
  - Ascultătorii sau cititorii mesajului doresc cu adevărat să cunoască aceste informații și vor înțelege corect ce vreau să comunic?
  - Sunt relevante informațiile pentru a atinge obiectivul?
- *Etapa a III-a*: Citiți cu atenție informațiile selectate și stabiliți legăturile dintre elementele informațiilor.
  - Se recomandă să dați fiecărui grup de informații un titlu. Ordonăți ideile într-o structură logică.
  - Rețineți că fiecare paragraf trebuie să conțină o singură idee principală. Celelalte idei din paragraf nu vor constitui decât elemente ajutătoare—exemple, ilustrări, detalieri etc.

---

<sup>9</sup> Mircea, Zăvăleanu, Management și comunicare, Craiova, Editura Universitaria, 2004

- *Etapa a IV-a:* Ordonarea informațiilor astfel încât receptorul să poată urmări cu ușurință mesajul pe care vrem să-l transmitem - comunicăm. Este etapa preliminară în care emițătorul, în raport de importanță, complexitate, context, natura mesajului are latitudinea să aleagă.

*Comunicarea și energia nu pot fi separate. Utilizați toată energia de care dați dovadă pentru a comunica !*



### Test de autoevaluare T 9.1

Analizați: <sup>10</sup>

- Șeful unui departament de proiectare se adresează unei echipe formate din specialiști: „Să respectați planurile exact așa cum le-a desenat domnul X. Nu putem face greșeli. Dacă prototipul nu este gata până luna viitoare, vom pierde un contract important.”
- Echipa a acceptat provocarea, dar oamenii abia își stăpâneau furia. Încă o dată, era clar ca șeful are o preferință pentru proiectantul X. Domnul X era cel care primea laudele pentru o treabă bine făcută, cu el se consulta șeful când avea vreo problemă, în timp ce tot ceea ce spuneau ei era tratat “de sus” și superficial.
- După ce șeful a ieșit din laborator, echipa a început să se uite peste planuri. Deodată, s-au uitat mirați unul la altul: văzuseră o greșală la sistemul de etanșare ...
- Ce trebuie să facă ?
- Deci, șeful vrea ca ei să respecte întocmai planurile domnului X... Ei bine, exact așa vor face!
- Echipa a terminat dispozitivul, respectând termenele.
- În timp ce șeful se grăbea să iasă cu prototipul din laborator, oamenii l-au privit cu un surâs ...
- O oră mai târziu, șeful se întorcea roșu de furie, cu prototipul în mână. “Nu merge! Nu mai putem obține contractul și șeful meu (fiecare are un șef !!!) țipă la mine! Ce s-a întâmplat ?”
- Specialiștii se prefac nedumeriți: “Nu înțelegem. Am respectat întocmai planurile domnului X, așa cum ați spus. Poate e o greșală...”

<sup>10</sup> Comunicare - Institutul Național al Magistraturii

### Studiu de caz: Evaluarea performanțelor <sup>11</sup>

- “Ana, cred că ești la curent cu etapa pe care o parcurgem. Te-am invitat la mine în birou pentru că astăzi începe evaluarea personalului din subordinea mea. Ai făcut o treabă bună anul acesta și apreciez foarte mult acest lucru. Meriți felicitări pentru realizările echipei pe care o conduci.
- Desigur, sunt câteva domenii în care ai putea face mai mult, dar să începem evaluarea cu partea bună a lucrurilor. Ai reușit să-i implici pe membrii echipei tale în luarea deciziilor, ai pus la punct un sistem de planificare a activităților care a contribuit la îmbunătățirea performanțelor firmei, participi activ la ședințele cu conducerea compartimentului...
- Ana, dă-mi voie acum să-ți spun ce cred că ar trebui să îmbunătățești. Sper că aceste remarci te vor ajuta să faci o treabă și mai bună pe viitor.
- Atitudinea ta față de muncă este greșită și cred că aceasta are o influență nefavorabilă asupra echipei tale. Ar trebui să fi un exemplu pentru subordonați în ceea ce privește punctualitatea, dar ești în întârziere destul de des la ședințe și la începerea lucrului. Cred că ești conștientă de importanța acestui aspect. Cred că ar trebui să fi mai creativă în realizarea sarcinilor. Faci doar ceea ce ți se spune și nimic altceva, nimic inovativ.
- Ai întrebări sau comentarii în legătură cu ceea ce ți-am spus?”



#### Test de autoevaluare T 9.2

- Ce răspuns anticipați din partea Anei?
- Care sunt barierele în comunicare în acest caz?
- Cum ar putea fi condusă mai eficient această discuție?

## 9.2. Arta de a asculta - Atuu pentru un manager

*“Omul învață trei ani să vorbească și o viață întreagă să asculte.”*

*André Malraux*



Ca metodă de acumulare a informațiilor, ascultarea este utilizată într-o proporție mult mai mare, comparativ cu scrisul și cititul împreună, fiind cea mai utilizată modalitate de învățare.

Studiile de specialitate prezintă repartiția timpului petrecut cu fiecare element al procesului de comunicare : 40% ascultăm, 35% vorbim, 16% citim, 9% scriem.<sup>12</sup>

---

<sup>11</sup> Comunicare - Institutul Național al Magistraturii

<sup>12</sup> Madelyn, Burley-Allen, Arta de a asculta ce spun cei din jurul tău și succesul în viață, Editura Teora, 2005,p2

Madelyn Burley-Allen sublinia: „Când auzim termenul *a asculta*, ne gândim că este sinonim cu *a auzi*, aceasta constituie o eroare gravă, fiindcă sugerează că ascultarea eficientă este o aptitudine instinctivă, nativă. În consecință, nu facem nici un efort conștient de a ne perfecționa această abilitate și, fără a ne dea seama, neglijăm o funcție vitală a comunicării, fapt care împiedică asupra dezvoltării personale și a unei depline conștientizări de sine. Astfel, ne creăm automat noi probleme: neînțelegeri, sentimente rănite, lipsă de claritate, pierderi de informații importante, stânjeneală și frustrare. Drept urmare, ne reducem șansele de a ne perfecționa relațiile personale și profesionale.”<sup>13</sup>

Ascultarea implică procese mentale complexe, care necesită energie și autodisciplină. În procesul de învățare un rol decisiv îl are ascultarea activă. Ascultarea eficientă nu este un proces pasiv, ci unul activ.

Pentru asigurarea unei ascultări active este necesar să respectați următoarele reguli:<sup>13</sup>

- Urmăriți acordul dintre limbajul non verbal și cel verbal al interlocutorului.
- Concentrați-vă asupra conținutului mesajului.
- Ascultați pentru a înțelege mesajul, nu pentru a pregăti răspunsul.
- Suspendați evaluarea mesajului până la înțelegerea sa completă.
- Grupați ideile pentru a depista structura mesajului, astfel încât să puteți reține mai ușor.
- Rezumați mental mesajul sub forma unei schițe a punctelor principale.
- Luați notițe - vă ajută în memorarea mesajului și demonstrarea interesului față de ceea ce vă prezintă interlocutorul.
- Nu anticipați ceea ce vorbitorul vrea să spună și nu terminați propozițiile în locul lui.
- Nu adoptați comportamente non verbale care denotă nerăbdare sau plictiseală.

În general, persoanele cu experiență pot spune cu foarte mare ușurință dacă o persoană tânără a fost atentă și dacă a ascultat cu adevărat, după calitatea întrebărilor puse la sfârșitul unei întâlniri de lucru și prin acuratețea clasificării principalelor detalii privind problemele puse în discuție. De asemenea, în literatura de specialitate se subliniază că semnul unei reale maturități la un manager tânăr este când acesta poate schimba ușor rolul de vorbitor, din timpul unei conversații, cu cel de ascultător, și când folosește timpul de ascultare pentru a învăța.

Multe din aceste activități sunt grevate de două prejudecăți:<sup>14</sup>

*Prima* pornește de la evaluarea conținutului discursurilor ținute: rezultatul este condiționat de capacitatea oamenilor de a transmite eficient informația, de a scrie mai clar și concis și de a vorbi cu mai multă convingere și sensibilitate. Specialiștii care studiază modul

<sup>13</sup> Madelyn, Burley-Allen, *Arta de a asculta ce spun cei din jurul tău și succesul în viață*, Editura Teora, 2005, p3

<sup>14</sup> Mircea, Zăvăleanu, *Management și comunicare*, Craiova, Editura Universitaria, 2004

în care ființele umane comunică au descoperit că acesta depinde și de capacitatea noastră de a recepționa informația.

Testele au arătat că o persoană obișnuită își poate aminti numai 50% din ceea ce a ascultat, dacă este chestionată imediat și numai 25%, după două luni.

*A doua* prejudecată, foarte răspândită și în mod inconștient acceptată, este aceea potrivit căreia, pe măsură ce avansăm pe calea succesului și ne găsim în poziții de răspundere, activitatea noastră ne dezvăță să ascultăm și să recepționăm mesaje, conturându-se tendința de a spune ce și cum să se facă.

Multe dintre problemele de comunicare implică procesul de ascultare, iar unele studii făcute în acest sens au demonstrat că, în medie, un lucrător își petrece 45% din timpul de comunicare ascultând și aproximativ 31,5% din timp percepând conștient mesajul transmis.<sup>15</sup>

Ascultarea pare a fi, din păcate neglijată și, uneori, considerăm că este un act pasiv. Pentru o comunicare eficientă, ascultarea este extrem de importantă, căci un mesaj care nu este recepționat corect nu este altceva decât un zgomot de fond.

*Ascultarea eficientă* poate fi definită ca:<sup>16</sup>

- obținerea de informații de la vorbitori, alte persoane sau de la noi înșine, dând dovadă de empatie;
- abordarea vorbitorului astfel încât continuarea comunicării să fie facilitată;
- oferirea unor reacții încurajatoare, dar limitate, la spusele vorbitorului, ducând ideile acestuia cu un pas mai departe.

Această definiție subliniază responsabilitatea ascultătorului în cadrul procesului de comunicare.

Dacă analizăm cu atenție cazurile concrete, vom constata că trebuie să fim capabili de a recepționa corect mesajele pentru a ajunge la următoarele rezultate:<sup>15</sup>

*Încurajarea celorlalți.* Când ceilalți constată că dumneavoastră ascultați cu bunăvoință, vor renunța parțial sau total la tendința lor defensivă și vor încerca să vă înțeleagă mai bine. Astfel, propria dumneavoastră capacitate de ascultare va da rezultate, transformându-i pe ceilalți în buni ascultători.

*Obținerea întregii informații.* Cu toții știm că pentru a ne rezolva problemele și pentru a putea lua decizii corecte, este necesar să obținem cât mai multă informație relevantă. Atenția dumneavoastră de obicei încurajează vorbitorul să continue discuția și să furnizeze cât mai multe date. Când dețineți suficiente informații exacte, sunteți în măsură de a lua decizii corecte.

---

<sup>15</sup> Mircea, Zăvăleanu, Management și comunicare, Craiova, Editura Universitaria, 2004

<sup>16</sup> Madelyn, Burley-Allen, Arta de a asculta ce spun cei din jurul tău și succesul în viață, Editura Teora, 2005, p4

*Ameliorarea relațiilor cu ceilalți.* O bună capacitate de ascultare, de obicei, ameliorează relațiile dintre oameni. Ea oferă vorbitorului posibilitatea eliberării de fapte, idei și sentimente reprimite. Îl veți înțelege bine când îl veți asculta, el va aprecia interesul dumneavoastră în legătură cu persoana sa, realizându-se o interacțiune.

*Rezolvarea problemelor.* Neînțelegerile și problemele pot fi mai bine rezolvate când indivizii se ascultă cu atenție unii pe alții. Aceasta nu înseamnă că unul trebuie să fie de acord cu punctul de vedere al celuilalt, dar el trebuie să arate că înțelege și mai ales că acceptă părerile celeilalte persoane. Fiecare persoană dorește să fie ascultată și înțeleasă. Ascultarea ne ajută să vedem propriile probleme mult mai clar. De obicei, când ascultăm cu atenție problemele celorlalți, putem găsi mai ușor soluțiile adecvate.

*O mai bună înțelegere a oamenilor.* Ascultând cu atenție o altă persoană, ea îți va arăta: cum gândește, ce gândește, ce simte și care este scopul mesajului său. Înțelegând-o, vei fi în stare să colaborezi mai bine cu aceasta, chiar dacă nu există o simpatie specială pentru ea.

*Un bun ascultător câștigă: informație, înțelegere, recepție (ascultare) reciprocă, cooperare.*

Ascultarea este importantă atât pentru studentul al cărui succes depinde de buna înțelegere a mesajelor, cât și pentru managerul care trebuie să știe ce rol are în coordonarea diverselor activități și cum trebuie să ia decizii inteligente pentru a asigura o atmosferă propice desfășurării unei activități eficiente.

Nu trebuie să se înțeleagă că este bine să devenim doar simpli ascultători sau să avem tendința de a deveni tăcuți.

În literatura de specialitate sunt prezentate recomandări care, dacă sunt tratate cu seriozitate, pot deveni eficiente în procesul comunicării:<sup>17</sup>

- Fiți pregătit să ascultați;
- Fiți interesat;
- Arătați-vă interesat;
- Păstrați-vă mintea deschisă ;
- Urmați ideile principale;
- Ascultați critic;
- Ascultați cu atenție;
- Luați notițe;
- Ajutați vorbitorul;
- Nu întrerupeți vorbitorul.

<sup>17</sup> Mircea, Zăvăleanu, Management și comunicare, Craiova, Editura Universitaria, 2004

În concluzie, pentru a fi un bun ascultător este necesar să ținem cont de următoarele principii:<sup>18</sup>

- Încetați să mai vorbiți. Nu puteți să ascultați dacă vorbiți;
- Ușurați sarcina celui care vorbește. Ajutați-l pe cel care vorbește să se simtă liber să vorbească. Aceasta conduce la stabilirea unui mediu permisiv.
- Arătați celui care vorbește că vreți să-l ascultați. Arătați și acționați ca un om interesat. Nu vă citiți ciornele / notițele / mesajele în timp ce altcineva vorbește.
- Ascultați pentru a înțelege și nu pentru a vă opune.
- Îndepărtați lucrurile care vă distrag atenția. Nu mâzgăliți, mototoliți sau răsfoiți hârtii.
- Identificați-vă cu vorbitorul, încercați să vă puneți în locul vorbitorului pentru a putea înțelege punctul său de vedere.
- Fiți răbdător. Oferiți-i timp suficient vorbitorului. Nu-l întrerupeți. Nu vă îndreptați spre ușă cu gândul de a pleca.
- Controlați-vă temperamentul. O persoană nervoasă înțelege greșit semnificația cuvintelor.
- Nu apelați mereu la critici. Criticile îl vor face pe vorbitor să treacă în defensivă.
- Puneți întrebări. Acest lucru îl va încuraja pe vorbitor și va demonstra că îl ascultați. Îl va ajuta să-și dezvolte subiectul.
- Încercați să nu vorbiți! Acesta este primul și ultimul principiu deoarece toate celelalte principii depind de el. Nu puteți să ascultați bine atâta timp cât vorbiți.

Ascultarea este una dintre cele mai bune confirmări pe care putem să le oferim celor din jurul nostru.



### **Tehnici de chestionare. Arta de a pune întrebări**

Chestionarea sau adresarea de întrebări este elementul principal prin care se poate susține o comunicare eficientă. Se pot pune în evidență cele două valențe importante: a. emițătorul pune întrebări; b. receptorul întreabă.<sup>19</sup>

a. Emițătorul trebuie să încurajeze reacțiile de răspuns și să se asigure că mesajul a fost bine înțeles, reducând astfel riscul de apariție a distorsiunilor și a omisiunilor.

Punând întrebări adecvate, îl ajutați pe ascultător să devină mai puțin defensiv și facilitați soluționarea problemelor. ... Conversația este menținută la un nivel obiectiv și relevant față de problemele discutate, reduce riscul digresiunilor și îi permite interlocutorului să asculte mai eficient mesajul vorbitorului.

b. Întrebările reprezintă instrumentul de bază prin care receptorul poate să înțeleagă mai bine ce dorește să spună cealaltă persoană.

---

<sup>18</sup> Mircea, Zăvăleanu, Management și comunicare, Craiova, Editura Universitaria, 2004

<sup>19</sup> Madelyn, Burley-Allen, Arta de a asculta ce spun cei din jurul tău și succesul în viață, Editura Teora, 2005, p178

Cuvintele cheie care definesc informațiile și întrebările ce trebuie adresate: Cine?; Ce?; Unde?; Când?; Cum?; De ce?

Pe baza lor putem formula întrebări care să ne ajute să obținem informația pe care o dorim.

Dintre tipurile de întrebări care pot fi adresate, în funcție de rezultatul dorit, patru se disting ca importante:<sup>20</sup>

- *Întrebări închise* – pentru stabilirea gradului de înțelegere sau pentru obținerea informațiilor specifice.
- *Întrebări deschise* – pentru stabilirea elementelor importante sau pentru aflarea părerilor celorlalți.
- *Întrebări directe* - pentru a căuta mai multe informații sau pentru a dezvolta un anumit subiect.
- *Întrebări cu alternative* - pentru implicarea grupului țintă prin ușurarea deciziei.

Anumite tipuri de întrebări este recomandabil să fie evitate deoarece restrâng comunicarea și pot altera relația cu interlocutorul:<sup>20</sup>

- *Întrebările directive*. Sugerează interlocutorului răspunsul pe care îl așteptați.
- *Întrebările insidioase*. Tind să-l incite pe interlocutor să dezvăluie ceva important răspunzând la întrebări aparent banale.
- *Întrebările multiple*. Solicită interlocutorului să răspundă simultan la mai multe întrebări, ceea ce poate produce blocaje sau răspunsuri incomplete.
- *Întrebări imprecise*. Generează ambiguitate și fac dificilă formularea răspunsului, afectând în plus imaginea și credibilitatea celui care le formulează.

Reformularea constă în redarea cu alte cuvinte și într-o manieră mai concisă sau mai explicită a mesajului exprimat de interlocutor, astfel încât să se obțină acordul acestuia în legătură cu formularea respectivă.

Rezultă trei efecte: cel care reformulează nu introduce nici un element de interpretare în mesajul pe care l-a recepționat; interlocutorul, dacă se recunoaște în reformulare, se simte înțeles și va fi mai deschis în continuare; cel care reformulează mesajul face dovada că a ascultat și a înțeles ceea ce i se comunică.

În *Arta de a asculta ce spun cei din jurul tău și succesul în viață*, Madelyn, Burley Allen, sublinia: „*Calea către succesul profesional începe de la școală, atunci când deprindem conceptele și comportamentele menite să ne ajute să obținem ceea ce dorim. ... La locul de muncă, un ascultător activ are un ascendent asupra celor din jur. ... Cercetătorii*

<sup>20</sup> Comunicare - Institutul Național al Magistraturii



de la Universitatea Loyola au realizat un studiu care a încercat să afle care este cel mai important atribut al unui manager eficient. Mii de angajați au fost chestionați, iar rezultatele studiului au fost rezumate astfel: Dintre toate sursele de informații de care dispune un manager pentru a cunoaște și a evalua în mod corect personalitatea celor cu care colaborează, ascultarea activă a fiecărui angajat este cea mai importantă...

Managerii care știu să asculte se bucură de stima și loialitatea angajaților descoperind în același timp informații interesante despre modul de funcționare a întreprinderii.

Managerul care știe să asculte încurajează dezvoltarea profesională a angajaților săi.

Indiferent care este domeniul în care activăm, ascultarea îmbunătățește eficiența muncii depuse<sup>21</sup>

Ascultarea pare a fi, din păcate, neglijată și, uneori, este un act pasiv. Pentru o comunicare eficientă, ascultarea este extrem de importantă.

Un mesaj care nu este recepționat corect, nu este altceva decât un zgomot de fond.



### Test de autoevaluare T 9.3

#### I. Analizarea unei probleme importante ! <sup>22</sup>

Lucrați în echipe formate din trei persoane.

- Fiecare se va gândi la o problemă importantă de la serviciu/facultate, a cărei rezolvare nu este foarte clară.
- Pe rând, fiecare va juca rolul de interviuat, interviuator sau observator.
- Interviuatorul va pune interviuatului cât mai multe întrebări, în așa fel încât să poată obține de la acesta informații referitoare la problema de rezolvat și îl va ajuta pe acesta, folosind tehnicile ascultării active, să expună cât mai pe larg și să găsească singur răspuns la problema expusă.
- Observatorul își va nota felul în care tehnicile de ascultare activă sunt utilizate (feedback).
- Fiecare rundă va dura: 15 minute (10 minute, exercițiul de ascultare activă, 5 minute feedback).

#### II. Am ascultat activ?

- Analizați exercițiul de ascultare activă efectuat.
- Faceți propuneri pentru îmbunătățirea tehnicii de formulare și reformulare a întrebărilor .
- Cum ar putea fi mai eficient feedback-ul pe care îl oferiți colegilor dvs.?

---

<sup>21</sup> Madelyn, Burley-Allen, Arta de a asculta ce spun cei din jurul tău și succesul în viață, Editura Teora, 2005

<sup>22</sup> Comunicare - Institutul Național al Magistraturii

Jean-Claude Abric sublinia în lucrarea *Psihologia comunicării – Teorie și metode*: „Situția cea mai propice pentru exprimarea celui alt este situația în care el nu se simte judecat, analizat sau interpretat, nici ghidat prin sfaturi și nici manipulat sau hărțuit prin întrebări. Este o situație în care el se simte pur și simplu ascultat.

*Ascultarea este caracteristica fundamentală a comunicării vizând facilitarea exprimării celui alt.... În situațiile în care indivizii se simt realmente ascultați, ei se exprimă cel mai bine, altfel spus cel mai autentic cu putință.*

*Cel care dorește să faciliteze exprimarea celui alt trebuie să se subordoneze următoarelor două imperative:*

- Să manifeste o atitudine de comprehensiune;
- Să-și controleze reacțiile spontane, care merg mai degrabă în sensul evaluării, al interpretării, al ajutorului sau al chestionării decât în sensul comprehensiunii.

*Absența comunicării rezultă din lipsa unei ascultări reale între actori.”<sup>23</sup>*

### 9.3. Cultura organizațională

Atunci când un grup de oameni trăiește și muncește împreună pentru o perioadă mai lungă de timp, ei împărtășesc o serie de valori și opinii despre ceea ce este bine și adecvat.



Se stabilesc o serie de modele de gândire și de modele comportamentale în concordanță cu experiența acumulată în cadrul organizației, cu interesele și obiectivele strategice ale organizației. Toate aceste modele de gândire, de comportament, de valorificare a experienței și tradiției organizației formează *cultura instituțională sau organizațională*.<sup>24</sup>

Cultura instituțională afectează modul în care se iau deciziile într-o organizație și, deci, modul concret în care evoluează aceasta, în contextul unei strategii.<sup>24</sup>

Studiile de specialitate demonstrează faptul că această cultură instituțională se află la baza întregului proces decizional, deși ea nu apare în spectrul vizibil al organizației decât în mod indirect, prin consecințele inerțiale.

Cultura organizațională integrează aceste valori, credințe și norme comportamentale care, pe parcursul activității, s-au dovedit a fi în beneficiul organizației. Cu alte cuvinte, cultura organizațională conservă toate valorile din trecut, care au fost validate istoric în favoarea organizației și a angajaților ei.

<sup>23</sup> Jean-Claude, Abric, *Psihologia comunicării – Teorie și metode*, Editura POLIROM, 2002

<sup>24</sup> Mircea, Zăvăleanu, *Management și comunicare*, Craiova, Editura Universitaria, 2004

*Cultura organizațională reprezintă cadrul generic al unei organizații, regulamentul ei nescriș, dar obligatoriu. De aici decurge și importanța culturii organizaționale în implementarea managementului strategic.*<sup>25</sup>

Cultura unei organizații reprezintă o serie de valori și de convingeri comune pe care le au membrii organizației în privința funcționării și a existenței organizației lor.

În literatura de specialitate se subliniază:<sup>25</sup>

- Totalitatea modelelor de gândire, de comportament, de valorificare a experiențelor și tradiției organizației formează cultura instituțională sau organizațională.
- Cultura organizațională este o capacitate intangibilă care afectează modul în care se iau deciziile manageriale.
- Cultura organizațională este stagnantă atunci când promovează strategii conservatoare și când se opune, practic, schimbării.
- Cultura organizațională este dinamică atunci când are la bază o gândire dinamică și creatoare și, respectiv, promovează schimbarea și inovarea.

Tipul de cultură al organizației prezente într-o anumită organizație poate fi descoperit prin studierea *simbolurilor statutului*, a *tradițiilor*, a *istoriei* și a *mediului fizic* din acea organizație.

Semnificația pentru management a culturii organizației este aceea că ea influențează comportamentul fiecărui membru din cadrul organizației, iar în condițiile în care este aleasă cu atenție, cultura poate avea un efect pozitiv semnificativ asupra succesului organizației.<sup>25</sup>

#### **9.4. Recrutarea și selectarea personalului**

Azi, când pe piața muncii agenții economici se confruntă cu o competiție continuă, recrutarea și selectarea personalului a devenit unul dintre elementele care stau la baza succesului unei companii.

La baza procesului de selecție a personalului stau diverse metode care utilizează tehnici de recrutare moderne. Dacă recrutarea este directă, instituția își definește anunțul și alege canalul cel mai potrivit de comunicare: presă, afișaj, radio, TV, pregătindu-se în același timp pentru selecția candidaților. În cazul în care selecția se realizează prin intermediari (agenții specializate), în baza cererii agentului economic, agenția este cea care concepe și difuzează mesajul, înscrie candidații și realizează preselecția - decizia finală în alegerea candidatului revenindu-i totdeauna companiei care scoate postul la concurs (angajator) .

---

<sup>25</sup> Mircea, Zăvăleanu, Management și comunicare, Craiova, Editura Universitaria, 2004



Este evident faptul că a *selecționa* o anumită persoană este *un proces complex de cunoaștere* care necesită *efort și pregătire în timp, documentarea, verificările și experiența acumulată în această direcție* au un rol determinant în alegerea celei mai potrivite persoane.<sup>26</sup>

În acest context, procesul recrutării forței de muncă presupune parcurgerea următoarelor etape:

- definirea postului,
- stabilirea profilului viitorului angajat,
- publicarea postului scos la concurs,
- conținutul cererii și al dosarelor de concurs ale candidaților,
- selecția,
- numirea pe post a persoanei selecționate în urma concursului etc.

Cel mai eficient mijloc utilizat în practica recrutării forței de muncă îl reprezintă anunțul. Un anunț complet trebuie, obligatoriu, să cuprindă:

- denumirea postului,
- descrierea sarcinilor conform fișei postului,
- profilul candidatului,
- condițiile de candidatură.

Selecția candidaților se poate face în baza unui interviu sau utilizând criterii riguroase de selecție și folosind drept metode de selecție testele, chestionarele, probele practice.

Urmare anunțului, cel mai adesea răspunsul candidaților se materializează într-o *cerere / scrisoare de intenție* și un *curriculum vitae*, care sunt depuse direct la sediul agentului economic (companiei, organizației) sau sunt expediate prin poștă / poștă electronică..

Prima etapă a procesului de selecție constă în analiza și alegerea, în vederea invitării la interviu, a acelor candidați care ar putea corespunde în raport cu exigențele postului (pregătire profesională, experiență, alte criterii specifice etc).

Elemente cărora, de regulă, candidații le acordă o atenție superficială:<sup>26</sup>

- informații insuficiente,
- greșeli de ortografie / ștersături / adăugiri ulterioare,
- o prezentare illogică,
- calitatea hârtiei,
- alegerea formulilor de politețe etc.

Toate acestea pot influența decizia celui care organizează selecția.

<sup>26</sup> Mircea, Zăvăleanu, Management și comunicare, Craiova, Editura Universitaria, 2004

În ultimul timp, se constată o predilecție a instituțiilor de a solicita *întocmirea documentelor scrise de mână* pentru a folosi testele grafologice, care pot oferi informații interesante despre candidat sub aspectul temperamentului, pregătirii etc.

Interviul pentru angajare este una dintre cele mai folosite metode de selecție privind: angajarea, promovarea sau transferul în cadrul unei instituții. (vezi UI 8)

Atunci când participați la un interviu și doriți să aveți o reușită în obținerea, unui loc de muncă este absolut obligatorie o prealabilă pregătire direcționată în:

- perceperea unui mare număr de informații,
- stocarea acestora,
- tratarea lor în așa fel încât să se demonstreze că aveți capacitatea să selectați și să acționați eficient la interviul de angajare.

Participarea la un interviu de angajare presupune din partea interviuatului parcurgerea următoarelor momente:

- a analiza,
- a evalua,
- a pregăti și a acționa, luând în calcul multiplele elemente ale fiecărei informații, inclusiv interconexiunile lor.

Deci, înainte de a participa la un interviu, este necesară documentarea, culegerea și sistematizarea informațiilor necesare cunoașterii unor aspecte definitorii în vederea conturării răspunsurilor.

*Primele întrebări* la care trebuie să răspundeți atunci când începeți să vă pregătiți pentru un interviu:

- Unde este sediul?
- Este o firmă care face parte dintr-un concern sau este un IMM?
- Face parte din sectorul public sau privat?
- Care este cifra de afaceri?
- Evoluția firmei a fost influențată de ultimele evenimente politice sau economice?
- Care este strategia firmei ?
- Are filiale sau sucursale în țară / în străinătate ? .....

O altă etapă importantă este căutarea informațiilor referitoare la firmă utilizând un instrument de căutare - un program sau o pagină de web care permite căutarea într-un site Internet, folosind anumite *cuvinte cheie*. În ultimii ani, utilizând acest instrument, numeroase

persoane au reușit **să găsească un loc de muncă** interesant, care să corespundă pregătirii profesionale și astfel au făcut primul pas spre angajare.

Pasul următor este **transmiterea unui CV și a unei scrisori de intenție** utilizând **poșta electronică**.

După ce o persoană se obișnuiește cu transmiterea mesajelor e-mail, își dă seama că acest mod de comunicare este tot atât de util ca și telefonul, în plus nu solicită disponibilitatea în acel moment a persoanei care primește mesajul. În mesaje pot fi introduse foarte multe informații specifice, iar destinatarul poate răspunde pe larg, oricând dorește. Spre deosebire de telefon, în cazul poștei electronice mesajele pot fi scrise și apoi modificate, înainte de a fi trimise.

Invitația pentru a participa la interviu se poate primi tot prin poșta electronică.

Aceste eforturi vă vor ajuta în timpul interviului, putând să faceți chiar o analiză a concurenței pentru a scoate în evidență elementele pozitive care v-au determinat să faceți această alegere.

Activitatea de angajare a personalului constituie una dintre cele mai importante laturi ale gestiunii resurselor umane, presupunând în mod concret recrutarea și selectarea personalului cu scopul de a găsi "omul potrivit la locul potrivit".<sup>27</sup>

---

<sup>27</sup> Mircea, Zăvăleanu, Management și comunicare, Craiova, Editura Universitaria, 2004



### **Lucrare de verificare V9.1**

Prezentați principalele elemente care conduc la succesul unui manager.



### **Bibliografia minimă necesară studenților pentru parcurgerea C9**

- Abric, Jean-Claude, Psihologia comunicării – Teorie și metode, Editura POLIROM, 2002
- Burley-Allen Madelyn, Arta de a asculta ce spun cei din jurul tău și succesul în viață, Editura Teora, 2005
- Dinu Mihai, Comunicarea, Editura Algos, București
- Sandu Alexandra, ș.a., Management, Editura Universitaria, Craiova, 2004
- Zăvălenu Mircea, Management și comunicare, Editura Universitaria, Craiova, 2004
- \*\*\* Comunicare - Institutul Național al Magistraturii