**Tema 1. Comunicarea – factor determinant în stabilirea relaţiilor sociale**

1. Definiţiile comunicării.
2. Structura procesului de comunicare.
3. Principiile comunicării eficiente.
4. Funcțile comunicării
5. **Definiţiile comunicării. Structura procesului de comunicare.**

Definirea conceptului de ”comunicare” implică o serie de dificultăți din cauza diverselor modalități de abordare a acestuia. Fiecare autor a încercat să ofere definiția pe care el o considera potrivită.

De exemplu, C. Hovland, I.Janis și H. Kelley definesc comunicarea astfel: ”un proces prin care un individ (comunicatorul) transmite stimuli (de obicei verbali) cu scopul de a schimba comportarea altor indivizi (auditoriul)”.

Definția oferită de Denis McQuail: ”comunicarea este transmiterea informațiilor, ideilor și atitudinilor sau emoțiilor de la o persoană la altă persoană sau de la un grup la altul, în mod esențial prin intermediul simbolurilor. Comunicarea are loc ori de câte ori un sistem, sursă, influențează un alt sistem, destinatarul, prin utilizarea diverselor simboluri transmise prin canalul care leagă cele două sisteme.”

Robert Craig consideră că, cercetarea și teoretizarea comunicării sunt marcate de șapte tradiții. Acestea prezintă asemănări în ceea ce privește conținutul teoriei comunicării și diferențe în modul de abordare a domeniului. Aceste tradiții sunt:

* retorică – teoretizează comunicarea ca fiind arta practică a discursului;
* semiotică – vede comunicarea ca mediere intersubiectivă cu ajutorul semnelor;
* fenomenologică – comunicarea este teoretizarea experienței diferenței și dialogului;
* cibernetică – comunicarea apare ca un proces informațional;
* socio – psihologică (sau a psihologiei sociale) – teoretizează comunicarea ca proces al expresiei, interacțiunii și influenței ei;
* socio – culturală – comunicarea apare ca proces simbolic ce produce și reproduce modelele socioculturale împărtășite;
* critică – consideră apariția comunicării autentice ca fiind doar în procesul reflecției discursive.

**Comunicarea** reprezintă un proces de interacţiune între persoane, grupuri, ca relaţie mijlocită prin cuvânt, imagine, gest, simbol sau semn. Prin intermediul ei, indivizii îşi împărtăşesc cunoştinţe, experienţe, interese, atitudini, simţăminte, opinii, idei. Privită ca proces, comunicare consta în transmiterea şi schimbul de informaţii (mesaje) între persoane.

**Comunicarea,** înseamnă a spune celor din jur cine eşti, ce vrei, pentru ce doreşti un anumit lucru şi care sunt mijloacele pe care le vei folosi pentru a-ţi atinge ţelurile. In acest sens, a comunica înseamnă şi a tăcea, a aştepta răspunsul, reacţia celui căruia ai vrut să-l anunţi că exişti şi chiar vrei să-i spui ceva.

**Comunicarea,** este definită – de către majoritatea specialiştilor - ca un proces prin care un emiţător transmite o informaţie receptorului prin intermediul unui canal, cu scopul de a produce asupra receptorului anumite efecte.

**Scopul comunicării.**

Potrivit opiniei lui De Vito (1988), comunicarea are cinci scopuri esențiale:

* decoperirea personală – comunicarea ne ajută să învățăm despre noi și despre alții, să ne descoperim (în special prin intermediul comunicării sociale) și să ne evaluăm;
* descoperirea lumii externe – comunicarea oferă o bună înțelegere a realității exterioare, a obiectelor și a evenimentelor;
* stabilirea relațiilor cu sens – comunicarea oferă posibilitatea de a stabili și de a menține relații strânse cu alte persoane;
* schimbarea atitudinii și comportamentului – se referă în special la comunicarea realizată prin mass-media, cu rol semnificativ în schimbarea atitudinilor și comportamentelor noastre;
* joc și distracții – comunicarea reprezintă un mijloc de a ne distra, de a râde și de a ne simți bine.

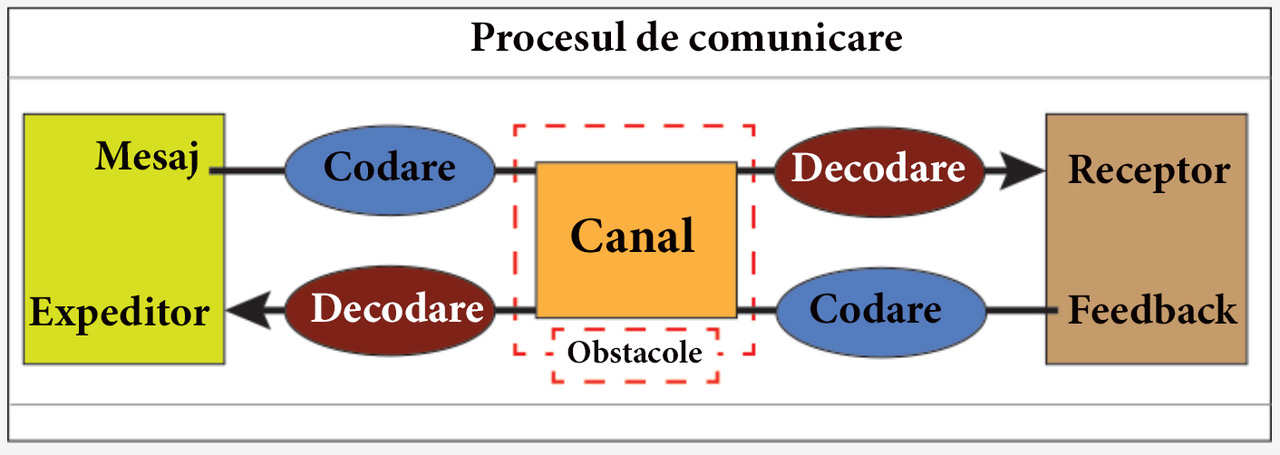
Ori de câte ori vorbim sau scriem, încercăm să convingem şi să ne convingem, să explicăm ,să informăm sau să fim informaţi, să educăm sau să fim educaţi,să impresionăm, să amuzăm şi să ne amuzăm,a ne exprima puncte de vedere, sau să îndeplinim orice alt obiectiv, prin intermediul procesului de comunicare, urmărim întotdeauna patru scopuri principale:

*- să fim auziţi sau citiţi (receptaţi);*

*- să fim înţeleşi;*

*- să fim acceptaţi;*

*- să provocăm o reacţie (schimbare de comportament sau de atitudine, a unei opinii).*



**Elementele comunicării.**

In cadrul comunicări întâlnim, mai multe elemente :

- **emiţătorul,** este un individ, un grup sau o organizaţie care: posedă informaţie mai bine structurată decât receptorul; presupune o motivaţie (stare de spirit); presupune un scop explicit (alăturat mesajului) şi unul implicit (motivul transmiteri mesajului, uneori necunoscut receptorului);

**- receptorul** este, de asemenea, un individ, un grup sau organizaţie - căruia îi este adresat mesajul sau intra în posesia sa în mod întâmplător; primeşte mesajul într-un mod conştient şi sau subliminal. După tipul de ascultare a mesajului, receptorii sunt: cei care ascultă pentru aflarea de informaţii; cei care fac o ascultare critica; cei care fac o ascultare reflexibilă; cei care ascultă pentru divertisment, etc.

**- mesajul,** îl constituie ansamblul format din informaţii obiective, judecăţi de valoare care privesc informaţiile şi judecăţii de valoare şi trăiri personale în afara acestor informaţii; de fapt mesajul include datele, informaţiile transmise şi cadrul de simboluri prin care se oferă un înţeles specific, particular acestor date, informaţii.

**- decodarea,** presupune descifrarea sensului mesajului primit, fiind operaţiunea corespunzătoare codării, la nivelul receptorului de această dată.

**- feedback-ul**, element important al comunicării; ne arată măsura în care mesajul a fost înţeles, crezut şi acceptat. Feedback-ul în calitatea sa de informaţie trimisă înapoi la sursă, poate fi pozitiv (atunci când îndeplineşte un rol de motivare) sau negativ (când urmăreşte un rol corector), imediat sau întârziat.

**- canalul de comunicaţie,** reprezintă calea care permite difuzarea mesajului. In sens larg, el defineşte totalitatea posibilităţilor fizice de comunicare, iar în sens restrâns, este vorba de modul de structurare a comunicărilor în cazul unui colectiv relativ la distribuţia în spaţiu a persoanelor. **- contextul comunicării,** reprezintă cadrul fizic şi psihosocial în care comunicarea are loc.

Contextul comunicării este influenţat de factori ca: *contextul fizic; contextul psihosocial; proximitatea (distanţa dintre emiţător şi receptor); similaritatea (dată de interese, credinţe, activităţi şi scopuri comune); apartenenţa de grup. Dimensiunile contextului comunicării sunt: fizică, psihosocială, temporală, climatul, etc.*

Comunicarea (in varianta cea mai simpla) este actul de transfer de informații dintr-un loc in altul.

Deși aceasta este o definiție simplă, atunci când ne gândim cum putem comunica subiectul devine mult mai complex. Există mai multe categorii de comunicare și ele pot apărea în orice moment simultan.

**Diferitele categorii de comunicare includ:**

* **Comunicare vorbită sau verbală:** față-în-față, telefon, radio sau televiziune și alte mijloace de comunicare.
* **Comunicarea non-verbală:** limbajul corpului, gesturile, modul în care ne îmbracăm sau acționăm – chiar și parfumul nostru.
* **Comunicare scrisă:** scrisori, e-mailuri, cărți, reviste, Internet sau prin alte mijloace de comunicare.
* **Vizualizări:** graficele și diagramele, hărțile, logo-urile și alte vizualizări pot comunica mesaje.

**Procesul de comunicare** interpersonală nu poate fi privit ca un fenomen care pur și simplu „se întâmplă”, ci ar trebui văzut ca un proces care implică participanții la negocierea rolului lor în acest proces, fie conștient, fie inconștient.

Expeditorii și receptorii sunt, desigur, vitali în comunicare. În comunicarea față în față rolurile expeditorului și ale receptorului nu sunt distincte, deoarece ambele părți comunică între ele, chiar dacă în moduri foarte subtile, cum ar fi contactul cu ochii (sau lipsa) și limbajul corpului general.

Există multe alte modalități subtile prin care comunicăm (poate chiar neintenționat), de exemplu tonul vocii noastre poate da indicii despre starea noastră emoțională, în timp ce gesturile pot contribui la mesajul vorbit.

În comunicarea scrisă, expeditorul și receptorul sunt mai usor de depistat. Astăzi, toți putem să scriem și să publicăm online ideile noastre, ceea ce a dus la o explozie a posibilităților de informare și comunicare.

**Procesul de comunicare**

Un mesaj sau o comunicare este trimisă de către expeditor printr-un canal de comunicare către un receptor sau către mai mulți receptori.

Expeditorul trebuie să codifice mesajul (informațiile transmise) într-o formă adecvată canalului de comunicare, iar receptorul decodifică apoi mesajul pentru a înțelege semnificația acestuia.

În orice stadiu al procesului de comunicare pot să apară neînțelegeri. Comunicarea eficientă implică minimizarea potențialului de neînțelegere și depășirea oricăror bariere în calea comunicării în fiecare etapă a procesului de comunicare.

Un comunicator eficient își înțelege audiența, alege un canal de comunicare adecvat, își expune mesajul la acest canal și codifică mesajul pentru a reduce neînțelegerile de către receptor.

El va căuta de asemenea feedback de la receptor cu privire la felul în care mesajul este înțeles și încearcă să corecteze orice neînțelegere sau confuzie cât mai curând posibil.

Receptorii pot folosi tehnici precum **Clarificarea** și **Reflecția** ca modalități eficiente de a se asigura că mesajul trimis a fost înțeles corect.

**Canalele de comunicare**

Teoria comunicării afirma mai devreme că, comunicarea implică un expeditor și un receptor care transmit informații printr-un canal de comunicare.

Canalele de comunicare reprezintă termenul dat modului în care comunicăm. Există mai multe canale de comunicare disponibile astăzi, de exemplu: conversații față în față, apeluri telefonice, mesaje text, e-mail, Internet (inclusiv social media precum Facebook și Twitter), radio și TV, scrisori scrise, broșuri și rapoarte pentru a numi doar câteva.

Alegerea unui canal de comunicare adecvat este vitală pentru o comunicare eficientă, deoarece fiecare canal de comunicare are puncte forte și puncte slabe diferite.

De exemplu, difuzarea de știri despre un eveniment viitor printr-o scrisoare scrisă ar putea să transmită mesajul în mod clar unuia sau a doi indivizi, dar nu va fi eficient pentru a transmite mesajul unui număr mare de persoane. Pe de altă parte, transmiterea informațiilor complexe tehnice se face mai bine printr-un document tipărit decât printr-un mesaj vorbit, deoarece receptorul este capabil să asimileze informațiile în ritm propriu și să revizuiască elementele pe care nu le înțeleg pe deplin.

**Codificarea mesajelor**

Toate mesajele trebuie să fie codificate într-o formă care poate fi transmisă de canalul de comunicație ales pentru mesaj.

Cu toții facem asta în fiecare zi când transferăm gânduri abstracte în cuvinte vorbite sau în formă scrisă. Cu toate acestea, alte canale de comunicare necesită diferite forme de codificare, de exemplu: textul scris pentru un raport nu va funcționa bine dacă se difuzează printr-un program radio și textul scurt, abreviat utilizat în mesajele text ar fi inadecvat dacă este trimis printr-o scrisoare.

Datele complexe pot fi comunicate cel mai bine folosind un grafic sau o diagramă sau o altă vizualizare.

Comunicatorii eficienți își codifică mesajele în mintea lor, precum și pe canalul de comunicare. Aceasta implică o utilizare adecvată a limbii, transmiterea informațiilor pur și simplu, anticiparea și eliminarea cauzelor probabile de confuzie și neînțelegere și cunoașterea experienței receptorilor în decodificarea altor comunicări similare. Codificarea reușită a mesajelor este o abilitate vitală în comunicarea eficientă.

**Decodificarea mesajelor**

Odată primit, receptorul trebuie să decodeze mesajul. Decodificarea cu succes este, de asemenea, o abilitate vitală de comunicare.

Oamenii vor decoda și vor înțelege mesajele în diferite moduri, bazându-se pe orice obstacole în comunicare care ar putea fi prezente, experiența lor și înțelegerea contextului mesajului, starea lor psihologică, timpul și locul primirii, precum și mulți alți factori potențiali.

Înțelegerea modului în care mesajul va fi decodificat și anticiparea cât mai multor potențiale surse de neînțelegere posibil este atuul unui comunicator de succes.

**Feedback**

Receptorul mesajului poate furniza feedback despre modul în care a înțeles mesajul atât prin reacții verbale, cât și prin reacții non-verbale.

Comunicatorii eficienți acordă o atenție deosebită acestui feedback, deoarece este singurul mod de a evalua dacă mesajul a fost înțeles ca fiind intenționat și permite orice corectare a confuziei.

Rețineți că mărimea și forma feedback-ului vor varia în funcție de canalul de comunicare utilizat: de exemplu, feedback-ul în timpul unei conversații față-în-față sau telefonică va fi imediat și direct, în timp ce feedback-ul la mesajele transmise prin TV sau radio va fi indirect și poate fi întârziat sau chiar transmis prin alte mijloace, cum ar fi Internetul.

1. **Principiile comunicarii eficiente**

* Cand comunici bine, oamenii iti raspund in general intr-un mod pozitiv.
* Comunicarea eficienta “fata in fata”.
* Gasiti-va timp - buna comunicare ia timp!
* Incercati sa-l acceptati pe celalalt ca individualitate ce are dreptul la pozitii proprii distincte, chiar opuse de ale dumneavoastra. Empatia aratata celorlalti va spori puterea de comunicare; Exprimati-va empatia: “Da, am trecut prin aceasta situatie, cu aceleasi sentimente
* Nu amestecati pesoana cu problema. Concentrati-va pe problema, nu pe persoana, nu faceti evaluari pripite care ofenseaza;
* Ascultati activ. Comunicarea eficienta inseamna 80% ascultare. Oamenii preocupati de sine sau de ceea ce vor sa auda nu sunt buni ascultatori. Ascultarea activa iti permite sa extragi maximum dintr-un episod de comunicare.
* Tehnicile de ascultare activa includ: atentie la limbjaul corpului; Stati jos, aplecat putin inainte, mentinand contactul vizual cu interlocutorul.
* Parafrazati ceea ce a spus acesta. Reformularea denota interes si incurajeaza.
* Puneti intrebari, acceptati pauzele interlocutorului atunci cand doriti detalii fara sa le solicitati expres.
* Oferiti feed-back specific si la timp, fiti explicit si clar, pentru a fii util.

**Există patru principii principale de comunicare:**

**1. Mesajul trimis nu este neaparat mesajul primit.**

De multe ori presupunem că doar pentru că am spus ceva oamenii trebuie să ne înțeleagă iar atunci atunci când o persoană nu înțelege ce vrem să spunem, este vina lor. Și nu e de mirare, pentru că la urma urmei, persoana care trimite mesajul știe exact ce a vrut să spună. Cu toate acestea, ceea ce persoana de la capătul primitor al mesajului aude și înțelege poate fi destul de diferit.

Este posibil ca mesajul trimis să nu fie mesajul primit, deoarece trebuie să treacă printr-un sistem de filtrare a gândurilor și sentimentelor – atât pentru expeditor, cât și pentru receptor. Ca urmare, atunci când un adult vine acasă frustrat sau furios cu privire la ziua sa de lucru, el sau ea poate revărsa furia pe partenerul său sau pe copiii săi, chiar dacă aceasta nu este intenția lui/ei. Mesajul trebuie, de asemenea, să treacă prin filtrul propriu al ascultătorului de gânduri și sentimente. Dacă ascultătorul vede că expeditorul mesajului este furios sau nerăbdător, el sau ea poate auzi declarațiile neutre sau chiar pozitive ca fiind dure sau furioase.

Există un spațiu considerabil pentru neînțelegeri între ceea ce intenționează să spună vorbitorul, ceea ce spune de fapt și ceea ce aude ascultătorul. Cu cât vorbitorul și/sau ascultătorul acordă mai puțină atenție conștientă (cu cât sunt mai distrași), cu atât este mai probabil să existe o deconectare între ceea ce vorbitorul intenționează să spună, ceea ce spune de fapt și ceea ce ascultătorul aude.

Singura modalitate de a fi sigur că mesajul pe care îl trimiteți este același pe care îl primește cealaltă persoană este prin procesul de feedback. Acest lucru este important, pentru că în acest mod te asiguri că cealalata persoană a înțeles mesajul pe care ai vrut tu să-l transmiți.

Reformularea înseamnă să întrebați ce a auzit cealaltă persoană spunând. Dacă ceea ce el sau ea raportează nu se potrivește cu ceea ce ați intenționat, puteți apoi clarifica mesajul dumneavoastră prin repetare. Apoi, puteți cere din nou feedback, verificând ce a auzit de data aceasta.

Acest proces poate părea greoi, dar are ca rezultat o comunicare mai clară și mai precisă. Uneori, acest proces poate trece prin două sau trei runde pentru a se asigura că vorbitorul și ascultătorul sunt pe aceeași pagină. Cu cât acest proces este mai important, cu atât va avea mai mult succes.

**2. Este imposibil să nu comunici.**

Toate acțiunile – atât intenționate, cât și neintenționate – comunică anumite mesaje. De exemplu, ignorarea deliberată a cuiva nu înseamnă „a nu comunica”. Dimpotrivă (după cum știți ), această acțiune trimite un mesaj puternic. Mai mult decât atât, comunicarea verbală (cuvintele folosite) este doar o parte a procesului de comunicare, comunicarea mai include limbajul corpului, expresia facială, tonul vocii și volumul vocii.

**3. Fiecare mesaj are atât conținut, cât și sentiment.**

Fiecare mesaj constă în conținut și sentiment. Conținutul este despre ce este vorba în mesaj pe baza cuvintelor utilizate. Sentimentul legat de conținut este exprimat prin indicii nonverbale – limbajul corpului, gesturi, expresia facială, tonul vocii, inflexiunea și volumul vocii.

Ori de câte ori există discrepanțe între conținutul și sentimentul unui mesaj, se creează confuzie pentru ascultător, mai ales dacă conținutul și sentimentul par să se contrazică reciproc. Un exemplu clasic în acest sens este atunci când o persoană îi spune altuia „Nu sunt supărat pe tine” (conținutul) cu o voce tare furioasă (sentimentul). O astfel de comunicare nu poate să nu ducă la un anumit grad de confuzie.

Comunicarea electronică – prin e-mail, text și alte forme de mesagerie instant – poate fi atât de dificilă și ușor de interpretat greșit, tocmai pentru că cuvintele utilizate sunt izolate de oricare sentiment și toate indiciile nonverbale care oferă informații și clarificări esențiale.

**4. Indiciile nonverbale sunt mai credibile decât indiciile verbale.**

Ori de câte ori există o discrepanță între conținutul (verbal) și sentimentul (nonverbal) al unui mesaj, persoana de la capătul de primire a mesajului va fi confuz. Cu alte cuvinte, dacă cuvintele pe care le folosește un vorbitor nu se potrivesc cu tonul vocii, expresia facială, limbajul corpului și alte indicii nonverbale, ascultătorul va acorda mai multă atenție și va crede comportamentul nonverbal.

Gândește-te cum reacționezi atunci când cineva îți oferă ceea ce sună ca un compliment: „Arăți minunat”, dar cu un ton de voce pe care îl percepi ca fiind sarcastic. Ce ai crede mai mult mai aspectele verbale (cuvinte folosite / conținut) sau nonverbale (tonul vocii / sentiment)?

Aceste patru calități ale procesului de comunicare sunt universale. Acordând o atenție conștientă acestor patru aspecte ale procesului de comunicare – indiferent dacă sunteți transmițătorul sau recepționistul – va îmbunătăți calitatea comunicării tale, devenind mai eficientă și mai reușită.

E necesar să ne dezvoltăm anumite abilități de comunicare pentru a menține și a crește calitatea vieții noastre. Dacă nu putem comunica eficient, suntem predispuși să ne confruntăm cu situații neplăcute. Cu toții avem neînțelegeri în relațiile noastre și ar fi foarte simplu să devenim confuzi, frustrați și dezamăgiți doar pentru că nu nu suntem capabili să comnuicam într-un mod adecvat.

**Putem evita să ajungem în situația de a strica sau chiar sfârși o relație doar înțelegând și aplicând principiile comunicării, fără a cădea în capcanele pe care le întâlnim.**

Când cunoștem și înțelegem procesul comunicării, putem ușor implementa principiile acesteia evitând astfel problemele și devenind maeștri în a comunica. Este necesar să înțelegem și să aplicăm principiile comunicării eficiente.

**Iată ce trebuie să reții:**

**1. Limbajul pe care îl folosim pentru a simboliza realitatea este incomplet.**

Întotdeauna, vom omite lucruri când vom povesti, doar pentru că niciodată nu poți spune totul despre ceva anume. Iar cuvintele pe care le folosim pentru a descrie acest “ceva” nu sunt reale, ele reprezintă doar percepția noastră despre realitate.

Îți amintești de jocul acela, “Telefonul fără fir”? Cineva șoptește altcuiva un mesaj care trebuie transmis mai departe până la ultima persoană. Niciodată mesajul final nu seamănă cu cel inițial. De ce? Pentru că fiecare înțelege mesajul diferit și transmite mai departe doar detaliile pe care le consideră importante.

**2. Este important să evităm căderea în capcanele comunicării.**

Fii atent la cuvintele pe care le alegi. Fii sigur că ele simbolizează cu adevărat ceea ce dorești să transmiți. Și când comunici cu cineva, pune întrebări pentru a afla ceea ce dorește cu adevărat să spună persoană respectivă. Dacă nu ești sigur că ai înțeles ceea ce vrea să sublinieze interlocutorul tău atunci când îți spune că nu se simte bine, întreabă. Află care este realitatea lui.

Ce faci dacă cineva se enervează pe tine și îți spune : “Sunteți toți la fel. Pur și simplu nu mai suport!” Bineînțeles, prima ta reacție ar fi să ripostezi. Dar imaginează-ți ce s-ar întâmpla dacă ai adresa o simplă întrebare: “La ce te referi? Ce nu mai poți suporta?” În câteva minute, persoana respectivă ar conștientiza care este problema, ți-ar transmite și ai putea să îi răspunzi într-o manieră adecvată.

**3. Fiecare din noi vede lumea într-o manieră diferită.**

Felul în care percepem lumea este influențat de ceea ce suntem, de mediul din care provenim, de educație, de valori și credințe, de nevoi, de poziția socială, de job și multe altel lucruri. Fiecare dintre noi vede lumea prin altfel de lentile.

Pentru a deveni mai buni în comunicare și pentru a înțelege percepțiile celorlalți, este necesar să adresăm întrebări. Este necesar să ascultăm. Încearcă să îți intarzii reacțiile până în momentul în care vei avea mai multe informații pentru a nu formula presupuneri inadecvate.

În lumea reală, totul este extrem de complex. Cu ajutorul limbajului simplificăm. Clasificăm cu ajutorul cuvintelor și al ideilor. În acest proces de simplificare, omitem detalii, uităm diferențele, ignorăm unicitatea și eliminăm diverse înțelesuri. Când vedem viața printr-un spectru îngust, este imposibil să nu apară greșeli în comunicare. De aceea este necesar să încercăm să fim mai open-minded în ceea ce privește relațiile noastre. Dacă consideri că, realitatea este pur și simplu caldă sau rece, atunci nu poți decât să accepți sau să respingi o persoană și implicit ceea ce transmite.

**4. În lumea reală, totul are loc într-un context.**

Cu siguranță cu toțîi am trecut prin situațîi în care nu am fost înțeleși sau nu am înțeles ceva ce a fost scos din context. Deși nu înțelegem pe deplin cât de mult mediul ne influențează, e necesar să luăm în considerare acest lucru de fiecare dată când comunicăm. E necesar să fim capabili să înțelegem contextul comunicării noastre. Și trebuie să înțelegem că fiecare mesaj care ne este transmis are propriul context.

Înțelegând aceste principii fundamentale ale comunicării putem evita și chiar soluționa problemele noastre de comunicare.

Așadar, acum că ai aflat aceste principii, iată ce poți face pentru a deveni un expert în comunicare:

**1. Adresează întrebări.** Nu presupune că ai înțeles ceea ce o persoană vrea să-ți transmită. Odată ce ai ai pus câteva întrebări, nu îți va lua mult să descoperi ceea ce a vrut să transmită cu adevărat.

**2. Ascultă.** Pentru a deveni un comunicator mai bun, e necesar să îți doreșți să asculți pentru a putea înțelege punctul de vedere al celuilalt.

**3. Observă** și fii dornic de a verifica informația pe care o primeșți.

**4. Lasă-i pe ceilalți să afle ceea ce gândești împărtășindu-le acest lucru.** Oferind celorlalți informațîi despre tine îi va ajuta să înțeleagă cine ești și cum ești.

**5. Amintește-ți mereu că dragostea acoperă o multitudine de păcate.** Dacă eșți dispus să înțelegi oamenii și să îi accepți pentru ceea ce sunt, comunicarea va fi mai ușoară. Dar dacă scopul tău este acela de a-i convinge că doar calea ta este cea bună, atunci trebuie să afli că asta nu este comunicare. Și aceasta nu este dragoste.

Dacă îți doreșți să rezolvi problemele pe care le întâmpini în comunicare, acordă-ți un timp pentru a te gândi la câteva situațîi cu care te-ai confruntat recent sau în trecut.

**1.** ***În câteva propoziții, descrie problema.***

**2.** ***În ce context a apărut această problema? (acasă, în familie, la locul de muncă).***

**3.** ***Ai reușit să rezolvi problema? Dacă da, toată lumea a fost mulțumită? Cum a fost ea rezolvată?***

**4. *Ce principii de comunicare ar putea să te ajute în această situație sau în alte situațîi pe care le-ai putea întâmpina în viitor?***

Acum pune-ți câteva întrebări despre cum comunici:

**•*Încerc să înțeleg persoana cu care comunic?  
• Ascult și aud cu adevărat ceea ce ea spune?  
• Îmi expun punctul de vedere, astfel încât ea să înțeleagă ceea ce vreau să transmit cu adevărat?  
• Există ceva în limbajul meu nonverbal (tonul vocii, limbajul trupului) ce nu vreau să comunic?  
• Încerc să văd lucrurile din mai multe unghiuri sau privesc totul superficial?  
• Îmi adaptez tipul de comunicare în funcție de persoana cu care comunic?***

Dezvoltarea abilităților de comunicare poate fi un process îndelungat. Pe parcursul vieții, ne lovim de diverse provocări în ceea ce privește comunicarea. Însă putem comunica mai eficient:

**1. Observând și imitând persoanele cu abilități de comunicare dezvoltate.  
2. Învățând din greșelile tale și ale altora.  
3. Dezvoltând tipare, obiceiuri, stiluri.  
4. Aplicând principiile comunicării eficiente.**

**TEMA: Funcțiile comunicării**

1. **Funcțiile comunicării**
2. **Axiomele comunicării**

Exista **şase funcţii ale limbajului,**în care sunt angajaţi factorii comunicării (elementele situatiei de comunicare). **Funcţiile limbii corespund situării comunicării lingvistice în perspectiva unuia dintre factorii comunicării:**

·        **emitator  - funcţia emotivă**

·        **receptor – funcţia conativă**

·        **mesaj – funcţia poetică**

·        **cod  - funcţia metalingvistică**

·        **context (sau referent)– funcţia referenţială**

·        **canal de transmitere – funcţia fatică**

**1.**Functia corespunzătoare centrării mesajului pe **emiţător** este funcţia**EMOTIVA,**care trădează starea afectivă, sentimentele, valorile morale, capacităţile cognitive şi cultura emiţătorului.Funcţia emotivă a comunicării constă în **evidenţierea stării interne a emiţătorului**. Aceasta se referă, cum bine se ştie, la **capacitatea pe care o avem, ca emiţători, să marcăm poziţia noastră faţă de informaţia pe care o conţine enunţul nostru.**

Ea se se realizează la nivelul emotiv al limbajului prin interjecţii,  exclamaţii, prin lungirea emfatica a sunetelor. Este semnificativ că intonaţia are un rol deosebit de important în exprimarea poziţiei Emiţătorului. Alte procedee: folosirea diminutivelor şi augmentativelor, preferinţa pentru un anumit termen din seria de sinonime aflată la dispoziţia vorbitorului.

**2.**Funcţia orientată spre **receptorul** mesajului este cea **CONATIVĂ,**ceserveşte la **incitarea acestuia la acţiune/respectiv la încetarea acţiunii prin ordine, îndemnuri, rugăminţi, interdicţii**, etc. Prin acesta functie se urmareste un anumit raspuns de la receptor. **Funcţia conativă**se concentreaza pe strategia lingvistică a contactării receptorului, bazată pe mărci ale vocativului (la substantive, pronume, numerale şi adjective) şi imperativului (mod verbal personal), de propoziţii imperative, exclamative, afirmative şi negative. Constructia mesajului este la modul imperativ prin excelenţă.

**3.**Funcţia aferentă **mesajului** este cea **POETICĂ,**prin care  **limbajul se  orientează spre sine, spre propria organizare**. Limbajul poetic pune accentul pe modul **cum se spune**, *cum*se vorbeşte, spre deosebire de limbajul ştiinţific, care pune accentul pe *ce* se spune. Anumite reclame fac apel la acest tip de mesaj, în special reclamele pentru serviciile turistice. Funcţia poeticăpresupune modul în care este concentrat mesajul poetic de la emiţător spre receptor şi constituie **funcţia esenţială a artei verbale**. Ea nu apare singura: în poezia epica,unde se întrebuinţeaza formulări la persoana a treia, apare şi funcţia referenţiala; în poezia lirica**,**în care enunţurile sunt la persoana întâi, apare şi funcţia emotivă, iar în poezia liric-adresativă, cu valori retorice, formulate la persoana a doua (oda, epistola, satira), apare şi functia conativa. În opera dramatica, se exploatează din plin resursele oferite de funcţiile limbajului, mai ales factorii de perturbare a comunicării, care creează atmosfera specifică.

**4.**Funcţia corespunzătoare **codului** este cea **METALINGVISTICĂ**, ce are în vedere **înţelegerea corectă şi completă a mesajului.** Ea presupune **intervenţii prin care se verifică folosirea şi înţelegerea cuvintelor, a sensului lor, a implicaţiilor colaterale ale semnelor din cod.** Este necesar să se atragă atenţia asupra codului utilizat, fie prin gesturi, fie în perifraze explicative (explicaţii de genul *glumesc, desigur*). Funcţia metalingvisticăare în vedere codul in care se exprima interlocutorii, modul în care funcţionarea nivelurilor limbii (morfologic, sintactic, lexico-semantic etc.) favorizează şi facilitează comunicarea. Comicul de situatii se bazeaza din plin pe functia metalingvistică a comunicarii

**5.**Funcţia limbajului corespunzătoare **contextului** este cea **REFERENŢIALĂ**. Aceasta ilustrează **modul de folosire a limbajului pentru a exprima o realitate, o interpretare personală, o imagine, o părere sau o idée, aşa cum o percepe emiţătorul**. Funcţia referenţială transmite informatii despre lumea reală sau imaginară,trimite la context şi stabileşte referentul. Ea poate fidenotativă sau cognitivă, având în vedere informarea, contextul lingvistic şi extralingvistic (social, cultural,) al comunicării.

**6.**Funcţia limbajului corespunzătoare **canalului** este cea **FATICĂ, internațională**. Ea servește la **stabilirea relaţiei de comunicare şi la cultivarea interesului pentru aceasta până la încheierea mesajului, prin verificarea funcționării optime a circuitului**.  La nivelul contactului social funcţia fatică asigură comunicarea de succes prin amprenta lingvistică degajată.

Majoritatea textelor îndeplinesc mai multe functii, dar hotărâtor pentru includerea într-un stil sau altul, este funcţia dominantă. De pildă:

·        **emotiva** în memorii, confesiuni, comentarii, interpretări critice

·       **conativă**  în ordine, decizii, regulamente, discursuri politice, predici, reclame

·        **poetică** în operele literare, dar şi în unele mesaje publicitare

·        **metalingvistică** în analize gramaticale, în dicţionare, în texte cu caracter didactic

·        **referenţială** e dominantă în comunicate oficiale, buletine, chestionare, referate, cronici

·        **fatică** în saluturi şi formule de convenienţă, texte de receptare a mesajului telefonic.

**2Axiomele comunicării**

Axată pe aspectele pragmatice ale comunicării interpersonale, Şcoala de la Palo Alto afirmă că totul este comunicare. Când te dai cu un parfum, comunici ceva celor din apropiere. Când semnalizezi din maşină comunici ceva participanţilor la trafic. Chiar când eşti prins lecţia neînvăţată tot comunici ceva profesorului şi colegilor. Cele şapte axiome ale comunicării elaborate de Şcoala de la Palo Alto, demonstrează acest lucru.

**Axioma 1:**„**Comunicarea este inevitabilă**” sau, altfel spus: este imposibil să nu comunici, atâta timp cât între doi interlocutori comunicarea nu se limitează la componenta verbală, ci include şi componentele nonverbale. Comunicarea nu are loc numai atunci când este planificată sau conştientă. Comunicăm numeroase mesaje chiar şi atunci când nu avem intenţia de a comunica şi nu suntem mereu conştienţi de ceea ce comunicăm. Comunicăm în mod constant şi în mai multe moduri.

**Exemplu:**Variaţiile de ton, de ritm, accentuarea unor cuvinte, expresia feţei, gesturile etc. sunt componente ale comportamentului de comunicare, având anumită semnificaţie. Ele accentuează şi precizează mesajul comunicat sau, dimpotrivă, pot avea un efect perturbator (atunci când semnele verbale şi ce neverbale vehiculează mesaje contradictorii).

**Axioma 2:** „**Comunicarea se desfăşoară la două niveluri: informaţional şi relaţional”** .În funcţie de natura relaţiei dintre interlocutori, aceeaşi informaţie poate fi transmisă pe tonuri diferite, în forme diferite, rezultând, evident, efecte diferite. Dacă neînţelegerile de ordin informaţional pot fi rezolvate prin recursul la verificare (confruntarea cu sursele competente), cele de ordin relaţional pot cu uşurinţă degenera iremediabil. Tonul iritat sau batjocoritor, o privire sfidătoare etc., pot duce la întreruperea comunicării.

**Exemplu :**Relaţia poate fi exprimată verbal (ca atunci când spunem „Acesta este un ordin"), dar mai ales nonverbal si paraverbal (prin mimică, gestică, postură, vestimentaţie, ton, accent, ritm). Când o relaţie este deteriorată, participanţii urmăresc cu mare atenţie simptomele relaţiei şi îşi vânează reciproc indiciile nonverbale, care ar justifica, în opinia lor, afectarea relaţiei: soţia îşi acuză soţul că i-a vorbit pe un ton arţăgos, că i-a răspuns plictisit etc.

**Axioma 3: „Comunicarea e un proces continuu, care nu poate fi tratat în termeni de cauză-efect sau stimul-răspuns”.** Când comunicăm participăm cu întreaga noastră experienţă anterioară şi nu avem o cauză unică pentru fiecare replică pe care o dăm celorlalţi: efectul unei comunicări depinde de conţinutul comunicărilor anterioare. Partenerii introduc întotdeauna în comunicare ceea ce se numeşte punctarea secvenţei faptelor. Dezacor­dul privind modul de punctare a secvenţei faptelor se află la originea a nenumărate conflicte care vizează o relaţie.

**Exemplu** :Sensul axiomei e lămurit prin câteva exemple. Un soţ se închide în sine pe motiv că îl cicăleşte soţia; aceasta afirmă că procedează astfel pentru a-l scoate din pasivitate. Un patron îşi supraveghează excesiv salariaţii, motivând că altfel greşesc; aceştia afirmă că greşesc pe motiv că sunt prea strict supravegheaţi. Aici comunicarea pare segmentată în acte punctuale, interpretate drept cauze şi efecte. Dar ceea ce apare pentru unii drept cauze constituie pentru alţii efect şi invers

**Axioma 4: „Comunicarea îmbracă forme digitale şi analogice”.**În comunicarea umană, obiectele, în sensul cel mai larg al termenului, pot fi desemnate în două moduri complet diferite. Le putem reprezenta prin ceva asemănător (un desen, de exemplu) sau le putem desemna printr-o denumire convenită, un nume. În primul caz, vom vorbi de comunicare analogică, iar în al doilea, de comunicare digitală. Componenta informaţională a comu­nicării e transmisă cu precădere pe cale digitală, pe când cea relaţională e transmisă cu mijloace analogice. În cele mai multe situaţii, comunicarea digitală implică transferul de informaţii având la bază limbajul verbal, în timp ce comunicarea analogică presupune transferul informaţiilor pe baza limbajului nonverbal. Cele două tipuri de comunicare pot să existe simultan şi să se completeze în cadrul aceluiaşi mesaj.Numai în  comunicarea interumană sunt posibile ambele tipuri. Altfel spus, omul este singurul organism capabil să utilizeze cele două moduri de comunicare, digital şi analogic.

**Exemplu** :Urcarea pe munte poate fi descrisă printr-o imagine fotografică (digital), printr-un desen (analogic), printr-o descriere verbală (analogic), sau pantomimă (analogic). Dar poate fi si mai completă dacă fotografia este însoţită de descriere verbală. Pantomima substituie descrierea verbală iar desenul, schita, substituie fotografia.

**Axioma 5: „Comunicarea este ireversibilă”** Odată emis, mesajul produce întotdeauna efecte: direct sau indirect, mai rapid sau mai târziu, pe termen scurt sau de durată. Deşi în unele situaţii încercăm să ne retragem cuvintele, să  prezentăm scuze, efectele nu pot fi anihilate niciodată complet. De aceea este necesar un autocontrol cât mai strict asupra propriului comportament comunicaţional. Acest principiu are implicaţii importante în actul comunicării. În relaţiile interpersonale, trebuie să avem grijă să nu spunem niciodată lucruri pe care riscăm să le regretăm mai târziu. Şi asta mai ales în situaţiile de conflict, când spunem lucruri pe care apoi am vrea să le retractăm.

**Axioma 6: „Comunicarea presupune raporturi de forţă şi ea implică tranzacţii sime­trice sau complementare”,** În  comportamentul comunicaţional pot fi adoptate două sisteme: unul simetric şi unul complementar. Cel simetric se bazează pe relaţia de egalitate între participanţii la procesul comunicării, iar cel complementar presupune diferenţa existentă între participanţi.  Realizarea unei egalităţi depline a partenerilor interacţiunii comunicaţionale este practic imposibil de atins. Dintr-o anumită perspectivă teoretică, există două tipuri principale de interacţiuni: tranzacţionale şi personale. În cele dintâi, rolurile participanţilor rămân neschimbate pe întreg procesul comunicării. Este cazul relaţiei profesor-student la cursuri, a relaţiei vânzător-cumpărător pe durata negocierii, a relaţiei medicului cu pacientul pe timpul consultaţiei, relaţii în care rolurile rămân fixe şi inegale in procesul comunicării. Interacţiunea personală (cea dintre prieteni, soţi, colegi) nu presupune dispariţia rolurilor, ci numai fluidizarea lor. Partenerii pot schimba cu uşurinţă rolurile (pot trece din rolul victimei în cel al persecutorului), ajungând pe rând în poziţia dominantă, dirijând interacţiunea în direcţia dorită.

**Exemplu** : Sunt simetrice actele comunicative de acelaşi tip: când la iritare se răspunde cu iritare, la zeflemea cu zeflemea etc. Când, de exemplu, iritării i se răspunde cu răbdare şi calm, asistăm la complementaritatea raporturilor de comunicare.

**Axioma 7: „Comunicarea presupune procese de ajustare şi acordare”** . Polisemia termenilor utilizaţi, conotaţiile pe care le pot avea, diferenţele dintre experienţa lingvistică şi de viaţă a interlocutorilor, fac necesară armonizarea câmpurilor semantice şi racordarea experienţelor la mesaj. Acest acordaj presupune acomodarea cu codurile de exprimare ale celorlalţi şi este cu atât mai dificil, cu cât interlocutorii se cunosc mai puţin între ei, cu cât experienţele lor (de viaţă, profesionale, culturale, lingvistice) sunt mai diferite.

**Exemplu** :Copilului mic i se vorbeşte nu numai utilizând cuvinte pe care el le cunoaşte ci şi cu o intonaţie aparte, asemănătoare celei pe care el o foloseşte.