



CONCEPTUL DE COMUNICARE

COMAN DIANA GABRIELA, ANUL I, GRUPA 1

Definită în modul cel mai simplu, comunicarea constă într-un proces de transmitere a informațiilor, ideilor și opiniilor de la un individ la altul și de la un grup social la altul. În genere, relațiile umane (și nu numai acestea) reprezintă interacțiuni comunicative. Chiar dacă nu acceptăm punctul de vedere al celor care spun că relațiile și interacțiunile dintre oameni sunt de natură comunicativă, trebuie să recunoaștem că toate relațiile interumane au o dimensiune simbolică: interacțiunile umane ar fi imposibile fără transmiterea și receptarea unor mesaje. "Însăși existența, funcționarea și organizarea societății ar fi de neconceput în absența proceselor de comunicare. Existăm unii pentru alții și interacționăm unii cu alții în măsura în care comunicăm între noi, transmitem și primim semnale, codificăm și decodificăm mesaje." (Ioan Drăgan, pag 7)

În prezent, este mai mult decât evident că toate activitățile organizate de oameni își au izvorul în comunicare. În toate mediile se conștientizează tot mai mult faptul că o societate, o instituție sau o întreprindere se constituie și se mențin datorită și prin intermediul numeroaselor lor procese și rețele de comunicare, care le dau coerență. Lucrurile stau la fel pentru toate relațiile umane.

"Comunicarea" a devenit un concept universal și atotcuprinzător, pentru că "totul comunică". Iată cum răspunde Lucien Sfez la întrebarea: "Ce se înțelege, în general, prin a comunica?" "Eu primesc o comunicare telefonică. Transmit sau iau o comunicare. Stabilesc, întrerup sau tulbur comunicări. Am reușit sau n-am reușit să comunic impresiile, ideile sau sentimentele mele partenerului meu, vecinului sau publicului. Comunic, de asemenea cu universul fizic prin simțurile mele. Astfel văd și aud, receptez arta contemporană, care îmi comunică frisoane sau dezgust, apreciez natura, această mare pe care o văd albastră, acest lac liniștit.

Pe scurt, trăiesc în mijlocul unor comunicări multiple, distingându-le pe unele de altele în mod implicit. Căci eu știu bine, fără a fi nevoie să mă explic de fiecare dată, că comunicarea științifică a unuia dintre colegii mei la recentul colocviu nu este de același fel cu aceea pe care o primesc sau mi se transmite prin repondeur, nici de aceeași intensitate cu cea 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." (Lucien Sfez, p. 147).

Principalele dicționare franceze întăresc acest punct de vedere – cum. Că este vorba de Robert, Littré, Gaffiot, definițiile abundă, fiind apropiate sau divergente: schimb, relație, acțiunea de a comunica un lucru cuiva, mijlocul prin care comunicăm (media), a împărtăși ceva cuiva, a pune în comun idei sau interese, etc. Se constată că niciuna dintre aceste definiții nu coincide, că fiecare relevă universuri diferite. Și totuși termenul întrunește un larg consens. Se pot "reuni aceste aspecte diferite spunând: a comunica înseamnă a pune sau avea ceva în comun, fără a prejudicia acest ceva, nici căile care servesc la transmitere și nici termenii care participă la împărțire". Fără ca prin aceasta să se nege că există o mare varietate de moduri de legătură între elementele unei societăți. Însă, cum apreciază autorul citat, chestiunea comunicării se definește azi în alți termeni: nu mai e vorba de faptul că, "totul comunică". Societatea însăși este numită "de comunicare". Comunicarea este substanța societății. (Idem, p.147).

Așadar, trebuie precizat că situațiile de comunicare sunt extrem de variate și de deosebite între ele și că noțiunea de comunicare este polisemică.

Există numeroase situații de comunicare. Iată 2 exemple:

1. O persoană îi spune alteia "bună ziua". Ea nu comunică nimic despre ziua respectivă și totuși transmite un mesaj (de simpatie, de prietenie sau cel puțin de atenție). Cel care procedează în acest fel se supune unui ritual consacrat, traducând de fapt apartenența sa și a interlocutorului la aceeași cultură și respectul pentru obișnuințele din cultura respectivă (ex: oamenii de la sat care își "dau binețe" de fiecare dată când se întâlnesc). Acest fapt este evident de ordinul comunicării.
2. Un tânăr invitat la un cocktail îi spune unei fete drăguțe: "o țigară?". În aparență, el invită fata să aprindă o țigară, dar în realitate îi "comunică" interesul pentru persoana ei și dorința de a continua această întâlnire întâmplătoare.

Termenul "comunicare" începe a fi utilizat în secolul XIV și provine la origine din latinescu „communis” care înseamnă „a pune în comun”, „a fi în relație”, fiind mai apropiat, în vremea respectivă, de înțelesul "a împărtăși", "a împărți mai multora". Din secolul al XVI-lea, termenului i se asociază și un înțeles nou: „a transmite”, odată cu dezvoltarea poștei, a drumurilor. Din secolul XIX, sensul „a transmite” trece pe primul plan ca o consecință a dezvoltării unor tehnici moderne de comunicații – trenul, telegraful, automobilul, telefonul. În contextul noilor mijloace de comunicare – radio, cinema, televiziunea – termenul adecvat ar fi cel de comunicare – difuzare.

Înțelesurile noțiunii de comunicare se diversifică și nuanțează o dată cu multiplicarea activităților, formelor și mijloacelor de comunicare, mai ales ca urmare a intervenției tehnicilor moderne în comunicarea umană naturală, ca mediatori și transmițători ai mesajelor. Dacă telefonul rămâne apropiat de comunicarea umană directă, permițând o comunicare personală, în sensul înțelegerii reciproce și al ajustării locutorilor într-un proces cu sens dublu și simultan (asigurând cel puțin parțial "comunicarea - împrăștierea"), mijloacele audiovizuale propriu – zise (radio – tv.) vor introduce noi forme de comunicare, radical diferite de comunicarea interpersonală.

Este necesar a distinge, între comunicarea directă, interpersonală, care presupune contacte personale între ființele umane și comunicarea indirectă, bazată pe utilizarea unor dispozitive tehnice pentru transmiterea informațiilor. Dacă prima se bazează pe tehnici „primare” (cuvânt, gest, mimică), a doua recurge la tehnici „secundare” (scriere, tipăritura, toate sistemele grafice, semnale transmise prin unde hertziene, cabluri etc.).

Așadar, există mai multe tipuri de comunicare legate de om și de colectivitățile umane:

- a. Comunicarea interpersonală, cum este dialogul dintre două sau câteva persoane aflate „față în față”. Este o comunicare directă și personalizată. În acest caz, pe lângă voce au un rol important elemente care țin de mimica feței, de gesturile noastre. Dacă surădem când ne adresăm unui interlocutor exprimăm și transmitem o intenție de amabilitate și vom trezi reacții corespunzătoare. Tonul vocii este foarte semnificativ: un ton amabil transmite un alt mesaj decât un ton aspru și determină un anumit comportament din partea interlocutorului. În comunicarea interpersonală feed – backul funcționează imediat, direct și continuu.
- b. Comunicarea de grup sau comunicarea în organizații presupun reunirea oamenilor pentru a dezbate și a hotărî într-o anumită problemă, pentru o activitate în comun (o clasă de elevi, un seminar, reuniunea comitetului director al unei organizații

etc.). Este de asemenea cazul circulației informațiilor de la o treaptă la alta în ierarhia organizațiilor (comunicarea organizațională).

- c. Comunicarea de masă, care înseamnă producerea și difuzarea mesajelor de către un sistem mediativ instituționalizat către un public variat și numeros. În acest caz, realizarea efectivă a comunicării este mai dificilă, implicând mai multe elemente și un proces complex de elaborare și difuzare a mesajelor, o artă și o știință a comunicării – comunicatorii devin persoane specializate, care trebuie să știe ce și cum să transmită etc.

„Cuvântul comunicare are de asemenea un sens foarte larg; el cuprinde toate procedeele prin care un spirit poate afecta alt spirit. Evident, aceasta include nu numai limbajul scris sau vorbit, ci și muzica, artele vizuale, teatrul, baletul și, în fapt, toate comportamentele umane. În anumite cazuri, este poate de dorit a lărgi și mai mult definiția comunicării pentru a include toate procedeele prin care un mecanism (spre exemplu), echipamentul automat de reperaj al unui avion și de calcul al traiectoriei acestuia) afectează un alt mecanism (spre exemplu, o rachetă teleghidată în urmărirea acestui avion). (Claude Shannon și Warren Weaver, The Mathematical Theoriz of Communication).



Fiecare dintre definițiile redată specifică o dimensiune a comunicării: unele înțeleg comunicarea ca un transfer de informație, opunând transferul de idei, cunoștințe, gânduri și mesaje transferului de lucruri materiale, altele rețin mai curând ideea de influență sau de efect, decât pe cea de transfer, precizând că mesajele se exprimă prin „semnale”; de asemenea, comunicarea constituie mecanismul relațiilor interumane. Comunicarea este, deci, interacțiune, interpretare comună, relație, acțiune, efect de reducere a incertitudinii într-o situație dată, echivalența dintre codificare (la sursă) și decodificare (la destinatar) etc. Ea presupune cinci elemente – comunicator, mesaj, cod, canal, receptor.

Prin "comunicare" vom înțelege orice transmitere a informațiilor, ideilor și emoțiilor de la o entitate socială (persoană, grup uman, colectivitate) la alta prin intermediul mesajelor. Dacă etimologia cuvântului de "comunicare" este clară: communico, are, avi, atum semnifică, în limba latină, acțiunea de a face ceva comun, de a împărtși cu cineva, de a împărtăși (vezi Gh. Guțu, 1993, 89), nu același lucru se poate spune despre înțelesul termenului în literatura de specialitate. În urmă cu peste treizeci de ani, Franck E. X. Dance (1970) enumera nu mai puțin de cincisprezece sensuri ce pot fi asociate termenului de comunicare: 1) schimb verbal de gânduri sau idei; 2) proces prin care noi îi înțelegem pe alții și, alternativ, ne străduim să fim înțeleși de ei; 3) interacțiune (chiar la nivel biologic); 4) proces care ia naștere din nevoia de a reduce incertitudinea, de a acționa efectiv și de a apăra sau întări eul; 5) proces de transmitere a informațiilor, ideilor, emoțiilor sau priceperilor prin folosirea simbolurilor (cuvinte, imagini, figuri, diagrame etc.); 6) transfer, schimb, transmitere sau împărtășire; 7) proces care unește părțile discontinue ale lumii vii; 8) proces care face comun mai multora ceea ce este

monopol al unuia sau al unora; 9) totalitatea mijloacelor de transmitere a mesajelor militare, a ordinelor etc. (telefon, telegraf, radio, curieri); 10) proces de îndreptare a atenției către o altă persoană în scopul reproducerii ideilor; 11) răspuns discriminatoriu (sau constant) al unui organism la un stimul; 12) transmitere a informației (care constă din stimuli constanți) de la o sursă la un receptor; 13) proces prin care o sursă transmite un mesaj către un receptor cu intenția de a-i influența comportamentele ulterioare; 14) proces de tranziție de la o situație structurată în general la o altă situație, aflată într-o formă perfectă; 15) mecanism prin care se exercită puterea (apud Gh.- I. Fârte, 2004, 16).

Comunicarea poate fi „verbală”, când informația este transmisă prin limbajul articulat (oral sau scris), sau „nonverbală”, când nu folosim acest limbaj. Termenul de „comunicare nonverbală” are o sferă mai largă decât cel de „comportament nonverbal”, care desemnează modificarea intenționată sau neintenționată a poziției corpului unei persoane în raport cu un sistem de repere spațiale sau schimbarea poziției componentelor corporale ale acestuia (cap, trunchi, membre etc.) în raport cu un sistem de axe rectangulare, în afara acțiunii directe a altor persoane prin producerea sau limitarea forțată a mișcărilor corporale sau prin deplasarea în spațiu a respectivelor persoane fără acordul acestora.

Există comunicarea ori de câte ori o entitate socială poate afecta o alta și modifică reacțiile acesteia prin transmiterea unei informații, și nu printr-o acțiune directă. Edward O. Wilson (1975 / 2003, 33) înțelegea prin comunicare orice „acțiune din partea unui organism (sau celule) care schimbă modelul de probabilitate a comportamentului într-un alt organism (sau celulă) într-o manieră adaptativă”. Definiția propusă de către fondatorul sociobiologiei merită să fie reținută, pentru că include și exclude în același timp. Include atât actele de comunicare intenționate, cât și pe cele neintenționate; include schimbul de informații uman și infrauman, dar exclude comunicarea în care nu sunt implicate două organisme. De acord cu Edward O. Wilson, vom spune și noi că numai metaforic se poate vorbi despre o comunicare intrapersonală, „diferită de comunicarea cu alții prin aceea că este mută, are loc în mintea noastră, este mai deconectată (disconnected), mai repetitivă și mai puțin logică decât alte forme de comunicare” (S. Trenholm și A. Jensen, 2000, 24). În orice act comunicațional există un emițător, un receptor, un mesaj, un canal de comunicare și un efect asociat comunicării.

Comunicarea prin intermediul limbajului este considerată un aspect care diferențiază specia umană în raporturile cu alte specii. K. J. Hayes și C. Hayes (1953) au încercat să învețe un cimpanzeu să vorbească, nereușind decât pronunția stâlcită a câtorva cuvinte monosilabice. Primatele nu au un aparat vocal suficient de dezvoltat, similar cu cel uman, și de aceea însușirea limbajului articulat este foarte dificilă. Totuși, maimuțele superioare sunt capabile să imite cu ușurință gesturi ale oamenilor și s-au înregistrat succese remarcabile în deprinderea acestora cu limbajul gestual al surdo-mușilor (American Sign Language – Ameslan).

Comunicarea verbală este strâns legată de manifestările existente la nivelul creierului. Antropologul francez Paul Broca (1865) a localizat limbajul la nivelul emisferei cerebrale stângi, arătând că afectarea acestei zone determină grave tulburări de vorbire. C. Wernicke (1874) localizează limbajul la nivelul părții posterioare a emisferei stângi, prima circumvoluțiune temporală. În ceea ce privește emisfera cerebrală dreaptă, aceasta poate juca un rol în comprehensiunea verbală dacă răspunsurile sunt date prin

mijloace nonverbale. Emisfera cerebrală dreaptă este, de asemenea, implicată în înțelegerea mesajelor scrise și în special a celor grafice.

Sociologii studiază comunicarea ca proces ce reflectă anumite determinări sociale și anumite mecanisme psihologice, efectele reale ale comunicării pentru societate, modul cum comunicarea este expresia valorilor și idealurilor sociale.

Orice comunicare este un raport, pentru că are lor într-un comunicator și un receptor. Denis McQuail (p. 17) afirmă că toate relațiile de comunicare – transfer de informație, transfer de semnificație, împărtășirea în comun a unor opinii, idei, reprezentări, „tranzacția” între locutori – sunt relații sociale. Relațiile de comunicare dau naștere la alte tipuri de relații sociale. Comunicarea este cauză sau efect al unei multitudini de relații sociale și structuri interacționale. Contactele în cadrul familiei sau între vecini sunt efecte ale comunicării. Formarea unui public din indivizi dispersați și care gândesc divergent este cauzată de comunicare. Societatea este văzută ca un ansamblu de semnificații comune. (Constantin Schifirnet, pag 202)

Stratificarea socială generează diversitate în modul de comunicare lingvistică. Este limpede că multitudinea limbajelor derivă din natura grupurilor și categoriilor existente într-o societate. Studiul variațiilor sociale și al dialectelor sociale, sau sociolecte relevă inegalități sociale reflectate în folosirea limbii, datorate diferențelor de avere sau de venituri sau de status, precum și din distribuirea inegală a puterii (C. Baylon, X. Mignot, p. 247).

Din punct de vedere psihologic, comunicarea este o problemă "de modelare mutuală a unei lumi comune prin intermediul unei acțiuni conjugate"(L. Quéré, 1991, pag 76). Limbajul și relația fac parte integrantă din identitatea ființei care participă la comunicare. Limbajul participă, ca și comportamentele (deoarece, de acum înainte, ansamblul lor definește comunicarea), la definirea unei perspective comune asupra lumii, care precizează alcătuirea acestei lumi, mizele ce trebuie reținute etc. Comunicarea participă la elaborarea unui univers comun (public) de referință, acesta servind drept bază pentru intercomprehenșiune, care devine adevărata miză de profunzime a comunicării. Nu mai există o "bună comunicare". Principala funcție a comunicării este construirea unei lumi intersubiective ce servește drept fundament intercomprehenșiunii și deci vieții colective.



Orice comunicare aduce negreșit informații. Situația limită a transmiterii telegrafice de informații, preluată de teoria informației, prin modelul său Emițător – Receptor, reamintește această evidență fundamentală: a comunica înseamnă și a informa. Comunicarea este cu siguranță, în parte, transmitere de informație. Aceasta este prima sa modalitate de existență. Însă comunicarea nu poate fi doar o modalitate de informare. Ea este un proces mult mai complex decât un simplu schimb de informații.(Alex Mucchielli, pag. 80)

Dacă privim ce se întâmplă într-o comunicare, remarcăm că prin această activitate se asumă în primul rând o identitate. Pentru că faptul de a comunica are mereu ca finalitate generală exprimarea acestei identități. Comunicând, nu pot să nu-mi afirm ființa și deci să mă poziționez în raport cu celălalt. Pentru numeroși cercetători, finalitatea comunicării constă în crearea identității pentru celălalt, printr-un act relațional. Pentru Goffman, de pildă, comunică pentru a avea identitatea voită în situația de comunicare în care te găsești (I. Goffman, 1974). În opinia lui Flahaut, orice discurs este produs pornind de la întrebări fundamentale, precum: Cine sunt eu pentru tine? Cine ești tu pentru mine? (apud. Mucchielli, 2005, pag. 81). "Comunicarea este atunci percepută ca un proces complex în care informația și mesajul sunt mai puțin importante decât chestiunea centrală, care e aceea de a ști cui vorbești" (M. F. Agnoletti, apud. Mucchielli, 2005, pag. 81). Așadar, poți comunica chiar și numai pentru a te poziționa și a fi recunoscut în această poziție.

Actul de comunicare este întotdeauna și o tentativă "de influențare" a celuilalt. Într-adevăr, doar propunându-i celuilalt o definiție a mea (despre ce gândesc, ce vreau să fac), eu lansez în lume o informație în raport cu care el va trebui atunci neapărat să se poziționeze.

Comunicarea este deci un fenomen global din două motive. Mai întâi, pentru că tot ce e exprimat de individ face parte din comunicarea sa. Comunicarea integrează astfel vorbele, comportamentele, atitudinile și toate paralimbajele. Apoi, deoarece comunicarea este țesută dintr-un ansamblu complex de mize. "Orice comunicare încearcă să influențeze, în grade diverse, informația semenilor noștri, poziționarea individuală, mobilizarea celuilalt, precum și să specifice normele de referință ale situației de schimb." (Alex Mucchielli, pag. 86).

Psihologia propune patru paradigme pentru a studia fenomenele relative la comunicare. Fiecare dintre ele se aplică într-un mod aparte studierii anumitor fenomene. De exemplu, în întâlnirea amoroasă, comunicarea în faza de apropiere este analizată de psihologi cu ajutorul paradigmei structural-expresive, în faza de selecție, cu ajutorul paradigmei formal-tranzacționale, în timp ce în etapa de fuziune este analizată prin paradigma fenomenologică și praxeologică, pentru ca în faza ulterioară să fie studiată cu ajutorul paradigmei relațional-sistemică. Fiecare fază în parte se pretează mai bine analizei făcute cu ajutorul unei paradigme precise.

Ca o concluzie generală, Alex Mucchielli definește comunicarea ca fiind "un instrument al acțiunii umane. Oamenii se servesc de ea pentru a acționa asupra semenilor și situațiilor. O comunicare umană autentică se întemeiază pe două sentimente de bază, strâns legate între ele: încrederea și sentimentul că îți este recunoscută valoarea." (Alex Mucchielli, pag. 245-246)

BIBLIOGRAFIE:

Alex Mucchielli. *Arta de a comunica. Metode, forme și psihologia situațiilor de comunicare*. Ed. Polirom, Iași, 2005

Ioan Drăgan . *Paradigme ale comunicării de masă*, Ed. RAO, București, 1996

Septimiu Chelcea, L. Ivan, A. Chelcea - " Comunicarea nonverbală, gesturile și posturile", Ed. Comunicare.ro, București 2005

Raymond Boudon *Tratat de sociologie sub coordon*, Ed. Humanitas, București, 2006

Constantin Schifirnet - Comunicare și societate, Manual de sociologie,ed. comunicare.ro, București, 2004

Lucien Sfez, *Dictionnaire critique de la communication*, Ed. PUF, Paris, 1993

I. Goffman, *Les rites d'interaction*, Ed. de Minuit, 1974



JOURNAL OF COMUNICATION, VOLUME 56, NUMBER 4, DECEMBER 2006

CAP: THE IDENTITY OF COMUNICATION RESEARCH – WOLFGANG DONSBACH

În acest studiu, autorul încearcă să dea o identitate comunicării. Se subliniază încă de la început că o identitate nu poate fi stabilită foarte clar, deoarece este un domeniu vast care a cunoscut cea mai mare dezvoltare în ultimii 30 de ani.

Studiul are o structură interesantă fiind alcătuit dintr-o succesiune de teze și contrateze.

TEZA 1 Toate departamentele de comunicare încep să își sporească numărul, acest fapt fiind indicat de:

- fluxul de informații care devine din ce în ce mai important pentru succesul personal și economic;
- aptitudinile de comunicare devin și ele foarte importante în cadrul societății (PR este zona care se dezvoltă cel mai mult);
- există o interdependență între sistemul media și celelalte sisteme sociale (ex: mijloacele media sunt folosite pentru a câștiga puterea).

Autorul lansează o întrebare: Oare oamenii devin mai agresivi prin faptul că se expun la media în mod excesiv?

CONTRATEZA 1 În ciuda tuturor factorilor care indică o dezvoltare continuă a comunicării, ea se confruntă cu o criză de identitate.

S-a dezbătut pe tema: Comunicarea este sau nu o disciplină? Domeniul comunicării este prea larg, întrucât implică orice aspect al vieții. Disciplinele în general, au un set de teorii proprii. Comunicarea nu are, pentru că se folosește de informații din toate celelalte discipline, deci ia ce este mai bun din toate. La prima vedere acest lucru ar părea un avantaj, dar nu este, deoarece comunicarea cuprinde mai multe microcosmosuri care nu au legătură unul cu celălalt.

TEZA 2 La baza comunicării stă sistemul de cercetare empiric (legi care descriu și încearcă să explice comportamentul uman).

CONTRATEZA 2 Sistemul este pus în pericol de acțiuni din interiorul (oamenii care pun ipotezele lor la încercare) și exteriorul disciplinei.

TEZA 3 Avem cunoștințe precise și răsunătoare în multe domenii, dar (contrateza) tindem să pierdem orientarea în procesul de cercetare empiric. Se pune întrebarea: Care sunt scopurile unei științe? Să ofere explicații și descrieri, sau să își stabilească niște ținte precise despre cum trebuie să trăiască și să interacționeze oamenii? Ex: Faptul că fiecare cercetător are anumite convingeri care teoretic nu ar trebui să influențeze afirmațiile sale științifice. Cu toate acestea, ele motivează cercetătorii să-și aleagă un anumit subiect pe care să îl trateze.

CONTRATEZA 3 Cercetătorii se confruntă cu faptul că nu își mai pot pune întrebări care să fie folositoare pentru demersul lor din varii motive:

- creșterea numărului instituțiilor din domeniul comunicării;
- lipsa de cunoștințe și de interes a studenților în ceea ce privește valorile sociale care ar putea să îndrumeze cercetarea lor.

Ceea ce vrea autorul să spună, este că cercetarea empirică fără o țintă precisă, poate foarte ușor să devină irelevantă.

În concluzie, domeniul comunicării are potențialul și datoria să se focalizeze pe cercetări care pot ajuta societatea și oamenii să comunice mai bine. De asemenea trebuie să determine fiecare individ să ia decizii proprii, bazate pe dovezi concrete și să fie cât mai puțin influențat de alte persoane sau instituții.

COMAN DIANA GABRIELA, AN I, GRUPA 1



