

LIVIA DURAC

Metode și tehnici de comunicare



PROF. UNIV. DR.
LIVIA DURAC

METODE ȘI TEHNICI DE COMUNICARE

Note de curs

2025
POLIS
BOOKS Iași



Lector: Sorin Bocancea
Concepția grafică a copertei: Andrei Cucu
Foto copertă: [https://www.freepik.com/free-vector/
infographic-with-entrepreneurs_771045.htm](https://www.freepik.com/free-vector/infographic-with-entrepreneurs_771045.htm)

© 2025 Polis Books pentru prezenta ediție
Reproducerea parțială sau totală a prezentei cărți fără acordul
Editurii constituie infracțiune și se pedepsește în conformitate
cu Legea nr. 8/1996.

Editura Polis Books
Iași, str. Bălușescu nr. 2, jud. Iași
polisbook@revistapolis.ro

Prof. univ. dr. Livia Durac, *Metode și tehnici de comunicare.*
Note de curs, 164 p., 2025

ISBN: 978-606-95777-6-9

LIVIA DURAC este prof. univ. dr. în cadrul Facultății de Psihologie, Științele Educației și Asistență Socială a Universității „Petre Andrei” din Iași și directoarea Departamentului pentru Pregătirea Personalului Didactic al aceleiași universități. Absolventă a Facultății de Litere, Universitatea „Alexandru Ioan Cuza” din Iași (1998), a programului de masterat al Facultății de Psihologie și Științele Educației, Universitatea „Petre Andrei” din Iași (2005) și a celui de doctorat (*magna cum laude*, 2008). A publicat până acum șase volume la edituri acreditate MEDC/CNCSIS și numeroase articole științifice în literatura de specialitate (ISI/Thompson și în volumele unor manifestări științifice internaționale – congrese și conferințe). A făcut parte din colective de cercetare-dezvoltare în cadrul unor proiecte finanțate de organisme naționale/internaționale/mediul de afaceri. Este membră în colectivele de redacție ale unor publicații științifice internaționale.

Cuprins

CAPITOLUL 1

PROCESUL DE COMUNICARE. NOȚIUNI INTRODUCTIVE

1.1. Introducere.....	9
1.2. Perspective asupra definirii termenului <i>comunicare</i>	15
1.3. Premise de bază ale procesului comunicațional. Abordarea inovativă a Școlii de la Palo Alto	22
1.4. Elementele conținutului comunicării	31
1.4.1. Contexte și situații comunicaționale	33
1.4.2. Analiza conținutului	35
1.4.3. Natura simbolică și semnificativă a materialului comunicat	37
1.4.4. Specificul intenției comunicative	38
1.4.5. Dimensiunea realității	42
1.4.6. Autenticitatea	44
1.4.7. Ambiguitatea.....	45
1.4.8. Congruența	47

CAPITOLUL 2

MODALITĂȚI DE DISEMINARE A MESAJULUI

2.1. Comunicarea interpersonală.....	50
2.2. Comunicarea verbală.....	60
2.3. Comportamentul nonverbal	65

CAPITOLUL 3

DIMENSIUNI ALE COMPORTAMENTULUI NONVERBAL

3.1. Kinezica	70
3.1.1. Emblemele	71
3.1.2. Ilustratorii	72
3.1.3. Dispozițiile: expresiile feței.....	74
3.1.4. Reglatorii nonverbal	75
3.1.5. Adaptorii	77
3.2. Oculezica.....	78
3.3. Olfactica.....	79
3.4. Haptica	81

CAPITOLUL 4

FORME ALTERNATIVE DE TRANSMITERE A CONȚINUTURILOR NONVERBALE

4.1. Artefactele și vestimentația	83
4.2. Cronemica.....	86
4.3. Proxemica.....	91
4.3.1. Distanța intimă	93
4.3.2. Distanța personală.....	93
4.3.3. Distanța socială	94
4.3.4. Distanța publică	95

CAPITOLUL 5

COMPONENTE PARAVERBALE ALE COMUNICĂRII

5.1. Relevanța elementelor paraverbale în procesul de semnificație	97
--	----

CAPITOLUL 6

DIFICULTĂȚI SPECIFICE ȘI TEHNICI DE COMUNICARE

6.1. Bariere în comunicare	104
6.1.1. Diferențele de percepție.....	105
6.1.2. Concluziile grăbite	106
6.1.3. Stereotipurile	108
6.1.4. Lipsa de cunoaștere	109
6.1.5. Lipsa de interes	110
6.1.6. Dificultățile de exprimare.....	111
6.1.7. Stările emoționale intense	112
6.1.8. Personalitatea	113
6.1.9. Empatia.....	114
6.2. Tipuri de ascultare	116
6.2.1. Ascultarea flotantă.....	118
6.2.2. Ascultarea participativă	119
6.2.3. Ascultarea pasivă	121
6.2.4. Ascultarea activă.....	122
6.3. Blocaje în calea unei bune ascultări	124
6.3.1. Compararea	124
6.3.2. Ghicirea scopurilor ascunse	125
6.3.3. Pregătirea replicii.....	126
6.3.4. Filtrarea.....	127
6.3.5. Blamarea (judecarea)	129
6.3.6. Neatenția (visarea cu ochii deschiși)	130

6.3.7. Identificarea.....	131
6.3.8. Contrazicerea	132
6.3.9. Dorința de a avea mereu dreptate.....	132
6.3.10. Divagarea.....	134
6.3.11. Concilierea exagerată.....	135
6.4. Indicații de limbaj verbal.....	136
6.4.1. Întrebarea	136
6.4.2. Încurajarea, parafrizarea, manifestarea empatiei și rezumarea.....	138
6.5. Indicații de limbaj neverbal.....	142
6.5.1. Contactul vizual.....	142
6.5.2. Limbajul trupului	143
6.5.3. Distanța interpersonală.....	145

CAPITOLUL 7

INTEGRAREA TEORIEI ÎN PRACTICĂ:

ORIENTĂRI ESENȚIALE ALE COMUNICĂRII TERAPEUTICE ÎN CONTEXTE DE CRIZĂ

7.1. Introducere.....	146
7.2. Inițializarea comunicării terapeut-client în situația de criză	149
<i>Bibliografie</i>	158

Capitolul 1

Procesul de comunicare. Noțiuni introductive

1.1. Introducere

Comunicarea este un proces fundamental integrat în domeniul psihologiei sociale, reprezentând reprezentă axa centrală în jurul căreia gravitează întreaga existență a individului în cadrul societății. Această formă de interacțiune este omniprezentă în fiecare aspect al vieții sociale, de la cele mai intime interacțiuni interpersonale dintre membrii unei familii sau prieteni apropiați până la discursurile publice și dezbaterile politice la nivel național și internațional; de la negocierile de afaceri complexe dintre corporații și parteneri comerciali până la campaniile de marketing și publicitate menite să influențeze deciziile de cumpărare ale consumatorilor. Comunicarea reprezintă vehiculul esențial prin care se transmit informații, se exprimă idei, se negociază înțelegeri și se construiesc relații. Fără comunicare, nici o activitate umană nu ar putea funcționa adecvat.

Dintotdeauna vitală pentru supraviețuirea și progresul omenirii, comunicarea a permis cooperarea, transmiterea cunoștințelor și perpetuarea culturii de-a lungul generațiilor. De la

picturile rupestre ale omului preistoric, prin care se transmiteau informații și se relatau momente marcante, până la rețelele sociale moderne, care facilitează comunicarea instantanee și schimbul de idei la nivel global, comunicarea a evoluat constant, adaptându-se nevoilor și contextelor sociale în schimbare, dar rămânând mereu indispensabilă pentru funcționarea armonioasă a societății umane.

Fără abilitatea de a comunica eficient, individul nu ar putea să-și exprime nevoile, să stabilească legături semnificative cu ceilalți sau să facă schimb de idei și cunoștințe. Comunicarea este mijlocul prioritar prin care se transmit gânduri, emoții și experiențe, permițând dezvoltarea atât pe plan personal, cât și în cadrul societății. De la conversațiile de zi cu zi până la discursurile publice și dezbaterile intelectuale, capacitatea de a comunica în mod coerent și de a înțelege mesajele celorlalți este esențială pentru dezvoltarea armonioasă a ființei umane. Inabilitatea individului de a se dezvolta corespunzător într-un spațiu izolat sugerează că a trăi înseamnă, în esență, a comunica, a fi conectat cu lumea din jur, a face schimb de perspective și cunoștințe.

Elementele care obiectivează comunicarea sunt: (i) *dualitatea*, (ii) *intenționalitatea*, (iii) *feedbackul*.

Etimologic, „a comunica” provine din latinescul *communis*, „a face comun”, „a pune împreună”, „a amesteca”, „a uni”, „a împărți”. Conținutul semantic descriptiv al acestor verbe sugerează (i) *dualitatea*, indicând necesitatea a minimum două entități umane pentru ca interacțiunea să fie posibilă. Așadar, condiția definitorie pentru comunicare este prezența a minimum două persoane: un „eu” care produce semne (emitterul) și un „tu” (receptorul/interpretantul) care interpretează semnele. Această dualitate este esențială, deoarece comunicarea implică un schimb de informații, idei, gânduri sau emoții între două sau mai multe ființe *umane*.

Conștiința de sine reprezintă o achiziție fundamentală a ființei umane, dobândită în primii ani de viață, marcând o etapă crucială în dezvoltarea cognitivă și emoțională a copilului. Acest

- 11 proces complex implică recunoașterea propriei identități, a ideii de existență separată și distinctă de restul lumii. În jurul vârstei de 18-24 de luni, copiii încep să își conștientizeze propria existență și să se diferențieze de ceilalți. Un experiment clasic care ilustrează acest fenomen este „testul oglinzii”, realizat de psihologul Gordon Gallup în 1930. În această probă, copilul este așezat în fața unei oglinzi, iar pe față i se aplică o pată colorată, fără ca el să observe. Inițial, copilul privește curios imaginea reflectată, dar nu o recunoaște ca fiind a sa. Însă, odată ce conștientizează că acea imagine îl reprezintă, el va încerca să îndepărteze pata de pe propriul chip, demonstrând astfel recunoașterea sinelui. Acest proces de recunoaștere a sinelui marchează o etapă esențială în dezvoltarea cognitivă și emoțională a copilului, permițându-i să înțeleagă că este o ființă separată, cu propriile gânduri, emoții și experiențe unice. În termeni de beneficii, conștientizarea propriei identități și a capacității de a influența mediul înconjurător reprezintă un pas esențial în dobândirea autonomiei și independenței emoționale și cognitive. Copiii care dezvoltă o conștiință de sine solidă tind să aibă o mai bună înțelegere a propriilor gânduri, sentimente și acțiuni, facilitându-le interacțiunile sociale și învățarea. De exemplu, un copil cu o conștiință de sine bine dezvoltată va fi mai capabil să-și exprime nevoile și emoțiile în mod adecvat, să stabilească relații sănătoase cu ceilalți și să-și asume responsabilități în cadrul grupului. Totodată, o conștiință de sine puternică îi permite copilului să-și stabilească obiective realiste, să-și evalueze progresul și să-și dezvolte strategii eficiente de învățare.

Dezvoltarea conștiinței de sine și a (ii) *intenționalității* reprezintă etape fundamentale în formarea abilităților de comunicare ale individului. Încă din primii ani de viață, copiii încep să-și conștientizeze propria existență ca ființe distincte de mediul înconjurător și să manifeste intenții și dorințe proprii. Această etapă fundamentală este marcată de apariția primelor cuvinte și gesturi semnificative, prin care copiii încearcă să interacționeze și să-și exprime nevoile. Pe măsură ce se dezvoltă din punct de

vedere cognitiv și lingvistic, copiii devin tot mai abili în a utiliza limbajul pentru a comunica idei, emoții și experiențe. Interacțiunile cu părinții, educatorii și semenii joacă un rol esențial în acest proces, oferind modele, încurajare și oportunități de practică. Un părinte care răspunde prompt la nevoile copilului și îl ajută să-și exprime sentimentele contribuie la consolidarea conștiinței de sine și a capacității de comunicare a acestuia. Aceste achiziții fundamentale ale primei copilării – conștientizarea de sine, intenționalitatea și capacitatea de a comunica – stau la baza abilității umane de a se exprima, de a-și afirma identitatea și de a se integra armonios în viața socială. Ele permit individului să construiască relații semnificative și să participe activ în cadrul comunității, împărțând idei, emoții și experiențe.

Conceptul de „intenție” sugerează că producerea de conținut comunicativ este orientată spre un scop, iar nu un proces întâmplător sau lipsit de sens. Intenționalitatea reprezintă motivația interioară care ghidează acțiunile și cuvintele, fiind strâns legată de dorințele, nevoile și obiectivele persoanei. De exemplu, un politician poate avea intenția de a-i convinge pe alegători să-l voteze, de aceea va folosi un discurs persuasiv prin care își va evidenția realizările. Un profesor poate avea intenția de a transmite cunoștințe cursanților săi, deci va utiliza un limbaj clar și va oferi exemple practice. Un vânzător poate avea intenția de a promova un produs, prin urmare va sublinia beneficiile și avantajele acestuia. Intenționalitatea joacă, astfel, un rol crucial în modelarea mesajelor transmise, dar și în determinarea modului în care acestea sunt receptate și interpretate de ceilalți. Ea reprezintă acea forță motrice care impulsionează acțiunea și comunicarea într-un anumit mod, în vederea atingerii unui obiectiv, sau pentru a produce un impact specific. În acest context, intenționalitatea trebuie privită ca o așteptare, adică ceea ce i se va întâmpla persoanei dacă întreprinde sau evită anumite acțiuni în momentul actual. Altfel spus, persoana este preocupată, în prezent, de posibilele consecințe viitoare, asupra cărora, însă, deține capacitatea de a interveni.

13 Există câteva elemente care susțin caracterul intențional al comunicării:

- simbolurile/cuvintele sunt utilizate în mod intenționat, sub aspectul consecințelor anticipate; de exemplu, când cineva relatează un eveniment important alege cuvintele cu grijă pentru a transmite mesajul dorit;
- acestea (simbolurile/cuvintele) sunt legate, din punctul de vedere al semnificațiilor, cu obiectele și situațiile; cuvântul „masă”, de exemplu, evocă imaginea unei mese fizice, dar și ideea de a lua masa, a servi mâncarea etc.;
- simbolurile/cuvintele sunt modelate în acord cu motivațiile și percepțiile comunicatorului, reflectând experiențele, valorile și intențiile sale.

Condiția ca receptorul mesajului să poată percepe adecvat, nedistorsionat informațiile transmise este ca emițătorul să utilizeze coduri lingvistice specifice, cunoscute de ambele părți. Prin codare se realizează transpunerea în semnale a mesajului, acestea străbat canalul de comunicare, ajungând la cel cărui îi sunt destinate. De exemplu, în comunicarea scrisă, cuvintele sunt codate în litere și semne de punctuație, iar în varianta verbală, codificarea gândurilor se face în sunete. Etapa este urmată de operația de decodare/interpretare, pe care trebuie să o realizeze receptorul, descifrând semnalele și atribuindu-le semnificații. Se ajunge, astfel, la o altă particularitate a procesului, anume (iii) feedbackul, condiție marcantă a comunicării. Aceasta presupune ca interacțiunea să aibă o desfășurare bidirecțională: în principiu, orice mesaj (oral sau scris) emis de o persoană/entitate așteaptă un răspuns din partea destinatarului, fie verbal, fie non-verbal (de exemplu, un gest, o expresie facială etc.).

Este important de precizat că, în actul de producere a conținuturilor, cel care interpretează mesajele se află întotdeauna în câmpul psihologic al comunicatorului, iar percepțiile acestuia din urmă influențează caracterul conținutului (mesajului) produs.

De exemplu, dacă un profesor percepe că elevii săi sunt interesați și motivați, adaptează mesajul într-un mod care să îi captiveze și să îi implice activ.

Modalitățile în care presupusele efecte ale mesajelor sunt conceptualizate de către adresant pot varia de la un context comunicational la altul, ele reprezentând părți integrante ale situației de comunicare. Aceasta capătă un caracter dinamic, determinat – de regulă – de faptul că persoana care face comunicarea nu va genera exclusiv conținuturi ce răspund direct nevoilor sau reacțiilor persoanei căreia i se adresează, ci, ele vor fi modelate potrivit percepțiilor emitentului¹. De exemplu, într-o prezentare în fața unui public larg, vorbitorul va structura mesajul în funcție de cunoștințele și așteptările prezumate ale audienței în ansamblu, fără a putea adapta pe loc conținutul în funcție de reacțiile *individuale* ale fiecărui membru al publicului. Dincolo de „regulă”, însă, anume în funcție de scopul urmărit, adresantul poate produce conținuturi adaptate la răspunsurile imediate ale interlocutorului său, situație specifică mai ales în cazul comunicărilor directe, precum o conversație față în față sau un interviu. În astfel de contexte, emițătorul poate reformula sau clarifica anumite aspecte ale mesajului în funcție de feedbackul primit în timp real de la destinatar, prin expresiile faciale, întrebări sau comentarii ale acestuia. Dacă participanții la comunicare sunt separați spațio-temporal, comunicatorul își elaborează mesajul pe baza prezumțiilor referitoare la destinatar, modificându-l, ajustându-l în acord cu feedbackul acestuia din urmă, primit ulterior, prin diverse canale de comunicare.

Într-o proporție limitată de contexte, comunicarea poate eșua complet, fie pentru că persoana cu rol de comunicator folosește o abordare concepută rigid, telegrafic, fiind incapabilă – din punct de vedere al aspectului psihologic – să adapteze conținutul transmis naturii contextului în care se află, fie datorită limitărilor

1. A. Nicolescu, M. Teodorescu. 2015, „Communicational and Message Theory Concepts and Notions”, *International Letters of Social and Humanistic Sciences*, vol. 42, pp. 133-139.

- 15 tehnologice ale mediului utilizat, ce pot face ca modificarea conținutului să fie dificilă sau imposibilă. De exemplu, în cazul unei prezentări publice, un vorbitor care nu reușește să capteze interesul audienței și să se adapteze la reacțiile acesteia poate eșua în transmiterea mesajului dorit. Acesta poate fi cazul unei persoane care citește mecanic de pe diapozitive, fără a face contact vizual cu audiența sau fără a utiliza un ton și un limbaj corporal captivante. De asemenea, în cazul unei videoconferințe cu probleme de conexiune, participanții pot întâmpina dificultăți în a comunica eficient din cauza întreruperilor sau a calității slabe a sunetului și imaginii, ceea ce poate duce la pierderea sau distorsionarea informațiilor transmise. Sunt situații care ilustrează importanța adaptării stilului de comunicare la contextul specific și a depășirii obstacolelor tehnologice pentru a asigura o comunicare reușită. Considerați eficienți sunt comunicatorii conștienți de aceste provocări și pregătiți să ajusteze strategiile lor de comunicare în funcție de circumstanțe, utilizând tehnici precum interacțiunea cu audiența, utilizarea de exemple relevante și adaptarea limbajului la nivelul de cunoștințe al receptorilor.

1.2. Perspective asupra definirii termenului *comunicare*

Comunicarea este un proces complex, multidimensional, care implică numeroase concepte și principii fundamentale. O definiție comprehensivă a comunicării trebuie să reflecte această complexitate, surprinzând atât elementele-cheie, cât și modul în care acestea interacționează pentru a forma un întreg coerent. Este necesară utilizarea unui cod comun, care permite participanților la proces să se înțeleagă și să își transmită eficient informații și semnificații¹. Însă comunicarea nu se reduce la simpla

1. O. Bușu, 2014, „Difficulties of Unitary Understanding of the Social Communication”, *International Letters of Social and Humanistic Sciences*, vol. 30, pp. 8-16.

transmitere a unui mesaj. Pentru a fi considerată eficientă, trebuie să existe asigurarea că mesajul a fost recepționat și înțeles corect de destinatar. Dacă între ceea ce emițătorul intenționează să transmită și ce înțelege receptorul există o discrepanță semnificativă, comunicarea nu și-a atins scopul, existând o insatisfacție reciprocă. De exemplu, un manager care transmite instrucțiuni neclare angajaților săi poate genera interpretări greșite și erori în îndeplinirea sarcinilor. Mai mult, comunicarea nu presupune doar interacțiuni verbale și schimburi de informații. Chiar și lipsa unui răspuns sau a unei reacții transmite un anumit mesaj, deoarece orice acțiune sau inacțiune are un impact asupra celorlalți, intenționat sau nu. Ideea este reflectată în Axioma nr. 1 a Școlii de la Palo Alto, care stipulează că, atât timp cât există prezență fizică, orice comportament devine o formă de transmitere de mesaj(e), evidențiind caracterul omniprezent al procesului comunicațional în cadrul interacțiunilor umane. În esență, comunicarea este un proces dinamic, în care mesaje, idei, gânduri și emoții sunt transmise și receptate între participanți, utilizând coduri și canale diverse. Eficiența acestui proces depinde în mare măsură de asigurarea că mesajul a fost înțeles corect, evitând discrepanțe semnificative între intenția emițătorului și interpretarea receptorului. Adicional, comunicarea transcende sfera exclusiv verbală, incluzând și dimensiunea nonverbală a comportamentului uman, care transmite, de asemenea, semnificații și exercită un anumit impact asupra celorlalți.

Plurivalența procesului de comunicare a reprezentat o provocare semnificativă pentru cercetători și teoreticieni de-a lungul timpului. Încercările de a formula o definiție cuprinzătoare a comunicării au fost marcate de o diversitate de abordări, reflectând multiplele dimensiuni și valențe ale acestui fenomen. Începând cu jumătatea secolului trecut, interesul pentru comunicare a crescut considerabil, pe măsură ce rolul său esențial pentru calitatea relațiilor interpersonale și funcționarea armonioasă a societății a devenit tot mai evident. Cercetătorii din domenii variate, de la psihologie și sociologie până la antropologie, filosofie și chiar

- 17 științe exacte s-au implicat în eforturile de a înțelege și a defini procesul comunicațional. Această interdisciplinaritate a abordărilor a fost determinată de natura multidimensională a comunicării, care implică atât aspecte cognitive și informaționale, cât și dimensiuni emoționale, culturale și comportamentale.

Diversitatea de abordări reflectă complexitatea fenomenului comunicațional și necesitatea de a-l analiza din multiple perspective, luând în considerare atât dimensiunile cognitive și informaționale, cât și cele relaționale, culturale și identitare. În acest sens, se poate vorbi de o categorie de specialiști care au pus accentul pe transferul de informații, văzând comunicarea ca pe un proces de codificare, transmitere și decodificare a mesajelor. Printr-o altă abordare, s-a subliniat importanța construirii de sensuri comune și a creării de relații, considerând comunicarea ca o negociere și co-construcție a înțelesurilor¹.

Psihologi, sociologi, antropologi, filosofi au explorat rolul comunicării în negocierea identităților și în construcția realității sociale. De exemplu, în psihologie, comunicarea a fost studiată ca un proces de transmitere a informațiilor și de influențare a comportamentelor, în timp ce în sociologie accentul a fost pus pe rolul comunicării în construirea și menținerea relațiilor sociale. Specialiști din domeniul antropologiei s-au concentrat pe modul în care comunicarea reflectă și transmite valorile și normele culturale, în timp ce filosofi au explorat dimensiunile etice și ontologice ale comunicării, analizând impactul acesteia asupra formării identității și a înțelegerii realității. Această alocare de eforturi de a explica procesul, la nivel interdisciplinar, a permis o înțelegere mai profundă și nuanțată a comunicării. Integrarea rezultatelor și a perspectivelor oferite de diverse domenii științifice a contribuit la o viziune integratoare asupra fenomenului comunicațional, reflectând multiplele sale fațete și implicații în plan individual, relațional și societal.

1. K.C. Maguire, 2006, „Making Sense of the Seven Communication Traditions” *Communication Teacher*, vol. 20, nr. 4, pp. 89-92.

Theodore Newcomb, psiholog social și teoretician al comunicării, precizează că, atunci când o persoană dobândește anumite impresii despre o altă persoană, aceasta din urmă îi comunică ceva celeilalte, chiar și în absența unui mesaj verbal explicit¹. Această comunicare se poate realiza prin intermediul comportamentului nonverbal, al expresiilor faciale, al gesturilor sau al altor semne subtile. Newcomb subliniază, astfel, importanța nonverbalului în formarea impresiilor interpersonale, în stabilirea relațiilor sociale și în transmiterea mesajelor emoționale și atitudinale. Aceste semnale nonverbale pot fi deosebit de semnificative în situații în care comunicarea verbală este limitată sau inexistentă, permițând oamenilor să înțeleagă intențiile, emoțiile și stările de spirit ale celorlalți.

Un punct de vedere asemănător este cel exprimat de psihiatrul american Jurgen Ruesch, potrivit căruia comunicarea ar include toate acele procese prin care oamenii se influențează unii pe alții². Este o perspectivă prin care se sugerează ideea că procesul de comunicare nu se rezumă la transmiterea de informații, ci implică o interacțiune complexă în care emițătorul și receptorul se influențează reciproc, într-un schimb dinamic de semnificații. Un exemplu ar fi atunci când, în cadrul unui dialog, interlocutorii nu rămân la un simplu schimb de mesaje verbale, respectiv de cuvinte ordonate într-un anumit mod. Acele schimburi de cuvinte articulate verbal au în spatele lor emoții, atitudini, experiențe de viață, valori și comportamente nonverbale, precum gesturi, expresii faciale sau tonalitatea vocală, care pot influența modul în care interlocutorul înțelege și reacționează la ceea ce spune adresantul. Totodată, reacțiile și feedbackul primit de la interlocutor, atât prin cuvinte, cât și prin canalele nonverbale pot influența gândurile, emoțiile și acțiunile ulterioare ale vorbitorului. Astfel, comunicarea devine un proces dinamic și

-
1. T. Newcomb, 1950, în *American Psychologist*, vol. 5, nr. 5, p. 164, <https://doi.org/10.1037/h0058884>
 2. J. Ruesch, Gregory Bateson, 1968, *Communication: The Social Matrix of Psychiatry*, Norton, New York.

- 19 bidirecțional de schimb de semnificații și influențe reciproce, în care fiecare participant este atât emițător, cât și receptor și în care mesajele sunt codificate și decodificate în contextul unor experiențe și perspective unice.

Pentru matematicianul Warren Weaver, autor al primului model de comunicare, aceasta reprezintă totalitatea proceselor prin care o minte o influențează pe alta, transmițând informații, idei, emoții sau semnificații prin intermediul unui sistem comun de simboluri, semne sau comportamente¹. Comunicarea este un proces care presupune codificarea și decodificarea mesajelor, utilizarea unui canal de transmitere și depășirea eventualelor bariere sau zgomote care pot interveni în procesul de transfer al informației. Weaver a subliniat importanța comunicării atât în contextul relațiilor interpersonale, cât și în domenii precum mass-media, publicitate sau diplomația. Modelul său a stat la baza multor teorii și studii ulterioare în domeniul comunicării, evidențiind rolul crucial al acesteia în facilitarea înțelegerii reciproce și a schimbului de cunoștințe între ființele umane. Weaver a subliniat importanța depășirii barierelor și a zgomotelor care pot interveni în procesul de comunicare, cum ar fi diferențele culturale, lingvistice sau de percepție. Aceste obstacole pot duce la neînțelegeri, interpretări greșite și, în final, la eșecul comunicării. Pentru a le depăși, este necesară o înțelegere adecvată a contextului și a perspectivelor tuturor părților implicate, precum și o abordare deschisă și empatică a comunicării.

Există și autori pentru care termenul comunicare include interacțiunile nonumane. De exemplu, psihologul american S.S. Stevens consideră comunicarea drept răspunsul discriminatoriu al unui organism la un stimul². Această perspectivă sugerează

1. W. Weaver, 1949, *Recent Contributions to the Mathematical Theory of Communication*, University of Western Australia, <http://grace.evergreen.edu/~arunc/texts/cybernetics/weaver.pdf>
2. S.S. Stevens, 1950, „Mathematics, measurement, and psychophysics”, în S.S. Stevens (ed.), *Handbook of Experimental Psychology*, Wiley, New York, pp. 1-49.

că procesul de comunicare apare atunci când un organism reacționează în mod specific la o perturbare din mediul său, precum o plantă care își orientează frunzele spre sursa de lumină sau o bacterie care migrează către o sursă de nutrienți. Conform acestei definiții extinse, comunicarea ar putea fi observată chiar și în cazul unor organisme simple, precum plantele sau bacteriile, care reacționează la anumiți stimuli din mediul înconjurător prin modificări ale comportamentului sau ale proceselor fiziologice. De exemplu, plantele, prin intermediul feromonilor (substanțe chimice eliberate în aer sau sol), transmit informații despre starea lor altor plante din apropiere. Bacteriile, la rândul lor, pot relaționa prin intermediul unor molecule semnalizatoare, care le permit coordonarea activităților, dar și să reacționeze în mod colectiv la schimbările din mediu. Dacă stimulul este ignorat de către organism, nu s-a produs nici o comunicare. În opinia lui Stevens, un mesaj care nu a obținut nici un răspuns din partea receptorului nu poate fi considerat comunicare, deoarece nu a existat o interacțiune efectivă între emițător și receptor. Această definiție extinsă a comunicării, care include și interacțiunile non-umane, a fost criticată de alți specialiști, care consideră că adevărata comunicare implică intenția și înțelegerea reciprocă, elemente care lipsesc în cazul interacțiunilor nonumane.

Dicționarul explicativ al limbii române indică:

Acțiunea de a comunica și rezultatul ei. 1. Înștiințare, știre, veste; raport, relație, legătură. 2. Prezentare, într-un cerc de specialiști, a unei contribuții personale într-o problemă științifică¹.

Această definiție acoperă atât sensul general al comunicării ca modalitate de transmitere a informațiilor, cât și sensul mai

1. Academia Română, Institutul de Lingvistică „Iorgu Iordan”, 1996, *Dicționarul explicativ al limbii române*, ediția a II-a revăzută și adăugită, Editura Univers Enciclopedic, București.

- 21 specific al procesului în cadrul unei comunități științifice sau academice.

În *Enciclopedia de filosofie și științe umane*, termenului *comunicare* îi este atribuită accepțiunea: „transmitere de informații, prin intermediul instrumentelor verbale și nonverbale (mimică etc.)”¹. Enunțul subliniază că procesul de comunicare nu se limitează doar la cuvinte, ci implică și elemente nonverbale, cum ar fi expresiile faciale, gesturile, tonul vocii și altele. Aceste elemente nonverbale pot transmite semnificații suplimentare sau chiar pot contrazice mesajul verbal, adăugând nuanțe și complexitate procesului de comunicare.

Definirea și delimitarea conceptului de comunicare reprezintă o adevărată provocare, datorită complexității și multidimensionalității acestui proces. Perspectiva din care este abordat fenomenul comunicational joacă un rol esențial în modul în care acesta este înțeles și delimitat de alte forme de interacțiune umană.

Din punct de vedere lingvistic, comunicarea implică transmiterea unui mesaj clar și intenționat între un emițător și un receptor, utilizând un cod comun. Această definiție îi exclude însă din sfera comunicării anumite forme de expresie nonverbală, cum ar fi gesturile sau expresiile faciale, care nu transmit neapărat un mesaj specific, ci, mai degrabă, reflectă o stare emoțională sau o reacție instinctivă². Prin urmare, din această perspectivă, acestea nu ar fi considerate acte de comunicare propriu-zise.

În contrast, abordările psihologice și sociologice tind să adopte o viziune mai cuprinzătoare, în care comunicarea este văzută ca un proces complex ce implică nu doar transferul de informații, ci și construirea și menținerea relațiilor interpersonale, precum și expresia emoțiilor și negocierea identităților. În

-
1. M. Drago, A. Boroli, 2006, *Enciclopedia de Filosofie și Științe umane*, traducere de Luminița Cosma ș.a., Editura All Educational, București, p. 171.
 2. E. de Stefani, D. de Marco, 2019, „Language, Gesture, and Emotional Communication: An Embodied View of Social Interaction”, *Frontiers in Psychology*, nr. 24, art. nr. 10:2063.

această accepțiune, inclusiv manifestările nonverbale, cum ar fi gestica și mimica, sunt considerate forme de transmitere a mesajelor, influențând semnificativ interacțiunile umane¹.

Perspectiva antropologică aduce, la rândul său, o dimensiune culturală, subliniind modul în care practicile și normele comunicaționale sunt profund ancorate în contextul social și cultural specific. Astfel, ceea ce este considerat „comunicare” poate varia semnificativ între diferite grupuri și comunități, în funcție de tradițiile, valorile și convențiile care le guvernează².

Diferitele abordări evidențiază faptul că fenomenul comunicațional poate fi analizat din multiple unghiuri – de la schimbul de informații concrete la exprimarea emoțiilor și negocierea relațiilor sociale.

Imposibilitatea de a formula o definiție unanim acceptată a comunicării este, de fapt, un indiciu al bogăției și pluralității de semnificații pe care le poate îmbrăca acest proces fundamental pentru interacțiunea umană și funcționarea armonioasă a societății.

1.3. Premise de bază ale procesului comunicațional. Abordarea inovativă a Școlii de la Palo Alto

Școala de la Palo Alto, un grup interdisciplinar de cercetători format din psihiatri, psihologi, antropologi și lingviști, a avut o contribuție semnificativă la studiul comunicării prin abordarea lor revoluționară și cuprinzătoare. Principalii exponenți ai acestei școli, Paul Watzlawick, Janet Beavin Bavelas, Don D. Jackson

-
1. J.H. Turner, J.E., Stets, 2006, „Sociological Theories of Human Emotions”, *Annual Review of Sociology*, nr. 32, pp. 25-52.
 2. B. Teodorescu, 2014, „Modelling Anthropological Profile by Communications”, *International Letters of Social and Humanistic Sciences*, nr. 43, pp. 109-115.

- 23 și Virginia Satir, s-au concentrat mai degrabă pe relațiile dintre indivizi și contextul în care are loc comunicarea decât pe elementele comunicării luate separat. Ei au susținut că orice comportament uman, fie că este verbal sau nonverbal, transmite un mesaj și are o *valoare* comunicativă. De exemplu, gesturile, expresiile faciale, tonul vocii și chiar tăcerea pot transmite semnificații importante în procesul de comunicare. Școala de la Palo Alto a subliniat importanța feedbackului și interacțiunii în comunicare, considerând-o un proces circular în care emițătorul și receptorul își schimbă constant rolurile. Această perspectivă a influențat abordări ulterioare în domenii precum terapia familială, comunicarea organizațională și negocierea.

Conform perspectivei Școlii de la Palo Alto, comunicarea este un proces complex în care fiecare act, fie el verbal sau nonverbal, are o semnificație și contribuie la definirea relației dintre indivizi. Atare viziune asupra comunicării a fost inovatoare în perioada anilor '60, deoarece a pus accentul pe interacțiunea și interdependența elementelor comunicării, în contrast cu viziunile anterioare care se concentrau mai mult pe transmiterea de informații. Școala de la Palo Alto a subliniat că, în orice interacțiune umană, participanții nu doar transmit informații, ci și negociază relații și definesc natura legăturilor dintre ei. De exemplu, tonul vocii, gesturile, expresiile faciale și poziția corpului pot transmite mesaje subtile despre statutul, atitudinea și emoțiile persoanelor implicate, dincolo de conținutul verbal al mesajului. Astfel, comunicarea este văzută ca un proces circular, în care emițătorul și receptorul își schimbă constant rolurile, influențându-se reciproc. Noul tip de gândire a dus la o înțelegere mai bună a modului în care comunicarea modelează relațiile interpersonale, dinamica de grup și chiar structurile sociale.

Cercetările efectuate de Școala de la Palo Alto au avut un impact semnificativ asupra înțelegerii comunicării interpersonale și a modului în care aceasta influențează relațiile dintre oameni. Prin evidențierea importanței contextului și a relațiilor în procesul comunicativ, abordarea în discuție a contribuit la dezvoltarea

unei perspective holistice asupra comunicării, care este și astăzi relevantă în diverse domenii, de la psihologie și sociologie până la management și comunicare organizațională.

Una dintre principalele contribuții ale acestei școli a fost conceptul de *punctuație a secvenței de acțiuni*, care subliniază că modul în care este perceput și interpretat un schimb comunicațional depinde de punctul de plecare ales. De asemenea, cercetătorii de la Palo Alto au introdus ideea de *metacomunicare*, referindu-se la comunicarea despre comunicare, care joacă un rol crucial în clarificarea sensului și evitarea neînțelegerilor. Un alt concept important este dat de *simetrie și complementaritate*, care descriu dinamica relațiilor în funcție de gradul de egalitate sau inegalitate între partenerii de comunicare, așa cum se va arăta în prezentarea propriu-zisă a axiomelor.

Potrivit lucrării de referință *Pragmatics of Human Communication: A Study of Interactional Patterns, Pathologies and Paradoxes*¹, procesul de comunicare are la bază, în primul rând, stabilirea și dezvoltarea unei relații între indivizi. Comunicarea nu se rezumă la un simplu schimb de informații sau mesaje, ci implică și componenta relațională. Autorii subliniază ideea că, prin intermediul comunicării, persoanele își construiesc, mențin și aprofundează legăturile interumane. Comunicarea este deci un proces dinamic, în care mesajele transmise sunt influențate de contextul relațional dintre participanți. De exemplu, modul în care doi prieteni își comunică informații va fi diferit de maniera în care un angajat interacționează cu șeful său. Ca atare, comunicarea are un rol determinant în dezvoltarea și consolidarea relațiilor dintre indivizi, dând substanță și sens vieții umane în cadrul social.

-
1. Paul Watzlawick, Janet Beavin Bavelas, Don D. Jackson, 1967, *Pragmatics of Human Communication: A Study of Interactional Patterns, Pathologies and Paradoxes*, W.W. Norton & Company, New York, Londra. Vezi și ediția în limba română: *Comunicarea umana. Pragmatica, paradox și patologie*, traducere de Bogdan Boghitoi, Editura Trei, București, 2014.

- 25 Prin acest volum, Paul Watzlawick și colaboratorii săi subliniază în mod deosebit caracteristica de *relație* care definește procesul de comunicare. În opinia celor trei autori, orice interacțiune umană implică nu doar un schimb de informații, ci și o definire a relației dintre participanți, în ideea în care comunicarea nu se limitează la transmiterea de mesaje, ci și la stabilirea și menținerea conexiunilor interpersonale. De exemplu, când un șef îi cere unui angajat să efectueze o sarcină, el nu doar transmite informații despre sarcina respectivă, ci și definește – chiar dacă indirect – relația de autoritate dintre ei. Tot astfel, când doi prieteni discută despre planurile lor de vacanță, nu doar își împărtășesc informații, ci își și consolidează relația de prietenie. Axiomele comunicării subliniază că orice comunicare, fie ea verbală sau nonverbală, transmite un mesaj despre relația dintre participanți, precum și despre conținutul informațional al mesajului în sine. Înțelegerea dimensiunii relaționale a comunicării este de necesitate absolută pentru a putea interpreta corect semnificațiile mesajelor transmise și a gestiona eficient interacțiunile sociale.

AXIOMA 1. „Este imposibil să nu comunici.”¹

Comunicarea este o parte inerentă a existenței umane. Chiar dacă o persoană nu articulează cuvinte, tot ceea ce o înconjoară și îi aparține transmite mesaje. Felul în care se îmbracă, postura (poziția corpului), expresia feței, modul de a merge, de a conduce mașina sau de a închide ușa etc. – toate acestea transmit informații despre acea persoană, indiferent dacă ea este conștientă de acest lucru sau nu. Simpla prezență a unei persoane transmite permanent semnale despre starea ei emoțională, atitudini, personalitate și relația cu mediul înconjurător. Chiar și tăcerea ori lipsa de reacție pot fi interpretate ca forme de comunicare. Deci, potrivit acestei axiome, este imposibil pentru o persoană să se

1. Watzlawick, Bavelas, Jackson, *Pragmatics of Human Communication*, p. 51. Traducerea celor cinci axiome ne aparține.

„sustragă” comunicării, deoarece orice acțiune sau inacțiune a ei are potențialul de a transmite informații către cei din jur.

AXIOMA 2. „Orice comunicare implică existența unui conținut și a unei relații, astfel încât conținutul cel mai recent îl include pe cel mai vechi și este, în acest fel, o metacomunicare.”¹

Comunicarea cuprinde nu numai conținutul (ceea ce se rostește), ci și relația, care înseamnă atât maniera individuală de a transmite acel conținut, cât și modul personal al interlocutorului de a interpreta, de a-i acorda semnificații. Frazele conțin cuvinte, dar acestea sunt însoțite și susținute și de componenta nonverbală (postură, mimică, intonație etc.) ce indică modul în care trebuie înțeles sau interpretat mesajul în contextul relației. Dincolo de conținutul verbal, elementele nonverbale contribuie major la definirea și interpretarea mesajelor transmise între indivizi. Potrivit acestei axiome, comunicarea implică dimensiunea relațională, în care modul de transmitere a mesajului și contextul interacțiunii sunt la fel de importante ca informațiile verbale în sine. Postura, mimica, intonația, gestica și alte forme de expresie nonverbală transmit semnificații subtile despre starea emoțională, atitudinea și intențiile participanților la comunicare, indicând modul în care mesajul verbal trebuie înțeles și interpretat în funcție de relația dintre interlocutori – dacă este o sugestie, un ordin, o glumă sau o amenințare.

Comunicarea eficientă necesită, prin urmare, o abordare integrată, care să ia în considerare și elementele verbale, și pe cele nonverbale, pentru a asigura o înțelegere corectă a mesajului în funcție de contextul și natura relației dintre participanți. Această perspectivă holistică asupra comunicării reprezintă o evoluție semnificativă față de viziunile tradiționale, care se concentră exclusiv pe conținutul verbal. Cercetători din domenii diverse, de la psihologie și sociologie până la antropologie și lingvistică, au subliniat importanța dimensiunii relaționale și a

1. *Ibidem*, p. 54.

- 27 elementelor nonverbale în procesul comunicațional. În acest mod, a fost posibilă o înțelegere mai profundă a modului în care comunicarea modelează și este – la rândul ei – modelată de interacțiunile și dinamica interpersonală.

În esență, pentru a fi eficientă, comunicarea implică nu doar o simplă transmitere de informații, ci și o negociere a semnificațiilor și o construire a relațiilor între participanți. Integrarea adecvată a elementelor verbale și nonverbale este esențială pentru ca mesajele să fie interpretate corect și pentru ca interacțiunile să se desfășoare armonios și constructiv.

AXIOMA 3. „Natura unei relații este întâmplătoare pe punctarea secvențelor comunicaționale dintre participanții la actul de comunicare.”¹

Această axiomă subliniază modul complex și dinamic în care atitudinile și reacțiile participanților la un proces comunicațional se influențează reciproc, determinând în mod imprevizibil cursul și rezultatul interacțiunii. Spre deosebire de viziunile tradiționale care percepeau comunicarea ca pe un simplu transfer unidirecțional de informații, Watzlawick și colaboratorii au demonstrat că acest proces este, de fapt, circular și interdependent. Vorbitorul și receptorul nu pot fi considerați entități separate, ci sunt profund interconectați, percepându-și propriile atitudini și comportamente ca reacții la cele ale celuilalt. Această dinamică imprevizibilă a comunicării are implicații semnificative la nivel interpersonal, organizațional și social. De exemplu, modul în care doi colegi comunică la locul de muncă poate influența nu doar relația lor personală, ci și întreaga atmosferă și dinamică a departamentului. Dacă unul dintre ei adoptă o atitudine negativă sau agresivă, acest lucru poate genera tensiuni și conflicte în echipă, afectând eficiența și productivitatea întregii organizații. Mai departe, modul de comunicare la nivelul organizației poate reflecta și influența cultura organizațională, valorile și normele implicite care ghidează

1. *Ibidem*, p. 59.

comportamentul angajaților. Astfel, comunicarea la nivel organizațional poate modela mentalități, creând un anumit tip de climat și dinamică în cadrul companiei.

Axioma în discuție este relevantă și la nivel societal, deoarece modul în care liderii politici comunică cu publicul larg poate modela percepțiile și atitudinile cetățenilor față de anumite probleme de interes public. Dacă un politician folosește un limbaj agresiv, manipulativ sau polarizant, acest lucru poate genera reacții emoționale puternice în rândul publicului, influențând modul în care acesta percepe și interpretează mesajele transmise. Dimpotrivă, o comunicare deschisă, empatică și transparentă din partea liderilor poate contribui la creșterea încrederii și a angajamentului civic al cetățenilor.

Înțelegerea acestei axiome a interdependenței dintre atitudini, reacții și cursul comunicării este determinantă pentru a putea gestiona eficient interacțiunile și a construi relații interpersonale și sociale sănătoase. Conștientizarea dinamicii în care funcționează comunicarea poate sta la baza dezvoltării abilităților de ascultare activă, empatie și adaptare la context, facilitând, astfel, interacțiuni productive și constructive. Este o perspectivă care subliniază necesitatea de a se acorda atenție modului în care interacțiunile influențează reciproc atitudinile și reacțiile celorlalți, cu impact semnificativ asupra relațiilor și a rezultatelor la nivel interpersonal, organizațional și social. Pe fond, enunțul acestei axiome subliniază nevoia de a dezvolta abilități de ascultare activă, empatie și adaptare la context, pentru a construi interacțiuni productive și relații calitative la toate nivelurile. Comunicarea eficientă permite profesioniștilor din diverse domenii să gestioneze acțiunile într-un mod constructiv și să construiască relații interpersonale și organizaționale solide, bazate pe încredere reciprocă și impact pozitiv asupra indivizilor, la nivel de microgrupuri, dar și la cel al societății în ansamblu.

AXIOMA 4. „Ființele umane comunică atât digital, cât și analogic. Limbajul digital are o sintaxă deosebit de logică și de

- 29 complexă, dar este lipsit de o semantică adecvată în domeniul relaționării, în timp ce limbajul analogic posedă semantică, dar nu are o sintaxă adecvată pentru a oferi o definiție lipsită de ambiguitate asupra naturii relației.”¹

Conceptul fundamental prezentat în cadrul celei de-a patra axiome evidențiază două moduri complementare de comunicare, digital și analog, care se întrepătrund în interacțiunile umane. Limbajul digital se bazează pe utilizarea simbolurilor, cuvintelor și semnelor convenționale, caracterizându-se printr-o sintaxă bine definită și o logică clară. Acest tip de comunicare este extrem de eficient în transmiterea informațiilor și a conținutului factual, permițând o diseminare rapidă și precisă a datelor. Utilizând limbajul digital, oamenii pot comunica într-un mod concis și structurat, eliminând ambiguități și asigurând o înțelegere clară a mesajului. Totuși, limbajul digital poate fi limitat în a exprima nuanțele și subtilitățile relaționale. Chiar dacă un cuvânt poate desemna același concept în diferite limbi, el nu reflectă întotdeauna profunzimea și complexitatea de semnificații pe care vorbitorii le pot asocia cu acel concept în contextul cultural și lingvistic specific. Această rigiditate a limbajului digital poate reprezenta o barieră în exprimarea emoțiilor, atitudinilor și dinamicii relaționale.

În contrast, limbajul analogic se bazează pe o percepere globală a relațiilor, pe intuiție și pe înțelegerea întregului, pornind de la părți. Acest tip de comunicare este mai puțin structurat sintactic, dar mai bogat în semnificații și în exprimarea nuanțelor relaționale. De exemplu, un copil învață efectuarea diferitelor acțiuni prin observarea și imitarea părinților, stabilind analogii și asocieri între ceea ce vede și ceea ce trebuie să facă. Limbajul analogic permite o exprimare mai nuanțată a stărilor emoționale, a atitudinilor și a dinamicii interpersonale.

Limbajul digital este adecvat pentru transmiterea eficientă a informațiilor și a conținutului factual, în timp ce limbajul

1. *Ibidem*, pp. 66-67.

analogic este esențial pentru a comunica și a construi relații interpersonale. Ambele forme de comunicare sunt complementare și necesare în interacțiunile umane, deoarece permit transmiterea de informații concrete, dar și de subtilități relaționale. Capacitatea de a alterna și a integra aceste două tipuri de limbaj în funcție de context și obiective reprezintă o abilitate comunicațională esențială pentru a interacționa eficient și a dezvolta relații sănătoase și satisfăcătoare.

În concluzie, digitalul este limbajul conținutului, iar analogicul este limbajul relațiilor.

AXIOMA 5. „Toate schimburile comunicaționale sunt fie simetrice, fie complementare, depinzând de măsura în care ele se bazează pe egalitate sau pe diferență.”¹

Prin această axiomă a comunicării se subliniază că interacțiunile comunicaționale pot avea două forme distincte: simetrice sau complementare. Comunicarea simetrică se bazează pe egalitate, ambii parteneri considerându-se și tratându-se ca egali, fără a încerca să-și domine sau să-și impună punctul de vedere. Există un respect reciproc și o deschidere către schimbul de idei și perspective. În schimb, comunicarea complementară implică o relație de diferență, în care unul dintre parteneri se află într-o poziție dominantă, în timp ce celălalt acceptă un rol subordonat. De exemplu, o discuție între doi prieteni buni sau colegi de muncă de același nivel ierarhic ar fi de tip simetric, deoarece ambii își exprimă opiniile și ascultă cu respect, fără a încerca să-l subjuge pe celălalt. Conversația se desfășoară într-un mod echilibrat, cu schimburi de replici și argumente, fără ca vreunul dintre participanți să se simtă diminuat sau intimidat. În contrast, interacțiunea dintre un medic și un pacient este de tip complementar, dat fiind faptul că medicul deține cunoștințele și autoritatea profesională, în timp ce pacientul se află într-o poziție de dependență și vulnerabilitate. Medicul este cel care adresează

1. *Ibidem*, p. 70.

- 31 întrebări, analizează simptomele și stabilește tratamentul, iar pacientul urmează indicațiile și acceptă rolul subordonat în această relație.

În mod ideal, comunicarea ar trebui să se bazeze pe o abordare simetrică, în care partenerii se tratează cu respect și considerație reciprocă, indiferent de statutul sau poziția lor. Totuși, în realitate, există multe situații în care relația de putere, diferențele de statut, expertiză sau autoritate impun schimburi comunicaționale dinamice de tip complementar. Importantă este adaptarea strategiilor de comunicare în funcție de context, pentru a evita conflictele și a facilita un dialog constructiv. Prin înțelegerea diferențelor dintre comunicarea simetrică și complementară pot fi dezvoltate abilități de comunicare mai eficiente, care să permită navigarea cu succes prin diverse situații și relații interpersonale. Recunoașterea și respectarea rolurilor și a statuturilor diferite ale participanților la o interacțiune comunicațională este esențială pentru a menține o dinamică pozitivă și productivă.

1.4. Elementele conținutului comunicării

Conținutul comunicărilor reprezintă un ansamblu de stimuli organizați, constând prioritar din semne și simboluri produse de un comunicator și percepute prin canale singulare sau multisenzoriale. Aceste semne și simboluri pot fi verbale (cuvinte, propoziții), nonverbale (gesturi, expresii faciale, tonul vocii) sau o combinație a acestora. Conținutul comunicării transmite informații, idei, emoții sau intenții către receptor. Conținutul se poate distinge de contextul în care apare, acesta oferind semnificație și claritate mesajului.

Contextul în care are loc comunicarea îndeplinește un rol fundamental în modul în care mesajele sunt percepute și interpretate de receptor. El cuprinde o multitudine de elemente care modelează semnificația și impactul comunicării, de la caracteristicile și statutul comunicatorului la mediul fizic și circumstanțele

sociale, culturale și istorice ale interacțiunii. De exemplu, un mesaj transmis într-un mediu formal, cum ar fi o conferință academică, va fi interpretat diferit față de același mesaj prezentat într-un mediu informal, precum o conversație la o petrecere. Totodată, contextul cultural și istoric poate influența profund semnificația și impactul unui mesaj asupra receptorului. Ceea ce poate fi perceput ca neutru într-o anumită cultură poate fi interpretat ca fiind ofensiv sau controversat într-o alta, din cauza diferențelor de valori, norme și experiențe acumulate. Prin urmare, comunicatorii trebuie să fie conștienți de aceste multiple elemente contextuale și să le ia în considerare atunci când își transmit mesajele, adaptându-și conținutul și modalitatea de prezentare în funcție de acestea, pentru a eficientiza impactul comunicării.

Comunicatorul este parte integrantă a contextului comunicational, iar caracteristicile acestuia – reale sau imaginare – pot avea o influență determinantă asupra receptorului. De exemplu, dacă un mesaj este transmis de o persoană cu autoritate sau care se bucură de respect în comunitate, receptorul va fi mai înclinat să îi acorde o atenție specială, indiferent de valoarea intrinsecă a conținutului. Fenomenul se datorează faptului că oamenii tind să atribuie mai multă credibilitate mesajelor care provin de la surse percepute ca fiind demne de încredere și competente. De asemenea, percepția receptorului cu privire la integritatea, expertiza sau intențiile comunicatorului poate influența semnificativ modul în care acesta interpretează și înțelege mesajul. Dacă receptorul consideră că mesajul provine de la o sursă parțială, cu interese ascunse sau lipsită de onestitate, va fi mai predispus să adopte o atitudine sceptică și să analizeze mesajul cu mai multă atenție critică. Dacă însă receptorul îl percepe pe comunicator ca fiind onest, obiectiv și bine intenționat, mesajul va fi mai ușor de acceptat și de integrat în propriul sistem de credințe.

1.4.1. Contexte și situații comunicaționale

Comunicarea poate apărea în diferite tipuri de situații, fiecare având particularități fizice, psihologice și sociale ce induc și determină cursul comportamental al interpretanților¹. O primă caracteristică a acestui ansamblu de proprietăți, perceput fie de comunicator, fie de interpretant ori de către ambii, este lipsa unei structurări clare și stabile. Aceasta poate fi cauzată de factori externi, cum ar fi zgomotul ambiental, iluminarea inadecvată sau spațiul fizic necorespunzător, dar și de factori interni, precum starea emoțională, nivelul de concentrare sau cunoștințele limitate ale participanților. Corelată cu instabilitatea percepută este și o tensiune crescândă din partea potențialilor comunicatori și interpretanți. O tensiune ce trebuie înțeleasă în accepțiunile: „nevoia de a comunica” și „nevoia de a se comunica pe sine”. Nevoia de a comunica poate fi generată de un scop specific, cum ar fi transmiterea unei informații importante, solicitarea unui serviciu sau exprimarea unei emoții. De exemplu, un angajat poate simți nevoia de a dialoga cu superiorul său pentru a raporta o problemă sau a solicita îndrumare. În același timp, nevoia de a se comunica pe sine reflectă dorința profundă a ființei umane de a-și exprima identitatea, gândurile, valorile și experiențele personale. Această nevoie poate fi motivată de dorința de a fi înțeles, validat și acceptat de către ceilalți. Prin împărtășirea aspectelor unice ale personalității lor, oamenii își construiesc conexiuni autentice și își dezvoltă relațiile interpersonale. De exemplu, un artist poate simți nevoia de a-și comunica viziunea creativă prin intermediul operelor sale, în timp ce un tânăr poate dori să-și exprime gândurile și sentimentele într-un jurnal intim.

Situația de comunicare este restructurată din punct de vedere cognitiv de conținutul produs, ceea ce înseamnă că procesul de

1. Gerald R. Miller, 1978, „The Current Status of Theory and Research in Interpersonal Communications”, *Human Communication Research*, vol. 4, nr. 2, pp. 164-178.

comunicare apare atunci când percepția unui astfel de conținut aduce comunicatorii și interpretanții în relații dinamice. Conținutul comunicării poate fi constituit din informații, idei, emoții sau semnificații transmise prin intermediul unor coduri comune, cum ar fi limbajul verbal, nonverbal sau simbolic¹. Tensiunile existente între participanții la actul comunicării pot crește sau se pot diminua, în funcție de sistemele de nevoi ale celor implicați, de așteptările și obiectivele lor, precum și de caracterul specific al conținutului comunicării. De exemplu, într-o discuție despre un subiect controversat, tensiunile se pot intensifica dacă participanții au perspective divergente și nevoi diferite de a-și susține punctele de vedere. În schimb, într-o conversație prietenoasă, tensiunile se pot diminua datorită nevoii comune de a menține o atmosferă plăcută și armonioasă. Caracteristicile conținutului comunicării, cum ar fi tonul, stilul sau complexitatea informațiilor transmise, pot influența, de asemenea, dinamica relațiilor dintre comunicatori și interpretanți.

Se poate afirma că interacțiunea dintre participanți, în cadrul căreia aceștia își negociază și își construiesc înțelesuri comune, este una strategică. Stările de tensiune, legate de instabilități percepute, disonanțe cognitive sau dorințe specifice, reprezintă forțele motrice care impulsionează comunicarea. De exemplu, dorința de a transmite un mesaj important, de a obține informații relevante sau de a rezolva un conflict interpersonal ar putea genera o motivație intensă pentru a comunica. În acest context, conținutul comunicării, format din semne și simboluri precum cuvinte, gesturi sau imagini, are rolul de a codifica și a transmite semnificațiile dorite de către emițător. Însă mesajele nu sunt simplu transferate, ci trebuie interpretate și restructurate cognitiv de către receptor, care le integrează în propriul sistem de percepții, atitudini și comportamente. Acest proces de negociere

1. R.T. Craig, 2017, „Definitions and concepts of communication”, în P. Moy (ed.), *Oxford Bibliographies in Communication*, Oxford University Press, New York, doi: 10.1093/OBO/9780199756841-0172

- 35 și ajustare reciprocă a înțelegerilor conduce la o îmbunătățire a înțelegerii reciproce între participanți.

Comunicarea implică o varietate de „atitudini manipulatorii”, prin care fiecare individ încearcă să obțină înțelegerea celui-lalt și să-și promoveze propriile perspective și interese. Gama de desfășurare a acestor atitudini poate varia de la alegerea atentă a cuvintelor și a tonului vocii la utilizarea gesturilor și a limbajului corporal pentru a transmite anumite mesaje subtile. Este o dimensiune strategică a comunicării, ce se manifestă atât în interacțiunile interpersonale, cât și în contexte mai largi, precum cele profesionale, politice sau culturale.

În esență, comunicarea este un proces complex, dinamic și strategic, prin care oamenii își adaptează constant comportamentul și percepțiile pentru a construi înțelegeri reciproce și a-și promova propriile idei și perspective. Această complexitate evidențiază necesitatea unei abordări holistice a comunicării, care să ia în considerare atât dimensiunile cognitive și emoționale, cât și pe cele strategice și contextuale ale interacțiunilor umane.

1.4.2. Analiza conținutului

Este o metodă de cercetare utilă în științele sociale, care implică examinarea sistematică a diverselor forme de comunicare, precum cărți, articole, interviuri, discursuri sau orice alt tip de material scris sau înregistrat. Această tehnică permite cercetătorilor să descopere și să codifice teme, modele și semnificații prezente în aceste forme de comunicare. Un exemplu elocvent de aplicare a analizei de conținut este critica literară, unde specialiștii analizează în detaliu operele literare, identificând elemente precum simboluri, motive recurente, stiluri narative, perspective ideologice și alte aspecte semnificative. Analiza de conținut în critica literară poate implica decodarea straturilor de semnificație dintr-un roman, examinarea caracterizării personajelor, explorarea temelor abordate, sau chiar analiza structurii narative și a tehnicilor

stilistice utilizate de autor. Această metodă oferă o perspectivă aprofundată asupra operelor literare, permițând o înțelegere mai nuanțată a mesajelor, ideilor și intențiilor transmise de scriitor prin intermediul textului.

De asemenea, analiza de conținut poate fi aplicată în diverse alte domenii, cum ar fi studiile de mass-media, sociologie, psihologie sau științe politice¹. De exemplu, în studiile de mass-media această metodă poate fi utilizată pentru a examina modul în care anumite subiecte sau evenimente sunt prezentate în diferite canale media, identificând tendințe, stereotipuri sau mesaje subliminale. În sociologie, analiza de conținut poate ajuta la înțelegerea dinamicilor sociale, a valorilor și a normelor culturale reflectate în diverse forme de comunicare. În psihologie, metoda poate fi folosită pentru a analiza conținutul discursurilor, interviurilor sau a altor materiale pentru a identifica patternuri de gândire, emoții sau comportamente. În științele politice, analiza de conținut poate fi aplicată pentru a studia discursurile politice, programele de partid sau strategiile de comunicare ale liderilor politici.

Dincolo de domeniile academice, analiza de conținut poate fi utilizată și în contexte profesionale, cum ar fi în marketing, publicitate sau relații publice, pentru a evalua eficacitatea mesajelor, a campaniilor sau a strategiilor de comunicare.

Concluziv, analiza de conținut reprezintă o metodă puternică și versatilă, care le permite cercetătorilor și profesioniștilor să obțină o înțelegere aprofundată a formelor de comunicare, dezvăluind semnificații, tendințe și perspective ascunse în diverse tipuri de texte, discursuri sau materiale media.

1. C. Busch, P. de Maret, P.T. Flynn, R. Kellum, S. Le, S.B. Meyers, M. Saunders, R. White, M. Palmquist, 2005, „Content Analysis”, *Writing@CSU*, Colorado State University.

1.4.3. Natura simbolică și semnificativă a materialului comunicat

Materialul simbol-semn. Cea de-a doua caracteristică a conținutului comunicării se referă la utilizarea semnelor și simbolurilor sale. Semnele și simbolurile reprezintă vectorii prin care oamenii transmit mesaje, idei, emoții și semnificații complexe, depășind simplul transfer de informații. Una dintre cele mai evidente forme de comunicare simbolică este reprezentată de ritualurile religioase și culturale. Aceste practici tradiționale sunt încărcate de simboluri și gesturi care poartă semnificații profunde, legate de credințe, valori și experiențe comune ale grupului respectiv. De exemplu, gestul binecuvântării în creștinism sau arderea de tămâie în budism nu sunt simple acțiuni fizice, ci transmit mesaje puternice despre sacralitate, purificare și conexiunea cu divinitatea.

Arta, sub multiplele sale forme, este un alt domeniu fundamentat, cu generozitate, pe simboluri și semne. Utilizând forme, culori, compoziții și metafore vizuale sau narrative, artiștii transmit mesaje profunde despre condiția umană, emoții, idei filosofice sau critici sociale. Un exemplu sugestiv este modul în care pictorii renaștenti foloseau culorile și pozițiile personajelor într-o manieră simbolică, pentru a transmite semnificații spirituale sau alegorii complexe. Chiar și în domenii aparent mai „relaxate” precum comedia sau povestirile orale simbolurile și semnele joacă un rol esențial. Comedianții folosesc adesea gesturi, expresii faciale și jocuri de cuvinte pentru a sugera situații comice recognoscibile de public, bazate pe experiențe comune sau simboluri culturale împărtășite. În basm, lupul nu este doar un animal, ci devine un simbol al pericolului, al răutății sau al forțelor întunecate din natură. Prin urmare, semnele și simbolurile reprezintă elemente fundamentale ale comunicării umane, permițând transmiterea unor semnificații de mare substanță, dincolo de simplul transfer de informații factuale. Omniprezența

lor în toate formele de expresie artistică, în ritualuri, în povestiri și chiar în interacțiunile cotidiene reflectă modul în care oamenii construiesc și împărtășesc înțelesuri prin intermediul unor coduri simbolice comune. Înțelegerea și interpretarea corectă a spectrului de semne și simboluri condiționează o comunicare eficientă, rezultanta fiind construirea de conexiuni autentice între indivizi și culturi diferite.

1.4.4. Specificul intenției comunicative

Specificul intenției reprezintă gradul de claritate și precizie cu care comunicatorul își definește scopurile și efectele dorite ale mesajului transmis. Această dimensiune reflectă nevoile și motivațiile interioare ale emițătorului, acționând ca un filtru și un organizator al conținutului comunicării. Intenția reprezintă motivația interioară, scopul sau efectul pe care comunicatorul dorește să-l obțină prin actul comunicării¹. Este o dimensiune ce acționează ca un filtru și un organizator al conținutului comunicării, determinând cât de clar și structurat va fi mesajul. O intenție clară și bine definită va duce la o comunicare planificată și structurată, concepută pentru a produce un impact specific asupra receptorului. Acest lucru se observă în cazul discursurilor politice bine pregătite, ale publicității convingătoare sau al prezentărilor de afaceri eficiente, care urmăresc să influențeze atitudini, comportamente sau decizii. În aceste situații, mesajele sunt construite strategic, folosind argumente logice, exemple relevante, limbaj persuasiv și elemente vizuale atractive, pentru a atinge obiectivele stabilite. Pe de altă parte, în situații mai informale și spontane, cum ar fi conversațiile între prieteni, intenția poate fi mai puțin definită și explicită. Totuși, chiar și

1. Ș. Vlăduțescu, 2014, „Convictive Communication and Persuasive Communications”, *International Letters of Social and Humanistic Sciences*, nr. 26, pp. 164-170.

- 39 în astfel de cazuri, comunicarea poate fi influențată de intenții subconștiente, precum dorința de a impresiona, de a obține aprobarea celorlalți sau de a consolida relațiile interpersonale. Aceste intenții subconștiente se pot reflecta în alegerea subiectelor de conversație, în utilizarea unui limbaj mai sofisticat sau în adoptarea anumitor atitudini sau comportamente.

Intenția comunicativă poate varia de la simpla transmitere de informații factuale până la influențarea atitudinilor, comportamentelor sau deciziilor receptorului. Cu cât intenția este mai clară și mai bine definită, cu atât comunicarea va fi mai planificată, structurată și orientată spre atingerea unor obiective specifice. În schimb, o intenție neclară sau ambiguă poate duce la o comunicare dezorganizată, lipsită de impact sau interpretată greșit de către receptor. Prin urmare, conștientizarea intenției, capacitatea de a o defini și transmite în mod clar creează cadrul optim pentru o comunicare eficientă. Comunicatorii își adaptează strategiile și stilul în funcție de obiectivele dorite, intensificând considerabil șansele de a obține impactul și rezultatele așteptate din interacțiunile comunicative.

Comunicatorii sunt (a) expliciti cu privire la efectele obținute din partea anumitor interpretanți și (b) manipulează în mod conștient conținutul, pe baza acestor presupuneri¹. De exemplu, o campanie de propagandă este direcționată către un anumit public, despre care comunicatorul presupune că are anumite dorințe (preferințe), că este alert sau apatic, prost sau inteligent. Comunicatorii țin cont de aceste caracteristici ale publicului țintă pentru a adapta mesajul în mod corespunzător. Ei pot folosi un limbaj mai simplu sau mai complex, pot apela la emoții sau la argumente raționale, pot oferi exemple concrete sau pot rămâne la nivel abstract, în funcție de nivelul de educație, vârsta, preocupările și interesele publicului vizat. De asemenea, comunicatorii

1. J.C. Skibins, R.B. Powell, M.J. Stern, 2012, „Exploring empirical support for interpretation's best practices”, *Journal of Interpretation Research*, vol. 17, nr. 1, pp. 25-44.

pot încerca să exploateze anumite prejudecăți sau stereotipuri existente în rândul publicului, pentru a-și atinge mai ușor obiectivele de comunicare. Un exemplu în acest sens îl reprezintă campaniile electorale, în care candidații și echipele lor de comunicare analizează în detaliu profilul demografic și psihologic al alegătorilor pentru a-și adapta mesajele și strategiile în consecință.

Comunicările care sunt relativ nespecifice, pe de altă parte, sunt într-un grad mai ridicat centrate pe comunicator. Astfel, în general, comunicatorul este mult mai preocupat de propria exprimare, de a da glas ideilor, gândurilor și emoțiilor decât de a lua în considerare posibilele efecte asupra celorlalți. Aceste comunicări pot fi văzute ca fiind mai egocentriste, deoarece vorbitorul se concentrează pe sine și pe nevoile proprii de exprimare, fără a acorda o atenția cuvenită receptorului sau impactului pe care îl are mesajul său pentru destinatar. Un exemplu ar fi o persoană care vorbește despre problemele sale personale, fără a ține cont de interesul sau disconfortul ascultătorului. Sau un artist care creează o operă de artă fără a lua în considerare modul în care va fi receptată de public. În aceste cazuri, actul comunicării servește mai mult o eliberare personală decât ca un schimb de informații sau idei cu ceilalți.

Într-un număr limitat de situații, individul uman nu are un comportament comunicativ planificat, ci unul expresiv, prin care își exteriorizează stările psihice într-un mod spontan și necontrolat. În aceste cazuri, este de așteptat ca, prin materialul produs (ansamblul mesajelor transmise), să fie identificate reperele structurii personalității și ale dinamicii emoționale a comunicatorului într-o formă autentică și nefiltrată. Exemple de comunicări relativ neplanificate sunt conversațiile directe, în care indivizii își împărtășesc gândurile și emoțiile într-un mod natural, fără a avea un scop precis în minte, unele scrisori personale adresate prietenilor sau membrilor familiei, în care autorul își exprimă sentimentele și trăirile intime, zvonurile care circulă în mod spontan în comunități (cu excepția celor care sunt plasate în mod intenționat în scopul de a produce anumite efecte), jurnalele intime,

- 41 în care indivizii consemnează experiențele și gândurile lor cele mai profunde, precum și anumite tipuri de materiale autobiografice, cum ar fi memoriile sau autobiografiile, în care autorul își dezvăluie viața și perspectiva personală asupra evenimentelor trăite. Aceste forme de comunicare neplanificată sunt binevenite, în sensul în care oferă o perspectivă valoroasă asupra personalității și experienței umane autentice, permițând o mai bună înțelegere a motivațiilor, emoțiilor și gândurilor care stau la baza comportamentului uman.

Un grup semnificativ de factori corelați cu specificul intenției comunicative sunt cei relaționați cu rolul social al comunicatorului, în special cu rolul puterii în cadrul grupurilor din care acesta face parte¹. Puterea și statutul social influențează semnificativ modul în care oamenii comunică și sunt receptați de către ceilalți. De exemplu, un lider politic, un CEO sau o persoană cu autoritate reprezintă o voce mai puternică, este ascultat mai atent și are un impact mai mare decât un subordonat sau o persoană fără putere. Comunicarea lor este, prin urmare, percepută ca fiind mai importantă, mai credibilă și mai influentă. De asemenea, persoanele cu putere au acces mai ușor la canale de comunicare de masă precum televiziunea, radioul, presa scrisă și online, putând pot influența agenda publică într-o măsură mai mare decât cei fără putere.

Generic vorbind, toate comunicările planificate, fie că sunt discursuri politice, campanii publicitare, comunicări corporative sau alte forme de comunicare strategică, sunt comunicări de putere, în sensul în care este de așteptat ca anumite efecte comportamentale să urmeze un conținut specific transmis. Comunicatorii încearcă să influențeze atitudini, opinii, percepții și comportamente prin mesajele lor. Controlul conținutului presupune controlul

1. N.M.M. Dowell, T.M. Nixon, A. Graesser, 2019, „Group communication analysis: A computational linguistics approach for detecting sociocognitive roles in multiparty interactions”, *Behavior Research Methods*, nr. 51, pp. 1007-1041.

acestor efecte potențiale și, de aici, legătura strânsă cu structurile de putere ale societății. Comunicarea devine astfel un mijloc de preservare, consolidare și extindere a puterii. În situația conflictelor dintre elitele conducătoare se perpetuează o luptă pentru controlul canalelor de comunicare și pentru a-și impune agenda și narațiunea dorită în fața publicului larg.

Comunicările planificate, de acest tip, sunt adesea produse de diverse categorii de comunicatori profesioniști precum specialiști în relații publice, copywriteri în publicitate, propagandiști profesioniști, specialiști în marketing politic, experți în conflicte psihologice și alții. Astfel de comunicatori dețin un nivel ridicat de competență profesională în utilizarea simbolurilor, metaforelor, imagisticii și a altor elemente de persuasiune, în special a celor necesare pentru un anumit mediu de comunicare specific. Sunt tipuri de conținuturi ale comunicării produse în mod obișnuit în situații strategice și analizate pentru informațiile pe care le furnizează cu privire la structurile de personalitate, trăsăturile de caracter, motivațiile și comportamentele subiecților implicați, precum și pentru a înțelege impactul potențial asupra audienței țintă.

1.4.5. Dimensiunea realității

Se referă la gradul în care un conținut al comunicării reflectă sau este identificabil cu realitatea fizică sau psihologică. Dimensiunea realității în comunicare reprezintă un spectru complex pe care se plasează diversele forme de conținut, în funcție de gradul lor de autenticitate și corespondență cu evenimentele și experiențele reale din lumea fizică sau psihologică. Prin această dimensiune este reflectat nivelul de manipulare și aranjare a elementelor comunicării de către emițător, precum și măsura în care receptorul percepe conținutul ca fiind veridic și reprezentativ pentru realitatea obiectivă.

La un capăt al spectrului se află formele de comunicare cu un grad ridicat de realitate, precum jurnalele intime, transmisiunile

- 43 în direct sau înregistrările evenimentelor în desfășurare. În aceste cazuri, comunicatorul are un control minim asupra conținutului prezentat, evenimentele fiind redată în mod spontan și nemediat, fără intervenții semnificative de manipulare sau aranjare. Receptorul percepe aceste forme de comunicare ca fiind autentice, veridice și strâns legate de realitatea trăită, deoarece reflectă experiențe și momente captate în mod direct din viața reală¹.

La celălalt capăt al spectrului se situează formele de comunicare cu un grad scăzut de realitate, cum ar fi operele de ficțiune, filmele artistice sau reclamele publicitare. Aceste tipuri de conținut implică un nivel ridicat de manipulare și aranjare de către comunicator, care are libertatea de a construi narațiuni, de a crea personaje și situații fictive, de a selecta și ordona evenimentele în funcție de propriile intenții și viziuni artistice sau comerciale. Receptorul este conștient de natura ficțională sau construită a acestor forme de comunicare, și le percepe ca fiind mai puțin autentice sau reprezentative pentru realitatea obiectivă. Între aceste două extreme se întinde un sferă vastă de forme de comunicare cu grade variate de realitate, de la documentare și reportaje jurnalistice, la piese de teatru, poezie, discursuri politice sau chiar conversații obișnuite între indivizi. Fiecare dintre aceste forme de comunicare implică un anumit nivel de manipulare sau aranjare a conținutului de către emițător, precum și o anumită măsură în care receptorul le percepe ca fiind autentice sau reprezentative pentru realitatea trăită. Dimensiunea realității în comunicare are implicații semnificative pentru modul în care mesajele sunt receptate și interpretate de public.

Formele de comunicare percepute ca fiind mai realiste și autentice tind să aibă un impact mai puternic asupra receptorilor, deoarece sunt văzute ca reflectând experiențe și evenimente reale, la care aceștia se pot raporta în mod direct. În schimb, formele de comunicare percepute ca fiind mai puțin realiste sau

1. G. Gumpert, 1975, „The rise of uni-comm”, *Today's Speech*, vol. 23, nr. 4, pp. 34-38.

fictive sunt adesea apreciate pentru valoarea lor artistică sau de divertisment, dar pot fi privite cu un oarecare scepticism în ceea ce privește autenticitatea sau relevanța lor pentru lumea reală.

1.4.6. Autenticitatea

Se referă la gradul în care conținutul comunicărilor include indiciile pe baza cărora interpretantul le acceptă ca fiind congruente cu „realitatea” pe care el o cunoaște. Astfel de indicii sunt în conținut sau asigurate de context și percepute de către interpretant drept indicația că respectivul conținut a fost manipulat de comunicator. Conceptul de autenticitate în comunicare reprezintă o noțiune complexă și nuanțată, care transcende simplele aspecte de acuratețe faptică sau lipsă de distorsiuni. Autenticitatea se referă la capacitatea unui mesaj comunicativ de a reflecta și transmite adevăruri profunde despre experiența umană, realități emoționale sau observații ale lumii în mod credibil și convingător pentru public¹. Percepția de autenticitate este strâns legată de contextul cultural și de așteptările specifice ale audienței². Ceea ce poate fi perceput ca autentic într-o anumită cultură sau mediu de comunicare poate fi considerat neautentic în altul. De exemplu, cel puțin la nivel teoretic, în jurnalismul occidental, accentul este pus pe prezentarea obiectivă a faptelor, utilizarea surselor credibile și verificabile, separarea clară a opiniilor de relatările factice și evitarea dramatizării. În acest context, un reportaj care respectă aceste standarde va fi perceput ca autentic. În schimb, în unele tradiții culturale orientale, autenticitatea unei narațiuni poate fi definită mai mult prin capacitatea sa de a transmite adevăruri universale despre condiția umană, prin folosirea

1. C. Sedikides, R.J. Schlegel, 2024, „Distilling the concept of authenticity”, *Nature Reviews Psychology*, nr. 3, pp. 509-523.
2. D. Grazian, „Demystifying authenticity in the sociology of culture”, în Laura Grindstaff, Ming-Cheng M. Lo, John R. Hall (eds.), *Routledge Handbook of Cultural Sociology*, Routledge, Londra, 2018 (ed. a II-a).

- 45 simbolurilor, metaforelor și a elementelor poetice decât prin aderarea la fapte specifice.

În domeniul artei și al ficțiunii, conceptul de autenticitate capătă o semnificație și mai complexă. Deși operele de ficțiune sunt creații imaginare, ele pot fi percepute ca autentice atunci când reușesc să surprindă și să exprime adevăruri profunde despre natura umană, emoții, conflicte sau experiențe universale.

Autenticitatea în ficțiune este adesea legată de capacitatea autorului de a crea personaje și situații credibile, de a explora motivații și comportamente verosimile și de a oferi o perspectivă profundă și revelatoare asupra condiției umane. Chiar și în cazul comunicărilor care intenționează să inducă în eroare sau să manipuleze publicul, cum ar fi propaganda sau anumite forme de publicitate, conceptul de autenticitate rămâne relevant. Aceste forme de comunicare pot încerca să creeze o impresie de autenticitate prin utilizarea unor tehnici precum actori neprofesioniști, cadre naturale sau elemente de dramatizare, în scopul de a induce o stare de credibilitate și a influența percepțiile și comportamentele audienței. În esență, autenticitatea în comunicare transcende simpla acuratețe faptică și se referă la capacitatea mesajului de a reflecta și transmite adevăruri profunde, realități emoționale și experiențe umane autentice, într-un mod credibil și convingător pentru public. Evaluarea autenticității necesită o înțelegere nuanțată a contextului cultural și a convențiilor specifice ale mediului de comunicare, precum și un spirit critic și deschis spre a discerne și aprecia diversele modalități în care adevărul poate fi exprimat și transmis.

1.4.7. Ambiguitatea

Este o dimensiune preocupată de proprietățile conținutului comunicărilor, care o face susceptibilă la structurările variate ale interpretanților. Întrucât multe dintre conținuturile comunicaționale sunt, într-o anumită măsură, ambigue, se poate spune că

un conținut este relativ neambiguu atunci când este maxim rezistent la astfel de structurări variate. Ambiguitatea reprezintă o caracteristică inherentă a comunicării umane, generată de natura complexă și polisemantică a limbajului¹. Cuvintele, expresiile și structurile gramaticale utilizate în comunicare nu au întotdeauna un singur sens clar și bine definit, ci pot fi interpretate în moduri multiple, în funcție de contextul specific în care sunt folosite și de bagajul de cunoștințe și experiențe ale receptorului. Prezența inevitabilă a ambiguității în comunicarea umană poate duce la neînțelegeri și confuzii semnificative, deoarece mesajul transmis de emițător este susceptibil de a fi structurat și decodificat în moduri diferite de către receptori diferiți. Utilizarea cuvintelor cu sensuri multiple, a structurilor gramaticale neclare sau a contextului insuficient reprezintă factori care contribuie la apariția ambiguității și a interpretărilor divergente. Cu toate acestea, un anumit grad de ambiguitate poate fi benefic și chiar necesar în anumite contexte comunicaționale. De exemplu, în cazul operelor literare sau al discursurilor metaforice, ambiguitatea poate fi intenționată, contribuind la crearea de semnificații complexe, la stimularea gândirii critice și a interpretărilor creative din partea receptorilor. Operele literare de calitate, precum poeziile sau piesele de teatru, se bazează adesea pe exploatarea ambiguității ca mijloc de exprimare artistică și de provocare intelectuală pentru cititori.

În contrast sunt situațiile în care claritatea și precizia comunicării devin obligatorii: instrucțiuni, indicatoare rutiere, comunicări tehnice. Aceste tipuri de mesaje trebuie concepute pentru a fi cât mai rezistente la interpretări multiple, fiind structurate într-un mod clar și explicit, astfel încât să poată fi înțelese și urmate cu ușurință de către receptori.

Pentru a reduce ambiguitatea și a facilita comunicarea eficientă, comunicatorii trebuie să acorde o atenție deosebită clarității

1. S.T. Piantadosi, H. Tily, E. Gibson, 2012, „The Communicative Function of Ambiguity in Language”, *Cognition*, vol. 122, nr. 3, pp. 280-291.

- 47 exprimării și furnizării de context adecvat. Aceasta poate implica utilizarea unor cuvinte și structuri gramaticale precise, evitarea expresiilor cu sensuri multiple și furnizarea de detalii suplimentare pentru a clarifica semnificația mesajului. De asemenea, ascultarea activă, solicitarea de clarificări și deschiderea către feedback pot contribui semnificativ la evitarea interpretărilor eronate și la construirea unei înțelegeri comune între participanții la procesul comunicational.

1.4.8. Congruența

Are în vedere gradul în care conținutul prezentat este relevant și se potrivește cu sistemele de nevoi, valori și cerințe ale interpretantului (receptorului mesajului). Conceptul de congruență în comunicare evidențiază importanța alinierii dintre mesajul transmis și sistemele de valori, nevoi și așteptări ale receptorului¹. Acesta reprezintă un factor esențial care influențează modul în care informațiile sunt percepute, procesate și integrate de către indivizi. Fiecare persoană are un set unic de valori, convingeri și experiențe de viață care modelează felul în care interpretează și răspunde la mesajele primite. Când un mesaj se aliniază cu aceste sisteme interioare, individul va fi mai predispus să-l considere relevant, credibil și semnificativ. În schimb, mesajele care intră în conflict cu valorile, nevoile sau așteptările sale vor fi percepute ca fiind mai puțin relevante sau chiar respinse. De exemplu, o campanie de promovare a stilului de viață vegetarian va fi mai ușor acceptată și integrată de persoanele care acordă o importanță ridicată bunăstării animalelor sau protecției mediului înconjurător. Pentru astfel de persoane, mesajul va fi perceput drept congruent cu propriile valori și convingeri, lucru care îi va

1. M.L. Manning, K.T. Bucher, 2001, „Revisiting Ginott’s Congruent Communication after Thirty Years”, *The Clearing House: A Journal of Educational Strategies, Issues and Ideas*, vol. 74, nr. 4, pp. 215-218.

face mai deschiși și receptivi față de informațiile prezentate. În contrast, pentru persoanele care nu împărtășesc aceste valori sau care au o atitudine indiferentă față de cauza respectivă, aceeași campanie ar putea fi considerată irelevantă sau chiar deranjantă.

Conceptul de congruență subliniază, de asemenea, rolul experienței și contextului în procesul de interpretare a mesajelor. Cei având experiențe similare sau care sunt implicați în contexte asemănătoare vor tinde să perceapă aceleași mesaje ca fiind mai congruente cu sistemele lor de valori și nevoi. De exemplu, un mesaj despre importanța educației timpurii va avea, probabil, ecouri de relevanță și semnificație pentru părinți sau educatori, comparativ cu persoanele fără copii ori fără experiență în domeniul educațional. În consecință, pentru a avea un impact maxim, comunicatorii trebuie să ia în considerare nevoile, valorile și contextele specifice ale publicului țintă. Adaptând mesajele pentru a le aduce la același numitor cu aceste sisteme interioare ale receptorilor, șansele de a obține o receptivitate crescută și o integrare eficientă a informațiilor sunt mult mai mari. Capacitatea de a crea congruență între mesaj și public reprezintă o abilitate esențială în comunicarea eficientă, indiferent de domeniu sau context.

Un aspect relevant este că, deși congruența și ambiguitatea sunt strâns legate, ele nu sunt direct dependente una de cealaltă. Ambiguitatea se referă la caracterul neclar sau interpretabil al unui mesaj, care permite multiple structurări și înțelesuri¹. Congruența, pe de altă parte, reflectă gradul de aliniere a mesajului cu valorile, credințele și așteptările receptorului. Relația dintre cele două concepte este evidențiată prin faptul că un mesaj ambiguu are potențialul de a fi perceput ca fiind congruent de o gamă largă de receptori, deoarece ambiguitatea lasă loc pentru mai multe perspective și interpretări. Datorită lipsei de claritate,

1. A. Mehrabian, M. Wiener, 1967, „Decoding of inconsistent communications”, *Journal of Personality and Social Psychology*, vol. 6, nr. 1, pp. 109-114.

- 49 fiecare receptor poate găsi elemente în mesaj care se potrivesc propriilor convingeri și predispoziții, proiectând propriile perspective asupra conținutului. Exemplul mesajului: „Această politică va aduce schimbări majore” ilustrează acest fenomen. Susținătorii politicii respective l-ar putea interpreta ca pe o promisiune de reforme pozitive, în timp ce oponenții ar putea vedea o amenințare la adresa statu-quoului. Ambiguitatea mesajului permite ambelor tabere să-l perceapă ca fiind congruent cu propriile așteptări și credințe politice. Cu toate acestea, factorii individuali, precum personalitatea și motivațiile, pot avea un impact semnificativ asupra modului în care este percepută ambiguitatea. Acești factori pot determina care dintre multiplele interpretări posibile vor fi cele mai proeminente în mintea receptorului. În situația de congruență clară, când mesajul se aliniază cu predispozițiile receptorului, acesta tinde să-l accepte cu modificări minime, înțelegându-l în concordanță cu propriile credințe și valori. Totuși, chiar și în cazul unui mesaj congruent, există posibilitatea ca acesta să fie respins sau să genereze conflict dacă intră în contradicție cu alte convingeri puternice ale receptorului, sau îi amenință interesele vitale.

În mod esențial, este de remarcat natura complexă a relației dintre ambiguitate și congruență în comunicare, cu accentul pe rolul factorilor individuali și al contextului în modelarea modului în care receptorii percep și interpretează mesajele. Dinamica este una importantă, pentru a comunica eficient și a reduce riscul de neînțelegeri sau conflicte în interacțiunile umane.

Capitolul 2

Modalități de diseminare a mesajului

2.1. Comunicarea interpersonală

Implicațiile comunicării asupra *calității* relațiilor interpersonale și a armoniei în diferite medii sociale au o însemnătate majoră. În cadrul familiei, comunicarea joacă un rol esențial în menținerea legăturilor bine coagulate, înțelegerii reciproce și rezolvării constructive a conflictelor. Prin ascultare activă, empatie și adaptarea mesajelor la nevoile și perspectivele celorlalți membri se creează un climat de deschidere și încredere, care consolidează coeziunea și conexiunea emoțională în cadrul nucleului familial.

Comunicarea ineficientă poate conduce la neînțelegeri, tensiuni și chiar rupturi în relațiile de familie. Comunicarea promovează, de asemenea, încrederea, respectul reciproc și coeziunea dintre membrii unei entități (familiale/instituționale, ori grup de apartenență). În relațiile de prietenie, comunicarea deschisă și onestă consolidează legăturile emoționale, creează un sentiment de apartenență și permite împărtășirea experiențelor și preocupărilor personale. Prin ascultare empatică și exprimare autentică a gândurilor și sentimentelor, prietenii pot oferi suport emoțional, pot găsi soluții la provocări comune, și pot cultiva o înțelegere profundă și durabilă.

51 În lucrarea sa *Fundamentele comunicării interpersonale*, Mihai Dinu arată că

relația interpersonală se întemeiază pe cunoașterea unor date psihologice privitoare la interlocutor. Datorită acestor informații putem anticipa reacțiile partenerului de dialog într-un mod mult mai eficient decât în cazul în care ne adresăm unei persoane total necunoscute. În anumite limite, predicțiile comportamentale sunt posibile și în comunicarea impersonală, dar ele se bazează exclusiv pe factori socioculturali, nu psihologici. Pe lângă posibilitatea de a prevedea reacțiile interlocutorului, cunoașterea interpersonală ne oferă și explicații ale acestor reacții. Observația că cineva a devenit nervos sau s-a întristat la auzul cuvintelor noastre e una impersonală, dar, dacă dispunem de date suficiente despre felul de a fi și despre viața personală a respectivului, putem spune și de ce s-a comportat astfel. De exemplu, dacă știm că interlocutorul nostru este o persoană sensibilă și are o fire mai emotivă, putem înțelege de ce a reacționat puternic la anumite cuvinte sau subiecte abordate. Spre deosebire de comportamentul impersonal, supus unor reguli de conviețuire cu caracter de norme sociale generale, strategiile interpersonale se bazează pe aplicarea de reguli individuale determinate de cunoașterea particularităților interlocutorului. Deosebirile de temperament și profil psihologic dintre prietenii noștri ne „obligă” să îi tratăm diferențiat, discutând cu fiecare în alt fel. De pildă, cu un prieten mai timid și introvertit vom aborda subiecte mai liniștite și vom evita tonurile prea puternice, în timp ce cu un prieten extrovertit și energic putem fi mai expansivi și putem aborda subiecte mai controversate sau amuzante. E de la sine înțeles că orice relație interumană începe prin a fi impersonală și dobândește treptat caracter interpersonal, pe măsură ce acumulăm cunoștințe și experiențe comune cu acea persoană¹.

1. M. Dinu, 2013, *Fundamentele comunicării interpersonale*, Editura ALL, București, p. 35.

Din datele prezentate, se poate desprinde ideea că este adecvat a vorbi de comunicare interpersonală doar prin raportarea la persoane cu care sunt împărtășite anumite experiențe, amintiri, situații trăite împreună, cu care există un „trecut” (mai mult sau mai puțin) comun. Comunicarea interpersonală presupune o cunoaștere mai profundă a interlocutorului, a trășăturilor sale de personalitate, a modului său de a gândi și de a reacționa în anumite situații. Este o cunoaștere care se acumulează în timp, prin interacțiunile repetate și prin experiențele comune trăite împreună.

Acest tip de comunicare transcende simplul transfer de informații și se concentrează pe dimensiunea profund umană a conexiunii emoționale și a împărtășirii de experiențe. Comunicarea interpersonală eficientă presupune dezvoltarea unor abilități esențiale precum ascultarea activă, capacitatea persoanei de a ne pune în situația celuilalt și de a-i înțelege perspectiva, precum și manifestarea calităților de empatie, generozitate, toleranță și acceptare a diferențelor¹. Sunt trăsături fundamentale pentru construirea unor relații interpersonale armonioase și semnificative, bazate pe încredere, respect reciproc și validarea emoțiilor celuilalt. Printr-o comunicare empatică și tolerantă cu cei apropiați, fie ei parteneri de viață, membri ai familiei, prieteni sau colegi, se oferă sprijin emoțional, contribuindu-se la reducerea stresului și îmbunătățirea stării lor psihologice. Această formă de interacțiune creează un sentiment de siguranță, acceptare și conexiune profundă, permițând o deschidere autentică și o împărtășire vulnerabilă a experiențelor personale.

Importanța comunicării interpersonale nu se limitează la sfera relațiilor intime. Prin dezvoltarea acestor abilități în cadrul interacțiunilor familiale și prietenești, individul dobândește o bază solidă pentru a le aplica și în alte sfere ale vieții, precum mediul profesional, comunitățile sociale sau chiar în interacțiunile

1. K. Vertino, 2014, „Effective Interpersonal Communication: A Practical Guide to Improve Your Life”, *OJIN: The Online Journal of Issues in Nursing*, vol. 19, nr. 3.

53 cu persoane necunoscute. Această capacitate de a manifesta empatie, înțelegere și toleranță față de ceilalți facilitează crearea unor relații armonioase și productive în toate domeniile de activitate. Comunicarea interpersonală eficientă reprezintă o abilitate deosebit de utilă în gestionarea conflictelor și rezolvarea constructivă a problemelor. Prin ascultarea activă, validarea perspectivelor tuturor părților implicate și căutarea unor soluții care să satisfacă nevoile fiecăruia se pot depăși obstacole și menține relații sănătoase, atât în plan personal, cât și profesional sau social. În esență, comunicarea interpersonală este o cale către înțelegerea profundă a celuilalt, către conexiunea autentică, orientarea fiind în direcția construirii unor relații durabile și armonioase. Prin cultivarea empatiei, toleranței și ascultării active, pot fi create punți de legătură între oameni, depășind barierele și cultivând relațiile armonioase.

Se pot desprinde câteva *principii* ale comunicării interpersonale¹:

a) Comunicarea interpersonală este *inevitabilă*

Indiferent de intenție sau dorință, comunicarea interpersonală are loc în mod inevitabil prin simplul fapt al existenței și interacțiunii cu cei din jur. Conform Axiomei 1 a comunicării, propusă de cercetătorii Școlii de la Palo Alto, este imposibil pentru ființele umane să nu comunice atât timp cât sunt prezente fizic într-un context social. Chiar și atunci când nu sunt folosite cuvinte ori nu există intenția explicită de a transmite un mesaj, comportamentul nonverbal – cum ar fi gestica, postura corporală, expresiile faciale, tonul vocii sau contactul vizual – transmite constant informații către cei din jur.

Comunicarea interpersonală nu este un proces opțional, ci reprezintă o condiție inherentă a existenței umane. Indiferent de intenții sau de dorința de a comunica ori nu, oamenii transmit

1. A. Hamel, 2019, *Interpersonal Communication: Principles and Practice*, All Books and Monographs by WMU Authors.

constant mesaje despre ei înșiși, despre starea lor emoțională, atitudini și intenții, prin intermediul comportamentului nonverbal. Această inevitabilitate a comunicării interpersonale subliniază importanța înțelegerii și gestionării eficiente a semnalelor nonverbale, pentru a facilita interacțiuni armonioase și pentru a evita neînțelegerile sau conflictele interpersonale.

b) Comunicarea interpersonală este *ireversibilă*

Transmiterea unui mesaj nu înseamnă un simplu transfer de informații, ci implică multiple straturi de semnificație și impact emoțional. Cuvintele sunt purtătoare de conotații, intenții și emoții subiacente, care sunt captate și decodate de receptor în funcție de propriile sale experiențe, valori și stări interioare. Chiar dacă ulterior se încearcă retragerea ori reformularea mesajului inițial, prima impresie rămâne gravată în psihicul celuilalt, influențându-i perspectivele și percepțiile ulterioare. Analogia cu aruncarea unei pietre într-un lac este îndeajuns de sugestivă pentru a ilustra caracterul ireversibil al comunicării: la fel cum undele se răspândesc, indiferent de încercările de a le opri, mesajele transmise produc un impact ce nu poate fi complet anulat sau șters. Chiar și după ce sunt prezentate scuze sau se oferă explicații suplimentare urmele inițiale rămân și pot continua să influențeze relația și percepția celuilalt. Acest fenomen devine deosebit de relevant și sensibil în contextul relațiilor intime, al comunicării cu persoanele dragi. Cuvintele dure sau jignitoare, chiar dacă sunt spuse într-un moment de frustrare sau lipsă de autocontrol, pot lăsa răni emoționale adânci și pot afecta încrederea și conexiunea dintre parteneri. Deși scuzele și explicațiile pot contribui la vindecare și reconciliere, acea experiență negativă rămâne înscrisă în istoria relației și poate continua să influențeze subtil dinamica interacțiunilor viitoare. Prin urmare, cuvintele au puterea de a modela percepții, de a influența relații și de a lăsa amprente durabile în psihicul celorlalți. Conștientizarea caracterului ireversibil al comunicării poate ajuta persoana în a fi mai ponderată, mai empatică și mai atentă la impactul mesajelor pe

- 55 care le transmite, contribuind astfel la construirea unor relații interpersonale mai sănătoase și mai armonioase.

c) Comunicarea interpersonală este *complexă*

Pe fond, limbajul uman este format din simboluri convenționale precum cuvintele, care nu au semnificații intrinsece sau universale, ci sunt utilizate în moduri diferite de către fiecare individ, în funcție de propriile experiențe, de percepții și de contextul sociocultural specific. Astfel, chiar și atunci când două persoane vorbesc despre aceeași experiență, cum ar fi o vacanță la munte, ele vor folosi cuvinte și expresii diferite pentru a o descrie, deoarece atribuie semnificații distincte acestor simboluri, bazate pe bagajul lor cultural și educațional și pe trăirile anterioare. Acest aspect evidențiază că, în comunicare, nu are loc un transfer direct de idei sau semnificații universale, ci mai degrabă o negociere și o interpretare a simbolurilor și semnificațiilor de către fiecare participant, în funcție de propriul cadru de referință. Ceea ce poate părea clar și explicit pentru un individ poate fi perceput diferit de celălalt, generând posibilitatea neînțelegerilor sau a interpretărilor divergente.

Pe lângă dimensiunea simbolică și semantică, prezența semnalelor nonverbale este relevantă, întrucât acestea pot transmite mesaje suplimentare sau chiar contradictorii față de conținutul verbal, adăugând un strat suplimentar de complexitate în procesul de comunicare. De exemplu, un ton sarcastic sau o expresie facială ostilă pot schimba complet semnificația unor cuvinte aparent neutre sau pozitive. Pentru a comunica eficient, este imperativă conștientizarea acestor nuanțe și încercarea de a înțelege perspectiva celuilalt. Este un lucru ce implică nu doar ascultarea atentă a mesajului verbal, ci și decodificarea semnalelor nonverbale și a contextului sociocultural în care are loc comunicarea. Doar prin deschiderea către perspectiva interlocutorului și prin încercarea de a înțelege semnificațiile pe care le atribuie simbolurilor și comportamentelor pot fi surmontate barierele și neînțelegerile/confuziile.

d) Comunicarea interpersonală este *contextuală*

Comunicarea interpersonală este contextuală, adică nu se produce în vid, ci este puternic influențată de diversele cadre în care se desfășoară, acestea adăugând semnificație. Cu alte cuvinte, comunicarea nu se petrece în izolare, ci necesită anumite contexte care o modelează și îi conferă nuanțe specifice:

- contextul psihologic are în vedere cine sunt interlocutorii, dar și ce tip de „bagaj” interior aduce fiecare în interacțiune. Nevoile, dorințele, valorile, trăsăturile de personalitate, experiențele anterioare, starea emoțională, toate acestea formează contextul psihologic și influențează modul în care fiecare persoană codifică și decodifică mesajele. De exemplu, o persoană anxioasă ar putea interpreta anumite mesaje ca fiind amenințătoare, în timp ce o persoană optimistă ar avea o interpretare mai pozitivă;
- contextul relațional se ocupă de natura relației dintre interlocutori și de reacțiile persoanei față de cei din jur. Comunicarea dintre doi străini va fi diferită de cea dintre doi prieteni apropiați sau între un șef și un subordonat. Percepțiile, așteptările și regulile implicite ale relației respective vor modela semnificativ modul de comunicare;
- contextul situațional este centrat pe locul psihosocial în care are loc comunicarea, incluzând rolurile sociale și relațiile dintre participanți, precum și așteptările și normele asociate cu acel context specific. O interacțiune care se desfășoară într-o clasă între un profesor și elevi va diferi foarte mult de situația în care același nucleu comunicațional (alcătuit din profesor și cursanții săi) s-ar afla într-un spațiu de relaxare, precum un parc, o excursie sau la o petrecere de sfârșit de an, unde relațiile sunt mai puțin ierarhice și formale. Contextul situațional influențează așadar gradul de formalitate, tonul, limbajul și comportamentele acceptabile în cadrul interacțiunii;
- contextul ambiental se referă la cadrul fizic și condițiile înconjurătoare în care are loc comunicarea. Acesta include

- 57 aspecte precum locația, mobilierul, spațiul disponibil, nivelul de zgomot din mediul înconjurător, temperatura camerei sau a aerului din exterior, anotimpul în care se desfășoară interacțiunea, precum și intervalul orar din zi. De exemplu, o discuție purtată într-un birou liniștit, cu mobilier confortabil și temperatură plăcută va avea un context ambiental diferit față de o conversație desfășurată pe o stradă aglomerată, cu zgomot puternic și condiții meteorologice nefavorabile. Contextul ambiental poate influența semnificativ calitatea comunicării dintre participanți;
- contextul cultural cuprinde toate normele, valorile, credințele, obiceiurile și regulile de comportament dobândite prin procesul de socializare și învățare în cadrul unei anumite culturi sau comunități. Acesta afectează modul în care indivizii interacționează, interpretează mesajele și reacționează în situații de comunicare. De exemplu, în unele culturi este considerat nepoliticos a întrerupe pe cineva în timp ce vorbește, pe câtă vreme în altele acest lucru este acceptat sau chiar încurajat.

În lucrarea sa *Fundamentele comunicării interpersonale*, Mihai Dinu identifică și analizează în detaliu o serie de condiții esențiale ce stau la baza comunicării interpersonale eficiente și de calitate. Acestea reprezintă adevărate repere pentru a construi o comunicare autentică, empatică și productivă între partenerii de dialog:

a) *franchețea* – sinceritatea și onestitatea obiectivează accentuat comunicarea sănătoasă. Lipsa de sinceritate, ascunderea adevărului, disimularea sau manipularea informațiilor creează bariere și neîncredere în relația cu interlocutorul. Autorul subliniază că franchețea, deschiderea și lipsa dorinței de a domina sau a influența partenerul de dialog sunt esențiale pentru o comunicare interpersonală eficientă. Exemplu: într-o discuție între colegi, ascunderea unor informații relevante sau furnizarea

de răspunsuri înșelătoare poate duce la neînțelegeri și erodarea relației de încredere;

b) *solicitudinea* – această condiție merge dincolo de simpla sinceritate și implică oferirea unui sprijin real, concret partenerului de dialog. Solicitudinea presupune o atitudine de compasiune, empatie și disponibilitate de a acționa în sprijinul celuilalt. De exemplu, un prieten adevărat nu doar ascultă cu atenție problemele celui apropiat, ci îi oferă și suport emoțional sau practic pentru depășirea situației dificile;

c) *empatia* – deși strâns legată de solicitudine, empatia reprezintă o condiție distinctă și obligatorie în anumite profesii ce implică interacțiune umană, precum psihologie, asistență socială, medicină sau învățământ. Empatia presupune capacitatea cuiva de a se pune în situația celuilalt, de a înțelege perspectiva și trăirile sale emoționale¹. În comunicarea interpersonală, empatia, definită în literatura de specialitate într-o varietate de moduri, „prezintă avantajul că ne face mai înțelegători, întrucât plasarea pe poziția interlocutorului îngrădește tendința noastră de a judeca nenuanțat comportamentul acestuia și ne îndeamnă să acordăm circumstanțe atenuante chiar și faptelor și atitudinilor care ne șochează la prima vedere”²;

d) *atitudinea pozitivă* – o atitudine pozitivă transcende simpla expresie verbală și implică o serie de elemente nonverbale precum tonul vocii, zâmbetul, postura deschisă și prietenoasă. Prin adoptarea unei atitudini pozitive, emițătorul transmite un mesaj subtil de deschidere, optimism și bunăvoință, creând o atmosferă relaxată și propice pentru o comunicare eficientă. Când există și se manifestă interes autentic pentru interlocutor, ascultându-l cu atenție, evitând criticile sau judecățile negative, interlocutorul se va simți validat, respectat și acceptat ca persoană.

1. M. Dinu, *op. cit.*, pp. 43-49.

2. M. Dinu, *op. cit.*, p. 45.

- 59 Această stare de confort emoțional facilitează deschiderea reciprocă și stabilirea unei conexiuni autentice între participanții la interacțiune. De asemenea, atitudinea pozitivă cultivă empatia și înțelegerea, deoarece încurajează individul să privească situația din perspectiva celuilalt, să fie receptiv la emoțiile și preocupările sale. Prin manifestarea compasiunii și a acceptării necondiționate a interlocutorului se creează un mediu sigur și prielnic pentru o comunicare deschisă și onestă, în care ambele părți își pot exprima gândurile și sentimentele, fără teamă de respingere sau judecată. Important este și impactul atitudinii pozitive asupra tonului general al interacțiunii. Un ton plăcut, un zâmbet cald și o postură deschisă contribuie la crearea unei atmosfere relaxante și prietenoase, care facilitează conexiunea și înțelegerea reciprocă. În schimb, o atitudine negativă, critică sau ostilă poate genera tensiuni, neîncredere și poate bloca comunicarea eficientă între participanți.

Așadar, adoptarea unei atitudini pozitive în comunicare reprezintă o abilitate importantă pentru construirea unor relații interpersonale sănătoase și autentice. Prin deschidere, empatie, acceptare necondiționată și evitarea judecăților negative se poate crea un mediu propice pentru conexiunea profundă și pentru schimbul liber de idei, emoții și experiențe. Atitudinea pozitivă reprezintă calea potrivită pentru o comunicare armonioasă, plăcută, vivace pentru toate părțile implicate;

e) *egalitatea* – un termen cu conotații multiple, și de aceea dificil de inclus într-un singur enunț definitoriu. Egalitatea în comunicare transcende simpla utilizare a aceluiași cuvinte sau expresii, reprezentând o stare de spirit și o atitudine fundamentală de respect reciproc și validare a fiecărui participant. Un aspect important al egalității în comunicare este crearea unui mediu propice pentru un dialog autentic, în care fiecare persoană are libertatea și încrederea de a-și exprima gândurile, opiniile și perspectivele fără constrângeri sau teamă de respingere. Acest lucru necesită ascultarea activă, deschiderea față de a înțelege și

a lua în considerare perspectivele celorlalți, chiar dacă acestea diferă de propriile convingeri sau experiențe. Pentru a promova egalitatea în comunicare este necesară evitarea comportamentelor dominante, precum întreruperea constantă a celuilalt sau acapararea discuției. De asemenea, este necesară atenția la limbajul folosit, evitând expresiile ofensatoare, jignitoare sau care ar putea fi interpretate ca amenințătoare ori intimidante de către interlocutor. Utilizarea unui vocabular adecvat nivelului de instruire al celuilalt este și ea importantă pentru a facilita înțelegerea reciprocă și a crea un mediu incluziv. Prin manifestarea unei atitudini de deschidere, respect și acceptare a diversității de perspective, comunicarea devine un schimb autentic de idei, în care fiecare participant se simte validat și apreciat ca o persoană unică și specială. Acest lucru promovează conexiunea umană autentică, consolidează relațiile și facilitează înțelegerea reciprocă între oameni de diferite origini, culturi sau experiențe de viață.

Generic, egalitatea în comunicare presupune recunoașterea demnității inerente a fiecărui individ și crearea unui cadru în care toți participanții se simt respectați, ascultați și liberi să se exprime fără constrângeri sau teamă.

2.2. Comunicarea verbală

Comunicarea verbală reflectă capacitatea individului de a gândi și a supune analizei, având drept principală funcție aceea de a ajuta în transmiterea de informații și sensuri. Evoluția omului nu poate fi concepută în absența acestei forme de transmitere a conținuturilor informaționale; prin comunicarea verbală umanitatea a dobândit capacitatea de a construi structuri complexe comune.

În cadrul comunicării, verbalul se compune din ansamblul cuvintelor și al frazelor, cuprinzând toate mesajele care au un cod comun mai multor persoane. Sunt mesaje ale căror sensuri sunt

61 înțelese de un număr mai mare de oameni, respectiv semnele inteligibile transmise interlocutorului. Limbajul verbal este cel mai răspândit și versatil mod de comunicare, permițând exprimarea unei game largi de idei, emoții și concepte complexe. Cuvintele și structurile gramaticale permit descrierea lumii înconjurătoare, împărtășirea de experiențe, argumentarea și influențarea opiniilor celorlalți. Comunicarea verbală este esențială în construirea relațiilor interpersonale, în transmiterea cunoștințelor și în negocierea înțelegerilor, putând lua forme diverse, de la conversații informale la discursuri publice, de la instrucțiuni tehnice la opere literare. Fără capacitatea de a comunica verbal, marile realizări ale umanității ar fi fost imposibile.

Mesajele din comunicarea verbală nu se limitează la transmiterea de informații, ci pot exprima o gamă largă de stări emoționale, sentimente, atitudini, dorințe, intenții și angajamente. Aceste elemente adiționale pot fi vehiculate prin intermediul tonului vocii, accentelor, volumului, ritmului și altor aspecte paralingvistice. De exemplu, o afirmație simplă precum „Sunt obosit” poate transmite mult mai mult decât sensul literal al cuvintelor, putând sugera frustrare, epuizare sau chiar o cerere implicită de ajutor.

Componenta cognitivă, care se referă la conținutul informațional propriu-zis, rămâne esențială în comunicarea verbală, deoarece furnizează baza pentru înțelegerea reciprocă și pentru construirea unui discurs coerent și semnificativ. Totuși, mesajele verbale sunt adesea îmbogățite și nuanțate de elementele emoționale și atitudinale, ce pot influența semnificativ modul în care sunt percepute și interpretate de către receptor. De exemplu, tonul sarcastic sau ironic poate schimba complet sensul unui mesaj, chiar dacă, de fapt, cuvintele rămân aceleași. De asemenea, contextul social, cultural și relațional în care are loc comunicarea verbală joacă un rol însemnat în stabilirea modului în care mesajele sunt interpretate și receptate. Un mesaj care ar putea fi perceput ca ofensator într-un context poate fi considerat inofensiv sau chiar amuzant în alt context. Prin urmare, receptorii

mesajelor verbale trebuie să fie atenți nu numai la conținutul literal al cuvintelor, ci și la tonul vocii, expresiile faciale, gesturile și alte semne nonverbale care însoțesc mesajul, precum și la contextul general în care are loc comunicarea.

Există o legătură indestructibilă între gândire și limbaj, aceste două procese fundamentale influențându-se și modelându-se reciproc. Gândirea, acel proces complex prin care se creează idei, concepte și înțelegeri despre lume, nu poate fi separată de limbaj – vehiculul prin care acestea sunt exprimate, comunicate și structurate. Gândirea și limbajul se dezvoltă în mod simultan și interdependent încă din primii ani ai vieții unui individ¹. Pe măsură ce copiii încep să dobândească abilități lingvistice, vocabularul și structurile gramaticale pe care le asimilează devin instrumente esențiale pentru organizarea și articularea gândurilor. La rândul lor, aceste gânduri și concepte noi contribuie la îmbogățirea și nuanțarea limbajului utilizat de copil. Această relație simbiotică dintre gândire și limbaj continuă să se aprofundeze pe tot parcursul vieții unui individ².

Modul unic în care fiecare persoană gândește, percepe și interpretează lumea se reflectă în mod inevitabil în stilul său verbal și în alegerile lingvistice pe care le face. Vocabularul utilizat, structura frazelor, tonul, ritmul și expresiile idiomatice sunt reprezentări ale personalității, experienței de viață, mediului cultural și sistemului de valori al fiecăruia. De exemplu, un individ crescut într-un mediu academic, intelectual va tinde să utilizeze un limbaj mai sofisticat, cu termeni abstracți și construcții gramaticale complexe, reflectând modul său analitic și conceptual de a gândi. În schimb, o persoană cu un background mai practic sau orientat către acțiune va folosi, probabil, un limbaj mai direct,

1. C.S. Tamis-LeMonda, L. Song, K.K. Fletcher, 2018, „Language Development”, în T. Shackelford, V. Weekes-Shackelford (eds.), *Encyclopedia of Evolutionary Psychological Science*, Springer, Cham.
2. K. Lanning, R.E. Pauletti, L.A. King *et al.*, 2001, „Personality development through natural language”, *Nature Human Behaviour*, nr. 2, pp. 327-334, <https://doi.org/10.1038/s41562-018-0329-0>

- 63 concret și impregnat de expresii idiomatice, reflectând stilul său mai pragmatic de a percepe lumea. Prin urmare, limbajul nu este doar un instrument neutru de comunicare, ci expresia concludentă a identității, a gândirii și a experienței umane. Cuvintele, frazele și tonul utilizate dezvăluie aspecte subtile ale ființei interioare, permițând celorlalți să înțeleagă modul unic în care fiecare individ percepe și interpretează realitatea înconjurătoare.

Comunicarea verbală prezintă două moduri de desfășurare: orală și scrisă. Forma orală reprezintă varianta de comunicare cel mai frecvent utilizată.

În lucrarea sa despre comunicare, Gheorghe Ilie Fârte identifică existența a opt factori cu influență directă asupra performanței în vorbire a unui comunicator:

1. stabilirea unor obiective specifice, măsurabile și ușor de atins într-un răstimp scurt;
2. cunoașterea interlocutorului;
3. alegerea unui context favorabil;
4. planificarea vorbirii (nu însă și compunerea în detaliu a mesajului);
5. manifestarea unei atitudini potrivite pentru o comunicare directă;
6. folosirea unui raport just între informația și redundanța mesajului;
7. receptarea activă a retroacțiunii interlocutorului;
8. adaptarea continuă la situația de comunicare;

În general, o persoană este apreciată ca fiind un bun vorbitor numai dacă:

- a) oferă exact informația pe care o cere interlocutorul;
- b) susține cu sinceritate propoziții care pot fi probate într-o măsură rezonabilă;
- c) este relevantă;
- d) formulează mesaje clare, scurte și consecvente¹.

1. G.I. Fârte, 2004, *Comunicarea. O abordare praxiologică*, Casa Editorială Demiurg, Iași, pp. 107-108.

Spre deosebire de interacțiunile verbale spontane, în care anumite greșeli sau formulări neclare pot fi corectate sau clarificate pe loc, comunicarea scrisă nu permite această facilitate, impunând o abordare atentă și meticuloasă atât sub aspectul conținutului, cât și sub aspectul formei mesajului transmis. O particularitate importantă a comunicării scrise este caracterul ei permanent și accesibilitatea sporită pentru destinatar. Un text scris poate fi citit și recitit de nenumărate ori, permițându-i receptorului să analizeze în detaliu fiecare cuvânt, frază sau structură gramaticală. Acest fapt crește considerabil posibilitatea ca orice eroare, inconsecvență sau formulare neclară să fie detectată și analizată critic. În cazul documentelor oficiale, al rapoartelor de afaceri sau lucrărilor academice, aceste deficiențe pot afecta grav credibilitatea și profesionalismul expeditorului, ducând la confuzii, neîncredere sau chiar la invalidarea informațiilor prezentate. În contrast, în comunicarea orală, contextul interacțiunii și semnalele nonverbale precum tonul vocii, gestică sau expresiile faciale pot ajuta la clarificarea mesajului și la remedierea eventualelor erori sau formulări neclare. De asemenea, receptorul are posibilitatea de a solicita imediat explicații suplimentare sau reformulări, reducând, astfel, riscul neînțelegerilor grave. Prin urmare, elaborarea materialelor scrise necesită o atenție sporită și o revizuire adecvată pentru a asigura coerența, precizia și ușurința de înțelegere pentru destinatar.

Aspecte precum corectitudinea gramaticală, structura logică a ideilor, evitarea ambiguităților și furnizarea de exemple sau explicații suplimentare devin imperative pentru transmiterea eficientă a mesajului scris, și pentru menținerea credibilității expeditorului. În esență, comunicarea eficientă prin intermediul canalelor scrise necesită nu doar competențe solide de redactare, ci și o conștientizare profundă a perspectivei cititorului și a potențialelor bariere în înțelegere. Prin dezvoltarea acestor abilități, autorul poate depăși limitările impuse de lipsa elementelor nonverbale și poate transmite mesaje clare, relevante și captivante, care să răspundă așteptărilor și nevoilor audienței vizate.

- 65 Deși comunicarea orală și cea scrisă reprezintă modalități distincte de interacțiune, ambele necesită abilități specifice și o adaptare la contextul și cerințele fiecărei forme. Însă, datorită caracterului permanent și a accesibilității sporite pentru analiză, comunicarea scrisă impune un standard mai ridicat de rigoare, precizie și claritate în transmiterea informațiilor, pentru a evita neînțelegerile grave și a menține credibilitatea și profesionalismul emițătorului.

2.3. Comportamentul nonverbal

Lucrările de specialitate utilizează deopotrivă sintagmele *comunicare nonverbală*, respectiv *comportament nonverbal* pentru a desemna una și aceeași realitate lingvistică, anume nonverbalul, componenta prin care oamenii își transmit mesaje, fără a rosti cuvinte. Posibila interogație „De ce comunicare, și nu comportament?”, respectiv viceversa obligă la câteva argumente explicative pentru care utilizarea sintagmei *comportament nonverbal*, în locul celei de *comunicare nonverbală*, are sens. Comportamentul nonverbal se referă la toate acele acțiuni și semne care nu implică utilizarea cuvintelor, cum ar fi gesturi, expresii faciale, contactul vizual, postura/poziția corpului, tonul vocii și altele asemenea. Aceste elemente nonverbale sunt adesea utilizate în mod inconștient pentru a transmite emoții, atitudini și intenții, completând sau chiar înlocuind comunicarea verbală. De exemplu, o persoană poate folosi un zâmbet larg pentru a exprima bucurie sau poate încrunta sprâncenele pentru a arăta nemulțumire, fără a rosti vreun cuvânt. Totodată, comportamentul nonverbal poate include și alte aspecte precum mimica, gesturile, mișcările corpului, distanța dintre interlocutori sau chiar aspectul fizic al persoanei. Prin urmare, construcția *comportament nonverbal* acoperă întregul spectru al acestor acțiuni și semne nonverbale, care pot fi interpretate ca având semnificații specifice în contextul comunicării

și pot influența semnificativ modul în care mesajul este recepționat și înțeles.

Cu precizarea că o pondere mai accentuată în preferința pentru construcția *comportament nonverbal* se regăsește în lucrările autorilor de peste ocean, apelul la două enunțuri definitorii poate oferi răspunsuri:

- a) *Limbajul sau facultatea de a vorbi s-a constituit în procesul comunicării*¹;
- b) *Comportament: 1. Modalitatea de a acționa în anumite împrejurări sau situații; conduită, purtare, comportare. 2. Ansamblul manifestărilor obiective ale animalelor și ale oamenilor prin care se exteriorizează viața psihică*² (interesează, aici, doar cea de-a doua accepțiune propusă de DEX, anume: „Ansamblul manifestărilor obiective ale animalelor și ale oamenilor prin care se exteriorizează viața psihică”).

Sintagma „facultatea de a vorbi” (din prima definiție) se traduce prin capacitatea care (este una exclusiv umană) de a articula cuvinte. Mai departe, când are o trăire, o emoție, o anumită stare, dispoziție, când aude sau exprimă o idee, opinie etc. omul face toate acestea printr-o serie de mișcări, gesturi, expresii faciale ce țin de registrul nonverbal, nu prin articulare de cuvinte. Concret, încruntarea, zâmbetul, ridicarea în mod întrebător a sprâncenelor, frământarea degetelor, ridicarea din umeri (a neputință), gesticulările mâinilor etc. înseamnă comportament, nu rostire de cuvinte. Este drept că prin toate acestea se transmit semnificații/mesaje, dar lucrurile rămân la acest nivel, în care lipsește articularea verbală. Prin urmare, în cazul utilizării registrului nonverbal, prin care (așa cum o indică și definiția din DEX) se exteriorizează viața psihică, omul *se comportă*,

1. L. Wald, 1973, *Sisteme de comunicare umană*, Editura Științifică, București, p. 2.
2. Academia Română, *op. cit.*, p. 204.

- 67 transmițând mesaje. Argumentele prezentate probează, la nivel semantic și logic definiția propusă de DEX.

În concluzie: *prin comportament nonverbal înțelegem modalitatea prin care se exteriorizează sentimente, stări emoționale, atitudini, fără a se face apel la cuvântul rostit*¹.

Este importantă precizarea că semnificația comportamentului nonverbal este strâns legată de contextul în care se găsește persoana, precum și de tipurile de relații pe care aceasta le are cu cei din jur. De exemplu, un gest care poate fi interpretat ca ofensator într-un context formal poate fi perceput ca inofensiv sau chiar amuzant într-un cadru informal, între prieteni apropiați. De asemenea, relațiile interpersonale joacă un rol de seamă în interpretarea semnalelor nonverbale. Un gest sau o expresie a feței care ar putea fi considerată nepoliticoasă sau chiar agresivă atunci când este adresată unei persoane necunoscute ar putea fi percepută ca o formă de umor sau afecțiune între membri ai familiei sau prieteni apropiați.

Gesturile, expresiile feței, postura corpului, tonul vocii și alte elemente nonverbale pot transmite emoții, atitudini și intenții care completează sau, uneori, contrazic mesajele verbale. Prin modul în care se comportă nonverbal, omul completează, nuanțează, întărește sau contrazice mesajele transmise prin intermediul limbajului verbal. Combinarea adecvată a elementelor verbale cu cele nonverbale este esențială pentru a asigura o comunicare eficientă și o înțelegere reciprocă. De exemplu, un discurs convingător necesită nu doar un conținut solid, ci și o prezență scenică puternică, gesturi adecvate, contact vizual și un ton vocal clar și care denotă siguranță de sine.

Însă o combinație inadecvată poate duce la confuzii, neînțelegeri și chiar la eșecul actului de comunicare interumană. Interpretarea corectă a semnalelor nonverbale necesită o atenție deosebită la context, relațiile interpersonale și experiențele anterioare

1. L. Durac, *Semiotica limbajului nonverbal în relația părinte-adolescent*, 2009, Editura Institutul European, Iași, pp. 49-50.

ale celor implicați în comunicare. Oamenii aparținând altor culturi sau chiar din aceeași cultură, dar cu experiențe de viață diverse pot interpreta același gest sau expresie în moduri complet diferite. De aceea, atenția la aceste nuanțe este esențială în încercarea de a înțelege perspectiva celuilalt, pentru a evita neînțelegerile și a comunica eficient. Pe baza acestor precizări, se pot desprinde principalele *caracteristici* ale comportamentului non-verbal.

O primă trăsătură remarcabilă este aparenta (1) *lipsă de intenționalitate* a comportamentului nonverbal. Deși manifestările precum gestică, mimica feței sau postura corporală pot părea spontane și involuntare, ele sunt de fapt strâns legate de conștiința de sine, o achiziție fundamentală a ființei umane. Aceste semnale nonverbale reprezintă expresii autentice ale gândurilor, emoțiilor și stărilor interioare ale individului, chiar și atunci când acesta încearcă să le suprima sau să le mascheze prin autocontrol. De exemplu, chiar dacă o persoană încearcă să pară calmă și relaxată, mâinile tremurânde sau bățiile accelerate ale inimii pot trăda starea sa reală de nervozitate sau teamă.

Comportamentul nonverbal este alcătuit din (2) *coduri*, pe care omul trebuie să învețe a le folosi pentru a se putea face înțeles. Deși unele semne nonverbale precum zâmbetul sau strângerea de mână au o semnificație relativ universală în majoritatea culturilor, există numeroase gesturi și expresii faciale care variază semnificativ de la o cultură la alta. De exemplu, în timp ce în unele situații ridicarea sprâncenelor poate semnifica mirare, în altele același gest poate fi interpretat ca aroganță sau lipsă de respect.

(3) *Experiența de viață* și vârsta au, de asemenea, un rol semnificativ în modularea comportamentului nonverbal. Cu cât o persoană este mai experimentată, cu atât are un control mai mare asupra limbajului corpului și poate transmite mai ușor mesajele dorite prin intermediul semnalelor nonverbale.

(4) *Abilitățile de decodificare a comportamentului nonverbal* permit sesizarea aspectelor subtile, a problemelor sau a intențiilor

- 69 ascunse ale interlocutorului, care ar putea fi incomode sau dificil de exprimat prin intermediul mesajelor verbale.

Comportamentul nonverbal reprezintă o dimensiune indispensabilă comunicării umane, completând și nuanțând mesajele verbale prin transmiterea de semnificații profunde legate de gânduri, emoții și intenții. Înțelegerea și decodificarea adecvată a acestor semne nonverbale, ținând cont de context, experiență și diferențele culturale, sunt cruciale pentru facilitarea unei comunicări autentice, empatică și eficiente între oameni.

Capitolul 3

Dimensiuni ale comportamentului nonverbal

3.1. Kinezica

Kinezica (studiul mișcărilor corpului) implică o gamă largă de gesturi, mișcări, expresii faciale și posturi corporale care transmit semnificații și emoții profunde, completând sau, dimpotrivă, contrazicând mesajele verbale. Un aspect esențial al kinezicii este capacitatea de a oferi informații suplimentare despre starea emoțională, atitudinile și intențiile persoanei, dincolo de conținutul mesajului verbal. Semnalele nonverbale pot fi destul de revelatorii, deoarece sunt adesea transmise în mod inconștient și involuntar, reprezentând expresii autentice ale stărilor interioare ale individului. Fiecare parte a corpului poate fi utilizată pentru a transmite mesaje nonverbale, însă fața, mâinile și brațele sunt considerate principalele canale kinezece, fiind cele mai expresive și vizibile.

Gesturile făcute cu mâinile și brațele, precum indicarea, aplaudarea sau îmbrățișarea, pot transmite o gamă largă de semnificații, de la apreciere și aprobare până la respingere sau ostilitate. Expresiile faciale, precum zâmbetul, încruntarea sau ridicarea

- 71 sprâncenelor, sunt extrem de puternice în transmiterea emoțiilor și atitudinilor, iar privirea fixă sau clipitul mai accentuat pot sugera concentrare, interes sau chiar flirtare. Postura sau poziția generală a corpului joacă și ele un rol semnificativ în kinezică. Înțelegerea limbajului corpului și a semnificațiilor pe care le transmite eficientizează interacțiunile interpersonale, facilitează conexiunea autentică, evită neînțelegerile și permite adaptarea comportamentului, pentru a răspunde în mod adecvat și empatic situației de comunicare.

Există numeroase sisteme de clasificare a canalelor kinezeice, însă cel mai răspândit rămâne cel dezvoltat de Paul Ekman și Wallace Friesen, care au organizat comportamentul kinezic în cinci categorii: embleme; ilustratori; dispoziții; reglatori; adaptor¹.

Este importantă precizarea că semnificațiile celor mai multe dintre aceste canale kinezeice variază de la o cultură la alta.

3.1.1. Emblemele

Sunt preponderent (dar nu exclusiv) gesturi ale mâinilor sau corpului, care au o traducere literală verbală directă și sunt înțelese în mod convențional de către membrii unei anumite culturi sau comunități. Ele sunt, de fapt, coduri vizuale convenționalizate ce transmit mesaje clare și concise, fără a necesita cuvinte suplimentare, fiind înțelese și recunoscute de membrii aceleiași culturi sau comunități. Aceste gesturi emblematice, precum ridicarea degetului mare în sus pentru a semnifica aprobarea, formarea literei „V” cu degetele pentru a exprima pacea ori victoria sau strângerea pumnului pentru a sugera agresivitatea etc. sunt profund ancorate în normele și convențiile sociale ale unei anumite culturi.

1. P. Ekman, Wallace Friesen, 1969, „The Repertoire of Nonverbal Behavior: Categories, Origins, Usage, and Coding”, *Semiotica*, vol. 1, nr. 1, pp. 49-98.

Emblemele reprezintă un vocabular nonverbal comun, un set de simboluri gestuale care facilitează comunicarea și înțelegerea reciprocă între indivizii ce aparțin aceleiași tradiții culturale. Cu toate acestea, semnificațiile asociate pot varia semnificativ în funcție de contextul specific și de normele sociale predominante. De exemplu, în timp ce ridicarea degetului mare este un gest perceput ca pozitiv, de aprobare în unele culturi occidentale, același gest poate fi considerat ofensator sau nepoliticos în alte culturi ori regiuni geografice. De aceea, înțelegerea corectă a emblemelor necesită o conștientizare nu doar a semnificației lor convenționale într-o anumită cultură, ci și a contextelor în care aceste gesturi pot fi interpretate diferit sau pot fi considerate inadecvate. Emblemele sunt profund încorporate în tradițiile și experiențele comune ale membrilor unei culturi, reflectând valorile, normele și codurile de comunicare specifice acelei comunități. Înțelegerea și utilizarea lor corectă facilitează o comunicare eficientă, totodată contribuie la evitarea neînțelegerilor sau ofenselor involuntare în cazul interacțiunilor cu membri ai altor culturi sau comunități.

În concluzie, emblemele reprezintă o punte de legătură între lumea nonverbală și cea verbală, oferind un mijloc rapid și concis de a transmite semnificații complexe prin intermediul unui limbaj gestual comun și recunoscut în cadrul unei anumite culturi. Cunoașterea și respectarea semnificațiilor acestor embleme în contextele culturale corespunzătoare contribuie la promovarea înțelegerii interculturale și la facilitarea unei comunicări armonioase și eficiente între oameni de proveniențe diverse.

3.1.2. Ilustratorii

Sunt reprezentați, în mod tipic, de mișcările mâinilor și brațelor, acompaniind vorbirea sau funcționând pentru a completa ori a accentua ce a fost spus prin cuvinte. Aceste gesturi nu transmit mesaje independente, ci acționează ca un complement

- 73 vizual al cuvintelor rostite, oferind contextualizare, clarificare și accentuare a anumitor aspecte ale discursului. Ilustratorii reprezintă o formă de metacomunicare, adică o comunicare despre comunicare, care facilitează interpretarea corectă și înțelegerea profundă a mesajului transmis prin canalul verbal. Prin utilizarea acestor gesturi, vorbitorul poate evidenția anumite idei-cheie, poate accentua sau poate repeta aspecte importante, poate marca tranziții între puncte diferite ale discursului și poate oferi reprezentări vizuale ale conceptelor ori noțiunilor abstracte. Un exemplu elocvent este gestul de a bate cu pumnul în masă în timpul unui discurs, semnalând emfaza sau insistența asupra unui anumit punct crucial. Acest gest nonverbal atrage atenția audienței și subliniază importanța ideii respective, completând și consolidând mesajul verbal. De asemenea, ridicarea unui deget sau a brațului poate fi utilizată pentru a puncta și a evidenția un aspect specific din discurs, ghidând atenția ascultătorilor către acel element-cheie.

Ilustratorii facilitează, în egală măsură, fluiditatea și coerența discursului. Gesturile mâinilor prin aer pot marca trecerea de la o idee la alta, oferind audienței un indicator vizual al schimbării de direcție în gândire, la fel cum un vorbitor își „conduce” discursul. Măinile pot chiar schița desene sau figuri în spațiu, reprezentând în mod vizual concepte sau idei abstracte, ceea ce poate îmbunătăți semnificativ înțelegerea și reținerea informațiilor de către ascultători. Mai mult, prin repetarea sau amplificarea gesturilor corespunzătoare anumitor afirmații verbale vorbitorul poate consolida și reîmprospăta mesajul în mintea audienței, asigurându-se că punctele importante sunt bine înțelese și reținute. Aceste gesturi vizuale adaugă nuanțe, accente și detalii suplimentare comunicării, permițând o înțelegere mai profundă și completă a mesajului transmis.

Pe lângă faptul că ușurează înțelegerea, ilustratorii pot juca și un rol important în captarea și menținerea atenției audienței. Un discurs dinamic, expresiv și captivant, îmbogățit cu gesturi relevante, poate crește nivelul de implicare și concentrare a

ascultătorilor, transformând experiența de comunicare într-una mai atractivă și memorabilă.

Ilustratorii reprezintă o punte importantă între canalele verbale și nonverbale ale comunicării, îmbunătățind semnificativ claritatea, impactul și eficiența mesajelor transmise. Prin înțelegerea și utilizarea judicioasă a acestor gesturi complementare, vorbitorii pot consolida conexiunea cu audiența, facilitând înțelegerea mai clară a ideilor prezentate și, de asemenea, pot transforma discursul într-o experiență mai captivantă.

3.1.3. Dispozițiile: expresiile feței

Chipul dă expresie în modul cel mai reușit trăirilor interioare; poate ajuta persoana să fie persuasivă când susține o problemă sau, din contră, poate trăda adevăratele trăiri. Niciunul dintre elementele comportamentului nonverbal nu întrunește caracterul de universalitate la nivel de semnificații conținute, așa cum se întâmplă cu mimica.

Anumite expresii faciale ale emoției, numite *dispoziții*, sunt universale. Paul Ekman, renumit psiholog american specializat în studiul emoțiilor și al expresiilor faciale, a constatat că oamenii pot exprima mai mult de 10.000 de expresii ale feței și că 2.000-3.000 dintre acestea au legătură directă cu emoțiile. Prin studiul fețelor, *nu se poate spune ce gândesc oamenii, ci doar ce simt ei*, este de părere profesorul american.

Ekman a identificat șase emoții de bază care sunt exprimate în mod universal prin expresii faciale distinctive: fericire, tristețe, frică, furie, dezgust și surpriză¹. Aceste expresii faciale sunt recunoscute și interpretate în mod similar de oameni din culturi și medii diferite, ceea ce sugerează că sunt înrădăcinate în biologia

1. P. Ekman, 2003, *Emotions revealed: Recognizing faces and feelings to improve communication and emotional life*, Times Books/Henry Holt and Co.

75 umană, și nu sunt doar constructe sociale. De exemplu, un zâmbet larg și ochii strânși sunt asociați cu fericirea, în timp ce sprâncenele ridicate, ochii deschiși larg și gura întredeschisă sunt asociate cu frica. Aceste expresii sunt înțelese în mod similar de oameni din toate colțurile lumii, indiferent de originea lor culturală sau geografică.

Ekman a dezvoltat și un sistem de codificare a acțiunilor faciale (*Facial Action Coding System*, FACS) care permite descompunerea expresiilor faciale în unități de acțiune musculară individuală. Acest sistem este folosit pe scară largă în cercetarea științifică, precum și în aplicații practice, cum ar fi detectarea minciunii sau recunoașterea emoțiilor în sistemele de inteligență artificială.

În plus, studiile lui Ekman au arătat că, deși expresiile faciale de bază sunt universale, există și diferențe culturale în modul în care oamenii le exprimă și le gestionează. De exemplu, în unele culturi, se consideră nepoliticoasă exprimarea anumitor emoții negative în public, astfel încât oamenii învață să le mascheze sau să le suprimă. Prin urmare, deși expresiile faciale de bază sunt înrădăcinate în biologia umană, modul în care sunt exprimate și interpretate este influențat și de norme culturale și sociale.

3.1.4. Reglatorii nonverballi

Sunt acele comportamente și acțiuni care guvernează, direcționează și/sau conduc conversația. Aceste semnale nonverbale, precum contactul vizual, mișcările capului, gestică, postura corporală și expresiile faciale transmit mesaje subtile, dar profunde cu privire la starea emoțională, atitudinile și intențiile participanților la interacțiune.

Contactul vizual și mișcările capului reprezintă unii dintre cei mai importanți reglatori nonverballi în cadrul conversațiilor. O privire atentă, însoțită de mișcări ușoare, discrete afirmative ale capului în sus și în jos, indică faptul că interlocutorul ascultă

activ și înțelege mesajul transmis. Aceste semne nonverbale creează o conexiune și o confirmare a înțelegerii reciproce, facilitând fluxul firesc al conversației. În schimb, evitarea contactului vizual sau mișcări nervoase și frecvente ale capului pot semnala plictiseală, neînțelegere, frustrare sau chiar ostilitate, sugerând o barieră în comunicare și necesitatea clarificării sau reluării mesajului.

Gestica și postura corporală exercită și ele un rol semnificativ în reglarea conversațiilor. Mișcările mâinilor pot accentua sau contrazice mesajul verbal, adăugând nuanțe suplimentare, sau chiar transmițând semnificații opuse cuvintelor rostite. De exemplu, o gestică energetică și expresivă poate sublinia entuziasmul sau implicarea vorbitorului. Expresiile faciale, precum zâmbetul, încruntarea sprâncenelor sau ridicarea acestora reprezintă canale nonverbale puternice pentru comunicarea emoțiilor și atitudinilor. Aceste expresii pot influența semnificativ modul în care mesajul este recepționat și interpretat de către interlocutor, facilitând sau obstrucționând înțelegerea și conexiunea dintre participanți. O distanță prea mare între interlocutori poate transmite semnale de dezinteres sau respingere, în timp ce o apropiere excesivă poate fi percepută ca o invadare a spațiului personal, generând disconfort sau tensiune în interacțiune. În ce privește distanța dintre interlocutori pe durata conversației, cel mai important aspect este natura relației dintre aceștia.

Din punctul de vedere al contextului cultural, ceea ce poate fi considerat politicos sau acceptabil într-o cultură, precum contactul vizual prelungit sau apropierea fizică, poate fi perceput ca ofensator sau nepoliticos în alte contexte culturale. Înțelegerea și respectarea acestor norme culturale specifice sunt de însemnătate majoră pentru a evita neînțelegerile sau ofensele involuntare și pentru a facilita o comunicare eficientă și armonioasă între interlocutori.

Conștientizarea și interpretarea corectă a acestor reglatori nonverbal, ținând cont de contextul cultural specific, sunt abilități absolut necesare pentru a construi conexiuni autentice și a facilita o comunicare eficientă și armonioasă între oameni.

3.1.5. Adaptorii

Sunt acțiuni kinezeice sau gesturi involuntare care servesc la reglarea stărilor emoționale sau a nevoilor fiziologice, cu rol în menținerea echilibrului emoțional și fizic al ființei umane. Aceste mișcări sau manifestări reprezintă, de fapt, mecanisme de adaptare inconștiente prin care corpul uman reacționează și se ajustează la diverse situații sau stări interioare potențial amenințătoare sau generatoare de stres. Adaptorul reprezintă o formă de răspuns automat și spontan la stimuli externi sau interni, permițând gestionarea și eliberarea de presiunile acumulate. De exemplu, scărpinaarea unei mâncărimi nu este neapărat o reacție la o iritație fizică, ci poate fi și un mecanism de apărare prin care corpul obține o formă de ușurare. Gestul de a bate ritmic cu pixul pe masă într-o situație stresantă reprezintă o cale de a elibera anxietatea, tensiunea sau nerăbdarea acumulată, permițându-i individului să se concentreze mai bine asupra sarcinii.

Adaptatorii pot lua forme variate, de la frecarea mâinilor sau mișcarea picioarelor la atingerea feței sau a părului, fiecare gest reflectând o stare emoțională sau o nevoie specifică a individului. Frecarea mâinilor poate fi un semn al neliniștii sau al temerii, dar, la fel de bine, mișcarea poate ajuta la încălzirea acestor extremități. Gesturi aparent banale, precum mișcarea ritmică a membrelor inferioare, atingerea părului, feței sau gâtului etc. sunt influențate de o serie de factori, precum mediul înconjurător, starea emoțională curentă sau chiar obiceiurile personale. Graba de a le acorda semnificații clare ori de a le încadra în anumite tipare fixe de interpretare trebuie reprimată, întrucât ele pot face parte din comportamentul obișnuit al persoanei, având caracterul unor deprinderi dobândite în timp. Astfel, unele persoane pot avea tendința de a-și freca mâinile în situații stresante, dar altele pot manifesta ticuri precum mișcarea picioarelor sau atingerea părului. Aceste comportamente sunt extrem de personalizate și reflectă strategiile unice de adaptare ale fiecărui individ.

Principală funcție a adaptorilor constă în reglarea emoțiilor și stărilor fizice, permițându-i persoanei să se adapteze în mod inconștient la diverse situații stresante, intimidante sau provocatoare. Prin aceste mecanisme de eliberare a tensiunii corpul și mintea găsesc modalități de a restabili echilibrul interior, pentru de a face față provocărilor sau amenințărilor percepute.

În concluzie, adaptorii reprezintă o parte fundamentală a comportamentului uman, reflectând capacitatea remarcabilă a corpului și a minții de a se adapta în mod inconștient la circumstanțele schimbătoare și de a menține un echilibru optim între starea emoțională și cea fizică. Aceste gesturi sunt, de fapt, expresii subtile, dar profunde, ale mecanismelor complexe de reglare și conformare la diverse situații.

3.2. Oculezica

Oculezica (contactul vizual, comportamentul privirii) poate fi definită drept modalitatea prin care indivizii își utilizează privirea în cadrul interacțiunilor sociale. Privirea este un canal esențial de comunicare nonverbală prin care se transmite o mulțitudine de mesaje, semnale și informații subtile, dar semnificative, cu privire la emoțiile, atitudinile și intențiile participanților la interacțiune. O caracteristică esențială a comportamentului privirii este menținerea contactului vizual în timpul conversațiilor sau schimburilor verbale. Acest contact vizual prelungit, pentru un interval de aproximativ 3-10 secunde, facilitează conexiunea și înțelegerea reciprocă între interlocutori. El sugerează implicare, interes și atenție acordată mesajului transmis. În schimb, prelungirea excesivă a contactului vizual dincolo de acest interval poate genera disconfort, fiind percepută ca o formă de agresivitate sau intimidare¹.

1. L.S. Bohannon, A.M. Herbert, J.B. Pelz, E.M. Rantanen, 2013, „Eye contact and video-mediated communication: A review”, *Displays*, vol. 34, nr. 2, pp. 177-185.

79 Durata și intensitatea contactului vizual sunt puternic influențate de norme culturale specifice. În culturile occidentale, menținerea contactului vizual este esențială pentru a transmite autenticitate și interes în comunicare, în timp ce absența sau evitarea privirii poate fi interpretată ca lipsă de implicare sau sinceritate. În schimb, în unele culturi orientale sau arabe, contactul vizual prelungit este considerat nepoliticos sau chiar ofensator, fiind văzut ca o formă de lipsă de respect sau provocare.

Dincolo de durata contactului vizual, orientarea și focalizarea privirii oferă informații suplimentare despre natura relației dintre interlocutori și despre gradul de apropiere sau intimitate resimțit. Privirea oficială, caracterizată printr-un contact vizual limitat și o expresie facială neutră, este specifică interacțiunilor formale sau profesionale și sugerează distanță și respect. În schimb, privirea intimă implică un contact vizual intens, susținut și o expresie facială caldă și deschisă, fiind caracteristică relațiilor intime sau situațiilor cu încărcătură emoțională sau sexuală.

În concluzie, comportamentul privirii sau oculistica este un canal important de transmitere a mesajelor nonverbale, prin semnale subtile, dar profunde, cu privire la emoțiile, atitudinile și intențiile participanților la interacțiune.

3.3. Olfactica

Olfactica (semnalele olfactive) se referă la simțul asupra mirosului, care îndeplinește o funcție biologică de mare însemnătate. Mirosul este unul dintre cele mai vechi și primitive simțuri ale ființelor vii, având un rol decisiv în supraviețuire și adaptare. La om, simțul mirosului este strâns legat de memorie și emoții, anumite arome putând evoca amintiri puternice sau stări afective specifice. De exemplu, mirosul de gutui coapte poate readuce amintiri din copilărie, iar aroma de vanilie poate induce o stare de calm și relaxare.

Deosebiri între clasele sociale pornind de la miros este un produs cultural parental, al educației, al religiei și al presiunii sociale. De-a lungul istoriei, mirosurile au fost asociate cu statutul social, clasele privilegiate folosind adesea parfumuri și miresme plăcute pentru a se distinge de clasele de jos. În societățile aristocratice, nobilii purtau parfumuri sofisticate și costisitoare, în timp ce țăranii și meșterii erau asociați cu mirosuri considerate neplăcute, precum transpirația sau mirosurile animaliere. Mai mult, aceste distincții susțin barierele sociale dintre grupuri și chiar justifică persecutarea, de către grupul dominant, a grupurilor subordonate. În Evul Mediu, de exemplu, oamenii bogați cumpărau parfumuri scumpe și arome pentru a diminua (acoperi) mirosurile considerate neplăcute ale claselor inferioare.

Boyd Gibbons afirmă că, în timpul celor două războaie mondiale, soldații germani și cei englezi pretindeau că pot identifica dușmanul cu ajutorul mirosului specific; pretențiile lor se bazau pe diferențele culturale și de igienă dintre popoare¹. Pretenții similare au mai fost relatate și în alte războaie, precum Războiul de Independență al Statelor Unite sau Războiul Crimeii.

Rămân neelucidate o serie de necunoscute, respectiv ce semnifică exact expresii de tipul: „miros înțepător”, „miros neplăcut”, „miros acru (înăcrit)” ori „miros dulceag”, „miros de prospețime” etc. Aceste expresii sunt subiective și depind de percepția individuală. Un obstacol în realizarea unei clasificări a mirosurilor îl reprezintă modurile diferite în care percep indivizii aceste mirosuri, în funcție de experiențele personale, contextul cultural și chiar factorii genetici. Unele persoane pot fi hipersensibile la anumite mirosuri, în timp ce altele le pot percepe cu dificultate, din cauza variațiilor genetice în receptorii olfactivi.

1. B. Gibbons, 1986, „The Intimate Sense of Smell”, *National Geographic*, vol. 170, nr. 3, pp. 324-361.

3.4. Haptica

Atingerea este profund ancorată la natura umană, fiind considerată de unii cercetători, de pildă Mark Knapp, cea mai primitivă formă de interacțiune, întrucât este strâns legată de simțurile fundamentale ale ființelor umane¹. Haptica (transmiterea de mesaje prin intermediul atingerii) nu este un cod universal, ci este puternic influențată și mediată de norme culturale și sociale specifice. Natura atingerii, semnificațiile și impactul acesteia variază în funcție de mai mulți factori contextuali, precum relația dintre interlocutori, locul și durata atingerii, intensitatea sau presiunea aplicată, zona corporală atinsă (de exemplu, mâna sau brațul), mediul în care are loc atingerea (public sau privat), precum și intenția din spatele gestului (dacă este intenționată sau pur accidentală). Aceste variații reflectă diferențele culturale profunde în ceea ce privește percepția asupra atingerii și a semnificațiilor asociate acesteia.

În unele culturi, atingerea este văzută ca un gest de apropiere, intimitate și conexiune, în timp ce în altele poate fi considerată o încălcare a spațiului personal și ca o formă de agresiune². De exemplu, în cultura japoneză și în cea americană, este acceptabil ca femeile să se atingă între ele, dar nu și bărbații, în timp ce în culturile coreeană și portorică situația este inversă – bărbații pot manifesta un anumit grad de atingere reciprocă, dar nu și femeile. Aceste diferențe culturale reflectă atitudini și valori profund înrădăcinate în societățile respective cu privire la rolurile de gen, spațiul personal și conceptul de intimitate. Ele evidențiază modul în care atingerea este percepută și interpretată în funcție de contextul sociocultural specific, putând transmite o

-
1. M. Knapp, J. Hall, 2006, *Nonverbal communication in human interaction*, Wadsworth/Thomson Learning, Belmont.
 2. A. Gallace, C. Spence, 2010, „The science of interpersonal touch: An overview”, *Neuroscience & Biobehavioral Reviews*, nr. 34, pp. 246-259.

varietate de mesaje, de la afecțiune și susținere la dominanță sau chiar agresivitate. 82

Unii indivizi pot dezvolta o evitare a atingerii, simțind disconfort sau anxietate în situații care solicită această formă de interacțiune tactilă. Acest lucru poate fi determinat de experiențe negative anterioare, de norme culturale restrictive sau de preferințe personale legate de spațiul personal și intimitate.

Haptica sau comunicarea tactilă reprezintă o formă complexă și nuanțată de interacțiune nonverbală, profund influențată de contextul cultural și social, dar și de relația și dinamica specifice dintre interlocutori. Respectarea normelor și semnificațiilor asociate atingerii în diferite contexte culturale poate condiționa o comunicare eficientă, empatică și armonioasă între oameni.

Capitolul 4

Forme alternative de transmitere a conținuturilor nonverbale

4.1. Artefactele și vestimentația

Artefactele – de pildă, bijuteriile, accesoriile vestimentare și elementele decorative – reprezintă simboluri vizuale puternice care comunică mesaje complexe în cadrul interacțiunilor sociale. Una dintre funcțiile esențiale ale artefactelor este de a exprima și a consolida identitatea individuală și de grup. Alegerea bijuteriilor, culorilor sau accesoriilor vestimentare nu este niciodată întâmplătoare, ci reprezintă o formă de autoexprimare și de afirmare a sinelui¹. De exemplu, purtarea unui inel cu sigiliu poate semnifica afilierea la o anumită familie nobilă, în timp ce alegerea unei eșarfe cu un anumit model sau culoare poate reflecta afinitatea pentru un anumit stil artistic sau mișcare culturală.

Artefactele au, de asemenea, un rol semnificativ în indicarea statutului social și a poziției ierarhice a individului. În multe

1. S.L. Thorne, 2003, „Artifacts and cultures-of-use in intercultural communication”, *Language Learning & Technology*, vol. 7, nr. 2, pp. 38-67.

culturi, bijuteriile elaborate și articolele vestimentare sofisticate au fost utilizate de clasele privilegiate ca modalități de a-și afișa bogăția și rangul superior. Chiar și în societățile moderne, alegerea unor accesorii de lux sau a unor piese vestimentare de marcă poate transmite un mesaj subtil despre statutul financiar sau aspirațiile sociale ale purtătorului. Artefactele au și o puternică dimensiune culturală, reflectând tradițiile, valorile și practicile specifice ale diferitelor grupuri etnice sau religioase. De exemplu, purtarea unui turban de către un bărbat sikh sau a unui voal de către o femeie musulmană nu reprezintă doar o opțiune vestimentară, ci un simbol al identității culturale și al credințelor religioase. Aceste artefacte transmit mesaje cu privire la moștenirea culturală, obiceiurile și sistemele de valori ale grupului respectiv.

Observarea atentă a elementelor vestimentare, a accesoriilor și a trăsăturilor fizice poate oferi indicii valoroase despre proveniența etnică, statutul social sau ocupația unei persoane, permițând o mai bună înțelegere a perspectivelor și experiențelor sale de viață. Prin intermediul artefactelor și al aspectului fizic se transmit mesaje complexe legate de identitate, statut social și afiliere culturală. Aceste simboluri vizuale puternice facilitează autoexprimarea, afirmarea valorilor și tradițiilor, precum și înțelegerea reciprocă între indivizi provenind din medii și culturi diverse.

Îmbrăcămintea are trei funcții principale: siguranță și confort, respectarea normelor de modestie și exprimarea identității culturale. Confortul și mai ales siguranța sunt prioritare pentru desfășurarea activităților zilnice în condiții optime. Cât privește modestia, normele sociale și culturale impun anumite coduri vestimentare, mai ales în spațiile publice sau la locul de muncă. De pildă, în multe companii se cere o ținută office, care să inspire profesionalism și respect, precum cămăși, pantaloni sau fuste sobre, evitându-se hainele prea decoltate, scurte sau strâmte.

85 Dincolo de aspectele practice pe care le are (siguranță, confort, stil personal), vestimentația este purtătoarea etalonului identității culturale a fiecăruia. Culorile vii, croielile tradiționale, accesoriile specifice sau materialele naturale folosite sunt adesea specifice anumitor tradiții sau obiceiuri. Portul popular, de exemplu, este o modalitate de a celebra și a transmite moștenirea culturală, precum ia românească brodată manual, fustele ample colorate sau opincile din piele.

Oamenii emit multe judecăți bazate pe modul în care o persoană este îmbrăcată. De exemplu, într-o situație de interviu de angajare, tipul de îmbrăcăminte este un factor important. În timpul interviului, felul în care arată viitorul posibil angajat are un prim impact asupra celor în fața cărora se prezintă; urmează, ca importanță, contactul vizual, expresia facială și gesturile. Chiar fără legătură cu ocupația, îmbrăcăminte stabilă este o diferență în modul în care oamenii sunt percepuți. De la interviul inițial la activitățile profesionale, îmbrăcăminte adecvată este necesară pentru a menține o imagine potrivită în relațiile cu ceilalți, fie colegi, șefi sau clienți.

Semnificațiile transmise prin intermediul vestimentației afectează profund percepția și gândirea nu numai pentru cel care le vede, dar și pentru persoana care o poartă¹.

Această afirmație subliniază importanța semnificativă a vestimentației în formarea impresiilor și în modul în care se percepe persoana pe ea însăși, dar și modul în care este percepută de către cei din jur. Alegerea unei ținute adecvate are un impact psihologic atât asupra purtătorului, cât și asupra celor din jur, influențând starea de spirit, încrederea în sine și modul în care este făcută evaluarea de către ceilalți. Este un lucru experimentat, în principiu, de oricine faptul că o vestimentație adaptată contextului

1. M. Molloy, 1989, *Fundamentals of Performance Modeling*, MacMillan General Reference, pp. 38-39.

în care se află într-un moment sau altul conferă un sentiment de încredere, o stare – în general – pozitivă. Purtarea unor haine potrivite pentru o anumită ocazie sau mediu creează confort fizic și psihologic, încredere în sine.

Percepția oamenilor este sporită de conștientizarea faptului că ei se încadrează în structura comportamentală adecvată culturii din care fac parte. Îmbrăcămintea este un simbol al identității culturale și al apartenenței la un anumit grup social, iar conformarea la normele vestimentare ale grupului conferă un sentiment de acceptare și de încadrare în context. În mod intuitiv, omul este conștient de faptul că latura vestimentară îi influențează relațiile cu ceilalți. Alegerile vestimentare transmit anumite semnale despre importanța acordată aspectului general și modul în care individul se prezintă în fața celorlalți. Pe această cale își face, parțial, cunoscute personalitatea, valorile și statutul social, influențând modul în care este perceput și tratat de ceilalți. De exemplu, în cadrul organizației purtarea vestimentației adecvate este o cerință fundamentală pentru a câștiga credibilitate: vestimentația trebuie să asigure interfața culturii organizaționale. Companiile au adesea coduri vestimentare specifice care reflectă valorile, standardele și imaginea pe care doresc să o proiecteze, iar respectarea acestor norme este esențială pentru a fi perceput ca un membru de încredere și respectabil al organizației.

4.2. Cronemica

Percepția și utilizarea timpului de către diferite societăți și grupuri umane constituie o dimensiune profund culturală. Conceptul de cronemică, introdus de Edward T. Hall¹, ilustrează modul în care fiecare cultură abordează timpul într-o manieră

1. E.T. Hall, 1988, „The Hidden Dimensions of Time and Space in Today's World”, în F. Poyatos (ed.), *Crosscultural Perspectives in Nonverbal Communication*, Hogrefe, Toronto.

- 87 distinctă, reflectând valori, credințe și norme sociale specifice. Distincția fundamentală realizată de Hall între timpul monocronic și timpul policronic subliniază diferențele esențiale în modul de organizare și prioritizare a activităților și interacțiunilor sociale.

Culturile monocronice, precum cele occidentale, percep timpul ca fiind liniar, cuantificabil și divizibil în unități precise precum ore, minute și secunde. Această viziune se reflectă în organizarea riguroasă a activităților, cu accent pe eficiență, punctualitate și respectarea strictă a programelor și termenelor-limită. De exemplu, întâlnirile de afaceri sunt planificate cu precizie, iar întârzierile sunt considerate nepoliticoase, deoarece perturbă fluxul organizat al evenimentelor.

În contrast, culturile policronice, precum cele din America Latină, Orientul Mijlociu sau anumite regiuni ale Asiei abordează timpul ca fiind un flux continuu, în care activitățile se desfășoară în paralel și sunt puternic influențate de contextul social și relațional. În aceste culturi, prioritatea este acordată interacțiunilor interpersonale, iar respectarea riguroasă a programelor este mai puțin importantă. De exemplu, este acceptabilă întreruperea unei activități pentru a purta o conversație sau a acorda atenție unei persoane care a sosit, deoarece menținerea relațiilor sociale este considerată mai valoroasă decât respectarea strictă a orarului.

Dincolo de aceste diferențe în percepția timpului este important rolul central pe care calendarele îl au în structurarea vieții sociale și culturale a diferitelor comunități. Potrivit lui L.E. Doggett, în multe culturi, calendarele sunt considerate aproape sacre și servesc drept sursă a ordinii sociale și a identității culturale¹. Calendarele nu sunt simple instrumente de măsurare a timpului, ci reflectă valorile, credințele și tradițiile profund înrădăcinate

1. L.E. Doggett, 1992, „Calendars”, în K. Seidelmann (ed.), *Explanatory Supplement to the Astronomical Almanac*, US Naval Observatory, University Science Books Company, Mill Valley.

ale unei culturi, modelând felul în care oamenii interacționează, lucrează, se odihnesc și celebrează. În culturile agricole, de exemplu, calendarul este strâns legat de ciclurile naturale și determină perioadele cruciale pentru semănat, cultivare și recoltare, precum și ritualurile și sărbătorile asociate acestor activități. În societățile moderne, în schimb, calendarul dictează programul de lucru, vacanțele și sărbătorile legale, influențând modul în care oamenii își organizează viața profesională și personală. Chiar și evenimentele importante ale vieții, precum nașterile, căsătoriile sau funeraliile, sunt adesea planificate în funcție de calendarul cultural și de semnificațiile simbolice atribuite anumitor date sau perioade. Acest lucru evidențiază strânsa legătură dintre percepția timpului și identitatea culturală a unui grup social, calendarele reprezentând o modalitate de a structura și da sens experienței umane în contextul specific al fiecărei culturi.

Modul în care diferite culturi percep și utilizează timpul reflectă profund sistemele lor de valori, credințe și norme sociale. Atenția acordată acestor diferențe culturale în abordarea timpului este de însemnătate majoră pentru a facilita comunicarea eficientă, a evita neînțelegerile și a promova respectul și aprecierea reciprocă între grupuri și comunități diverse.

O altă dimensiune importantă a vieții sociale umane în care este timpul implicat o reprezintă *punctualitatea*. În cadrul interacțiunilor sociale și profesionale aceasta transmite semnificații rezonante cu privire la respectul, disciplina, seriozitatea și nivelul de maturitate al persoanei. Punctualitatea nu este o simplă chestiune de a respecta un orar, ci reprezintă o expresie a considerației și a prețuirii acordate timpului și eforturilor celorlalți. Respectarea criteriului punctualității în cadrul diferitelor întâlniri, evenimente sau angajamente transmite un mesaj accentuat de respect față de interlocutori. Se arată aprecierea și valorizarea timpului și a efortului depus pentru pregătire și participarea lor la respective activitate. În schimb, întârzierile repetate pot fi interpretate ca un semn de lipsă de respect, nepăsare sau chiar aroganță față de ceilalți participanți, sugerând neacordarea importanței cuvenite angajamentelor asumate.

89 Punctualitatea reflectă, de asemenea, nivelul de disciplină și organizare al unei persoane. Cei care reușesc să-și onoreze la timp angajamentele demonstrează că au abilitatea de a-și gestiona eficient timpul, de a-și stabili priorități și de a-și planifica activitățile în mod corespunzător. Este o calitate foarte apreciată în mediul profesional, unde respectarea termenelor-limită, alături de gestionarea eficientă a resurselor sunt esențiale pentru succesul proiectelor și al afacerilor. În plus, punctualitatea este un indiciu al maturității emoționale și al respectului de sine. Persoanele punctuale arată că sunt capabile să-și onoreze angajamentele și promisiunile făcute, chiar și atunci când situațiile devin dificile sau stresante.

În cele din urmă, punctualitatea reprezintă o trăsătură de caracter ce contribuie semnificativ la formarea unei impresii pozitive despre o persoană, transmitând mesaje despre responsabilitate, seriozitate și demnitate personală.

În opinia lui Robert Levine, *așteptarea*, consecința modului în care timpul este utilizat, are două funcții principale: în primul rând, indivizii au tendința – prezentă la un nivel inconștient – de a evalua gradul de importanță al unei persoane în funcție de durata timpului în care se lasă așteptată¹. Cu cât prestigiul persoanei este mai ridicat, cu atât și răbdarea oamenilor de a aștepta este mai mare. De exemplu, oamenii sunt dispuși să aștepte mai mult timp pentru a fi primiți de un medic renumit sau un lider politic influent decât pentru a fi primiți de o persoană obișnuită. În al doilea rând, în cele mai multe cazuri, oamenii au tendința de a valoriza ceva pentru care au așteptat, considerându-l mai valoros, și de a devaloriza ceea ce vine ușor, fără efort. Această tendință poate fi observată în diverse situații, precum așteptarea pentru un produs de lux sau pentru un eveniment special. Levine susține că această percepție a valorii prin prisma așteptării este

1. R. Levine, 2006, *A Geography of Time: The Temporal Misadventures of a Social Psychologist, or How Every Culture Keeps Time Just a Little Bit Differently*, One World Book, Oxford.

profund înrădăcinată în psihicul uman și influențează modul în care oamenii interacționează și iau decizii în viața de zi cu zi¹. Totodată, timpul este ultimul simbol al dominării. Cei ce controlează timpul celorlalți au putere. Acest lucru se poate observa în modul în care șefii și superiorii ierarhici dictează programul de lucru și termenele limită pentru angajați sau în modul în care unele culturi sunt mai punctuale și respectă cu strictețe orele stabilite, în timp ce altele au o abordare mai relaxată față de timp. Potrivit aceluiași autor, regulile și principiile care guvernează așteptarea – cine așteaptă în față, cine așteaptă în spate și cine nu așteaptă deloc – reprezintă o parte integrantă a limbajului unei culturi, rareori exprimată în cuvinte, dar purtând un mesaj care este mai „vocal” decât cuvintele. De exemplu, în unele culturi, este considerat nepoliticos ca cineva să se bage în față la o coadă, în timp ce în altele acest lucru este acceptabil și chiar așteptat în anumite situații. Aceste reguli nescrise reflectă valorile și normele sociale ale unei culturi și pot fi extrem de puternice, chiar dacă nu sunt exprimate în mod explicit.

Individul uman manifestă tendința de a pune semnul egalității între timpul pe care cineva îl petrece discutând cu el și importanța pe care el o prezintă pentru respectiva persoană. Această percepție este bazată pe premisa că timpul este o resursă valoroasă și limitată, iar alocarea sa reflectă prioritățile și aprecierea pe care o acordă individul. De exemplu, dacă un prieten sau un coleg de muncă petrece mult timp discutând cu o persoană, aceasta va fi tentată să creadă că respectivul coleg îi acordă o importanță semnificativă. În schimb, dacă interacțiunile sunt limitate sau scurte, interpretarea este că respectiva persoană nu reprezintă o prioritate sau nu este apreciată în mod corespunzător. Această tendință de a judeca importanța acordată cuiva în funcție de nivelul de timp petrecut împreună este prezentă în diverse situații sociale și profesionale. Într-o situație de interviu de angajare, de exemplu, o audiență de doar cinci minute va crea

1. R. Levine, *op. cit.*, p. 30.

- 91 impresia că interviewatul nu este serios în privința slujbei sau că interviewerul nu îl consideră un candidat potrivit. Pe de altă parte, o întâlnire prelungită poate transmite un semnal pozitiv de interes și considerație.

În mediul de afaceri, gestionarea eficientă a timpului în cadrul întâlnirilor și discuțiilor este esențială pentru a demonstra respect și a stabili prioritățile. Dacă un manager petrece mult timp discutând cu un angajat, ceilalți membri ai echipei pot interpreta acest lucru ca pe un semn că respectivul angajat este favorizat sau că problemele sale sunt considerate mai importante.

Cronemica sau gestionarea timpului în comunicare este, prin urmare, un mecanism nonverbal important ce transmite mesaje subtile despre prioritățile, respectul și interesul individului. Într-o varietate de moduri, manipularea timpului, cum ar fi întârzierile, prelungirea sau scurtarea interacțiunilor trimite mesaje puternice cu privire la atitudinile și intențiile persoanei.

4.3. Proxemica

Proxemica, termen introdus de antropologul Edward T. Hall, se referă la studiul relației dintre percepția spațiului și comportamentul comunicațional al indivizilor¹. În substanța ei, proxemica este un element corelat cu felul în care omul se raportează la spațiu, în cadrul interacțiunilor cotidiene. Adaptarea spațiului în acord cu nevoile pe care le are persoana la un moment dat are o însemnătate certă, întrucât aceasta influențează gradul de confort/disconfort ori chiar percepția asupra unei persoane sau situații, în funcție de respectarea sau încălcarea spațiului personal.

O dimensiune definitorie a proxemicii este noțiunea de „teritoriu” sau spațiu fizic. Oamenii tind să organizeze și să delimiteze spațiul înconjurător în mod instinctiv, stabilind granițe invizibile ce marchează domeniul lor personal sau al grupului din care fac

1. E.T. Hall, *op. cit.*

parte. Aceste teritorii pot varia de la spații intime, precum casa sau dormitorul, până la zone semipublice, de tipul locului de muncă, ori chiar spații publice – parcuri sau piețe. Alături de teritoriul fizic, proxemica abordează și conceptul de „spațiu personal”, care reprezintă o zonă invizibilă, de natură psihologică și perceptuală, pe care fiecare individ o poartă în jurul său. Această „bulă” spațială este esențială pentru menținerea unui sentiment de confort, intimitate și siguranță în cadrul interacțiunilor sociale. Încălcarea zonei de spațiu personal poate genera reacții de anxietate, disconfort sau chiar ostilitate în funcție de normele culturale și de contextul specific.

În societățile occidentale este preferată menținerea unei distanțe mai mari în interacțiunile cu persoane necunoscute, în timp ce în unele culturi asiatice sau arabe distanțele interpersonale sunt în general mai mici și considerate acceptabile. Aceste diferențe culturale sunt reflectate și în delimitarea distanțelor specifice pentru diverse tipuri de interacțiuni sociale¹. În culturile occidentale se face distincție clară între distanța intimă (rezervată partenerilor apropiați), distanța personală (pentru conversații private cu prieteni sau rude), distanța socială (pentru interacțiuni formale sau publice) și distanța publică (pentru prezentări sau discursuri în fața unui public numeros). În schimb, în unele culturi asiatice sau arabe aceste distincții pot fi diferite sau chiar inexistente. Percepția spațiului personal poate varia și în funcție de alți factori precum vârsta, genul sau statutul social al indivizilor implicați în interacțiune. Aceste diferențe subliniază importanța înțelegerii și respectării normelor culturale și sociale specifice atunci când se interacționează cu persoane provenind din medii diverse.

Proxemica reprezintă așadar un domeniu util pentru înțelegerea modului în care diferitele culturi și grupuri sociale percep și utilizează spațiul fizic și personal în cadrul interacțiunilor

1. J. Lomranz, 1976, „Cultural Variations in Personal Space”, *The Journal of Social Psychology*, vol. 99, nr. 1, pp. 21-27.

- 93 umane. Conformarea la aceste norme contribuie la o comunicare eficientă, la evitarea neînțelegerilor și la promovarea armoniei și a respectului reciproc în relațiile interpersonale și interculturale.

Edward Hall a încadrat noțiunea de proxemică în sfera structurării inconștiente a spațiului. El a identificat câteva tipuri de distanțe între indivizi, pentru a defini natura relației. Le dezvoltăm în continuare.

4.3.1. Distanța intimă

Cuprinsă între 0 și 45 cm, este considerată inacceptabilă în organizații și mediile profesionale. Această proximitate extremă este rezervată relațiilor intime, familiale sau prietenești foarte strânse. În organizații, o astfel de apropiere poate fi percepută ca invadatoare a spațiului personal și poate genera disconfort sau chiar ostilitate. Faza apropiată, practic atingerea propriu-zisă, și faza de depărtare, între 15 și 45 cm, sunt adecvate doar în situații excepționale, cum ar fi oferirea de îngrijiri medicale sau asistență personală. În general, în mediul profesional, se recomandă menținerea unei distanțe personale sau sociale, care permite o comunicare eficientă fără a încălca spațiul personal al celorlalți. Excepțiile ar putea fi anumite situații sociale informale, cum ar fi petrecerile sau evenimentele de socializare instituțională.

4.3.2. Distanța personală

Fiecare individ are un „balon personal” sau spațiu protectiv în jurul său, care este o graniță invizibilă între sine și cei din jur. Acest balon personal însoțește persoana, extinzându-se și contractându-se, în funcție de circumstanțele dictate de elementele fiecărei interacțiuni. În faza apropiată, persoana se simte confortabil în a-i accepta pe cei dragi, precum membrii familiei sau prietenii apropiați, în această zonă intimă.

În faza de distanță, atingerea cuiva, strângerea de mână sau îmbrățișarea persoanelor cunoscute, prilej pot fi detectate detalii precum mirosul parfumului sau expresiile feței. Distanța personală variază în funcție de cultură, vârstă, gen și relația dintre persoane. De exemplu, în unele culturi, distanța personală este mai mică, iar oamenii stau mai aproape unii de alții în conversații, în timp ce în alte culturi, se preferă o distanță mai mare. De asemenea, persoanele în vârstă sau cele cu un statut social mai înalt pot prefera o distanță mai mare, în timp ce tinerii sau persoanele cu un statut inferior pot fi mai confortabile cu o distanță mai mică.

4.3.3. Distanța socială

Există o serie de factori suplimentari ce influențează modul în care oamenii percep și gestionează distanța interpersonală în cadrul interacțiunilor sociale, dincolo de normele și convențiile culturale generale. Acești factori includ vârsta, genul, natura relației dintre participanți, contextul fizic al interacțiunii, precum și etniile și backgroundurile culturale specifice ale indivizilor implicați. Vârsta reprezintă un factor determinant în preferințele legate de distanța interpersonală. Persoanele în vârstă tind să favorizeze distanțe mai mari în interacțiunile sociale, posibil datorită unei nevoi crescute de intimitate și spațiu personal, dar și ca urmare a normelor culturale și sociale ce promovează respectul pentru vârstnici. Aceste preferințe pot reflecta, de asemenea, nevoia de a menține un anumit nivel de formalitate și distanță în relațiile interpersonale, specific generațiilor mai în vârstă. Genul este, la rândul său, un factor care poate influența așteptările și obiceiurile legate de spațiul personal în timpul conversațiilor. În unele culturi, femeile sunt încurajate să mențină o distanță mai mare față de bărbați în contexte profesionale sau publice, ca o formă de respect și protecție. În schimb, în alte culturi, distanța interpersonală este percepută în mod similar de

- 95 ambele sexe, fără a exista diferențe semnificative legate de gen. Natura relației dintre interlocutori joacă, de asemenea, un rol esențial în determinarea distanței interpersonale adecvate. În relațiile profesionale se așteaptă, în general, o distanță mai mare, pentru a menține un anumit nivel de formalitate și respect. Această distanță mai mare facilitează și menținerea unor granițe clare între viața profesională și cea personală. Contextul fizic al interacțiunii poate impune, la rândul său, anumite limite și așteptări legate de distanța interpersonală acceptabilă. Într-un birou sau într-un spațiu închis distanțele interpersonale pot fi mai mici datorită limitărilor spațiale, în timp ce în spații deschise sau publice oamenii tind să prefere distanțe mai mari pentru a evita invadarea reciprocă a spațiului personal.

În cele din urmă, etnia și backgroundul cultural specific al participanților la procesul de comunicare reprezintă criterii de care trebui să se țină seama în modelarea percepțiilor și practicilor legate de distanța interpersonală adecvată. Unele culturi, precum cele din America Latină sau Orientul Mijlociu, favorizează distanțe interpersonale mai mici, considerându-le un semn de apropiere și conexiune, în timp ce culturile din spațiul nordic sau anglo-saxon preferă, în general, distanțe mai mari în interacțiunile sociale, văzute ca o expresie a respectului și a nevoii de spațiu personal. Acești mulți factori care influențează percepția distanței interpersonale demonstrează complexitatea acestui aspect al comunicării nonverbale și necesitatea înțelegerii și respectării normelor și preferințelor specifice ale interlocutorilor, pentru a facilita o interacțiune armonioasă și confortabilă pentru toți participanții implicați.

4.3.4. Distanța publică

Se manifestă în spațiul public, în situații precum discursurile, prezentările sau conferințele. Aceasta poate varia între 3,6 și 7,6 metri și este utilizată când o persoană se adresează unui

public mai larg, fie că este vorba despre o prelegere în fața cursanților, o prezentare în fața colegilor sau un discurs ținut în fața unei audiențe numeroase. Distanța publică permite oratorului să fie perceput în mod clar de către toți participanții, facilitând transmiterea eficientă a mesajului. De asemenea, această distanță conferă un anumit grad de formalitate și de autoritate persoanei care ia cuvântul, subliniind caracterul oficial al evenimentului. Utilizarea adecvată a distanței publice contribuie la crearea unei atmosfere propice comunicării și la îmbunătățirea impactului mesajului transmis.

Capitolul 5

Componente paraverbale ale comunicării

5.1. Relevanța elementelor paraverbale în procesul de semnificație

Paralimbajul reprezintă acea componentă a comunicării care însoțește și îmbogățește mesajul verbal, aducând semnificații suplimentare și nuanțe emoționale prin intermediul calităților vocii, al vocalizărilor și al altor sunete nonverbale¹.

Calitățile vocii, precum intensitatea (variind de la șoaptă la strigăt), ritmul, tempoul, articularea și rezonanța vocală (tonalitatea, de la nazală la guturală), transmit informații subtile, dar valoroase despre starea emoțională, atitudinea și intențiile vorbitorului. Un ton vesel și energic poate semnala o dispoziție bună, în timp ce un ton monoton și lipsit de inflexiuni poate indica plictiseală, tristețe sau chiar dezinteres. Aceste nuanțe vocale completează și aduc nuanțe specifice mesajului verbal, permițând o înțelegere mai profundă a intenției și a emoțiilor transmise de vorbitor.

1. A.B. van Zant, J. Berger, 2020, „How the voice persuades”, *Journal of Personality and Social Psychology*, vol. 118, nr. 4, pp. 661-682.

Vocalizările paralingvistice, cum ar fi râsul, plânsul, suspinul, eructația, înghițitul, sforăitul sau sughițul, reprezintă o altă categorie importantă a paralimbajului. Sunt sunete nonverbale emise în mod spontan în timpul comunicării și pot transmite o gamă largă de emoții și stări interioare, de la bucurie și amuzament până la tristețe, frustrare sau chiar durere fizică. Ele adaugă o dimensiune emoțională suplimentară mesajului verbal, permițând o exprimare mai autentică și mai nuanțată a trăirilor interioare. „Noninfluențele” sau sunetele aparent banale, deoarece sunt lipsite de conținut semantic, precum „hm”, „ah” și „uh”, pot transmite o varietate de semnificații, precum ezitarea, încurajarea ori alte stări emoționale subtile, în funcție de context și de modul în care sunt emise. Un aspect important este faptul că liniștea, sau absența deliberată a vorbirii, este considerată o formă semnificativă de transmitere nonverbală a mesajelor. Astfel, o pauză lungă în timpul unei conversații poate transmite incertitudine, îndoială sau poate indica faptul că vorbitorul își cântărește cu atenție următoarele cuvinte. Prin urmare, liniștea poate fi o modalitate subtilă de a transmite mesaje și semnificații complexe.

Vocalele sunt esențiale pentru formarea sunetelor și a cuvintelor inteligibile, în timp ce consoanele oferă claritate și articulare, permițând formarea unor sunete distincte. Fără aceste componente fundamentale vorbirea ar fi neclară și neinteligibilă. În esență, paralimbajul reprezintă o dimensiune esențială a comunicării umane, aducând nuanțe emoționale, intenții și semnificații suplimentare mesajelor verbale.

Este o realitate de necontestat faptul că abilitățile lingvistice sunt profund înrădăcinate în biologia speciei umane și, prin urmare, în capacitatea înăscută a copiilor de a produce și a combina sunete în mod natural. Indiferent de cultura sau mediul în care se nasc, toți copiii sunt capabili să emită o gamă largă de sunete încă din primele luni de viață, înainte de a învăța limba specifică a mediului lor. Această capacitate universală de a produce sunete aparținând tuturor sistemelor lingvistice demonstrează că

99 abilitățile de comunicare verbală sunt profund înrădăcinate în natura umană, respectiv că nu sunt pur și simplu achiziții culturale. Deși nu pot încă forma cuvinte sau fraze coerente, sugarii „practică” un „limbaj comun” prin combinarea sunetelor în silabe care se regăsesc în toate limbile lumii. Acest fenomen sugerează că limbajul nu a fost inventat de oameni, ci a evoluat în mod natural ca o capacitate universală a speciei umane, permițându-i individului să comunice și să-și exprime gândurile și emoțiile complexe. Este vorba de o capacitate înnăscută de a produce și a combina sunete în silabe, aspect despre care se poate afirma că reprezintă fundamentul pentru dezvoltarea ulterioară a limbajului articulat și a complexelor sisteme lingvistice¹. De exemplu, limbile numite tonale, precum chineza, sunt ilustrative pentru modul în care sunete aparent similare pot transmite semnificații complet diferite, în funcție de modulațiile tonale. Acest lucru evidențiază complexitatea și ingeniozitatea sistemelor lingvistice dezvoltate de omenire pentru a comunica și a exprima o gamă vastă de semnificații și nuanțe.

De fapt, se poate vorbi despre caracterul universal și profund înnăscut al abilităților lingvistice umane, care transcend barierele culturale și sunt fundamentate în biologia umană comună. Capacitatea de a produce și a combina sunete în mod natural reprezintă baza pentru dezvoltarea limbajului articulat și a sistemelor de comunicare complexe ce definesc specia umană, permițând exprimarea gândurilor, a emoțiilor și a experiențelor într-o infinitate de moduri nuanțate.

Cercetătorii Zuckerman și Miyake au introdus conceptul de „stereotip al atractivității vocale”². Această idee se bazează pe

-
1. J.J. Bolhuis, I. Tattersall, N. Chomsky, R.C. Berwick, 2014, „How Could Language Have Evolved?”, *PLoS Biology*, vol. 12, nr. 8, art. nr. e1001934, doi:10.1371
 2. M. Zuckerman, K. Miyake, 1993, „The attractive voice: What makes it so?”, *Journal of Nonverbal Behavior*, vol. 17, nr. 2, pp. 119-135, <https://doi.org/10.1007/BF01001960>

premise că vocea unei persoane joacă un rol similar cu atractivitatea fizică în percepția și evaluarea celorlalți. La fel cum trăsăturile fizice atractive tind să fie asociate cu calități pozitive precum inteligența sau succesul, o voce plăcută poate induce impresii favorabile legate de personalitate și competență. Cei doi specialiști au identificat anumite caracteristici ale vocii care sunt percepute în mod obișnuit ca fiind atractive, precum sonorizarea profundă, rezonanța și articularea clară. Aceste voci sunt descrise ca fiind calde și plăcute la auz, asociate cu trăsături de personalitate precum încrederea, autoritatea și prezența de spirit. O voce masculină profundă și puternică sau o voce feminină caldă și sonoră poate crea o impresie de credibilitate, competență și autoritate. În contrast, vocile percepute ca neatractive au caracteristici opuse, precum stridența, nazalitatea, monotonia sau lipsa de intensitate. Vocile stridente sau țipătoare sunt adesea asociate cu impresii negative precum iritabilitatea, agresivitatea sau lipsa de încredere, în timp ce vocile nazale pot fi interpretate ca plictisitoare sau lipsite de pasiune. Monotonia vocală poate induce ascultătorului lipsa de interes sau plictiseală, în timp ce o voce slabă sau de intensitate slabă poate fi percepută ca lipsită de autoritate sau prezență. Deși aceste asocieri dintre calitățile vocii și trăsăturile de personalitate percepute sunt subiective și pot fi considerate stereotipuri, ele demonstrează impactul profund pe care îl are vocea în procesul de evaluare și formare a primelor impresii despre o persoană. Prin urmare, vocea reprezintă un instrument relevant în transmiterea mesajelor, a emoțiilor și a personalității în interacțiunile sociale și profesionale. Conștientizarea impactului vocii și a modului în care este ea percepută poate ajuta la îmbunătățirea abilităților de comunicare și la crearea de impresii favorabile în diverse contexte, de la discursuri publice până la prezentări profesionale sau interacțiuni interpersonale.

Parte a canalului paralingvistic, tăcerea înseamnă absența vorbirii sau a sunetului vocal. Potrivit lui Charles Braithwaite, tăcerea reprezintă o componentă nonverbală centrală în vorbirea

- 101 oricărei comunități¹. Autorul este de părere că anumite funcții comunicative ale tăcerii pot fi universale și nu variază de la o cultură la alta. Mai argumentează că, printre nativii grupurilor americane, japoneze, japonezo-americane din Hawaii și oamenii din mediul rural al Appalachiei, utilizarea tăcerii ca act comunicativ este asociată cu comunicarea situațiilor în care există o distribuție cunoscută și inegală de putere printre interlocutori. Cu alte cuvinte, când își recunosc în mod conștient diferența de statut, interlocutorii utilizează voit tăcerea ca un semn de respect și supunere față de cei cu autoritate mai mare. De exemplu, în culturile tradiționale precum cele din Asia de Sud-Est sau în unele comunități indigene din America, copiii sunt învățați de mici să tacă în prezența adulților, iar subordonații adoptă o atitudine tăcută în fața superiorilor lor, ca semn de respect și ascultare. Această practică este încă răspândită în multe societăți, mai ales în cele cu o structură ierarhică puternică precum Japonia sau China.

Indivizii pot alege să tacă, drept răspuns la o varietate de stări emoționale. Aceste emoții pot să meargă de la teamă sau jenă până la dorința de a răni pe cineva sau de a evita escaladarea unui conflict. Într-o situație tensionată sau conflictuală, de exemplu, tăcerea poate constitui cel mai înțelept răspuns disponibil, evitând escaladarea tensiunilor și permițând calmarea spiritelor. În astfel de momente, cuvintele pot fi percepute ca arme ce pot adânci și mai mult conflictul, în timp ce tăcerea oferă o pauză necesară pentru a calma situația. De asemenea, tăcerea poate fi o modalitate de a reflecta și a organiza gândurile înainte de a vorbi, pentru a evita rostirea unor afirmații regretabile ulterior. Această pauză permite persoanei să reflecteze asupra a ceea ce dorește să spună și la modul în care să facă acest lucru, pentru a evita răspunsuri emoționale sau impulsive ce ar putea dăuna relațiilor sau situației.

1. C. Braithwaite, 1990, „Communicative Silence: A Cross-Cultural Study of Basso's Hypothesis”, în Donal Carbaugh (ed.), *Cultural Communication and Intercultural Contact*, Lawrence Erlbaum, Hillsdale, pp. 321-327.

În mod asemănător, liniștea poate fi folosită pentru a răspunde autorității, ca un semn de respect și ascultare, dar și ca o formă de protest pasiv sau de nesupunere civilă. În unele cazuri, tăcerea poate fi o formă puternică de rezistență nonviolentă împotriva nedreptății sau opresiunii. De exemplu, în mișcările de protest pașnice precum cele conduse de Mahatma Gandhi în India sau Martin Luther King Jr. în Statele Unite, participanții păstrau adesea tăcerea, ca semn al solidarității și al refuzului de a coopera cu autoritățile. Această formă de protest tăcut poate fi extrem de eficientă în a atrage atenția asupra unei cauze și în a transmite un mesaj puternic, fără a recurge la violență. Tăcerea mai poate fi și o formă de protest împotriva cenzurii sau a restricțiilor asupra libertății de exprimare, atunci când oamenii aleg să rămână tăcuți în loc să se supună regulilor impuse de regimuri opresive.

Deoarece întregul comportament este potențial comunicativ, fiecare dintre acești factori poate altera mesajul semnificativ. Sunt incluse aici și alte elemente, precum dialectul persoanei, dacă aceasta se adresează într-o altă limbă decât cea nativă, și accentul ori pronunția specifică regiunii de proveniență. De exemplu, dacă persoana are un accent diferit de limba literară standard, conform regiunii din care provine, acest lucru poate influența modul în care mesajul este receptat de interlocutor. Accentele regionale pot crea stereotipuri sau prejudecăți în mintea ascultătorului, care poate asocia anumite trăsături de personalitate sau niveluri de educație cu accentul respectiv. Astfel, un accent perceput ca fiind rural ori provenit dintr-o zonă mai puțin dezvoltată poate fi asociat, eronat, cu un nivel scăzut de inteligență sau sofisticare. Toate aceste elemente paralingvistice, precum accentul, dialectul sau pronunția, au un impact semnificativ asupra impresiei inițiale pe care o lasă vorbitorul, chiar dacă efectul poate fi pe termen scurt¹.

1. J.K. Burgoon, T.J. Saine, 1978, *The unspoken dialogue: An introduction to nonverbal communication*, Houghton-Mifflin, Boston.

103 Paralimbajul mai este utilizat și pentru a încheia o tranzacție, un ton ferm și hotărât sugerând încredere și determinare. În același timp însă, un ton prea autoritar poate îndepărta potențialii clienți, astfel că agenții de vânzări trebuie să găsească un echilibru între fermitate și amabilitate în comunicare.

În concluzie, paralimbajul include o gamă largă de comportamente nonverbale, precum tonul vocii, ritmul vorbirii, volumul, accentele și inflexiunile, care furnizează informații suplimentare despre starea emoțională, atitudinile și intențiile vorbitorului. Aceste elemente paralingvistice joacă un rol crucial în a întări sau a contrazice semnificațiile cuvintelor rostite, adăugând nuanțe și subînțelesuri care pot influența profund înțelegerea mesajului transmis. De exemplu, un ton ironic poate transforma o afirmație aparent pozitivă într-o critică subtilă, în timp ce o voce tremurândă poate trăda emoții puternice precum anxietatea sau furia, deși cuvintele folosite sunt neutre. De asemenea, un volum ridicat al vocii poate sugera furie sau agresivitate, în timp ce un volum scăzut poate indica timiditate sau lipsă de încredere. Inflexiunile vocii pot transmite emoții precum bucuria, tristețea ori sarcasmul, adăugând nuanțe semnificative mesajului verbal. Capacitatea de a interpreta și a utiliza adecvat aceste semne paralingvistice definește o comunicare eficientă și armonioasă în cadrul societății umane, permițând o înțelegere mai profundă și mai nuanțată a intențiilor și a emoțiilor celorlalți.

Capitolul 6

Dificultăți specifice și tehnici de comunicare

6.1. Bariere în comunicare

Acestea se referă la orice obstacol sau impediment ce poate interveni în procesul de comunicare, afectând transmiterea eficientă și fidelă a mesajului¹. Pot fi de natură diversă, de pildă bariere lingvistice, culturale, emoționale, fizice sau tehnologice. De exemplu, utilizarea unui limbaj ambiguu sau impropriu, diferențele culturale care generează interpretări diferite ale aceluiași cuvinte sau gesturi, stările emoționale intense care distrag atenția, zgomotul ambiental sau defecțiunile tehnice ale echipamentelor de comunicare. Toate aceste bariere pot contribui la distorsionarea mesajului inițial, provocând neînțelegeri, confuzii sau chiar eșecul comunicării. Identificarea și depășirea acestor bariere este de natură a asigura o comunicare clară, precisă și eficientă, permițând un transfer de informații fidel între emițător și receptor.

1. D. Katz, 1947, „Psychological Barriers to Communications”, *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, vol. 250, nr. 1, pp. 17-25.

- 105 Principalele bariere în calea comunicării: diferențele de percepție, concluziile grăbite, stereotipurile, lipsa de cunoaștere, lipsa de interes, dificultățile de exprimare, emoțiile intense, personalitatea, empatia.

6.1.1. Diferențele de percepție

Constituie o reflectare a diversității și complexității experienței umane. Fiecare individ este unic, modelat de un amestec inimitabil de factori precum vârsta, proveniența culturală, educația, ocupația, genul, temperamentul și mediul social în care a crescut și s-a dezvoltat. Aceste elemente definitorii influențează profund maniera individuală de percepție și interpretare a lumii înconjurătoare, creând perspective distincte și adesea divergente asupra acelorași situații sau fenomene. De exemplu, un copil are o perspectivă diferită asupra lumii în comparație cu un adult, deoarece se află la un nivel diferit de dezvoltare cognitivă și emoțională. Experiențele și cunoștințele limitate ale copilului îl fac să interpreteze evenimentele și situațiile prin prisma inocenței și a imaginației bogate specifice vârstei. În schimb, un adult are o înțelegere mai nuanțată și mai complexă a realității, formată pe baza experienței de viață acumulate și a cunoștințelor dobândite.

Cultura e un factor major ce influențează percepția. O persoană din cultura occidentală poate interpreta un anumit gest sau simbol într-un mod complet diferit față de cineva din cultura orientală, din pricina diferențelor profunde în ceea ce privește sistemele de valori, tradițiile și normele sociale. Ceea ce poate fi considerat acceptabil sau chiar laudabil într-o cultură poate fi perceput ca ofensator sau nepotrivit în alta, generând neînțelegeri și conflicte.

Educația și ocupația exercită, la rândul lor, un rol semnificativ în modelarea percepției. Persoanele care activează în anumite domenii profesionale sau academice dezvoltă cunoștințe și experiențe specifice care le influențează modul de a percepe și a

interpreta situațiile legate de aria lor de expertiză. Un medic, de exemplu, va avea o perspectivă diferită asupra unei boli sau a unui tratament medical, în comparație cu o persoană fără cunoștințe medicale. Genul și temperamentul individual sunt, de asemenea, factori care pot influența percepția. Bărbații și femeile pot avea perspective diferite asupra acelorași situații, bazate pe diferențele biologice și pe experiențele sociale specifice fiecărui gen. De asemenea, persoanele introvertite sau extrovertite pot interpreta evenimentele și situațiile în moduri distincte, în concordanță cu trăsăturile lor de personalitate. Mediul social, incluzând familia, prietenii și colegii, exercită o influență semnificativă asupra modului în care individul percepe lumea.

Valorile, credințele și normele transmise de aceste grupuri sociale modelează gândirea și comportamentul, influențând perspectivele asupra diverselor aspecte ale vieții. Aceste diferențe de percepție pot duce la neînțelegeri și conflicte în comunicare, deoarece fiecare persoană are propriul cadru de referință unic, format din experiențele, cunoștințele și așteptările specifice. Ceea ce poate părea clar și logic pentru o persoană poate fi interpretat complet diferit de altcineva, bazat pe perspectiva sa unică asupra lumii.

6.1.2. Concluziile grăbite

Reprezintă una dintre cele mai frecvente erori cognitive la care sunt predispuși oamenii în viața de zi cu zi. Această tendință de a sări la concluzii pe baza unor informații insuficiente sau interpretări subiective ale situațiilor are resorturi ancestrale în modul de funcționare a minții umane. Una dintre cauzele principale ale concluziilor grăbite este înclinația naturală a ființelor umane de a căuta modele și conexiuni în lumea înconjurătoare. Minteă umană este programată să identifice rapid legături între evenimente și să formuleze explicații sau ipoteze bazate pe aceste corelații aparente. Acest proces evolutiv le-a permis oamenilor

- 107 din vechime să supraviețuiască în medii ostile, să anticipeze potențiale pericole și să reacționeze rapid la situații amenințătoare. Însă în societatea modernă această tendință cognitivă poate duce la erori și distorsiuni ale percepției realității. Prin concentrarea selectivă asupra anumitor indicii sau detalii care confirmă propriile credințe sau așteptări preconcepute sunt ignorate sau minimalizate dovezile contradictorii care ar putea oferi o perspectivă mai nuanțată sau chiar opusă asupra situației. De exemplu, în cazul evaluării performanței unui angajat, un manager poate fi influențat de propriile prejudecăți sau de câteva incidente negative izolate, ajungând să desprindă concluzii negative generale despre competența sau dedicarea respectivului angajat. Acest lucru poate duce la decizii nedrepte sau eronate, ce pot afecta cariera și viața profesională a persoanei evaluate.

Concluziile grăbite pot avea consecințe semnificative și în relațiile interpersonale. Judecând sau interpretând comportamentul celorlalți prin prisma propriilor presupuneri sau experiențe limitate, apare riscul de a distorsiona realitatea și de a genera neînțelegeri sau conflicte inutile. O simplă expresie facială sau un gest poate fi interpretat greșit ca fiind ostil sau jignitor, în loc să fie văzut în contextul mai larg al situației și al factorilor care l-au determinat. Pentru a evita capcana concluziilor grăbite, este potrivit a cultiva gândirea critică și obiectivitatea. Aceasta presupune colectarea de informații suplimentare din surse credibile, analizarea situației din multiple perspective și luarea în considerare a tuturor factorilor relevanți înainte de a formula concluzii definitive. De asemenea, este importantă recunoașterea și gestionarea propriilor prejudecăți și așteptări preconcepute, care pot distorsiona percepția realității.

Concluziile grăbite reprezintă o formă de gândire distorsionată, care poate avea consecințe negative semnificative în diverse domenii ale vieții. Acordând atenția cuvenită acestei erori cognitive și cultivând gândirea critică și obiectivitatea, se poate evita distorsionarea realității, iar deciziile luate să fie mai înțelepte și mai echilibrate, bazate pe o înțelegere profundă și nuanțată a situațiilor complexe.

6.1.3. Stereotipurile

Reprezintă judecăți preconcepute și generalizări excesive aplicate unui grup întreg de oameni, pe baza unor caracteristici precum rasa, etnia, genul, orientarea sexuală sau statutul socio-economic. Aceste presupuneri simplificate ignoră complexitatea și diversitatea membrilor individuali ai unui grup, atribuindu-le tuturor aceleași trăsături sau comportamente, indiferent de circumstanțele sau particularitățile personale. Stereotipurile sunt bazate mai degrabă pe prejudecăți, mituri și percepții distorsionate decât pe fapte și dovezi obiective. Ele pot fi profund înrădăcinate în sistemele de credințe și normele culturale ale unei societăți, transmițându-se de la o generație la alta prin intermediul proceselor de socializare, al influențelor din mass-media sau din mediul educațional. Una dintre principalele probleme ale stereotipurilor este că ele duc la discriminare și tratament nedrept pentru membrii grupului vizat. De exemplu, stereotipul că femeile sunt mai puțin capabile în domenii precum matematica sau științele exacte poate duce la oportunități limitate pentru femeile care doresc să urmeze cariere în aceste domenii, chiar dacă multe dintre ele au demonstrat excelență și competență în aceste arii.

Stereotipurile sunt periculoase deoarece ignoră individualitatea și diversitatea din cadrul unui grup, tratând toți membrii ca fiind la fel, fără a ține cont de diferențele de personalitate, experiențe de viață, circumstanțe individuale sau realizări personale. Această generalizare excesivă poate duce la prejudecăți și discriminare în toate aspectele vieții, de la educație și oportunități de angajare la accesul la servicii sau tratamentul în fața legii. De asemenea, stereotipurile pot avea un impact negativ asupra dezvoltării personale și a stimei de sine a membrilor grupului vizat. Copiii și tinerii care sunt expuși constant la stereotipuri negative legate de grupul lor pot internaliza aceste percepții și pot dezvolta așteptări scăzute față de propriile abilități și potențial, ceea ce le poate afecta performanța academică sau profesională.

- 109 Pentru a combate efectele dăunătoare ale stereotipurilor, este esențial să se cultive gândirea critică, empatia și respectul pentru diversitate. Aceasta implică o conștientizare a propriilor prejudecăți și stereotipuri, deschiderea către a cunoaște și a înțelege experiențele și perspectivele diferitelor grupuri, precum și promovarea incluziunii și a tratamentului echitabil pentru toți membrii societății, indiferent de backgroundul lor. În mod clar, prin respingerea generalizărilor excesive și prin recunoașterea unicității și a valorii fiecărui individ se poate construi o societate mai dreaptă, mai empatică și mai armonioasă.

6.1.4. Lipsa de cunoaștere

Lipsa de cunoștințe și de experiențe comune poate reprezenta un obstacol major în comunicarea eficientă. Aceasta presupune existența unui context comun de înțelegere între participanți, bazat pe cunoștințe, experiențe și cadre de referință similare. Când acest context lipsește din cauza diferențelor semnificative în nivelul de educație, backgroundul cultural sau experiențele de viață, procesul comunicațional devine extrem de dificil și provocator. Lipsa cunoștințelor și a experiențelor comune creează o prăpastie cognitivă între interlocutori, fiecare având un set diferit de referințe, concepte și perspective asupra subiectului discutat. Ceea ce poate părea clar și logic pentru un participant poate fi complet nefamiliar sau greu de înțeles pentru celălalt, generând confuzii, neînțelegeri și frustrări. Un exemplu elocvent este discrepanța dintre expertul tehnic și publicul laic. Un specialist în domeniul tehnologiei informaționale operează cu un vocabular tehnic complex, cu termeni specializați și concepte abstracte legate de programare, rețele sau sisteme informatice. Pentru o persoană fără cunoștințe aprofundate în acest domeniu, aceste noțiuni pot fi complet străine și greu de înțeles, făcând comunicarea unor idei sau explicații tehnice o sarcină extrem de dificilă, dacă nu imposibilă. În aceeași idee se înscrie și comunicarea

dintre un medic și un pacient. Medicii sunt obișnuiți să utilizeze termeni medicali specifici, abrevieri și concepte complexe legate de anatomie, fiziologie, boli sau tratamente. Pentru un pacient fără cunoștințe medicale solide, aceste noțiuni pot fi inaccesibile, ceea ce face dificilă înțelegerea explicațiilor detaliate despre o anumită afecțiune sau un anumit tratament recomandat. În astfel de situații, comunicatorii trebuie să depună eforturi suplimentare pentru a depăși aceste bariere cognitive și a facilita înțelegerea reciprocă. Aceasta implică adaptarea limbajului și a nivelului de complexitate la nivelul de cunoștințe al interlocutorului, folosirea exemplelor concrete și relevante din viața de zi cu zi, precum și oferirea de clarificări suplimentare ori de câte ori este necesar.

Pe fond, lipsa cunoștințelor și a experiențelor comune reprezintă un obstacol major în calea comunicării eficiente, creând discrepanțe semnificative în nivelul de înțelegere și comprehensiune între interlocutori. Depășirea acestor bariere este posibilă prin manifestarea empatiei și flexibilității, alături de abilitatea de a adapta mesajele la nivelul de cunoștințe și experiențe ale interlocutorului, facilitând o înțelegere reciprocă autentică și evitând confuziile sau neînțelegerile.

6.1.5. Lipsa de interes

Este una dintre cele mai mari provocări în calea unei comunicări eficiente și autentice. Când receptorul nu este captivat de subiectul discuției sau de modul în care acesta este prezentat, barierele cognitive și emoționale devin aproape de netrecut, mesajul nereușind să pătrundă dincolo de nivelul superficial. Dezinteresul poate apărea din numeroase motive, precum irelevanța subiectului pentru preocupările, nevoile sau experiențele receptorului, prezentarea plictisitoare sau monotona a informațiilor ori chiar incompatibilitatea dintre stilul comunicațional al emițătorului și personalitatea sau preferințele receptorului. Indiferent de cauză,

- 111 efectele sunt aceleași – receptorul își pierde rapid concentrarea, devine neatent și nepăsător, iar mesajul nu reușește să se fixeze în memoria sa ori să producă un impact semnificativ. De exemplu, un profesor care predă o lecție aridă, fără a face legătura cu viața reală sau interesele elevilor, va pierde rapid atenția audienței, indiferent de importanța subiectului predat. La fel, un manager care prezintă cifre și statistici într-un mod plictisitor și dezarticulat va observa rapid cum angajații devin distrași și nereceptivi, ratând informații esențiale pentru activitatea lor. În astfel de situații, emițătorul are responsabilitatea de a depista semnalele nonverbale ale dezinteresului, precum priviri rătăcite, posturi plictisitoare sau lipsa feedbackului, și de a acționa prompt pentru a recâștiga atenția receptorului. Acest lucru poate implica adaptarea stilului de comunicare, utilizarea exemplurilor relevante, analogiilor sau povestirilor captivante sau chiar schimbarea completă a subiectului pentru a intra în sfera de interese a audienței. O comunicare eficientă necesită un efort constant de menținere a interesului interlocutorului și de ajustare a mesajului în funcție de reacțiile și nevoile acestuia. Emițătorul trebuie să manifeste empatie, flexibilitate și o înțelegere profundă a preocupărilor și motivațiilor receptorului, pentru a putea adapta mesajul într-un mod captivant și relevant.

6.1.6. Dificultățile de exprimare

Acestea apar când emitentul întâmpină dificultăți în a-și găsi cuvintele potrivite pentru exprimarea ideilor pe care dorește să le transmită. Exprimarea clară și coerentă a gândurilor, ideilor și emoțiilor reprezintă o provocare constantă în procesul comunicării umane. Numeroși factori psihologici, cognitivi și situaționali pot interfera cu abilitățile de comunicare ale unui individ, generând dificultăți în găsirea cuvintelor potrivite pentru a transmite mesajul dorit în mod eficient.

Lipsa de încredere în sine și teama de a fi judecat sau criticat sunt printre cele mai frecvente obstacole în calea unei exprimări fluente. Aceste bariere emoționale pot fi rezultatul unor experiențe negative anterioare, precum situații în care individul a fost umilit, ridiculizat sau respins din cauza modului său de exprimare. Astfel de trăiri traumatizante pot lăsa urme psihice adânci, generând anxietate, blocaje și o reticență profundă în a se exprima deschis și autentic. Chiar și persoanele cu un vocabular bogat și abilități de comunicare solide pot deveni brusc incapabile să-și găsească cuvintele când sunt cuprinse de teama de a fi judecate sau criticate.

Un alt factor major ce contribuie la dificultățile de exprimare este vocabularul limitat al individului. Un vocabular sărăcăcios, rezultat al unei educații deficitare, al lipsei de expunere la diverse surse de informare ori al unui dezinteres față de îmbogățirea propriului bagaj lingvistic poate reprezenta un obstacol semnificativ în transmiterea clară și nuanțată a ideilor complexe. Fără cuvintele adecvate, individul se poate simți frustrat și incapabil să-și articuleze gândurile în mod coerent, ceea ce poate duce la confuzii sau neînțelegeri în procesul de comunicare.

6.1.7. Stările emoționale intense

Stările emoționale intense, precum anxietatea, furia sau tristețea profundă, pot afecta capacitatea de concentrare și gândire clară, făcând extrem de dificilă exprimarea coerentă a ideilor. În cazul emoțiilor puternice, gândurile devin dezorganizate, iar cuvintele par a se pierde în haosul trăirilor interioare. În astfel de momente, găsirea expresiilor adecvate pentru a transmite mesajul dorit devine o sarcină aproape imposibilă, ducând adesea la frustrare suplimentară și la o comunicare haotică și inefficientă.

Lipsa de pregătire sau de cunoștințe adecvate pe un anumit subiect reprezintă un alt obstacol major în calea exprimării clare și precise. Când sunt abordate domenii complexe, precum medicina,

- 113 ingineria sau informatica, fără a stăpâni terminologia specifică sau conceptele-cheie, se poate constata incapacitatea de a explica coerent procesele, simptomele sau procedurile relevante. Această lipsă de cunoștințe tehnice poate genera confuzii, neînțelegeri, subminând credibilitatea și autoritatea în fața interlocutorilor care dețin o expertiză superioară în respectivul domeniu. Pentru a depăși aceste dificultăți de exprimare, este utilă cultivarea încrederii în sine, îmbogățirea constantă a vocabularului, gestionarea eficientă a stărilor emoționale intense și, cel mai important, pregătirea temeinică înainte de a aborda subiecte complexe. Dezvoltarea abilităților de comunicare eficientă necesită efort susținut, practică permanentă, dar și deschiderea de a învăța din experiențele anterioare, atât pozitive, cât și negative. Prin depășirea blocajelor emoționale, cognitive și situaționale vorbitorul poate aspira la o exprimare autentică, clară și convingătoare, capabilă să transmită cu adevărat esența gândurilor, ideilor și a trăirilor interioare.

6.1.8. Personalitatea

Personalitățile celor doi actori, emițătorul și receptorul, care intervin în procesul comunicării au un rol major în desfășurarea actului de comunicare. Comunicarea eficientă este un proces care necesită adaptarea continuă la personalitățile, emoțiile și contextul specific al interlocutorilor implicați. Fiecare individ este unic, cu propriile trăsături de caracter, experiențe de viață și stări emoționale fluctuante, care își lasă amprenta asupra modului în care receptează, interpretează și răspunde la mesajele transmise.

Se impune, în mod fundamental, autocontrolul emoțional în facilitarea unei comunicări constructive și armonioase. Emoțiile intense, precum furia, frustrarea sau supărarea pot împinge cu ușurință persoana către reacții impulsive, agresive sau acuzatoare, care nu fac decât să escaladeze conflictele și să deterioreze relațiile interpersonale. Prin cultivarea autocontrolului și a calmului

interior astfel de răspunsuri defensive pot fi evitate, iar situațiile dificile pot fi abordate cu raționalitate, respect și empatie. 114

6.1.9. Empatia

Un rol însemnat îl are și receptivitatea față de starea emoțională și dispoziția interlocutorului. Dacă sunt observate semne de oboseală, iritare sau stres la nivelul receptorului, este necesară adaptarea abordării la specificul situației. În această idee, poate fi mai înțelept a aborda subiecte mai ușoare, relaxante sau chiar o amânare a discuției pentru un moment mai oportun, anume când interlocutorul este mai deschis și mai receptiv la comunicare. Prin această sensibilitate față de starea emoțională a celuilalt se pot evita neînțelegerile, frustrările sau chiar conflictele inutile.

Comunicarea eficientă necesită o conștientizare profundă a personalităților și a dinamicii emoționale ale tuturor participanților implicați, precum și o disponibilitate constantă de a adapta stilul de comunicare, vocabularul și abordarea în funcție de contextul specific.

Procesul comunicării umane este unul expus la numeroase obstacole și bariere care pot împiedica transmiterea eficientă a mesajelor și pot genera neînțelegeri, confuzii sau chiar conflicte. Ion Haineș a identificat și a clasificat în mod detaliat principalele categorii de bariere care afectează comunicarea, oferind o perspectivă asupra factorilor ce pot submina sau distorsiona schimbul de informații și idei.

Barierile de limbaj reprezintă una dintre cele mai evidente provocări în calea comunicării eficiente. Utilizarea unui vocabular excesiv de specializat, a unui jargon tehnic sau a expresiilor confuze poate crea o prăpastie de înțelegere între emițător și receptor. Chiar dacă emițătorul deține cunoștințe aprofundate într-un anumit domeniu, utilizarea excesivă a terminologiei specifice în conversații cu persoane nefamiliarizate cu acel domeniu

- 115 poate genera confuzii și poate împiedica transmiterea corectă a mesajului. Acest lucru subliniază importanța adaptării limbajului la nivelul de cunoștințe și experiență al receptorului pentru a facilita înțelegerea reciprocă.

Barierile de mediu sau contextuale reprezintă un alt factor major care poate influența semnificativ procesul comunicațional.

Imaginile preconcepute, prejudecățile sau ideile prestabilite despre interlocutor pot distorsiona modul în care sunt receptate și interpretate mesajele transmise. Aceste preconcepții pot conduce persoana spre un proces de selecție a informațiilor, acordând o atenție disproporționată anumitor elemente ce confirmă propriile așteptări și ignorând sau minimalizând aspectele contradictorii. Acest fenomen poate duce la neînțelegeri grave și la eșecul comunicării autentice. Stările emoționale intense, precum stresul, furia sau anxietatea reprezintă și ele obstacole majore în calea comunicării eficiente. Atunci când oamenii sunt copleșiți de astfel de emoții puternice, capacitatea de a procesa și a înțelege mesajele transmise este semnificativ afectată. Emoțiile negative pot distorsiona percepția realității, pot genera prejudecăți cognitive și pot împiedica inclusiv concentrarea și ascultarea activă, esențiale pentru o comunicare autentică.

Barierile de concepție, cum ar fi presupunerile, neatenția sau lipsa de interes, pot submina procesul comunicațional. Când există așteptări preconcepute despre subiectul discuției sau despre interlocutor, oamenii sunt predispuși să interpreteze informațiile într-un mod distorsionat, conformându-le propriilor prejudecăți. În același timp, neatenția sau lipsa de interes față de mesajul transmis poate duce la receptarea incompletă ori chiar ignorarea totală a informațiilor esențiale. În cele din urmă, formularea neclară sau ambiguă a mesajelor, precum și tendința de a desprinde concluzii pripite sau bazate pe informații incomplete pot fi obstacole semnificative în comunicare.

Mesajele neclare sau echivoce pot genera confuzii și interpretări multiple, în timp ce concluziile grăbite pot duce la înțelegeri eronate ale situației, afectând capacitatea de a lua decizii informate

și adecvate. Prin conștientizarea acestor bariere de comunicare și prin cultivarea abilităților de ascultare activă, empatie, claritate în exprimare și gândire critică, astfel de obstacole pot fi depășite și, prin urmare, comunicarea să fie una calitativă, autentică, eficientă și armonioasă în diverse contexte ale vieții¹.

6.2. Tipuri de ascultare

Când se gândesc la comunicare, oamenii se concentrează adesea pe abilitatea de a transmite mesaje prin vorbire sau scriere. Cu toate acestea, a fi un bun comunicator nu se limitează doar la calitățile de vorbitor sau scriitor, ci presupune, în egală măsură, și dezvoltarea abilităților de ascultare activă. Ascultarea este o tehnică esențială care trebuie cultivată și îmbunătățită constant, deoarece joacă un rol de seamă în procesul de comunicare eficientă. De fapt, mai mult de jumătate din comunicare implică ascultarea atentă a celuilalt.

Ascultarea eficientă presupune concentrarea totală asupra mesajului transmis, înțelegerea semnificației cuvintelor, a tonului vocii și a limbajului corporal, precum și evitarea distragerilor și a judecăților premature. Ea implică, de asemenea, oferirea de feedback adecvat, adresarea de întrebări clarificatoare și rezumarea principalelor idei pentru a demonstra înțelegerea corectă a mesajului. Prin ascultarea atentă, comunicatorii pot stabili o conexiune mai profundă, pot evita neînțelegerile și pot construi relații mai solide, bazate pe respect și încredere reciprocă. De exemplu, în cadrul unei echipe de lucru, ascultarea activă a fiecărui membru poate duce la o mai bună colaborare, înțelegere a punctelor de vedere diferite și luarea unor decizii mai bune.

A fi un bun ascultător înseamnă a acorda atenție întregului ansamblu de elemente indicatoare în decodificarea mesajelor

1. I. Haineș, 1998, *Introducere în teoria comunicării*, Editura Fundației România de Măine, București, pp. 23-25.

- 117 transmise de emițător: intonația, durata de desfășurare a mesajului, emoția și comportamentul nonverbal. O greșeală majoră a celor mai mulți ascultători este de a începe să se gândească la o replică înainte de a asimila, în întregimea lui, mesajul adresat. De exemplu, în timpul unei conversații, unii oameni sunt într-atât de grăbiți să-și exprime propriul punct de vedere, încât nu ascultă cu adevărat ceea ce spune interlocutorul lor.

Chiar dacă are un rol important, analizatorul auditiv nu este singurul responsabil de receptarea mesajului; mecanismele cognitive sunt cele care determină ca informația preluată pe cale auditivă să capete semnificație. Acest proces implică interpretarea și înțelegerea profundă a ceea ce se spune, nu doar perceperea sunetelor. De aceea, a crede că individul are capacitatea ca, în mod simultan, să recepteze auditiv, să proceseze informațiile, acordându-le semnificațiile corespunzătoare, și să pregătească interlocutorului replica „meritată”, într-un interval de timp foarte scurt, deci, înainte de a fi ascultat integral mesajul, este o gravă eroare, de natură a pava calea către eșecul schimbului de mesaje. Ascultarea activă necesită concentrare, răbdare și deschidere către a înțelege punctul de vedere al celuilalt, fără graba de a formula un răspuns înainte de a recepționa mesajul în integralitatea sa.

Există pârgii verbale prin care interlocutorul poate crede că este ascultat și înțeles cu adevărat. Este vorba despre momentul și conținutul informațional al replicii: dacă aceasta include aspecte care au legătură directă (sau un caracter completiv) cu ce a transmis emițătorul, pe de o parte, îi va permite vorbitorului să adauge noi factori descriptivi mesajului său, iar pe de altă parte, conferă încrederea că este înțeles cu adevărat. De exemplu, dacă cineva povestește despre o experiență de vacanță, iar interlocutorul răspunde cu întrebări sau comentarii legate de locurile vizitate, activitățile desfășurate sau impresiile trăite, acest lucru arată că a fost ascultat cu atenție.

Apoi, parafrizarea, utilizată în scopul clarificării anumitor puncte ale discursului, precum și formularea unor întrebări legate

de spusele interlocutorului. Parafrizarea presupune reformularea cu propriile cuvinte a ceea ce a spus vorbitorul, aspect ce demonstrează înțelegerea mesajului, oferind ocazia pentru clarificări suplimentare. Întrebările pertinente arată implicarea activă în conversație și dorința de a înțelege mai bine anumite aspecte. În plus, limbajul corporal, precum contactul vizual, poziția înclinată ușor spre vorbitor și semnalele nonverbale de încurajare contribuie la crearea unei atmosfere de ascultare activă și empatică.

În continuare, descriem principalele forme/tipuri de ascultare.

6.2.1. Ascultarea flotantă

Putând fi comparabilă cu situația lecturii de tipul scanării, ascultarea flotantă seamănă cu situația în care, într-o mulțime de conversații simultane și diferite la care participă direct sau indirect, persoana poate auzi numele cuiva de care este interesată sau alte cuvinte specifice de interes. Ascultarea flotantă este o tehnică cognitivă remarcabilă ce permite să detectarea și procesarea în mod selectiv a anumitor informații relevante dintr-un flux constant de conversații și sunete înconjurătoare. Această abilitate are rădăcini profunde în mecanismele de supraviețuire ale strămoșilor, care trebuiau să fie atenți la semnalele de pericol din mediul înconjurător pentru a putea reacționa rapid și adecvat. Deși poate părea un proces inconștient și involuntar, ascultarea flotantă implică de fapt un nivel ridicat de concentrare și control cognitiv. Minte trebuie să filtreze constant informațiile auditive, identificând și izolând anumite cuvinte-cheie, sunete sau modele sonore care sunt semnificative pentru noi. Această capacitate de a focaliza atenția selectiv asupra elementelor relevante, ignorând în același timp zgomotul de fundal irelevant, reprezintă o abilitate cognitivă complexă și sofisticată. În situații sociale, ascultarea flotantă permite monitorizarea conversațiilor din jur și captarea de informații valoroase, cum ar fi mențiuni ale numelui personal, subiecte de interes sau potențiale oportunități,

- 119 fără a fi nevoie de participarea activă la fiecare discuție. Această tehnică poate fi extrem de utilă în contexte profesionale, cum ar fi întâlnirile de afaceri sau evenimentele de networking, unde este importantă orice informație de actualitate, pentru a fi la curent cu diverse subiecte și tendințe relevante pentru domeniul de activitate.

Ascultarea flotantă își găsește aplicații și în domenii precum supravegherea, securitatea sau jurnalismul de investigație, unde capacitatea de a detecta și a izola conversații sau informații semnificative dintr-un mediu zgomotos și complex poate fi esențială pentru succesul operațiunilor. Agenții de securitate sau jurnaliștii sub acoperire trebuie să fie experți în această tehnică pentru a putea monitoriza eficient conversațiile țintă și a obține informații valoroase. Însă, dincolo de aceste aplicații profesionale, ascultarea flotantă este o abilitate cognitivă valoroasă și în viața de zi cu zi. Ea permite un grad mai mare de atenție la nevoile și preocupările celor din jur, captarea semnalelor subtile despre stările lor emoționale sau despre subiecte relevante pentru ei, facilitând, astfel, conexiuni mai autentice și mai empatică în relațiile interpersonale. Cu cât persoana devine mai experimentată în a izola elementele relevante dintr-un flux constant de sunete și conversații, cu atât va putea beneficia mai mult de avantajele acestei tehnici cognitive în diverse contexte ale vieții.

6.2.2. Ascultarea participativă

Este o formă superficială de ascultare în care receptorul doar pare să fie implicat în conversație. Ascultarea participativă reprezintă, de fapt, o formă superficială și inefficientă de comunicare, ce poate genera numeroase neînțelegeri și consecințe negative în interacțiunile interpersonale. Deși receptorul transmite aparența că este implicat fizic în conversație, mintea sa este complet absentă, preocupată de alte gânduri, probleme sau factori de distragere interiori, ceea ce îl face să asculte doar parțial mesajul transmis

de interlocutor. În această stare de pseudoascultare, receptorul nu are capacitatea de a acorda atenția cuvenită mesajului primit. Cuvintele, tonul vocii și semnalele nonverbale ale emițătorului ajung la urechile sale într-o formă distorsionată, fragmentată sau chiar ignorate complet. Deoarece mintea receptorului este preocupată de alte probleme sau gânduri, acesta ratează detalii esențiale, putând pierde firul logic al discuției, ori poate interpreta greșit intenția sau emoțiile transmise de emițător. Acest comportament poate avea consecințe grave în diverse contexte ale vieții. La locul de muncă, un angajat care ascultă participativ are premisele de a rata instrucțiuni critice de la superiorul său, ceea ce poate duce la erori, neîndeplinirea sarcinilor sau chiar la situații periculoase, în cazul unor domenii precum construcțiile sau industria grea. În cadrul ședințelor de lucru, participanții care par a fi prezenți fizic, dar cu mintea complet absentă, gândindu-se la alte sarcini sau probleme personale, pot contribui la luarea unor decizii greșite, înțelegeri eronate, sau chiar la generarea unor conflicte, deoarece informații cruciale au fost omise sau interpretate incorect.

În relațiile personale, ascultarea participativă poate submina conexiunea autentică cu partenerul, familia sau prietenii, generând frustrări, neînțelegeri și chiar conflicte din pricina lipsei de implicare emoțională și cognitivă reală în interacțiune. Partenerul poate ajunge să se simtă neglijat sau neimportant când observă că atenția celuilalt este dispersată și nu acordă importanța cuvenită conversației. Cultivarea abilității de ascultare activă și de concentrare deplină asupra mesajului transmis de interlocutor implică eliminarea stimulilor interni și externi care ar putea distra atenția, menținerea contactului vizual, oferirea unui feedback adecvat prin gesturi sau întrebări clarificatoare, precum și rezumarea periodică a principalelor idei pentru a demonstra înțelegerea corectă a mesajului. În principiu, prin ascultarea activă se pot evita neînțelegerile, se pot construi conexiuni mai profunde cu ceilalți și, de asemenea, se poate facilita o comunicare eficientă și armonioasă sub toate aspectele vieții.

6.2.3. Ascultarea pasivă

Este o formă subtilă, dar profundă de implicare în actul comunicării. Deși la prima vedere poate părea o simplă tăcere sau o absență aparentă de reacție din partea ascultătorului, ea implică, de fapt, un nivel ridicat de concentrare, atenție și decodificare a multiplelor straturi de semnificație transmise prin canalele verbale și nonverbale. În această formă de ascultare, receptorul nu intervine în mod direct prin cuvinte, ci îi lasă emițătorului libertatea de a-și exprima ideile și perspectivele în mod neîntrerupt. Cu toate acestea, ascultătorul pasiv nu este deloc absent sau dezinteresat, ci se implică activ prin intermediul semnalelor nonverbale precum contactul vizual, gestică, mimica și exclamațiile scurte.

Contactul vizual reprezintă un element al ascultării pasive, deoarece transmite un mesaj puternic de implicare, atenție și interes autentic față de cele spuse de interlocutor. O privire atentă încurajează vorbitorul să continue, creând o conexiune profundă și oferindu-i încrederea că mesajul său este recepționat și înțeles. *Gestică*, precum datul din cap sau mișcările discrete ale corpului, reprezintă un alt canal nonverbal prin care ascultătorul pasiv îi oferă feedback și validare interlocutorului. Aceste gesturi subtile transmit semnale de aprobare, încuviințare și înțelegere, încurajând vorbitorul să continue exprimarea ideilor.

Mimica feței, precum zâmbetul, expresia serioasă sau cea uimită adaugă un strat suplimentar de nuanță și empatie în procesul de ascultare pasivă. Aceste expresii faciale reflectă implicarea emoțională a ascultătorului, arătând interesul, curiozitatea sau surprinderea față de anumite aspecte ale discursului.

Exclamațiile scurte, precum „Aha!”, „Da, da!”, „Hm” sau „Interesant” sunt forme minime de intervenție verbală, dar cu un impact semnificativ în menținerea fluidității conversației. Aceste sunete sau cuvinte scurte transmit receptivitatea ascultătorului și dorința sa de a încuraja vorbitorul să continue exprimarea

liberă a ideilor. Prin utilizarea ingenioasă a acestor canale non-verbale, ascultătorul pasiv reușește să creeze un mediu propice pentru o comunicare autentică și profundă, fără a întrerupe sau a perturba fluxul de gânduri al emițătorului. Această formă de ascultare necesită o concentrare sporită și o capacitate de decodificare a multiplelor straturi de semnificație transmise prin tonul vocii, expresiile faciale, gesturi și postura corporală a interlocutorului. Ascultarea pasivă este o artă subtilă, dar esențială în facilitarea unei comunicări eficiente și empatică.

6.2.4. Ascultarea activă

Este ascultarea cu un scop, care înseamnă mai mult decât simpla auzire. Este o abilitate esențială în orice tip de relație interumană, de la cele mai intime la cele profesionale, precum relațiile de afaceri sau de conducere a unei echipe. Reprezintă o expresie a respectului și a grijii pentru partenerul sau membrii echipei, deoarece le oferă sentimentul că sunt ascultați cu adevărat, că li se înțeleg preocupările și că li se acordă atenția cuvenită. Într-o relație ascultarea activă implică nu doar receptarea simplă a cuvintelor, ci și pe cea a gândurilor și emoțiilor partenerului, înțelegerea profundă a ceea ce acesta dorește să exprime. Acest lucru permite o conexiune autentică și o rezolvare a eventualelor diferende într-un mod constructiv, prin înțelegerea și respectarea nevoilor fiecărei părți, fără a se ajunge la situații tensionate sau acțiuni care ar putea deteriora relația.

În mediul profesional, ascultarea activă este esențială pentru colaborarea și luarea deciziilor de echipă în mod eficient și productiv. Prin ascultarea activă a tuturor membrilor echipei se încurajează implicarea fiecăruia, iar ideile pot fi evaluate adecvat, permițând o luare a deciziilor în mod informativ, bazată pe cunoștințe aprofundate.

Așadar, ascultarea activă reprezintă un act de respect, atenție și cuvenită apreciere față de interlocutor sau de ceilalți din

- 123 jur. Ea presupune o implicare autentică și o deschidere spre a înțelege perspectiva, experiențele și nevoile celorlalți, reprezentând, astfel, un element esențial în promovarea relațiilor sociale pozitive și a înțelegerii reciproce între oameni, indiferent de context sau situație. Ascultarea activă este o abilitate esențială pentru a construi conexiuni autentice și pentru a facilita o comunicare eficientă, empatică și armonioasă în toate aspectele vieții. Dezvoltarea acestei abilități rezonază cu promovarea de relații pozitive și o înțelegere adecvată a perspectivelor și experiențelor celorlalți, creând astfel un mediu de interacțiune constructiv și armonios, în care fiecare persoană să simtă că este ascultată, respectată și validată în unicitatea și autenticitatea sa.

Caracteristicile ascultătorului activ:

- petrece mai mult timp ascultând decât vorbind, lăsând vorbitorul să-și exprime ideile în întregime, fără a-l întrerupe sau a-și impune propriile opinii;
- lasă vorbitorul să termine ce are de spus, fără a-l întrerupe sau a sări peste anumite părți din discurs, acordându-i atenția cuvenită;
- permite celeilalte persoane să-și finalizeze gândul sau argumentul, înainte de a răspunde, evitând interpretările greșite sau concluziile pripite;
- este permisiv cu interlocutorul, lăsându-l să vorbească fără a domina conversația sau a-l face să se simtă copleșit, creând un mediu propice pentru un dialog deschis și constructiv;
- formulează întrebări cu final deschis care încurajează interlocutorul să ofere răspunsuri detaliate și să exploreze subiectul în profunzime, în loc să se limiteze la răspunsuri scurte și superficiale;
- se concentrează asupra a ceea ce se spune, și nu pe un anumit răspuns adresat vorbitorului, evitând prejudecățile și păstrând o minte deschisă față de perspectivele și experiențele celorlalți.

6.3. Blocaje în calea unei bune ascultări

6.3.1. Compararea

Aceasta face comunicarea dificilă, întrucât cel care ascultă e preocupat să arate că este mai presus de vorbitor, că a suferit mai mult în viață, că problemele sale sunt mult mai grave etc. Tendința de a compara constant situația proprie cu cea a interlocutorului are la bază un mecanism defensiv și competitiv care împiedică persoana să se concentreze cu adevărat asupra perspectivei și experiențelor celuilalt¹. În loc de a asculta cu atenție și de a încerca înțelegerea în profunzime a mesajului transmis de interlocutor, mintea este preocupată să stabilească ierarhii și superiorități. Apare tendința de concentrare pe a demonstra că ea, persoana care ascultă, a trecut prin situații mult mai dificile, că problemele sale sunt mult mai grave sau că ar fi gestionat situația respectivă într-un mod superior. Aceste gânduri comparative nu fac decât să distragă atenția de la o ascultare empatică și de la validarea de care interlocutorul are nevoie. În loc de a oferi spațiu și înțelegere pentru perspectiva celuilalt, cel în cauză devine apărător al propriilor experiențe și suferințe, intrând într-o competiție subtilă de a demonstra cine a avut cea mai grea încercare în viață. Este o atitudine defensivă și competitivă ce creează izolare într-o bulă egocentrică, în care nu există decât preocuparea de a impune superioritatea și de a valida propriile trăiri, fără a acorda atenția cuvenită interlocutorului. Prin compararea constantă a situațiilor și a încercărilor, se ajunge la minimalizarea și chiar să judecarea problemelor celorlalți ca fiind mai puțin importante sau mai ușor de gestionat decât cele personale. Această

1. T. Eyal, M. Steffel, N. Epley, 2018, „Perspective mistaking: Accurately understanding the mind of another requires getting perspective, not taking perspective”, *Journal of Personality and Social Psychology*, vol. 114, nr. 4, pp. 547-571.

- 125 atitudine creează o barieră emoțională și cognitivă în calea empatiei și conexiunii autentice cu interlocutorul. În loc să ofere validare, înțelegere și compasiune, îi este transmis un mesaj subtil de desconsiderare și lipsă de respect pentru unicitatea experiențelor sale. Pentru a depăși această barieră, este necesară cultivarea abilității de distanțare de propriile preocupări și perspective limitate și de concentrare autentică asupra interlocutorului. Aceasta implică suspendarea temporară a judecăților, a comparațiilor și a nevoii de afirmare a superiorității și, în schimb, deschiderea sinceră către a înțelege și a valida perspectiva unică a celuilalt.

6.3.2. Ghicirea scopurilor ascunse

O tendință umană profund înrădăcinată este înclinația de a căuta mereu semnificații și motivații ascunse dincolo de mesajele și intențiile aparente ale celorlalți. Această suspiciune excesivă și preocuparea constantă de a „ghici” scopurile nedeclarate ale interlocutorului sunt un obstacol major în calea comunicării deschise și autentice. În loc să recepteze mesajul transmis cu sinceritate și să-l interpreteze în baza intenției explicite, individul se poate lăsa copleșit de suspiciune, concentrându-se obsesiv asupra semnalelor nonverbale și subînțelesurilor. El analizează fiecare nuanță a tonului vocii, fiecare expresie facială sau gest al mâinilor, în încercarea de a descoperi un „adevăr ascuns”, pe care se presupune că vorbitorul încearcă să-l mascheze. Este o atitudine suspicioasă și cinic-analitică care distrage atenția de la esența mesajului și de la contextul general în care este transmis. Ascultarea empatică și deschisă se transformă, cei în cauză devenind un soi de detectivi amatori ai subînțelesurilor, în căutarea frenetică de motive și intenții ascunse chiar și în cele mai banale sau sincere comunicări. Consecințele sunt devastatoare pentru calitatea interacțiunilor interumane. Prinși în capcana acestei forme de paranoia comunicațională, se ajunge la distorsionarea mesajelor primite, atribuindu-le conotații și semnificații complet diferite de cele

intenționate de emițător. Cuvinte sau gesturi nevinovate devin suspectate de a ascunde planuri machiavelice, iar intențiile celor mai sincere și bine-intenționate persoane sunt puse la îndoială. Mesajele sunt extrase din context și interpretate prin prisma suspiciunii, în loc să fie receptate cu încredere și bunăvoință. Încrederea, bunăvoința și prezumția de sinceritate în interacțiunile cu ceilalți sunt modalitățile prin care aceste bariere pot fi depășite, facilitându-se comunicarea autentică și deschisă. Căutarea obsesivă a semnificațiilor ascunse trebuie înlocuită cu deprinderea ascultării empaticе, înțelegerea contextului larg și evitarea asumpțiilor cinice sau paranoice.

6.3.3. Pregătirea replicii

Una dintre cele mai frecvente și dăunătoare bariere în calea ascultării active și a comunicării autentice este tendința de a pregăti în mod constant răspunsul sau replica, în loc de a fi prezenți și concentrați pe mesajul transmis de interlocutor. Această preocupare excesivă pentru ceea ce va spune persoana sau pentru cum va contraargumenta perspectiva celuilalt distrage atenția de la esența comunicării, care este și trebuie să fie înțelegerea perspectivelor și experiențelor celorlalți. În loc să fie receptivă și deschisă înțelegerii pe deplin a mesajului receptat, mintea este preocupată cu elaborarea de scenarii, cu formularea de contraargumente. Cel în cauză devine atât de absorbit în propriile gânduri și perspective, încât pierde complet firul discursului interlocutorului. Empatia și curiozitatea sunt date la o parte și înlocuite cu filtrarea selectivă a informațiilor, prin prisma propriilor prejudecăți și așteptări preconcepute, iar concentrarea se face doar pe acele elemente ce par să susțină sau să contrazică perspectiva personală.

Prin neglijarea ascultării active și a înțelegerii autentice a mesajului transmis se ajunge la oferirea de răspunsuri complet nepotrivite, care nu fac decât să genereze confuzii, frustrări sau

127 chiar conflicte. Replicile care pot părea amuzante în mintea persoanei devin complet deplasate și nepotrivite în contextul discuției, deoarece nu sunt ancorate la realitatea perspectivelor exprimate de interlocutor. Acest comportament poate submina serios relațiile interpersonale și colaborarea în cadrul echipelor. Când toți membrii sunt preocupați doar să-și formuleze argumentele și contraargumentele, în loc să asculte cu adevărat punctele de vedere ale celorlalți, dialogul autentic devine imposibil. Ședințele de lucru sau discuțiile de grup degenerază în monologuri paralele, fără o înțelegere reciprocă reală, ceea ce duce la decizii deficitare sau chiar la conflicte deschise. Pentru a fi surmontată această barieră, trebuie dezvoltate abilitatea de distanțare de propria perspectivă limitată și cea de concentrare reală pe mesajul transmis de interlocutor. Aceasta implică suspendarea temporară a judecăților, a presupunerilor și a dorinței de a formula imediat un răspuns. În schimb, este binevenită practicarea ascultării active, oferind feedback prin întrebări de clarificare, parafrazând perspectiva celuilalt pentru a demonstra înțelegerea și creând un spațiu sigur pentru exprimarea liberă a ideilor.

Prin deschidere autentică, prin renunțarea la nevoia de impunere a propriei perspective și prin cultivarea curiozității și a empatiei comunicarea poate fi eficientă, constructivă și îmbogățitoare pentru toate părțile implicate. Ascultarea activă și înțelegerea profundă a celorlalți constituie elemente deosebit de importante pentru a construi conexiuni reale, a rezolva conflictele în mod pașnic, dar și pentru a promova colaborarea și progresul în toate aspectele vieții.

6.3.4. Filtrarea

O problemă serioasă în calea comunicării eficiente este tendința receptorului de a filtra selectiv informațiile transmise de emițător, concentrându-se doar asupra anumitor aspecte și ignorând contextul complet al mesajului. Acest proces de filtrare

poate fi conștient sau inconștient și are la bază mulți factori psihologici și cognitivi ce distorsionează percepția realității, împiedicând înțelegerea autentică a perspectivelor celorlalți. Un exemplu elocvent este situația în care receptorul se concentrează exclusiv asupra stării emoționale transmise prin tonul vocii, expresiile faciale sau limbajul corporal ale emițătorului, ignorând complet conținutul rațional și explicațiile oferite de acesta. Chiar dacă emițătorul încearcă să ofere argumente logice sau clarificări, receptorul filtrează informațiile, rămânând ancorat la percepția inițială legată de starea emoțională aparentă a vorbitorului. Această filtrare selectivă are la bază multiple mecanisme psihologice. Pe de o parte, poate reprezenta un mecanism de apărare inconștient, prin care receptorul ignoră informațiile care îi provoacă disconfort emoțional ori contravin propriilor convingeri și așteptări preconcepute. Prin concentrarea exclusivă pe semnalele emoționale, receptorul poate evita confruntarea cu argumente sau abordări ce îi pot pune la îndoială sistemul de credințe sau îl pot forța să-și reconsidere propriile poziții. Pe de altă parte, filtrarea selectivă poate fi determinată și de anumite prejudecăți cognitive, precum efectul de primă impresie sau ancorarea cognitivă. Odată ce și-a format o impresie inițială despre starea emoțională sau intențiile emițătorului, receptorul tinde să ignore sau să minimizeze informațiile ulterioare ce contravin acestei impresii, concentrându-se în mod disproporționat pe semnalele care par să confirme percepția inițială. Consecințele acestei filtrări selective pot fi grave, ducând la neînțelegeri profunde, răspunsuri inadecvate și chiar escaladarea conflictelor.

Prin ignorarea contextului complet al comunicării și rațiunilor oferite de emițător, receptorul riscă să ofere un răspuns complet îndepărtat de esența mesajului transmis, generând frustrări și rupturi în relație. Anihilarea acestei bariere presupune deschiderea (celui care ascultă) către receptarea mesajului în integralitatea sa, incluzând atât aspectele emoționale, cât și pe cele raționale, pentru a putea înțelege cu adevărat perspectiva emițătorului.

6.3.5. Blamarea (judecarea)

Reprezintă o barieră traductibilă prin tendința de a emite judecăți și etichete negative față de vorbitor sau mesajul său, chiar înainte de a acorda o ascultare deplină și imparțială. Acest comportament reprezintă, de fapt, o manifestare a propriilor prejudecăți și așteptări preconcepute care obturează receptarea mesajului cu deschidere și obiectivitate. Odată ce ascultătorul a etichetat vorbitorul ca fiind „prost”, „ignorant” sau orice altă judecată negativă, mintea i se blochează într-un ciclu defensiv de respingere și minimalizare a oricărui mesaj transmis de acea persoană. Concentrându-se pe aceste etichete denigratoare, el devine incapabil să asculte cu adevărat ce i se spune, deoarece a decis deja, în mod arbitrar, că vorbitorul sau perspectiva sa nu merită atenție și respect. Prin respingerea prematură a mesajului și prin refuzul de a acorda o ascultare imparțială, se pierde oportunitatea de a înțelege perspective valoroase, de a dobândi cunoștințe noi sau de a explora idei creative și inovatoare. Mai mult, acest comportament poate genera resentimente, frustrări și chiar conflicte deschise în relațiile interpersonale, deoarece cealaltă parte se va simți nerespectată, nevalidată și lipsită de demnitate. Soluțiile la acest tip de problemă sunt formarea deprinderii de distanțare de propriile prejudecăți și suspendarea judecăților premature. Acestea implică asumarea unei atitudini de deschidere, interes și respect față de propunerile și experiențele celorlalți, chiar și atunci când acestea par să contrazică propriile convingeri sau așteptări inițiale. Ascultarea activă și empatică reprezintă instrumentul util pentru a facilita o comunicare eficientă și constructivă. Doar prin oferirea unei atenții depline și necondiționate vorbitorului, evitarea încadrărilor negative, dar și prin receptarea deschisă a mesajului în întregime se poate evalua în mod obiectiv și echitabil adevăratul sens al comunicării. Acest proces permite explorarea de viziuni noi, îmbogățirea orizonturilor cognitive și emoționale personale. În esență, suspendarea

judecăților premature și cultivarea empatiei sunt elementele esențiale pentru construirea de conexiuni calitative și armonioase cu ceilalți, pentru a facilita schimbul liber de idei, precum și pentru a promova înțelegerea reciprocă în toate aspectele vieții și diversității umane.

6.3.6. Neatenția (visarea cu ochii deschiși)

Fenomenul neatenției sau al visării cu ochii deschiși este o stare de distragere mintală profundă și reprezintă, de fapt, o formă subtilă, dar periculoasă de a părăsi procesul propriu-zis de comunicare, chiar dacă receptorul este prezent fizic în cadrul interacțiunii. Când mintea începe să divagheze și să se concentreze pe propriile gânduri, rememorări sau scenarii imaginare, atenția receptorului este complet deturnată de la fluxul conversației și de la mesajul transmis de emițător. Deși ochii sunt deschiși și corpul este prezent, mintea rătăcește pe cărările interioare ale preocupărilor, visurilor sau amintirilor personale. Această stare de visare trează este declanșată adesea de anumite cuvinte-cheie, idei sau asocieri care captează atenția receptorului și îl poartă pe căi mintale complet separate de contextul conversației. Un simplu termen precum „vacanță” poate declanșa un șuvoi de amintiri legate de călătoriile trecute, deturnând complet concentrarea de la subiectul discuției curente. O mențiune despre „probleme financiare” poate cataliza un torent de gânduri legate de îngrijorări personale privind situația financiară proprie. Receptorul ratează informații esențiale, pierde firul logic al discursului și, în cele din urmă, ajunge să nu mai înțeleagă deloc esența mesajului care i-a fost transmis. Acest lucru poate genera confuzii majore, neînțelegeri și chiar conflicte, întrucât cel în cauză nu mai are o imagine de ansamblu asupra subiectului discutat și a perspectivelor exprimate. Un angajat care visează cu ochii deschiși la vacanța recentă în timpul unei ședințe de lucru poate rata instrucțiuni critice de la superiorul său, ceea ce poate

- 131 duce la erori grave, neîndeplinirea sarcinilor sau chiar la situații periculoase. Într-o conversație cu un prieten, neatenția determinată de preocupările personale poate submina conexiunea emoțională autentică și poate genera frustrări sau neînțelegeri în relație. A rămâne prezenți și concentrați pe mesajul transmis de interlocutor presupune conștientizarea tendințelor de distragere mintală, detașarea de diferite asocieri și autodisciplina de a readuce atenția în prezent, în cadrul conversației. Ascultarea activă, menținerea contactului vizual și oferirea unui feedback adecvat sunt tehnici valoroase pentru a rămâne ancorați la procesul de comunicare. În esență, neatenția și visarea cu ochii deschiși reprezintă una dintre cele mai subtile, dar devastatoare piedici în calea comunicării eficiente. Prin cultivarea prezenței mintale și a concentrării susținute se pot evita neînțelegerile, confuziile și poate fi facilitat un schimb autentic de idei, perspective și conexiuni emoționale profunde cu ceilalți.

6.3.7. Identificarea

Procesul de comunicare eficientă și de înțelegere corectă a mesajului transmis poate fi perturbat și distorsionat de anumite tipare de gândire sau mecanisme psihologice pe care toată lumea le experimentează, în mod involuntar. Dintre acestea, una dintre cele mai frecvente este tendința de a auzi mai degrabă ceea ce-ți dorești sau te aștepți să auzi decât de a recepționa obiectiv, cu deschidere, ce se transmite de fapt. Această tendință de proiectare inadecvată a propriilor așteptări și convingeri poate genera neînțelegeri și confuzii. Fenomenul este amplificat de faptul că, în mod ironic, proiecțiile propriilor așteptări sunt accentuate și întărite de chiar expunerile la informații care ar trebui să le contrazică. Din pricina mecanismelor inconștiente care determină oamenii să caute confirmarea propriilor convingeri deja existente apare înclinația de a auzi și a interpreta acele informații care le susțin convingerile, opiniile, ignorând sau minimalizând informațiile

care le contrazic. Facilitarea unei comunicări eficiente și a unei înțelegeri reale a mesajelor transmise are la bază conștientizarea acestor mecanisme psihologice și recunoașterea lor când apar. Doar prin această formă de vigilență conștientă pot fi evitate interpretările greșite, asigurându-se o receptare adecvată a informațiilor, precum și o evaluare corectă a situației și a implicațiilor acesteia. Acesta este motivul pentru care astfel de tipuri de *insight*-uri sunt atât de importante în a evita greșelile și a lua decizii optime, bazate pe o evaluare precisă a situației.

6.3.8. Contrazicerea

În orice discuție, protagoniștii sunt puși în situația de a dezbate și a argumenta anumite subiecte. Problemele se ivesc când ascultătorul este prea grăbit să furnizeze contraargumente, atenția fiindu-i centrată pe găsirea punctelor slabe în spusele vorbitorului. O variantă a acestui tip de blocaj este folosirea de remarci ironice și aluzii incomode, cu scopul de a desființa punctul de vedere al partenerului de dialog. Este un tip de atitudine combativă și defensivă care subminează comunicarea autentică și deschisă.

6.3.9. Dorința de a avea mereu dreptate

Comunicarea eficientă și înțelegerea reciprocă pot fi blocate de dorința inflexibilă și obsesivă de a avea mereu dreptate, chiar și atunci când argumente sau dovezi contrare sunt prezentate. Această atitudine rigidă și defensivă reprezintă, de fapt, o expresie a egoului și a nevoii de validare, de confirmare a propriilor convingeri și valori personale. Când este cuprins de această dorință excesivă de a avea dreptate, individul devine incapabil să asculte cu adevărat perspectivele celorlalți. Mintea sa este blocată într-un ciclu defensiv de respingere a oricăror idei, argumente

- 133 sau fapte care ar putea contrazice propriul sistem de credințe sau viziune asupra lumii. El este imun în fața oricăror evidențe contrare, găsimu-le scuze sau minimalizându-le importanța, doar pentru a-și proteja convingerile deja existente. Această rigiditate cognitivă transformă persoana într-o fortăreață inexpugnabilă a propriilor idei preconcepute, izolând-o de fluxul liber al informațiilor noi și al perspectivelor alternative. Se instalează o formă de surditate la argumentele celorlalți, respingându-le din start, fără a le acorda o analiză imparțială și deschisă. Chiar și atunci când dovezile contrare sunt prezentate într-un mod rațional și convingător, se preferă ignorarea ori li se neagă validitatea, dintr-o teamă profundă că acceptarea lor ar putea submina autoritatea propriilor credințe și valori.

Această atitudine defensivă și rigidă reprezintă o barieră majoră în calea schimbării, învățării și creșterii personale. Prin refuzul de a explora perspective noi și de a accepta deschiderea la idei alternative, individul se condamnă la o existență limitată, îngrădită de propriile prejudecăți și așteptări preconcepute. Practic, sunt respinse oportunitățile de a evolua, de îmbogățire a cunoștințelor și de extindere a orizonturilor cognitive și emoționale. Barierea în discuție poate fi depășită prin cultivarea modestiei intelectuale și deschiderea reală față de diversitatea perspectivelor umane. Adicional, se impune acceptarea ideii că propriile convingeri și valori nu sunt absolute și imuabile, ci supuse constant schimbării și evoluției prin expunerea la noi experiențe și informații. Printr-o astfel de flexibilitate cognitivă și prin renunțarea la nevoia obsesivă de a avea mereu dreptate comunicarea eficientă este facilitată. În mod esențial, persoana poate învăța și să se dezvolte alături de ceilalți. Ascultarea empatică, suspendarea judecăților și deschiderea sinceră față de perspectivele alternative reprezintă soluția pentru a depăși rigiditatea mentală și pentru a construi conexiuni profunde, bazate pe respect și înțelegere reciprocă. Doar astfel se pot explora cu adevărat bogăția și diversitatea experienței umane, asigurându-se evoluția comună atât la nivel de indivizi, cât și ca societate.

6.3.10. Divagarea

Divagarea de la subiect sau schimbarea bruscă a subiectului de discuție este un comportament defensiv frecvent întâlnit în procesul comunicării. Această tactică reprezintă, de fapt, un mecanism de evitare utilizat atunci când un participant se simte incomod, amenințat sau vulnerabil în fața unui anumit subiect sensibil sau provocator. Divagarea de la subiect poate lua diverse forme, de la schimbarea bruscă și evidentă a temei discuției până la devieri subtile sau tangențe aparent nevinovate. Indiferent de modalitatea specifică, scopul fundamental rămâne același – evitarea directă a subiectului care generează disconfort emoțional sau care amenință anumite credințe, valori sau experiențe personale ale participantului. Bunăoară, când sunt abordate subiecte sensibile precum problemele financiare sau conflictele familiale, ascultătorul poate încerca să schimbe rapid direcția conversației către teme aparent neutre și confortabile, precum vremea sau un film recent vizionat. Această manevră reprezintă o încercare inconștientă de a evita judecata sau dezaprobarea celorlalți, de a menaja sentimentele de rușine sau vinovăție și de a restabili un echilibru emoțional prin abordarea unor subiecte ușoare și familiare. Însă, deși poate oferi un respiro temporar de disconfort, această tactică defensivă are consecințe negative majore asupra calității comunicării și a conexiunii autentice dintre participanți. Prin evitarea deliberată a subiectelor dificile sau provocatoare se pierde oportunitatea de a explora perspective diverse, de a rezolva conflicte sau neînțelegeri și de a construi o înțelegere mai profundă și mai empatică a experienței umane. O comunicare deschisă, onestă și autentică necesită curajul de a aborda direct subiectele dificile sau stânjenitoare, chiar dacă acest lucru poate genera disconfort temporar. Deschiderea și onestitatea pot contribui la construirea de conexiuni bazate pe încredere, respect și validare reciprocă a opiniilor și experiențelor unice ale fiecăruia.

6.3.11. Concilierea exagerată

Aceasta apare când, din dorința de a fi plăcut de toată lumea, ascultătorul este de acord cu orice și cu oricine. Această atitudine de supunere excesivă poate ascunde resentimente și frustrări acumulate, care pot erupe ulterior, afectând grav comunicarea. Concilierea exagerată reprezintă o amenințare majoră la adresa comunicării și a relațiilor interpersonale sănătoase. Această tendință de a evita în mod constant confruntarea și de a accepta orice pentru a obține aprobarea celorlalți poate genera consecințe profunde și dăunătoare pe termen lung. La nivel individual, concilierea excesivă conduce la negarea identității personale și la sacrificarea valorilor, nevoilor și dorințelor. Prin această atitudine de supunere extremă persoana renunță la propria voce interioară, la propria autoritate și la capacitatea de a-și exprima punctele de vedere și preocupările în mod deschis. Este o negare de sine care creează un vid interior, o lipsă de congruență și un sentiment de vid existențial. Pe termen lung, această frustrare interioară acumulată poate duce la izbucniri emoționale necontrolate, la comportamente pasiv-agresive ori chiar la forme de automutilare sau autosabotaj inconștiente. Persoana excesiv de conciliantă poate dezvolta resentimente profunde, ostilitate mascată sau chiar se poate răzbuna prin neglijarea sarcinilor ori prin sabotarea relațiilor în care a fost forțată să se supună. La nivel interpersonal, concilierea exacerbată subminează încrederea și respectul reciproc, elemente esențiale pentru orice relație sănătoasă. Prin refuzul de a-și exprima punctele de vedere sau obiecțiile în mod deschis, persoana conciliantă creează o iluzie falsă de armonie și consimțământ. Cealaltă parte poate interpreta această atitudine ca pe o formă de lipsă de interes, detașare emoțională sau chiar ca pe încercarea de a o manipula prin falsă conformare. În relațiile de activitate profesională, concilierea exagerată a angajaților poate duce la scăderea productivității, la decizii deficitare și chiar la crearea unor culturi organizaționale toxice. Când obiecțiile și

perspectivele alternative nu sunt exprimate liber, managerii pot lua decizii bazate pe informații incomplete sau distorsionate, ceea ce poate afecta grav performanța și succesul organizației pe termen lung.

Așadar, concilierea exagerată reprezintă o barieră majoră în calea comunicării autentice, a exprimării libere a sinelui și a construirii unor relații interpersonale sănătoase, bazate pe respect, onestitate și validare reciprocă. Aceste consecințe negative pot fi depășite prin cultivarea curajului de exprimare a propriilor puncte de vedere, a nevoilor și obiecțiilor într-un mod asertiv, dar respectuos, chiar dacă acest lucru implică riscul temporar de conflict sau dezaprobare.

6.4. Indicații de limbaj verbal

6.4.1. Întrebarea

Adresarea de întrebări reprezintă una dintre cele mai valoroase abilități în facilitarea unei comunicări empaticе și transformatoare și poate fi considerată o adevărată artă. Întrebările bine formulate depășesc simpla solicitare de informații factice sau răspunsuri superficiale, devenind o invitație pentru interlocutor de a se angaja într-un proces profund de autorefecție, explorare a gândurilor, emoțiilor și motivațiilor interioare¹. Prin intermediul întrebărilor potrivite, comunicatorul creează un spațiu sigur și empatic în care interlocutorul se poate deschide, poate împărtăși experiențe și perspective intime și poate explora aspectele sensibile ale sinelui. Acest proces de autoexplorare facilitat prin întrebări bine gândite are multiple beneficii transformatoare. Înainte de orice, ajută interlocutorul să dobândească o

1. A. Wood Brooks, L.K. John, 2018, „The Surprising Power of Questions”, *Harvard Business Review*, vol. 96, nr. 3, pp. 60-67.

- 137 mai bună înțelegere de sine, să-și clarifice valorile, obiectivele și convingerile personale profunde. Prin explorarea motivațiilor ascunse, a temerilor sau a dorințelor interioare, individul poate rezolva conflicte interioare, poate depăși blocajele emoționale și poate crește pe plan personal și spiritual. Apoi, întrebările relevante și empatică creează o conexiune autentică și profundă între comunicatori. Prin actul de a asculta cu atenție, de a explora perspectivele interioare ale interlocutorului, comunicatorul demonstrează un interes real și convingător, respect și validare față de cealaltă persoană. Această conexiune cu accente de empatie și înțelegere reciprocă facilitează construirea unor relații interpersonale sănătoase, bazate pe încredere, respect și acceptare necondiționată.

Arta de a pune întrebări potrivite este esențială și în diverse contexte profesionale, precum consiliere, leadership sau dezvoltare personală. Prin intermediul întrebărilor potrivite, un consilier poate ajuta clientul să-și clarifice obiectivele, să depășească obstacolele interioare și să identifice soluții creative pentru provocările sale. Un lider eficient folosește întrebările pentru a implica echipa, a explora perspective alternative și a promova gândirea critică, inovația și colaborarea. În esență, arta de a pune întrebări relevante și profunde reprezintă o cerință de absolută însemnătate în facilitarea unei comunicări reale, a înțelegerii empatică, a autoexplorării și transformării personale. Aceasta este calea prin care se pot crea legături frumoase și de durată cu ceilalți, se poate promova clarificarea valorilor și a obiectivelor personale, se pot depăși blocajele interioare și se pot construi relații interpersonale sănătoase, bazate pe respect, validare reciprocă și acceptare necondiționată.

6.4.2. Încurajarea, parafrizarea, manifestarea empatiei și rezumarea

Încurajarea minimală și parafrizarea sunt tehnici utile pentru a facilita o comunicare eficientă și pentru a crea o atmosferă de încredere și deschidere în cadrul unei conversații. Încurajarea minimală implică utilizarea unor cuvinte scurte, gesturi sau momente de tăcere care îl motivează pe vorbitor să continue, transmițându-i credința că este ascultat cu atenție. Exemple de încurajări minimale verbale ar fi „mda”, „aha”, „îhi” sau chiar un simplu „continuă”. Tăcerea, de asemenea, poate fi o formă de încurajare minimală, oferindu-i vorbitorului spațiul necesar pentru a-și organiza gândurile și a continua discursul fără a fi întrerupt. Încurajarea minimală este deosebit de importantă atunci când interlocutorul este timid, anxios sau are dificultăți în a-și exprima ideile, ajutându-l să se simtă în largul său și să-și găsească ritmul.

Parafrizarea, pe de altă parte, implică reformularea ideilor exprimate de vorbitor, utilizând propriile cuvinte, pentru a demonstra că mesajul a fost înțeles corect. Această tehnică îi oferă un feedback valoros vorbitorului și îl încurajează să clarifice sau să elaboreze anumite aspecte, prevenind eventualele neînțelegeri. Uneori este util să se ceară confirmarea parafrazării, pentru a exista asigurarea unei înțelegeri corecte a mesajului. Parafrizarea este deosebit de utilă în situații în care interlocutorii au stiluri de comunicare diferite ori când se discută subiecte complexe, ajutând la clarificarea ideilor și la evitarea confuziilor.

Este important să se facă distincția între parafrizare și interpretare. În timp ce parafrizarea implică reformularea cuvintelor vorbitorului, interpretarea presupune adăugarea propriei perspective sau a propriilor presupuneri asupra situației descrise. Interpretarea poate fi utilă în anumite contexte, însă trebuie utilizată cu precauție, deoarece poate duce la neînțelegeri sau asumții greșite. De aceea, este bine ca interpretarea să se facă

- 139 doar când toate detaliile au fost clarificate în mod corespunzător. De exemplu, dacă cineva spune „Șeful meu a fost foarte critic astăzi”, o interpretare ar putea fi „Pare că ai avut o zi dificilă la birou din cauza atitudinii șefului tău”. În acest caz, este important să se ceară clarificări suplimentare pentru a evita presupunerile greșite.

Manifestarea empatiei este și ea o abilitate necesară în comunicare, presupunând capacitatea de a înțelege și a recunoaște emoțiile și sentimentele interlocutorului, oferindu-i un sprijin emoțional. Empatia poate fi exprimată prin cuvinte, tonul vocii sau expresia feței, transmițând mesajul că interlocutorul este ascultat și înțeles. De exemplu, dacă cineva povestește despre o experiență dificilă, o manifestare a empatiei ar putea fi „Încerc să-mi imaginez cât de greu a fost pentru tine să treci prin așa ceva”. Este o tehnică ce contribuie la crearea unei conexiuni emoționale și a unei atmosfere de încredere în cadrul conversației.

Empatia se poate defini drept capacitatea de a înțelege gândurile, emoțiile și experiențele celorlalți, precum și de a răspunde în mod adecvat la acestea. Empatia reprezintă capacitatea de a se poziționa în locul celuilalt, de a-i înțelege perspectiva, gândurile și emoțiile, precum și de a răspunde în mod adecvat la acestea. Ea condiționează comunicarea eficientă, deoarece permite crearea de relații sănătoase, bazate pe încredere și înțelegere reciprocă.

Cea mai importantă abilitate pentru dezvoltarea înțelegerii empatice o constituie reflectarea sentimentelor. Emoția este o parte importantă a relației, chiar dacă nu este mereu conștientizată. Sentimentele se pot exprima atât verbal, prin cuvintele folosite în discuție, cât și nonverbal, prin limbajul corpului, expresia feței sau tonul vocii, și trebuie observate și valorizate. În reflectarea sentimentelor se urmează, în general, pașii următori: (a) denumirea sentimentelor (prin cuvintele folosite în discuție sau prin metafore); (b) folosirea unor enunțuri de tipul: „Se pare că simți tristețe/furie/bucurie...” sau „Înțeleg că te simți copleșit/frustrat/entuziasmat...” urmate de numele emoției

respective; (c) parafrazăre, pentru a lămurii eventualele neclarități; (d) verificare, în cazul în care persoana este nesigură. Această abordare empatică permite crearea unei atmosfere de încredere și deschidere, facilitând comunicarea și rezolvarea eficientă a problemelor. De exemplu, dacă un coleg de muncă are o expresie tristă pe chip și vorbește cu un ton mohorât, empatia poate fi reflectată prin a spune: „Se pare că ești trist astăzi. Vrei să vorbim despre ce te frământă?”. Această abordare îl va face pe celălalt să se simtă ascultat și înțeles, fiind mai deschis să împărtășească ceea ce îl preocupă. Prin empatie, se pot crea legături mai profunde cu ceilalți, și se pot găsi soluții mai bune la problemele cu care se confruntă.

Rezumarea reprezintă o tehnică utilă pentru a sintetiza principalele idei discutate și a clarifica eventualele neînțelegeri. Aceasta implică reformularea concisă a aspectelor relevante ale conversației, permițând interlocutorilor să confirme sau să corecteze înțelegerea mesajului. Rezumarea este deosebit de utilă în situații în care s-au discutat subiecte complexe, sau atunci când conversația a fost lungă și cu multe ramificații, ajutând la menținerea focusului și la evitarea confuziilor.

Rezumarea este o tehnică de comunicare asemănătoare cu parafrazărea și reflectarea sentimentelor, însă necesită o concentrare mai amplă asupra întregului conținut exprimat într-o perioadă mai îndelungată, de câteva minute sau chiar ore. Aceasta implică identificarea cuvintelor-cheie, a conceptelor principale și a relațiilor dintre ele, precum și reformularea lor într-o versiune concisă, coerentă și ușor de înțeles. Abilitatea de a sintetiza informațiile poate fi utilă în diverse situații de comunicare, de pildă:

- începerea unei ședințe: prin rezumarea discuțiilor anterioare, a deciziilor luate sau a contextului relevant, se poate oferi un cadru clar pentru participanți și se poate stabili direcția dezbaterii. Acest lucru ajută la alinierea așteptărilor și la concentrarea eforturilor asupra obiectivelor principale;

- 141 – clarificarea înțelegerii: rezumarea periodică a punctelor principale, a argumentelor-cheie și a concluziilor parțiale poate ajuta la verificarea nivelului de înțelegere al participanților și la clarificarea eventualelor aspecte neînțelese sau ambiguități. Acest lucru poate preveni acumularea de confuzii și poate promova o înțelegere comună;
- trecerea de la un subiect la altul: rezumarea discuțiilor anterioare pe o anumită temă poate oferi o tranziție lină către următorul subiect de pe agendă și poate ajuta la menținerea coerenței generale a ședinței sau a negocierii;
 - sintetizarea discuțiilor în cadrul unei ședințe: la sfârșitul unei ședințe sau a unei runde de negocieri, rezumarea principalelor puncte discutate, a deciziilor luate și a acțiunilor agreeate poate consolida înțelegerea și poate oferi un rezumat util pentru participanți. Acest lucru poate facilita, de asemenea, urmărirea progresului și servi ca bază pentru pașii următori;
 - legătura între mai multe ședințe sau runde de negociere: când există o serie de ședințe sau runde de negociere între care există conexiuni, rezumarea discuțiilor anterioare, a punctelor de acord și a celor rămase în suspensie poate ajuta la menținerea continuității și la crearea unei narațiuni coerente de-a lungul întregului proces;
 - facilitarea înțelegerii în cadrul echipelor multidisciplinare sau multiculturale: în situațiile în care participanții provin din domenii diferite sau au backgrounduri culturale diverse, rezumarea regulată a punctelor-cheie poate ajuta la depășirea barierelor de comunicare și la promovarea unei înțelegeri comune.

Rezumarea eficientă necesită ascultare atentă, identificarea aspectelor esențiale, capacitatea de a sintetiza informațiile într-o formă clară și concisă, fără a omite detalii semnificative, precum și abilitatea de a prezenta informațiile într-o manieră logică și ușor de urmărit. Această tehnică poate îmbunătăți comunicarea,

promova înțelegerea reciprocă și facilita progresul în cadrul discuțiilor, negocierilor sau al oricăror alte situații de comunicare complexe.

6.5. Indicații de limbaj neverbal

6.5.1. Contactul vizual

Are un rol de mare însemnătate în facilitarea unei comunicări eficiente și autentice între interlocutori. Când este făcut în mod adecvat, contactul vizual reprezintă o componentă fundamentală a limbajului nonverbal, care completează și nuanțează mesajul verbal, transmițând o numeroase semnificații subtile, dar puternice. Menținerea unui contact vizual potrivit în timpul conversației creează o conexiune emoțională accentuată între participanți. Prin intermediul privirii atente și susținute, vorbitorul primește semnale puternice de interes, validare și ascultare activă din partea interlocutorului. Această conexiune vizuală îl încurajează să se deschidă, să-și exprime ideile și opiniile în mod liber, deoarece se simte ascultat, respectat și validat ca persoană unică. În același timp, contactul vizual transmite mesaje subtile, dar esențiale legate de sinceritate și interes autentic. O privire directă, fără ezitare sau evitare, sugerează onestitate și lipsa unor intenții ascunse, contribuind la stabilirea unui raport de încredere între interlocutori. O expresie facială deschisă, însoțită de un contact vizual adecvat, comunică disponibilitatea de a asculta și de a înțelege perspectiva celuilalt într-un mod empatic și nedefensiv.

Este de subliniat, ca de fiecare dată când se face referire la componenta nonverbală, importanța de a ține cont de diferențele culturale și de preferințele individuale în ceea ce privește gradul adecvat de contact vizual. În unele culturi, precum cele din spațiul nordic sau anglo-saxon, un contact vizual prelungit poate fi perceput ca fiind nepolitic, intimidant sau chiar invaziv.

- 143 În schimb, în alte culturi, precum cele din America Latină sau Orientul Mijlociu, un contact vizual susținut este considerat un semn de sinceritate, respect și implicare autentică în interacțiune. De asemenea, factorii individuali precum temperamentul și trăsăturile de personalitate pot influența preferințele legate de contactul vizual. Persoanele timide sau anxioase pot evita un contact vizual intens, resimțindu-l ca inconfortabil sau amenințător, în timp ce persoanele extrovertite și încrezătoare pot fi mai predispușe să mențină un contact vizual susținut și ferm¹. Prin urmare, pentru a facilita o comunicare eficientă și armonioasă, gradul de contact vizual trebuie adaptat la contextul specific al interacțiunii, dar și la preferințele și normele culturale ale interlocutorului. În situații formale sau profesionale, un contact vizual moderat, ferm, dar neinsistent poate transmite respect și profesionalism. În schimb, în conversațiile intime sau personale, un contact vizual mai intens, însoțit de o expresie facială deschisă și caldă poate crea o conexiune emoțională profundă și autentică între interlocutori. Pe fond, contactul vizual reprezintă o punte esențială între comunicarea verbală și cea nonverbală, facilitând conexiunea emoțională, stabilirea încrederii și înțelegerea reciprocă autentică în cadrul interacțiunilor interpersonale. Prin cultivarea abilității de a menține un contact vizual adecvat, în concordanță cu contextul cultural și preferințele individuale, se poate îmbunătăți semnificativ calitatea comunicării și se pot promova relații interpersonale mai profunde și mai armonioase.

6.5.2. Limbajul trupului

Poziția corpului, gesturile și mișcărilor transmit mesaje discrete, dar de mare forță, care pot completa sau chiar contrazice mesajele verbale, influențând semnificativ modul în care este

1. M. Ponari, L. Trojano, D. Grossi *et al.*, 2013, „Avoiding or approaching eyes? Introversiion/extraversiion affects the gaze-cueing effect”, *Cognitive Processing*, nr. 14, pp. 293-299.

receptată și înțeală comunicarea. O postură deschisă, cu o ușoară înclinare în față și brațele neîncrucișate transmite un mesaj de receptivitate, interes și deschidere față de interlocutor. Această poziție corporală încurajează conexiunea și înțelegerea reciprocă, creând un mediu propice pentru un schimb liber de idei și perspective. În schimb, o postură închisă, cu brațele încrucișate sau o poziție înclinată în spate poate fi interpretată ca o barieră defensivă, sugerând dezinteres/plictiseală, lipsă de implicare sau chiar ostilitate. De asemenea, este importantă armonia și complementaritatea în mișcările și gesturile interlocutorilor. Fenomenul „ogindirii” inconștientă, în care ascultătorul preia în mod natural postura și gesturile vorbitorului, creează o conexiune subtilă, dar profundă, facilitând înțelegerea reciprocă și transmiterea unui mesaj de acceptare și validare. Această ogindire a mișcărilor reprezintă o formă de sincronizare nonverbală, care generează un sentiment de empatie și rezonanță emoțională între participanți¹. Prin contrast, gesturile bruște, postura rigidă sau încrucișarea brațelor pot fi interpretate ca semne de anxietate, disconfort sau lipsă de interes, reprezentând bariere în calea comunicării autentice. Acestea sunt semnale nonverbale negative ce pot submina încrederea și conexiunea între interlocutori, generând neînțelegeri sau chiar conflicte.

Un limbaj corporal relaxat, deschis și implicat, mișcările lente și armonioase ale capului și ale mâinilor pot transmite un sentiment de calm, încredere și interes, creând un mediu propice pentru explorarea ideilor și pentru înțelegerea reciprocă. Postura corporală și limbajul corporal reprezintă canale importante de transmitere nonverbală a mesajelor, ce pot facilita sau obstrucționa conexiunea autentică și înțelegerea reciprocă între interlocutori. Așadar, termenii potriviți pentru o postură adecvată

-
1. T. Yokozuka, E. Ono, Y. Inoue, K. Ogawa, Y. Miyake, 2018, „The Relationship Between Head Motion Synchronization and Empathy in Unidirectional Face-to-Face Communications”, *Frontiers in Psychology*, nr. 9, art. nr. 384418.

- 145 comunicării eficiente includ gesturi armonioase, deschidere, complementaritate în mișcări.

6.5.3. Distanța interpersonală

În cultura noastră, distanța normală este de aproximativ un braț. Este preferabilă găsirea propriei modalități de relaționare spațială cu persoana ascultată, stând la birou sau – dacă situația o cere – chiar pe podea, alături de aceasta. Trebuie evitate semnele de nervozitate, poziția rigidă sau mișcarea excesivă. De asemenea, importantă este menținerea unui contact vizual adecvat, care însă nu trebuie să fie insistent sau intimidant.

O distanță interpersonală adecvată comunicării eficiente implică, pe lângă elementele menționate, și ascultarea activă. Ascultătorul activ înțelege că nevoia de atenție este una reală și profundă.

Capitolul 7

Integrarea teoriei în practică: orientări esențiale ale comunicării terapeutice în contexte de criză

7.1. Introducere

Un proces terapeutic de succes este posibil cu implicarea unei serii de caracteristici precum onestitatea, empatia, lipsa prejudecăților, deschiderea spre dialog autentic și ascultarea activă. Onestitatea este fundamentul relației terapeutice. Atât terapeutul, cât și clientul trebuie să manifeste sinceritate și transparență în exprimarea gândurilor, emoțiilor și experiențelor personale. Lipsa onestității poate submina încrederea și afecta grav progresul terapeutic, deoarece ambele părți trebuie să se simtă în siguranță pentru a putea explora aspectele intime și vulnerabile ale propriilor trăiri. Empatia presupune capacitatea terapeutului de a se conecta autentic la perspectiva, emoțiile și experiențele interioare ale clientului. Prin validarea și înțelegerea profundă a acestor trăiri, terapeutul creează un mediu sigur și de susținere, în care clientul se poate deschide și poate explora liber provocările sale emoționale sau psihologice. Empatia autentică transmite

- 147 un mesaj puternic de acceptare necondiționată și respect profund pentru unicitatea fiecărei ființe.

Lipsa prejudecăților reprezintă o altă calitate esențială pentru un terapeut eficient¹. Prejudecățile cognitive sau emoționale pot distorsiona percepția terapeutului și pot afecta capacitatea sa de a înțelege experiențele clientului. Printr-o atitudine deschisă, nepărtinitoare și lipsită de judecăți preconcepute, terapeutul poate facilita o explorare autentică și profundă a problemelor și provocărilor întâmpinate de client. Deschiderea sinceră spre dialog semnifică disponibilitatea terapeutului de a crea un spațiu sigur și stimulat pentru schimbul liber de idei, emoții și perspective. Prin ascultarea activă, oferirea unui feedback constructiv și ghidarea discuției într-o manieră empatică și lipsită de judecăți, terapeutul îl încurajează pe client să se exprime deschis și să exploreze piste de rezolvare creative pentru problemele sale.

Confidențialitatea reprezintă, de asemenea, un aspect de o deosebită însemnătate pentru relația terapeutică. Asigurarea caracterului confidențial al informațiilor împărtășite de client este crucială pentru a câștiga încrederea acestuia și pentru a-l încuraja să se deschidă și să exploreze aspectele cele mai vulnerabile și intime ale experienței sale. Terapeutul trebuie să explice clar politica de confidențialitate și limitele acesteia, creând, astfel, un mediu sigur și protejat pentru desfășurarea procesului terapeutic². În situații complexe și sensibile, precum cele în care clientul a experimentat traume sau abuzuri emoționale sau fizice, asigurarea confidențialității devine supremă pentru a facilita deschiderea și împărtășirea liberă a experiențelor traumatizante. Invers, neîncrederea în caracterul confidențial al informațiilor împărtășite poate reprezenta un obstacol major în calea progresului

-
1. J. Yager, J. Kay, K. Kelsay, 2021, „Clinicians’ Cognitive and Affective Biases and the Practice of Psychotherapy”, *American Journal of Psychotherapy*, vol. 74, nr. 3, pp. 119-126.
 2. T.G. Gutheil, G.O. Gabbard, 1993, „The concept of boundaries in clinical practice: Theoretical and risk-management dimensions”, *The American Journal of Psychiatry*, vol. 150, nr. 2, pp. 188-196.

terapeutic. În esență, comunicarea terapeutică eficientă se bazează pe abilități fundamentale, precum onestitatea, empatia, lipsa prejudecăților, deschiderea spre dialog autentic, ascultarea activă și asigurarea confidențialității.

Elementele nonverbale, precum contactul vizual, postura corporală, gesturile, expresiile faciale și proxemica (distanța interpersonală), transmit mesaje de finețe, dar esențiale, care pot facilita sau obstrucționa legătura dintre terapeut și client. Contactul vizual adecvat, caracterizat prin priviri blânde, empatică și susținute, dar fără a fi insistente sau fixe creează un sentiment de siguranță și acceptare necondiționată pentru client. Această conexiune vizuală transmite un mesaj vibrant de implicare reală, respect și dorința de a asculta și a înțelege cu claritate și obiectivitate experiențele și perspectivele clientului. Gesturile discrete, precum zâmbetele încurajatoare și mișcările ușoare ale capului consolidează acest mesaj de empatie și sprijin emoțional. Postura corporală deschisă, relaxată, cu o ușoară înclinare spre client și orientarea umerilor și a palmelor deschise în direcția sa indică receptivitate, disponibilitate pentru ascultare activă și onestitate deplină. Această atitudine nonverbală creează un mediu propice pentru explorarea problemelor și provocărilor emoționale ale clientului.

Proxemica sau distanța interpersonală adecvată, situată în zona de confort pentru discuții informale (între 45 și 120 cm), creează un sentiment de siguranță și intimitate controlată pentru client. Această apropiere potrivită îi permite să se deschidă și să comunice liber, fără a se simți amenințat sau intimidat. Totuși, specialistul trebuie să fie atent la semnalele nonverbale ale clientului și să ajusteze distanța în funcție de preferințele și nevoile sale specifice, pentru a nu genera disconfort sau anxietate prin invadarea excesivă a spațiului personal. Prin combinarea armonioasă a elementelor nonverbale precum contactul vizual empatic, postura deschisă, gesturile încurajatoare și distanța interpersonală potrivită, terapeutul creează un mediu sigur, confortabil și propice pentru o comunicare autentică și eficientă cu clientul. Aceste semnale nonverbale pozitive facilitează deschiderea, încrederea

- 149 și motivația clientului de a se implica în procesul terapeutic, chiar și în situații dificile sau de criză emoțională. În completarea acestor aspecte nonverbale esențiale, este de menționat importanța utilizării unui ton verbal calm, empatic și încurajator, evitând limbajul tehnic sau jargonul profesional, care ar putea genera distanță sau neînțelegeri. Prin armonizarea componentelor verbale și nonverbale, terapeutul poate construi o relație terapeutică solidă, bazată pe încredere, respect și înțelegere reciprocă profundă, esențială pentru succesul demersului terapeutic¹.

7.2. Inițializarea comunicării terapeut-client în situația de criză

Stabilirea unei relații terapeutice eficiente și a unui mediu propice pentru deschiderea și implicarea clientului în demersul terapeutic, inclusiv în situații sensibile sau de criză este un proces delicat și complex. Acești pași inițiali sunt definitorii pentru a construi un cadru de încredere, respect reciproc și siguranță emoțională, esențial pentru succesul întregului proces terapeutic. Prin prezentarea clară a identității, a rolului și a afilierii sale instituționale, precum și a duratei și scopului programului terapeutic, specialistul creează un climat de transparență și profesionalism. Astfel de informații prezentate în etapa de debut a relației ajută la reducerea anxietății și neîncrederii potențiale ale clientului, stabilind un prim nivel de așteptări și înțelegeri reciproce. Oferirea posibilității de a alege un loc confortabil în încăpere, precum un fotoliu moale sau un colț liniștit, reprezintă un gest aparent neînsemnat, dar este unul de impact, de confirmare a nevoilor și a preferințelor clientului. Acest gest transmite un

1. L. Del Giacco, M.T. Anguera, S. Salcuni, 2020, „The Action of Verbal and Non-verbal Communication in the Therapeutic Alliance Construction: A Mixed Methods Approach to Assess the Initial Interactions With Depressed Patients”, *Frontiers in Psychology*, vol. 11.

mesaj de respect, empatie și preocupare reală pentru starea de bine a clientului, facilitând crearea unui mediu sigur pentru deschidere.

Prezentarea clară a termenilor de confidențialitate și asigurarea că informațiile împărtășite vor fi tratate cu discreție și profesionalism consolidează climatul de încredere și siguranță. Clientul poate, astfel, să-și expună problemele fără teama judecății sau a divulgării informațiilor sensibile către terți, aspect esențial pentru explorarea autentică a problemelor și provocărilor personale¹. Utilizarea unui ton vocal moderat, calm și empatic în adresarea întrebărilor inițiale legate de eventuale probleme de sănătate sau riscuri iminente creează un spațiu de dialog deschis, lipsit de presiune sau judecată. Această abordare delicată permite identificarea oricăror situații de urgență care necesită intervenție promptă, dar și tranziția lină către explorarea problemei centrale a clientului. În cazul în care clientul refuză din start suportul terapeutic, atitudinea terapeutului este echidistantă, lipsită de insistență excesivă, dar și de respingere sau indiferență. Abordarea empatică, prin care specialistul recunoaște și respectă decizia clientului în acel moment, creează premisele pentru menținerea unui dialog deschis. Prin introducerea unor argumente și perspective noi într-o manieră calmă și neimpunătoare, terapeutul poate explora motivele ezitării, temerile sau experiențele negative anterioare ale clientului legate de terapie. Întrebările deschise și necritice permit explorarea perspectivei clientului și posibilitatea de a-l ajuta să depășească obstacolele interioare, fără a exercita presiuni sau a-l face să se simtă obligat. În esență, acești pași inițiali ai stabilirii relației terapeutice reprezintă o etapă de bază pentru crearea unui mediu sigur și propice întru deschiderea și implicarea propriu-zisă a clientului în procesul terapeutic. Prin cultivarea încrederii, a respectului reciproc,

1. J.N. Younggren, E.A. Harris, 2008, „Can you keep a secret? Confidentiality in psychotherapy”, *Journal of Clinical Psychology*, vol. 64, nr. 5, pp. 589-600.

- 151 a empatiei și a sensibilității, terapeutul poate facilita o explorare profundă a problemelor și a provocărilor întâmpinate de client, creând premisele pentru un demers terapeutic de succes și transformator.

Abilitățile de comunicare sunt decisive în stabilirea unei alianțe terapeutice solide în cadrul procesului de acest tip. Departate de a se baza exclusiv pe cunoștințele teoretice și pregătirea profesională, specialistul trebuie să aibă capacitatea de a cultiva o serie de calități interpersonale esențiale, pentru a facilita deschiderea, încrederea și implicarea autentică a clientului. Punctul de plecare în fundamentarea unei relații terapeutice eficiente este menținerea unui dialog empatic și constructiv, chiar și atunci când clientul manifestă inițial rezistență sau scepticism față de procesul terapeutic¹. Specialistul trebuie să facă dovada răbdării, a ascultării active și a unei atitudini noncritice, pentru a crea un spațiu sigur în care clientul să se simtă confortabil să-și exploreze preocupările și să ia în considerare beneficiile potențiale ale terapiei. Din nou, empatia reprezintă o calitate de bază a terapeutului eficient; aceasta implică înțelegerea și împărtășirea stărilor emoționale ale clientului, plasarea în situația sa și încercarea de a accepta experiențele sale interioare. Prin ascultarea activă, cu atenție și deschidere, fără a întrerupe sau a evalua critic, terapeutul probează respect profund și acceptare necondiționată a unicității clientului. Mai mult, empatia presupune manifestarea înțelegerii prin intermediul unor tehnici precum reformularea, întrebările de clarificare și susținerea explicită a emoțiilor exprimate de client.

Aceste elemente facilitează conexiunea adevărată și transmit un mesaj puternic de siguranță, încredere și respect pentru perspectiva unică a clientului. În același timp, specialistul trebuie să fie dispus să accepte și să exprime cu sinceritate propriile gânduri și sentimente într-un mod autentic și respectuos. Această deschidere

1. B.A. Arnou, D. Steidtmann, 2014, „Harnessing the potential of the therapeutic alliance”, *World Psychiatry*, vol. 13, nr. 3, pp. 238-240.

și onestitate consolidează climatul de încredere și respect reciproc, esențial pentru crearea unei alianțe terapeutice puternice. Prin activarea abilităților de comunicare empatică, terapeutul transmite un mesaj de optimism și încredere, creând un spațiu sigur pentru explorarea problemelor clientului. Comportamentul nonverbal adecvat, precum contactul vizual moderat, postura deschisă și tonul vocii cald, consolidează aceste mesaje non-verbale de interes și disponibilitate pentru înțelegere profundă. Fundamentarea unei relații terapeutice eficiente necesită din partea specialistului exhibarea unei atitudini de bunăvoință, deschidere și acceptare necondiționată a condițiilor și experiențelor clientului. Prin utilizarea indicațiilor de limbaj verbal și non-verbal, terapeutul poate transmite un mesaj clar de înțelegere corectă a greutăților cu care se confruntă clientul, dar și de acceptare a acestuia așa cum este, fără a-i aduce vreun fel de critici. În acest mod, se creează o alianță care reprezintă temelia procesului de vindecare și schimbare, permițând clientului să-și exploreze în siguranță problemele, să-și înțeleagă mai bine provocările și să găsească resurse interne pentru a face schimbări pozitive în viața sa. Dincolo de cunoștințele teoretice, abilitatea terapeutului de a construi o relație bazată pe empatie, ascultare activă, acceptare necondiționată și respect profund pentru unicitatea fiecărui client reprezintă elementele de bază ale succesului procesului terapeutic¹. Doar printr-o abordare centrată pe formarea unei alianțe terapeutice solide se pot crea premisele pentru vindecare, creștere personală și schimbare durabilă în viața clientului.

Deloc lipsită de însemnătate este crearea unui spațiu sigur în cadrul procesului terapeutic, în care clientul își poate explora liber emoțiile, în pofida tuturor problemelor de care este invadat. Exteriorizarea și exprimarea verbală a trăirilor emoționale reprezintă un proces eliberator și terapeutic în sine, permițând o înțelegere mai aprofundată a problemelor și provocărilor cu care

1. G. Hewitt, 1995, „Cycles of Psychotherapy”, *Transactional Analysis Journal*, vol. 25, nr. 3, pp. 200-207.

153 se confruntă clientul. Prin încurajarea și susținerea acestei exprimări emoționale autentice, terapeutul transmite un mesaj puternic de acceptare necondiționată și respect față de unicitatea experienței clientului. Formulările empatiche reflectă această atitudine de deschidere, înțelegere și recunoaștere a stărilor emoționale complexe trăite de client. Aceste remarci delicate, lipsite de judecată sau critică, vor crea un mediu propice pentru explorarea vulnerabilă a emoțiilor interioare. Prin astfel de intervenții încurajatoare, terapeutul facilitează deschiderea autentică a clientului, permițându-i să împărtășească liber detalii suplimentare, perspective noi și straturi mai profunde ale experienței sale emoționale. Onestitatea reprezintă elementul cel mai important pentru a obține o înțelegere cuprinzătoare a problemelor și provocărilor cu care se confruntă clientul, precum și a factorilor subiectivi, a credințelor și a motivațiilor care le susțin.

Prin acceptarea trăirilor de tipul tristeții, furiei sau dezamăgirii, terapeutul creează un mediu în care clientul se poate deschide și explora în profunzime aceste emoții complexe, fără teama judecății sau respingerii. O deschidere ce facilitează analiza cauzelor profunde ale durerii și, ulterior, identificarea modalităților sănatoase de a gestiona aceste emoții intense. În antiteză, o atitudine distantă, critică sau nevalidantă din partea terapeutului poate avea consecințe grave, inhibând exprimarea emoțională a clientului și creând un mediu constrângător, lipsit de siguranță și încredere. În astfel de circumstanțe, clientul poate simți nevoia de a-și reprima emoțiile autentice, din teama de a nu fi înțeles sau acceptat, ceea ce poate obstrucționa progresul terapeutic, și poate împiedica explorarea reală a problemelor sale. Este necesară utilizarea unui limbaj adecvat de către terapeut, care să reflecte empatia, acceptarea și deschiderea continuă față de perspectiva clientului. Expresii precum „Înțeleg...”, „Cred...”, „Așa...” etc. transmit un mesaj de susținere, de disponibilitate pentru a asculta și a înțelege cât mai bine experiențele clientului, încurajându-l să continue să se exprime liber. În schimb, formulări precum „Am înțeles!” „Ehhh!..”, „Nu așa trebuia!” etc. pot

sugera o încheiere prematură a explorării, creând impresia că terapeutul a ajuns deja la concluzii și nu mai este disponibil pentru noi perspective sau detalii.

Construirea unei relații autentice, bazate pe încredere și respect reciproc între terapeut și client are un impact profund asupra climatului terapeutic, facilitând sau, după caz, obstrucționând deschiderea, vulnerabilitatea și implicarea clientului în procesul explorării problemelor sale emoționale și personale; congruența dintre comunicarea verbală și cea nonverbală reprezintă fundamentul pentru toate acestea. Prin menținerea unei atitudini pozitive, a unei posturi corporale relaxate, a unui contact vizual adecvat și a unor expresii faciale prietenoase, terapeutul transmite un mesaj puternic de interes și disponibilitate totală față de perspectiva clientului. Această armonizare a componentelor verbale și nonverbale creează un mediu sigur și confortabil pentru client, ajutându-l în gestionarea adecvată și liberă a propriilor provocări emoționale. Utilizarea unui limbaj adaptat nivelului de înțelegere al clientului este, de asemenea, esențială pentru a evita distanța sau neînțelegerile. Jargonul profesional excesiv sau termenii de specialitate pot crea o prăpastie cognitivă și emoțională între terapeut și client, obstrucționând conexiunea autentică și înțelegerea profundă. Prin folosirea unui vocabular accesibil și a exemplelor concrete, terapeutul poate facilita o comunicare fluidă, încurajând clientul, chiar dacă indirect, să se simtă acceptat și înțeles în unicitatea sa¹. Crearea unui mediu fizic liniștit și intim, lipsit de surse de distragere sau perturbări exterioare este decisivă pentru a-i oferi clientului un spațiu sigur de explorare a vulnerabilităților sale. Zgomotele, întreruperile sau invadarea spațiului personal pot genera anxietate, disconfort și pot perturba tendința clientului de a-și expune plenar problemele.

-
1. L.L. Charlés, E. Suranski, B. Barber-Stephens, L. Allen, M. Ticheli, G.L. Tonore, 2003, „Speaking the Language of the Client»: Bridging Gaps in Understanding”, *Journal of Systemic Therapies*, vol. 22, nr. 3, pp. 54-66.

155 Or, asigurându-i o atmosferă liniștită și intimă, terapeutul transmite un mesaj de respect față de nevoile și slăbiciunile clientului.

Evitarea generalizărilor sau a comparațiilor cu alte cazuri reprezintă un aspect esențial pentru a trata fiecare client ca pe o persoană unică, cu experiențe și perspective individuale unice. Încadrarea problemelor într-un tipar generic sau minimalizarea prin comparații poate face clientul să se simtă neînțeles, putând submina conexiunea terapeutică. Prin abordarea individualizată și respectuoasă a fiecărei experiențe, terapeutul creează premisele pentru o explorare autentică și profundă a problemelor clientului. Ascultarea activă, reflectată prin reformulări și clarificări, demonstrează dedicarea terapeutului și înțelegerea sa asupra perspectivei clientului. Reformulările și clarificările permit, de asemenea, evitarea neînțelegerilor și consolidează încrederea și respectul reciproc. În final, evitarea judecăților de valoare sau a sfaturilor nesolicitate este esențială pentru a menține un spațiu sigur de explorare, lipsit de critici sau impuneri din partea terapeutului.

Rolul specialistului este de a ghida clientul în propria călătorie de autoexplorare și descoperire, nu de a impune perspective sau soluții minune/preconcepute. Această atitudine neimpunătoare, combinată cu celelalte elemente menționate, creează premisele pentru o relație terapeutică autentică, bazată pe respect și înțelegere reciprocă. Prin intermediul acestor considerente condiționante în cadrul comunicării terapeutice, specialistul poate construi punți de legătură puternice cu clientul, facilitând deschiderea, vulnerabilitatea și implicarea totală în procesul de explorare, vindecare și creștere personală. Toate aceste strategii creează și consolidează relații terapeutice eficiente și transformatoare, permițându-i clientului să se conecteze la resursele sale interioare și să depășească provocările emoționale și existențiale cu care se confruntă.

Tehnicile de reformulare, clarificare și reflectare a emoțiilor demonstrează înțelegerea adevărată și încurajează clientul să exploreze în detaliu propriile experiențe, creând premisele pentru

o legătură reală și o abordare terapeutică eficientă. O atenție specială trebuie acordată apariției riscului fenomenului numit „pendulare emoțională”, adică de reproducere inconștientă a stărilor emoționale negative ale clientului de către terapeut. Acest tipar comportamental nonverbal diferă de așa-numita „oglindire emoțională”, menționată anterior, la indicațiile de limbaj neverbal. Termenii sunt diferiți, în sensul în care dialogul nu se desfășoară între prieteni, rude, persoane apropiate, colegi, ci între un specialist (terapeutul) și beneficiarul unui serviciu specializat. Prin urmare, în cazul pendulării emoționale este vorba de o identificare excesivă cu problemele clientului, lucru care poate duce la pierderea perspectivei obiective și detașate necesare pentru a ghida procesul terapeutic în mod constructiv. Când terapeutul manifestă aceleași emoții intense precum furia sau tristețea clientului, acesta poate rămâne blocat în aceeași stare emoțională negativă, făcând dificilă identificarea unor soluții eficiente. Pentru a evita acest fenomen dăunător, se impune menținerea unor limite sănatoase în cadrul relației terapeutice. Deși empatia și conexiunea autentică sunt esențiale, terapeutul trebuie să evite identificarea excesivă cu problemele clientului, păstrând o perspectivă obiectivă și detașată, necesară pentru a ghida procesul terapeutic către soluții constructive și pentru a ajuta clientul să-și depășească provocările emoționale.

În concluzie, elementele nonverbale precum expresivitatea facială, contactul vizual, postura corporală și paralimbajul reprezintă instrumente esențiale pentru stabilirea unei conexiuni autentice și a unui mediu terapeutic propice în relația terapeut-client. Totuși, este obligatoriu ca terapeutul să mențină un echilibru delicat între empatie, conexiune emoțională și păstrarea unor limite sănatoase, evitând pendularea emoțională excesivă și menținând o perspectivă obiectivă și constructivă în ghidarea procesului terapeutic.

O grupare a principalelor elemente prin care comunicarea terapeutică se diferențiază de forma ei cotidiană include:

COMUNICARE UZUALĂ	COMUNICARE TERAPEUT-CLIENT
Este adesea lipsită de un obiectiv specific.	Este orientată spre o anumită problemă.
Atitudinea este de tip concurențial/prin care se urmărește atragerea atenției.	Concentrarea este exclusiv asupra subiectului și a situației în care se află acesta.
Primează cunoștințele de nivel obișnuit, acumulate pe bază de experiență personală.	Este necesară probarea unui cumul informațional de specialitate.
Adesea are caracter arbitrar, fără a fi determinată de un factor de necesitate.	Se adresează unei persoane ajunse în stare de vulnerabilitate, ce are nevoie de sprijin.
Abordarea comunicării se desfășoară de pe poziții de relativă egalitate.	Specialistul are misiunea de a orienta dialogul în mod profesionist, conform scopului intenționat.
Discuția poate include aspecte prin care se dorește corectarea unui comportament, observații, remarci tendențioase etc.	Discuția are un caracter concesiv, marcată de absența spiritului combativ la adresa celui aflat în nevoie.
Nonverbalul ce însoțește dialogul este, cel mai adesea, lăsat la voia întâmplării.	În dialogul cu clientul, conștientizarea elementelor neverbale prin care se pot transmite sensuri importante devine imperativă.
Criteriul confidențialității este prezent doar în anumite situații.	Confidențialitatea conferă încrederea necesară continuării demersului terapeutic.
Se stabilesc relații interumane favorabile amicitiei sau prietenilor pe termen lung.	Respectarea deontologiei profesionale obligă la stabilirea unor limite relaționale.
Partenerii de dialog pot încerca să domine comunicarea, astfel încât fiecare să aibă ultimul cuvânt.	Dialogul este temperat, echidistant, în care părțile conlucrează pentru a remedia o situație de criză.
Ambientul este aleatoriu.	Comunicarea se desfășoară în cadru instituționalizat.

Bibliografie

- Academia Română, Institutul de Lingvistică „Iorgu Iordan”, 1996, *Dicționarul explicativ al limbii române*, ediția a II-a revăzută și adăugită, Editura Univers Enciclopedic, București.
- Arnou, B.A., Steidtmann, D., 2014, „Harnessing the potential of the therapeutic alliance”, *World Psychiatry*, vol. 13, nr. 3, pp. 238-240, doi: 10.1002/wps.20147
- Bohannon, L.S., Herbert, A.M., Pelz, J.B., Rantanen, E.M., 2013, „Eye contact and video-mediated communication: A review”, *Displays*, vol. 34, nr. 2, pp. 177-185. <https://doi.org/10.1016/j.displa.2012.10.009>
- Bolhuis, J.J., Tattersall, I., Chomsky, N., Berwick, R.C. 2014, „How Could Language Have Evolved?”, *PLoS Biology*, vol. 12, nr. 8, e1001934.
- Borșun, D., 2002, *Semiotică. Limbaj și comunicare*, Editura SNSPA, București.
- Braithwaite, C., 1990, „Communicative Silence: A Cross-Cultural Study of Basso's Hypothesis”, în Donal Carbaugh (ed.), *Cultural Communication and Intercultural Contact*, Lawrence Erlbaum, Hillsdale, pp. 321-327.
- Bremmer, J., Roodenburg, H. (eds.), 2000 [1991], *O istorie culturală a gesturilor*, Editura Polimark, București.
- Brooks, A.W., John, L.K., 2018, „The Surprising Power of Questions”, *Harvard Business Review*, vol. 96, nr. 3, pp. 60-67.

- 159 Burgoon, J.K., Saine, T.J., 1978, *The unspoken dialogue: An introduction to nonverbal communication*, Houghton-Mifflin, Boston.
- Busch, C., De Maret, P., Flynn, T., Kellum, R., Le, S., Meyers, B., Saunders, M., White, R., Palmquist, M., 2005, „Content Analysis”, *Writing@CSU*, Colorado State University.
- Buşu, O.V., 2014, „Difficulties of Unitary Understanding of the Social Communication”, *International Letters of Social and Humanistic Sciences*, vol. 30, 2014, pp. 8-16, doi:10.18052/www.scipress.com/ILSHS.30.8
- Charlés, L.L., Suranski, E., Barber-Stephens, B., Allen, L., Ticheli, M., Tonore, G.L., 2003, „«Speaking the Language of the Client»: Bridging Gaps in Understanding”, *Journal of Systemic Therapies*, vol. 22, nr. 3, pp. 54-66, <https://doi.org/10.1521/jsyt.22.3.54.23358>
- Chelcea, S. (coord.), 2005, *Comunicarea nonverbal. Gesturile şi postura*, Editura Comunicare.ro, Bucureşti.
- Codoban, A., 2001, *Semn şi interpretare. O introducere postmodernă în semiologie şi hermeneutică*, Editura Dacia, Cluj-Napoca.
- Cosmovici, A., 1996, *Psihologie generală*, Editura Polirom, Iaşi.
- Craig, R.T. (2017). „Definitions and concepts of communication”, în P. Moy (ed.), *Oxford Bibliographies in Communication*, Oxford University Press, New York, doi: 10.1093/OBO/9780199756841-0172
- Del Giacco, L., Anguera, M.T., Salcuni, S., 2020, „The Action of Verbal and Non-verbal Communication in the Therapeutic Alliance Construction: A Mixed Methods Approach to Assess the Initial Interactions With Depressed Patients”, *Frontiers in Psychology*, DOI: 10.3389/fpsyg.2020.00234
- De Stefani, E., De Marco, D., 2019, „Language, Gesture, and Emotional Communication: An Embodied View of Social Interaction”, *Frontiers in Psychology*, vol. 10.
- Doggett, L.E., 1992, „Calendars”, în K. Seidelmann (ed.), *Explanatory Supplement to the Astronomical Almanac*, US Naval Observatory, University Science Books Company, Mill Valley.
- Dowell, N.M.M., Nixon, T.M., Graesser, A., 2019, „Group communication analysis: A computational linguistics approach for

- detecting sociocognitive roles in multiparty interactions”, *Behavior Research Methods*, nr. 51, <https://doi.org/10.3758/s13428-018-1102-z>.
- Drago, M., Boroli, A., 2006, *Enciclopedia de Filosofie și Științe umane*, traducere de Luminița Cosma, Editura All Educational, București.
- Duduciuc, A., 2012, *Sociologia modei. Stil vestimentar și dezirabilitate socială*, Editura Institutul European, Iași.
- Durac, L., 2009, *Semiotica limbajului nonverbal în relația părinte-adolescent*, Editura Institutul European, Iași.
- Dinu, M., 2013, *Fundamentele comunicării interpersonale*, Editura All, București.
- Ekman, P., Friesen, W., 1969, „The Repertoire of Nonverbal Behavior: Categories, Origins, Usage, and Coding”, *Semiotica*, vol. 1, nr. 1, pp. 49-98, <https://doi.org/10.1515/semi.1969.1.1.49>
- Ekman, P., 2003. *Emotions revealed: Recognizing faces and feelings to improve communication and emotional life*, Times Books/Henry Holt and Co.
- Eyal, T., Steffel, M., Epley, N., 2018, „Perspective mistaking: Accurately understanding the mind of another requires getting perspective, not taking perspective”, *Journal of Personality and Social Psychology*, vol. 114, nr. 4, pp. 547-571, <https://doi.org/10.1037/pspa0000115>
- Fârte, G.I., 2004, *Comunicarea. O abordare praxiologică*, Casa Editorială Demiurg, Iași.
- Gallace, A., Spence, C., 2010, „The science of interpersonal touch: An overview”, *Neuroscience & Biobehavioral Reviews*, nr. 34, pp. 246-259, <https://doi.org/10.1016/j.neubiorev.2008.10.004>
- Gibbons, B., 1986, „The Intimate Sense of Smell”, *National Geographic*, vol. 170, nr. 3, pp. 324-361.
- Gumpert, G., 1975, „The rise of uni-comm”, *Today's Speech*, vol. 23, nr. 4, pp. 34-38, <https://doi.org/10.1080/01463377509369198>
- Gutheil, T.G., Gabbard, G.O., 1993, „The concept of boundaries in clinical practice: Theoretical and risk-management dimensions”, *The American Journal of Psychiatry*, vol. 150, nr. 2, pp. 188-196, <https://doi.org/10.1176/ajp.150.2.188>

- 161 Haineș, I., 1998, *Introducere în teoria comunicării*, Editura Fundației România de Măine, București.
- Hall, E.T., 1988, „The Hidden Dimensions of Time and Space in Today's World”, în F. Poyatos (ed.), *Crosscultural Perspectives in Nonverbal Communication*, Hogrefe, Toronto.
- Hamel, A., 2019, *Interpersonal Communication: Principles and Practice*, All Books and Monographs by WMU Authors.
- Hewitt, G., 1995, „Cycles of Psychotherapy”, *Transactional Analysis Journal*, vol. 25, nr. 3, pp. 200-207, <https://doi.org/10.1177/036215379502500302>
- James, R.K., Gilliland, B.E., 2005, *Crisis intervention strategies* (ed. a V-a), Thomson Brooks/Cole, Belmont, CA.
- Katz, D., 1947, „Psychological Barriers to Communications”, *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, vol. 250, nr. 1, pp. 17-25, <https://doi.org/10.1177/000271624725000104>
- Knapp, M.L., Hall, J.A., 2006, *Nonverbal communication in human interaction*, Wadsworth/Thomson Learning, Belmont, CA.
- Knapp, M., Daly, J.A., 2002, *Handbook of interpersonal communication* (ed. a III-a), Sage.
- Lacombe, F., 2005, *Rezolvarea dificultăților de comunicare*, Editura Polirom, Iași.
- Lanning, K., Pauletti, R.E., King, L.A. et al., 2001, „Personality development through natural language”, *Human Behaviour*, nr. 2, pp. 327-334, <https://doi.org/10.1038/s41562-018-0329-0>
- Levine, R., 2006, *A Geography of Time: The Temporal Misadventures of a Social Psychologist, or How Every Culture Keeps Time Just a Little Bit Differently*, One World Book, Oxford.
- Lomranz, J., 1976, „Cultural Variations in Personal Space.” *The Journal of Social Psychology*, vol. 99, nr. 1, pp. 21-27. <https://doi.org/10.1080/00224545.1976.9924743>
- Manning, M.L., Bucher, K.T., 2001, „Revisiting Ginott's Congruent Communication after Thirty Years”, *The Clearing House: A Journal of Educational Strategies, Issues and Ideas*, vol. 74, nr. 4, pp. 215-218, <https://doi.org/10.1080/00098650109599194>

- Maslow, A.H., 1949, „The expressive component of behavior”, 162
Psychological Review, vol. 56, nr. 5, pp. 261-272.
- Maguire, K.C., 2006, „Making Sense of the Seven Communication Traditions”, *Communication Teacher*, vol. 20, nr. 4, pp. 89-92, <https://doi.org/10.1080/17404620601014708>
- Mehrabian, A., Wiener, M., 1967, „Decoding of inconsistent communications”, *Journal of Personality and Social Psychology*, vol. 6, nr. 1, pp. 109-114, <https://doi.org/10.1037/h0024532>
- McQuail, D., *Comunicarea*, 1999, Editura Institutul European, Iași.
- Miller, G.R., 1978, „The Current Status of Theory and Research in Interpersonal Communication”, *Human Communication Research*, vol. 4, nr. 2, pp. 164-178, <https://doi.org/10.1111/j.1468-2958.1978.tb00606.x>
- Molloy, M., 1989, *Fundamentals of Performance Modeling*, MacMillan General Reference.
- Moscovici, S., Marková, I., 2006, *The Making of Modern Social Psychology: The Hidden Story of How an International Social Science was Created*, Plity Press, Malden, MA.
- Newcomb, T.M., 1950, *American Psychologist*, vol. 5, nr. 5, <https://doi.org/10.1037/h0058884>
- Nicolescu, A., Teodorescu, M., 2015, „Communicational and Message Theory Concepts and Notions”, *International Letters of Social and Humanistic Sciences*, vol. 42.
- Nuță, A., 2004, *Abilități de comunicare*, Editura SPER, București.
- Pam M.S., 2018, „Expressive behavior”, *Psychology Dictionary.org*, november 28.
- Pânișoară, I.-O., 2004, *Comunicarea eficientă*, Editura Polirom, Iași.
- Piantadosi, S.T., Tily, H., Gibson, E. 2012, „The Communicative Function of Ambiguity in Language”, *Cognition*, vol. 122, nr. 3, pp. 280-291.
- Ponari, M., Trojano, L., Grossi, D. et al., 2013, „Avoiding or approaching eyes? Introversiion/extraversiion affects the gaze-cueing effect”, *Cognitive Processing*, nr. 14, pp. 293-299, <https://doi.org/10.1007/s10339-013-0559-z>
- Prutianu, Ș., 2005, *Antrenamentul abilităților de comunicare*, Editura Polirom, Iași.

- 163 Rime, B., 2008, *Comunicarea socială a emoțiilor*, Editura Trei, București.
- Ruesch, J., Bateson, G., 1968, *Communication: The social matrix of psychiatry*, Norton & Company, INC, New York.
- Stanton, Niki, 1995, *Comunicarea*, Editura Științifică și Tehnică, București.
- Stănciulescu, D.T., 2004, *La început a fost semnul. O altă introducere în semiotică*, Editura Performantica, Iași.
- Rovența-Frumușani, D., 1999, *Semiotică, societate, cultură*, Editura Institutul European, Iași.
- Sedikides, C., Schlegel, R.J., 2024, „Distilling the concept of authenticity”, *Nature Reviews Psychology*, nr. 3, pp. 509-523, <https://doi.org/10.1038/s44159-024-00323-y>
- Stevens, S.S., 1950, „Mathematics, measurement, and psychophysics”, în S.S. Stevens (ed.), *Handbook of Experimental Psychology*, Wiley, New York.
- Șoitu, L., 2001, *Pedagogia comunicării*, Editura Institutul European Iași.
- Skibins, J.C., Powell, R.B., Stern, M.J., 2012, „Exploring empirical support for interpretation’s best practices”, *Journal of Interpretation Research*, vol. 17, nr. 1, pp. 25-44, <https://doi.org/10.1177/109258721201700103>
- Tamis-LeMonda, C.S., Song, L., Fletcher, K.K., 2018, „Language Development”, în T. Shackelford, V. Weekes-Shackelford (eds.), *Encyclopedia of Evolutionary Psychological Science*, Springer, Cham, https://doi.org/10.1007/978-3-319-16999-6_2410-1
- Thorne, S.L., 2003, „Artifacts and cultures-of-use in intercultural communication”, *Language Learning & Technology*, vol. 7, nr. 2, pp. 38-67, <http://dx.doi.org/10125/25200>
- Turner, J.H., Stets, J.E., 2006, „Sociological Theories of Human Emotions”, *Annual Review of Sociology*, nr. 32, pp. 25-52, <https://doi.org/10.1146/annurev.soc.32.061604.123130>
- Teodorescu, B., 2014, „Modelling Anthropological Profile by Communication”, *International Letters of Social and Humanistic Sciences*, nr. 43, pp. 109-115, <https://www.learntechlib.org/p/176484/>

- van Zant, A.B., Berger, J., 2020, „How the voice persuades”, 164
Journal of Personality and Social Psychology, vol. 118, nr. 4,
pp. 661-682, DOI: 10.1037/pspi0000193
- van Cuilenburg, J.J., Scholten, O., Noomen, G.W., 2004, *Știința comunicării*, Editura Humanitas, București.
- Vertino, K., 2014, „Effective Interpersonal Communication: A Practical Guide to Improve Your Life”, *OJIN: The Online Journal of Issues in Nursing*, vol. 19, nr. 3.
- Vlăduțescu, Ș., 2014, „Convictive Communication and Persuasive Communications”, *International Letters of Social and Humanistic Sciences*, nr. 26, pp. 164-170, doi: 10.18052/WWW.SCIPRESS.COM/ILSHS
- Zuckerman, M., Miyake, K., 1993, „The attractive voice: What makes it so?”, *Journal of Nonverbal Behavior*, vol. 17, nr. 2, pp. 119-135, <https://doi.org/10.1007/BF01001960>
- Watzlawick, P., Bavelas, J.B., Jackson, D.D., 1967, *Pragmatics of Human Communication: A Study of Interactional Patterns, Pathologies and Paradoxes*, W.W. Norton & Company, New York, Londra.
- Weaver, W., 1949, *Recent Contributions to The Mathematical Theory of Communication*, University of Western Australia, <http://grace.evergreen.edu/~arunc/texts/cybernetics/weaver.pdf>
- Yager, J., Kay, J., Kelsay, K., 2021, „Clinicians’ Cognitive and Affective Biases and the Practice of Psychotherapy”, *American Journal of Psychotherapy*, vol. 74, nr. 3, pp. 119-126, <https://doi.org/10.1176/appi.psychotherapy.20200025>
- Yokozuka, T., Ono, E., Inoue, Y., Ogawa, K., Miyake, Y., 2018, „The Relationship Between Head Motion Synchronization and Empathy in Unidirectional Face-to-Face Communications”, *Frontiers in Psychology*, nr. 9, ar. nr. 384418, <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2018.01622>
- Younggren, J.N., Harris, E.A., 2008, „Can you keep a secret? Confidentiality in psychotherapy”, *Journal of Clinical Psychology*, vol. 64, nr. 5, pp. 589-600, <https://doi.org/10.1002/jclp.20480>