

# TIPOLOGIA COMUNICĂRII ÎN LITERATURA DE SPECIALITATE

## TYOLOGY OF COMMUNICATION IN THE LITERATURE

**Tatiana PETCU**

*Universitatea Pedagogică de Stat „Ion Creangă” din Chișinău*

*Doctorand. (MOLDOVA)*

*E-mail: [petcu.tatiana@upsc.md](mailto:petcu.tatiana@upsc.md)*

**CZU:316.77**

### **Rezumat**

Comunicarea, se definește ca performanța de a descifra sensul, semnificația, conotația și denotația legăturilor sociale, organizate sau dezorganizate, cu ajutorul simbolurilor, semnelor, reprezentărilor și altor modalități de modelare informațională, în scopul declanșării, obținerii stabilității, amplificării, diminuării, amânării sau stopării unor comportamente (conduite) individuale sau de grup. Pentru relațiile sociale și implicit pentru relațiile publice, comunicarea reprezintă o componenta esențială, o stare de spirit și un instrument. Ea este, în același timp, o forță motrice a progresului, calea spre înțelegere, armonie și dreptate, dar și o sursă a conflictelor, a neînțelegerilor.

***Cuvinte-cheie:** comunicare, emițător, receptor, mesaj, verbal, nonverbal, tipologie.*

### **Abstract**

Communication is defined as the performance of deciphering the meaning, significance, connotation and denotation of social ties, organized or disorganized, with the help of symbols, signs, representations and other ways of informational modeling, in order to trigger, achieve stability, amplify, diminish, postpone or stopping individual or group behaviors (conduct). For social relations and implicitly for public relations, communication is an essential component, a state of mind and a tool. It is, at the same time, a driving force of progress, the path to understanding, harmony and justice, but also a source of conflicts and misunderstandings.

***Key-words:** communication, sender, receiver, message, verbal, nonverbal, typology.*

Procesul de comunicare reprezintă o perindare de evenimente cu privire la următoarele aspecte: inițiativa de a transmite un sens, exprimarea intenționată a unui mesaj într-un anumit limbaj, cât și acțiunea de transmitere și receptare a acestui mesaj.

Interacțiunea umană presupune o varietate de dificultăți și conflicte, din acest motiv tipurile de comunicare umană se dovedesc a fi infinit de diverse. Comunicarea este clasificată după mai multe criterii, astfel, după criteriul direcției de comunicare, deosebim două tipuri:

- comunicare verticală, de exemplu între părinți și copii, șef și subordonați;
- comunicarea orizontală, cum ar fi comunicarea fraților apropiați de vârstă, comunicarea colegilor la locul de muncă, etc.

În cazul unei comunicări, răspunsul receptorului la mesajul transmis ne demonstrează dacă acesta a fost bine înțeles, dacă s-a făcut comunicarea corect. Reacția respectivă se numește feedback și încheie cercul comunicării deoarece receptorul, la rândul său, codifică o

informație și o comunică transmițătorului. Putem deci considera ca în procesul comunicării rolurile se schimbă mereu: receptorul devine transmițător și invers.

După natura scopurilor sale, distingem următoarele tipuri de comunicare:

- comunicarea ca scop în sine. Un exemplu ar fi comunicarea între prieteni, rude; Încă o dată este demonstrat faptul că comunicarea construiește relațiile, legăturile dintre noi.
- comunicarea ca mijloc de realizare a unui obiectiv extern în legătură cu aceasta, include comunicarea managerială, pedagogică, ș.a. În acest caz, scopul este în afara procesului de comunicare în sine: acesta constă în atingerea scopurilor organizației, întreprinderii, instituției de învățământ etc.

Conform cercetărilor realizate de Luminița Iacob, comunicarea poate fi clasificată după:

1. **Nivelul interacțiunii**, care se referă la comunicarea interpersonală;
2. **Finalitățile comunicării**, putem distinge comunicarea informativă, persuasivă, ș.a;
3. **Codurile utilizate**, conform acest criteriu deosebim 3 tipuri de comunicare: verbală, paraverbală și nonverbală;
4. **Conținuturile dominante**, se referă la comunicarea referențială, atitudinală, ș.a;
5. **Suportul informațional**, deosebim comunicare digitală, analogică etc;
6. **Raporturile dintre parteneri**, remarcăm comunicarea verticală și orizontală;
7. **Feedbackul**, comunicarea nelateralizată sau cea lateralizată [1].

Înțelegerea tipurilor de comunicare oferă posibilitatea oamenilor să își dezvolte abilitățile de comunicare, așa cum acestea sunt indispensabile în orice activitate. În literatura de specialitate mai întâlnim o clasificare a comunicării după componența persoanelor ce participă la procesul de comunicare, aici distingem:

1. Comunicarea intrapersonală, acest tip de comunicare este echivalat cu o discuție cu sine, adică un monolog intern;
2. Comunicarea interpersonală reprezintă modelul ideal de comunicare care implică doi sau mai mulți comunicanți, este o comunicare directă și personalizată;
3. Comunicarea de grup, aceasta se realizează în cadrul unui grup, între grupuri, individ-grup;
4. Comunicarea de masă are loc atunci când un mesaj este primit de un număr mare de persoane.

În lucrarea „*Teoria Comunicării*”, Sultan Craia descrie succint tipurile comunicării, clasificate după mai multe criterii. Inițial, comunicarea este diferențiată pe regnuri, astfel, autorul deosebește 2 tipuri de comunicare:

1. Comunicarea umană;
2. Comunicarea animalelor.
3. Comunicarea umană, la rândul ei, este divizată în alte două forme de comunicare:
4. Din punct de vedere rațional. În opinia autorului, comunicarea umană din punct de vedere relațional reprezintă comunicarea în cadrul speciei sau cu alte specii, comunicarea religioasă etc.
5. Din punct de vedere al mijloacelor: comunicarea verbală și non-verbală. [2]

Oamenii fac schimb de informații în mod constant, ceea ce înseamnă că întotdeauna fie primim sau oferim informații. Când are loc comunicarea, transmitem mesajul de obicei într-unul din două moduri:

1. Verbal (oral sau scris)
2. Nonverbal.

**Comunicarea verbală** reprezintă comunicarea prin intermediul cuvintelor, ceea ce înseamnă că procesul de schimb de informații și interacțiunea emoțională între oameni sau grupuri are loc prin folosirea mijloacelor de vorbire.

Acest tip de comunicare este direct, are un pregnant caracter subiectiv, comportă un grad ridicat de interactivitate și are un puternic impact psihologic. Comunicarea verbală, în care mesajul este transmis prin vorbire, se distinge de comunicarea non-verbală, unde influența are loc prin intonație, modificări a expresiei faciale/postură, prin gesturi și alte mijloace non-verbale.

Vorbirea umană este utilizată ca un sistem de semne fonetice care este construit pe baza vocabularului și a sintaxei. Vocabularul reprezintă un set de cuvinte care alcătuiesc o limbă. Sintaxa este constituită din totalitatea mijloacelor și a regulilor specifice limbii.

Cu ajutorul vorbirii, informația este codificată și decodificată: emițătorul codifică în procesul de vorbire, iar receptorul decodifică această informație în procesul de ascultare. În funcție de direcția fluxului vorbirii în timpul comunicării, distingem vorbirea dialogică și vorbirea monolog.

Dialogul constituie o formă de vorbire formată dintr-un schimb de enunțuri – replici. Există următoarele tipuri de dialog: dialog informativ; dialog prescriptiv; dialog - un schimb de păreri; dialog în scopul stabilirii sau reglementării relațiilor interpersonale; dialog inactiv (poate fi o comunicare emoțională sau o conversație intelectuală). Monologul, discursul monolog este un tip de vorbire care este complet sau parțial fără legătură (spre deosebire de discursul dialogic) cu discursul interlocutorului într-un context semnificativ și structural.

Comunicarea verbală are două forme:

- ❖ orală
- ❖ scrisă.

*Comunicarea orală* este un discurs sonor folosit pentru comunicarea directă. Din punct de vedere istoric, aceasta este prima formă de vorbire, comunicarea orală a apărut mult mai devreme decât cea scrisă.

Forma materială a vorbirii orale sunt sunetele pronunțate de către om. De acest fenomen sunt legate posibilități bogate de intonație ale vorbirii orale. Intonația este creată de melodia vorbirii, de intensitatea vorbirii, de durata, de creșterea sau încetinirea ritmului vorbirii și de timbrul pronunției.

În vorbirea orală, un rol primordial îl are: locul accentului logic, gradul de claritate al pronunției, prezența sau absența pauzelor. Comunicarea orală are o diversitate de intonație încât poate transmite toată bogăția sentimentelor, experiențelor, dispozițiilor, opiniilor umane.

Percepția vorbirii orale în comunicarea directă este sporită de expresiile faciale și gesturile persoanei care vorbește. Deci, un gest poate exprima o stare emoțională, acord sau dezacord, surpriză etc. Toate aceste mijloace lingvistice și extralingvistice ajută la creșterea semnificației semantice și a bogăției emoționale a vorbirii. Una dintre caracteristicile comunicării orale este incapacitatea de a reveni la un anumit moment al vorbirii din nou, din cauza căreia vorbitorul este forțat să gândească și să vorbească în același timp, adică se gândește direct în proces.

O caracteristică de bază a comunicării scrise este că aceasta nu se desfășoară într-un spațiu temporar, ci într-un spațiu static. Acest lucru oferă scriitorului de a gândi prin scris, de a reveni la ceea ce deja a scris, de a reformula propoziții/fraze, de a substitui cuvinte, apelarea la dicționare, etc. Scrisul a apărut din cele mai vechi timpuri, din motivul că oamenii s-au confruntat în timp cu nevoia de a transmite informații în anumite cazuri în care comunicarea orală directă era imposibil de realizat.

Cu siguranță, istoria comunicării în scris reprezintă una dintre cele mai importante pagini din istoria dezvoltării culturii umane. Esențial este faptul că trebuie să cunoaștem istoria scrisului, aceasta demonstrând înaintarea omenirii pe calea progresului. Principala funcție a comunicării scrise este fixarea vorbirii orale, menținerea acesteia în timp și spațiu.

Comunicarea orală sau scrisă, are propriile sale caracteristici. Comunicarea orală, de regulă, este asociată cu semne de contact și imediate, în timp ce comunicarea scrisă este asociată cu semne de distanță și mediere. Textul scris conține forme complexe de gândire, reflectate în forme lingvistice mai complexe. Comunicarea scrisă are nevoie de reflecție, este supusă unor reguli lexicale și gramaticale mai stricte.

Comunicarea orală nu permite modificarea mesajului, cu excepția unor clarificări sau precizări, spre deosebire de informația scrisă, care poate fi returnată și, în cazul în care este necesar, revizuită de către autor.

**Comunicarea nonverbală** reprezintă limbajul corpului: expresiile faciale, gesturile, aspect și chiar postura utilizată în procesul de vorbire, etc. Astfel, pe lângă mesajul verbal, prin intermediul comunicării nonverbale sunt transmise sentimente și atitudini.

Există situații când semnele nonverbale contrazic comunicarea verbală, acest lucru afectând sensul mesajului. În conformitate cu cercetările din domeniu, 55% dintre mesaje sunt percepute prin expresii faciale, posturi și gesturi, iar 38% prin intonații și modulații ale vocii. Din acest fapt rezultă că atunci când vorbim, destinatarul percepe doar 7% prin intermediul cuvintelor. Această cercetare ne demonstrează că modul în care vorbim este mai important decât cuvintele pe care le spunem.

Majoritatea formelor și mijloacelor de comunicare non-verbale ale unui om sunt înnăscute și îi permit să interacționeze cu alți oameni, să realizeze o înțelegere reciprocă la nivel emoțional și comportamental. Datorită comunicării non-verbale, oamenii se dezvoltă psihologic chiar înainte de a învăța să vorbească.

Mai mult ca atât, comportamentul non-verbal în sine contribuie la dezvoltarea și îmbunătățirea capacităților de comunicare ale unei persoane, în urma cărora aceasta devine mai capabilă de contacte interpersonale. În majoritatea cazurilor, comunicarea non-verbale nu este conștientă, deoarece exprimă emoțiile și atitudinile reale ale unui participant la procesul de comunicare.

Fiecare om se află în permanență într-o ipostază care poate fi interpretată într-un anumit fel și îl poate caracteriza. Cea mai bună metodă de a studia tehnicile de comunicare este observarea propriilor gesturi și a celor din jur. În același timp, utilizarea abilității a comunicării non-verbale este necesară zi de zi și oferă doar avantaje în toate domeniile activității umane.

Din comunicarea nonverbală fac parte:

- aspectul exterior al omului
- contactul vizual

- mimica
- gesturile
- comportamentul acestuia
- felul în care face mișcări de orice fel.

Toate aceste lucruri pot forma o imagine despre om înainte ca acesta să rostească un cuvânt.

Funcțiile comunicării non-verbale au fost evidențiate de mai mulți cercetători. În Conform cercetărilor realizate de Watson și Hill, comunicarea non-verbală are următoarele funcții:

- *accentuarea comunicării verbale*, acest lucru se datorează faptului că semnalele non-verbale vin să întărească mesajului verbal;
- *complementaritatea*, prin dispunerea unor informații adăugătoare care vin să confirme ori iners, să infirme mesajul verbal;
- *contextualizarea*, prin care se presupune sensibilizarea afectivă ori persuasivă a receptorului în procesul de comunicare
- *substitutivă*, adică are loc înlocuirea exprimării verbale în totalitate, de exemplu limbajul surdo-muților;
- *manipulatorie*, prin care se urmărește atingerea scopului urmărit. [3]

Comunicarea reprezintă un proces extrem de divers. În literatura de specialitate, sunt enumerate mai multe tipuri de comunicare, clasificate după anumite criterii. În același timp, ca și în situația cu definirea aceste noțiuni, oamenii de știință nu au ajuns la o tratare unică la ceea ce este considerat un tip de comunicare. Se presupune că trăsăturile tipologice ale comunicării se datorează naturii lor, iar trăsăturile specifice se datorează orientării subiectului. Varietățile de comunicare caracterizează și determină rolul și mijloacele participanților, precum și însăși situația de contact

## BIBLIOGRAFIE

1. IACOB L. *Cercetarea comunicării astăzi*. În: Psihologie socială. Aspecte contemporane. Iași: Polirom, 1996, p.179.
2. SULTAN C. *Teoria comunicării*. București.
3. WATSON J., HILL A. *A Dictionary of Communication and Media Studies*. London, Edward Arnold, 1993, p. 40.
4. Comunicarea: definire tipologie.  
<https://www.rasfoiesc.com/business/marketing/comunicare/Comunicarea-definire-tipologie82.php>