

## COMMUNICATION – THE TERRITORY OF RELATIONSHIP CAPITALIZATION

**Ruxanda Literat, Assist. Prof., PhD, Technical University of Cluj-Napoca**

*Abstract: The paper approaches the issue of interpersonal communication related to the environment (professional, educational, social, informational) in which it occurs. We analyze the routes and the means at the communicators' disposal, the structure of interactions in conversations, and the processual aspects of the interlocutors' reactions in a communicative situation. The optimization of group-relation development is also discussed with emphasis on cooperation-based interactional methods, interactants' self-awareness, the personal and group development techniques oriented towards establishing and developing effective communicative relations for professional communication purposes.*

**Keywords:** *communicative relationships, conversation, interaction, cooperation, group-relation development.*

### Comunicarea și mediul comunicațional

În încercarea continuă de a defini mai exact semnificațiile științifice ale termenului de „comunicare” am pornit de la trei semnificații întâlnite frecvent în dicționarele explicative și care se întrepătrund parțial. Acestea pot fi traduse prin 1) înștiințare, aducere la cunoștință; 2) contacte verbale în interiorul unui grup sau colectiv; 3) prezentare sau ocazie care favorizează schimbul de idei sau relațiile spirituale (Cuilenburg *et al.*, 1998, 23).

Cu alte cuvinte, comunicarea conține informație transferată, relaționare prin mijloace verbale și nonverbale, mesaj și situație (context) în care se realizează, afectiv și spiritual, schimburile comunicaționale. De fapt, comunicarea între „făpturile” comunicante într-un moment dat nu este numai transmitere/schimb de date, semne, semnificații controlate direct de voință, ci conține și un grad de „sugestie” ce influențează afectiv pe interlocutori. Actul comunicării este „realizarea noastră socială prin limbaj” într-o „rețea de gesturi conversaționale, cuprinzând condițiile lor de satisfacere, constituind nu numai o unealtă de comunicare, ci o adevărată urzeală pe care se conturează identitatea noastră” (Varela, 1989).

Comunicarea verbală reflectă relația bilaterală între doi parteneri (emițător - receptor), care fac schimb de mesaje determinate psihosocial, apelând la un cod, lingvistic și nonlingvistic, într-o situație dată. Ea este deci un fenomen de natură socială și integrată social. „Întreaga viață umană se desfășoară pe un fond de permanentă comunicare” (Slama-Cazacu, 1972, 19). Esența comunicării verbale fiind dialogul, partenerii își pot schimba oricând rolurile, receptorul devenind emițător și invers. Reversibilitatea relației dinamizează actul de comunicare, îmbogățește informația și îi ajută pe parteneri să decodifice cât mai corect mesajele.

Ca tip de comunicare socială, comunicarea interpersonală urmărește obiective pe care și le stabilește fiecare dintre parteneri în funcție de situația comunicativă: persuadarea, dorința de a influența opiniile, atitudinile sau comportamentul interlocutorului; autocunoașterea, prin dirijarea interacțiunii cu partenerii de comunicare astfel încât să-i determinăm să-și exprime părerea asupra trăsăturilor și manifestărilor noastre; descoperirea

lumii exterioare, prin schimbul direct de idei sau comentarii pe teme profesionale, culturale etc.; stabilirea și menținerea de relații semnificative cu alte ființe umane.

În noul cadru societal, elementul fundamental schimbat este mediul în care noi comunicăm, cu repercurșiuni asupra mijloacelor de realizare a comunicării și circuitelor instaurate ce permit abordări flexibile de strategie în comunicare. Despre ce se vorbește, pe ce bază are loc schimbul, cum să se efectueze schimbul, care sunt reacțiile pe care acesta le va provoca, cum le vom gestiona sunt elemente ce vizează actualitatea problematicii.

În mediul social informațional diferit în care trăim astăzi limitele între comunicarea privată și comunicarea profesională sunt tot mai slab marcate, diverse sisteme tehnice comunicaționale (computerul, telefonul mobil, televiziunea prin cablu etc.) permit intrarea liberă a informațiilor la locul de muncă/studiu sau în ambianța spațiului personal. Cadrul preformat, care facilitează circulația informațiilor cu ajutorul echipamentelor tehnice, satisface doar într-o anumită măsură nevoile profesionale și socio-umane de intrare în relație, de favorizare a schimbului de idei, de expresie emoțională.

Mediul profesional presupune relaționarea prin punerea în comun a informațiilor, a mesajelor și practicilor, dar și acordarea sensibilităților umane specifice, a modurilor de gândire sau viziune asupra lumii. Informațiile ne parvin cu mare viteză și în cantități copleșitoare sub formă de mesaje de asimilat ca reprezentări ale realului. Suntem frecvent obligați să le selectăm și să le filtrăm rapid, să decidem dacă ne sunt necesare sau nu în funcție de prioritățile momentului sau de capacitatea noastră de a le anticipa utilitatea. Presiunea acestui nou mediu puternic informațional poate genera și întreține confuzia între informație și comunicare, prima în detrimentul celei de a doua.

Reechilibrarea celor două noțiuni – informație și comunicare – presupune cunoașterea unor reguli de comunicare și dezvoltarea măiestriei de a mânui tehnicile comunicative. Din această perspectivă mai largă, mediul educațional poate fi văzut ca fiind locul în care se realizează compatibilizarea capacității umane de procesare a informației cu informația disponibilă (profesională, dar și socială) cu scopul profesionalizării schimburilor comunicaționale, căci a ști să comunici eficient înseamnă a ști să creezi teritoriul ce leagă rațional și afectiv comunicatorii.

### **Relaționare și raportare în interacțiunile verbale**

În cadrul unei comunicări interpersonale se transmit informații de la emițătorii care le dețin la receptorii care nu le posedă. Fiecare persoană deține o parte mai mare sau mai mică din informația de care are nevoie pentru rezolvarea unei probleme ce reprezintă obiectul unei comunicări interpersonale. Poziția emițătorului și, respectiv, a receptorului depinde de ceea ce știu sau nu știu unul despre celălalt, orice proces de comunicare între oameni fiind condiționat de gradul lor de cunoaștere interpersonală. Relațiile interpersonale sunt direct legate de stilul interpersonal al unui individ și constă în preferințele acestuia de a stabili raporturi cu alte persoane (Sachelarie, 2006, 86).

Abordarea comunicării presupune profesionalizarea schimburilor. Aceasta înseamnă a fi convingător pentru a-l putea influența pe interlocutor cu acceptarea, la rândul tău, a influențării. Acțiunea strategică în comunicare integrează această mișcare în dublu sens: celălalt se centreează pe mine și/sau eu mă centrez pe celălalt (Amoureux, 1997, 82).

Importanța acordată celuilalt redevine motorul pentru asigurarea desfășurării comunicării. Capacitatea de a asculta interlocutorul, dar și de a-l înțelege, acompania, sfătui etc. este determinată atât de dimensiunea personală cât și de dimensiunea profesională, comunicarea devenind astfel terenul în care viața personală și parcursul profesional se întâlnesc, iar relația de empatie prinde sens.

Pe lângă miza informativă și de mobilizare a voinței pentru a influența și a produce un anumit efect, miza relațională și de poziționare, prin care îmi asum o identitate/poziție în raport cu celălalt capătă importanță sporită în spațiul profesional, educațional și social. Nu poți comunica însă fără a te afla într-un sistem minim de reguli împărtășite, cunoscute și acceptate prin cooperarea tuturor participanților și care formează miza normativă.

### **Trăsături distinctive ale comunicării orale dialogice**

Formele de comunicare orale, dar și cele scrise, sunt guvernate de un principiu dialogic și anume discursul emițătorului este dependent de destinatar, „dialogizarea interioară” sau „dialogul implicit” reprezentând forța generatoare a discursului, indiferent de canalul de transmitere utilizat.

Oralul își are propriile sale norme, determinate de structura particulară a contextului situațional care îl definește, prin coprezența interlocutorilor, concomitența emiterii și a receptării, cu luarea în considerare a unor elemente de natură cognitivă, psihologică și socială. Astfel, funcționarea canalului oral determină biunivocitatea relației dintre participanții la actul comunicării, fiecare asumându-și succesiv cele două roluri, de emițător și receptor; codul utilizat se caracterizează printr-o largă deschidere față de variantele regionale și sociale ale unei limbi, iar datele contextului situațional sunt implicite, referirea la acestea fiind posibilă și prin mijloace nonverbale și/sau paraverbale. Raportarea la contextul imediat prin acest complex de mijloace de expresie poate servi la clarificarea unor aspecte ale contextului obiectului comunicării. Referitor la structura mesajului, observăm negocierea sensurilor între emițător și receptor, oralul fiind „domeniul retuşabilului și al sensurilor negociabile între parteneri coprezenți” (Ionescu-Ruxăndroiu, 1999, 13).

Din perspectivă comunicativă, ca rezultat al unui comportament cooperativ și strategic pot apărea ezitări, reformulări, reluări de diverse tipuri, rectificări menite să-i ofere receptorului condiții optime de decodaj. Structura și evoluția discursului oral se bazează pe exploatarea resurselor situaționale, mai degrabă pe adăugare (preponderența coordonării) decât pe subordonare pentru că determinarea sensului nu este dependentă exclusiv de gramatică ci de ansamblul situației de comunicare.

Discursul oral se construiește „sub ochii noștri”, fără să existe o etapă preliminară de organizare conștientă, adică de planificare a activității enunțiative și o perspectivă a emițătorului asupra ansamblului discursiv. Structura enunțului reflectă direct progresul activității de enunțare (Kerbrat-Orecchioni, 1990, 42). De aceea discursul oral se caracterizează printr-un grad ridicat de redundanță și prin linearitate temporală, ceea ce face posibil ca membrii unei serii paradigmatică să coexiste în succesiune și deci să se producă juxtapuneri ale lor pe axa sintagmatică sau ca între anumite construcții sintactice să aibă loc contaminări.

Fiind prin excelență situațională, comunicarea orală servește atât la transmiterea unor sensuri referențiale, deci a unor informații cât și, mai ales, la semnalarea existenței unei relații de comunicare (comuniune fatică). Acest fapt îi atribuie comunicării orale caracterul empatic și participativ cu numeroase tipuri de mărci „emoționale”.

### **Conversația - formă de interacțiune comunicativă**

Conversația este tipul curent de comunicare orală dialogică care se dezvoltă continuu prin interacțiunea unor indivizi, care au obiective conversaționale diferite și adesea interese divergente (Levinson, 1983, 294). Având o evoluție nepredictibilă în cea mai mare parte a cazurilor, se ține seama cu necesitate de partener, atât în producerea cât și în interpretarea enunțurilor (Wardhaugh, 1985, 2). În fiecare moment al schimbului verbal care are loc, colocutorii primesc nu numai informație socială/profesională, dar și informații privind psihologia și comportamentul comunicativ al celuilalt pe baza cărora își orientează atât selectarea și modul de prezentare a celor transmise cât și înțelegerea enunțurilor receptate. Prin diferite forme de feedback, cei doi parteneri pot face dovada implicării lor conversaționale și a decodării adecvate a mesajelor primite.

Caracterul conversației de interacțiune socială este condiționat de existența unui teritoriu comun participanților, care doresc să împărtășească cu alții anumite informații precum și de contextul comunicativ în care are loc. Contextul este parte integrantă a conversației, dar în același timp, conversația este creatoare de context pentru că fiecare intervenție aduce modificări ale contextului preexistent, care nu pot fi neglijate în activitatea ulterioară de enunțare și de receptare (Schiffrin, 1988, 257). Coerența conversației este dată de combinatorica succesiunilor de enunțuri în context ca parte integrantă a conversației.

Conversația se desfășoară sub forma unei succesiuni de intervenții alternative ale participanților, creîndu-și propria ei organizare. Ordonarea conversației este determinată de faptul că interacțiunea dintre emițător și receptor presupune coordonarea activității de producere a semnificațiilor: negocierea sensurilor, crearea unor contexte interpretative (Schiffrin, 1988, 262). Constituenții structurilor conversaționale sunt unități pragmatice sau interacționale și nu unități strict lingvistice. De exemplu, o propoziție poate fi construită prin interacțiune, după cum pauza sau tăcerea pot constitui unități în structura conversației. Pragmatic, conversația apare ca o activitate necesară și serioasă, de cooperare, cu funcție socială coezivă.

O altă modalitate de interacțiune comunicativă astăzi este asigurată de noile media electronice, numite uneori media telematice, care permit transmiterea și recepționarea atât a informației publice cât și a celei private printr-un serviciu oferit consumatorilor, care au posibilitatea să consulte și să extragă informații din baze de date, atunci când doresc, sau să intre în dialog cu alte persoane conectate la rețea. Aceste modificări antrenează o mutare a accentului dinspre media generale către media individuale și, din punctul de vedere al controlului, dinspre emițător către receptor (McQuail și Windahl, 2010, 162).

Noile media deschid posibilități de comunicare interactivă între indivizi foarte dispersați pentru care este valabil „modelul conversației” al lui Bordewijk și Kaam (1986), doi experți olandezi în telecomunicații. Potrivit acestui model, partenerii sunt egali în timpul schimburilor informaționale. Aceștia intră în interacțiune directă printr-o rețea potențială de

comunicare cu alegerea momentului, locului și subiectului comunicării. Conversația, care se desfășoară, poate lua forma unei conversații telefonice (doi participanți) sau a miniconferinței telefonice – mica ședință (cu mai mult de două persoane participante) cu ajutorul unui mijloc tehnic, adică al unui „centru” sau intermediar, care însă nu joacă un rol activ, în sensul că situația de comunicare este inițiată de interactanți.

### **Optimizarea relațiilor în cadrul grupului**

Modalitatea în care circulă fluxul de comunicare într-o arie interacțională formează rețeaua de comunicare, înțelesă ca fiind legăturile care unesc mai mulți comunicatori. Bazându-se pe conceptul de canal de comunicare, adică „modul în care mesajul este oferit – față în față, în scris sau prin film sau în orice alt fel” (Myers, 1990, 249), dar depășindu-l totodată, rolul rețelelor în procesul de comunicare se regăsește în teoria contagiunii conform căreia rețelele de comunicare în organizații servesc drept mecanism, care expun indivizii/grupurile la informațiile, mesajele de natură atitudinală și la comportamentul celorlalți.

Abordarea din perspectiva teoriei contagiunii (Jablin și Putnam, 2001) caută să explice cunoștințele, atitudinile și comportamentele unor persoane prin influența exercitată de informațiile, atitudinile și comportamentul altor persoane cu care se află în legătură printr-o rețea de comunicare. Așa cum observă cei doi autori, această teorie se bazează pe teoria procesării de informații, teoria influenței sociale, a interacționismului simbolic, abordarea mimetică a proceselor exemplificată prin teoriile instituționale și teoriile socio-cognitive.

Necesitatea relaționării pentru a face posibilă comunicarea pune în joc perspective ale teoriei proximității, similarității și apartenenței la grup ce permit actorilor comunicaționali să anticipeze structuri comunicaționale în funcție de contextul comunicării și condițiile sociale/organizaționale.

Proximitatea mai îndelungată a unor persoane crește posibilitatea ca acestea să se întâlnească și să intre în interacțiune, în care își descoperă interese comune și împărtășesc aceleași valori. Proximității fizice i se adaugă astăzi dezvoltarea și optimizarea unui nou tip de proximitate oferit de noile tehnologii, cum sunt telefonia mobilă, e-mail-ul, videofonia etc.

Similaritatea (Brass, 1995) crește predictibilitatea comportamentului și dezvoltă încrederea și reciprocitatea. S-au observat două abordări: ipoteza atracției datorată existenței similarității și cea a autocategorizării. Perceperea similarității din partea comunicatorilor reduce disconfortul psihologic, care poate apărea din inconsistența cognitivă sau emoțională. Oamenii sunt în general tentați să investească o energie minimală în multe dintre relaționările lor. Având o energie limitată, iar investiția energetică (inclusiv cea care vizează voință) presupune efort și realizare cu dificultate, interlocutorii caută, atunci când este posibil, persoane care să le semene, cu valori sensibil apropiate atât la nivel cognitiv cât și la nivel emoțional. Pe de altă parte, individul își definește propria identitate socială printr-un proces de autocategorizare, similaritatea devenind o bază de autoclasificare, prin care acesta își legitimează propria identitate socială. Există totuși o anumită variabilitate, diferențele pot să constituie uneori o formă de atracție complementară ce acționează în direcția similarității, completând-o pe aceasta.

Relațiile de interacțiune comunicativă sunt mai prezente și mai bine structurate în interiorul grupului decât între grupuri prin resimțirea apartenenței la grup, locul unde statuturile și rolurile sunt sau devin mai clar definite, fapt care contribuie la optimizarea și eficientizarea fluxului comunicațional.

### **Interacțiunea bazată pe cooperare**

Pentru creșterea performanțelor activității membrilor în cadrul grupului de lucru (profesional sau instrucțional) utilizarea metodelor ce vizează dezvoltarea interrelațiilor și interacțiunilor de grup bazate pe cooperare, care nu exclud și competiția, sunt de maximă importanță.

Atât lucrul/învățarea prin cooperare cât și lucrul/învățarea prin competiție pleacă de la teoriile formării imaginii de sine și ale comparării sociale. Cu alte cuvinte, trebuie să vedem în ce fel percepția și reprezentarea pe care le avem despre noi înșine sunt legate de interacțiunea cu ceilalți și cum influențează imaginea de sine modul în care ne definim și dezvoltăm capacitatea de lucru. Cu cât membrii unei echipe știu mai multe lucruri unii despre alții cu atât pot comunica mai eficient în gestionarea sarcinilor de lucru. Pe de altă parte, cu cât avem o imagine de sine mai adecvată la realitate cu atât implicarea noastră în relații interpersonale va fi mai puțin viciată de stări conflictuale. Putem spune că autocunoașterea și cunoașterea reciprocă a membrilor grupului crește competența de comunicare prin construirea de relații eficiente.

Cooperarea în cadrul grupului constă în a ține cont de obiectivele celorlalți și de propriile obiective cu adaptarea comportamentului personal pentru atingerea diferitelor obiective propuse. Unul dintre exemplele semnificative ale colaborării în rezolvarea de probleme este cea ce s-a numit „Proiectul Manhattan” (Baron și Kerr, 2003), care a condus la crearea bombei atomice în al doilea război mondial și care a folosit echipe ce au aplicat principiile cooperării cu un anumit grad de competiție. S-a constatat că progresul în îndeplinirea obiectivelor a fost mult mai ridicat decât dacă s-ar fi luat activitatea individuală a cercetătorilor sau s-ar fi apelat la o strategie predominant competițională.

Astfel s-a ajuns la teoria formării echipelor de lucru, plecând de la principiul central: sarcina de tip cooperare, în funcție de care membrii au arătat interes pentru lucrul împreună. Eficientizarea grupului de lucru depinde așadar de identificarea acelor sarcini, care îi pot motiva pe membrii acestuia și care pot direcționa o asemenea grupare. Se pot distinge mai multe tipuri de sarcini de cooperare (Pânișoară, 2006, 381-82): de tip disjunctiv, cu o selecție a celor mai reușite contribuții ale unui singur membru; de tip conjunctiv, care presupune că productivitatea grupului este strict legată de eficiența tuturor membrilor săi, chiar și a celui mai slab dintre aceștia; de tip aditiv, pentru care rezultatul activității grupului este suma contribuțiilor tuturor membrilor; sarcina de tip discreționar, prin care membrii grupului pot combina opțiunile individuale în orice manieră doresc, rezultatul final reprezentând contribuția tuturor participanților.

Interacțiunea bazată pe cooperare în cadrul grupului de lucru relevă faptul că performanța profesională trebuie conjugată cu competența socială și dezvoltarea abilităților de comunicare interpersonală și de grup pentru atingerea dezideratelor grupului, dar și a celor individuale.

### Considerații finale

O comunicare, adică o interacțiune, definește individul ca ființă-în-relație, care încearcă să impună interacțiuni lumii și celorlalți. Partenerii oricărei comunicări își oferă reciproc o definiție a relației lor, orice prezentă, comportament, atitudine față de celălalt fiind resimțită ca influențare, strict legată de noțiunea de interacțiune și relaționare.

Relația pe care vrem să o avem cu interlocutorul se specifică pe măsură ce comunicarea se desfășoară cu reglarea problemelor de poziționare și raportare. Procesul de comunicare ține de ansamblul elementelor ce definesc o situație de comunicare cu accent pe intențiile comunicatorilor, mizele prezente în cadrul schimbului verbal (conversației), a competenței demonstrate în relația cu celălalt și mediul înconjurător (inclusiv cel tehnic și telematic).

Conjugarea cognitivă – a comunica „a ști” cu cea pragmatică – a comunica „a face” duce la redefinirea destinatarului (emițătorul) și a destinatarului (receptorul) ca subiecți competenți integrați într-o relație discursivă de reciprocitate, fiecare dintre ei fiind actori sincretici ai discursului ca proces de intercomunicare. Examinarea condițiilor de exersare a comunicării și definirea dialogică a schimburilor comunicaționale au condus la o definiție antropologică a comunicării ca „acțiune asupra celorlalți oameni, creatoare de relații intersubiective și fondatoare ale societății” (Drăgan, 2007, 232). Comunicarea socială și profesională astăzi se prezintă ca teritoriu al capitalizării relațiilor interpersonale și profesionale și reflectă trecerea de la comunicarea „a face să știi” spre comunicarea „a face să crezi” și „a face să faci”.

### Bibliografie

- Amoureux, G., 1997, *Maîtriser l'art de communiquer*, în N. Aubert “Diriger et motiver”, Les Éditions d'Organisation, Paris.
- Baron, R. S. și N. L. Kerr, 2003, *Group Process, Group Decision, Group Action*, Open University Press, Buckingham, Philadelphia.
- Brass, D. J., 1995, *A social network perspective on human resources management*, în G. Ferris (ed.), “Research in personnel and human resources management”, JAI Press, Greenwich, 39-79.
- Bordewijk, J. L. și B. van Kaam, 1986, “Towards a classification of new teleinformation services”, *Intermedia*, 14, 1, 16-21.
- Cuilenburg, J. J. Van, O. Scholten și G. W. Noomen, 1998, *Știința comunicării*, București, Ed. Humanitas.
- Drăgan, I., 2007, *Comunicarea: paradigme și teorii*, vol. 1, București, Ed. RAO.
- Ionescu-Ruxăndroiu, L., 1999, *Conversația: structuri și strategii*, București, Ed. ALL Educational.
- Jablin, F. M. și L. L. Putnam, 2001, *The New Handbook of Organizational Communication*, Sage Publications, Thousand Oaks.
- Kerbrat-Orecchioni, C., 1990, *Les interactions verbales*, t.1, Paris Armand Colin.
- Levinson, S. C., 1983, *Pragmatics*, Cambridge, Cambridge University Press.

- McQuail, D. și S. Windahl, 2010, *Modele ale comunicării pentru studiul comunicării de masă*, București, Ed. Comunicare.ro.
- Myers, D. G., 1990, *Social psychology*, McGraw-Hill Publishing Company, New York.
- Pânișoară, I. V., 2006, *Comunicarea eficientă*, Iași, Ed. Polirom.
- Sachelarie, O. M., 2006, *Sociologia comunicării*, Pitești, Editura Paralela 45.
- Schiffrin, D., 1988, *Conversation Analysis*, în Fr. J. Newmeyer (ed.), *Linguistics: The Cambridge Survey, IV, Language: the Sociocultural Context*, Cambridge, CUP, 251-276.
- Slama-Cazacu, T., 1972, *Comunicare pentru educație și educație pentru comunicare*, în "Educație și limbaj", coord. S. Stati, București, Ed. Didactică și Pedagogică.
- Varela, F. J., 1989, *Connaître, Les sciences cognitives, tendances et perspectives*, Paris, Le Seuil.
- Wardhaugh, R., 1985, *How Conversation Works*, Oxford, Oxford University Press.