

DEFINIȚII, MODELE ȘI TEORII ALE COMUNICĂRII

INTRODUCERE

Comunicarea este într-un fel sau altul, centrul activității zilnice, fie că este vorba de familie, colegi, profesori (sau superiori, subordonați, clienți, etc.). De aceea, comunicarea efectivă este o premisă a eficienței în activitatea dvs. profesională sau în viața personală.

Noțiunea de comunicare acoperă toate formele transmiterii informațiilor de la o persoană la alta, atât individual, cât și colectiv. Aceasta nu include doar scrisul și vorbitul, ci și mesajele non-verbale transmise prin limbajul trupului (gesturi și poziții), paraverbale (întonări și expresii) și înfățișarea. **De câte ori nu v-ați format o părere despre un lucru nu doar pentru că vi s-a spus, ci datorită felului în care vi s-a spus.**

De mare importanță pentru comunicare este canalul sau mediul folosit pentru transmiterea mesajului. De exemplu, multe mesaje pot fi orale, iar unele dintre acestea pot fi mult mai bine transmise în scris. **Blocurile de date numerice sunt, în general, înțelese și interpretate mai ușor dacă sunt prezentate sub formă grafică.**

Prezentul curs vă arată cum să priviți ansamblul comunicărilor, precum și împărțirea lui în componente. Veți putea să analizați într-o manieră structurată anumite aspecte ale comunicării și să interpretați corect o întrerupere, atunci când aceasta are loc.

OBIECTIVE CURS

- ✓ înțelegerea componentelor modelului de comunicare și semnificația lor;
- ✓ înțelegerea scopului și impactului comunicărilor non-verbale;
- ✓ capacitatea de selectarea a canalului de comunicare adecvat mesajului.

CE ESTE COMUNICAREA?

Comunicarea este prin definiție o caracteristică **umană**, reprezentând totalitatea mijloacelor prin care informația este transmisă de la o persoană la alta. Abilitatea comunicării este fundamentală pentru supraviețuire (**inclusiv a formelor primitive de viață**), devenind mai importantă în cadrul speciilor care trăiesc în colectivitate. **De exemplu, fără mijloacele de comunicare adecvate speciei lor, animalele de pradă solitare nu ar putea asigura reproducerea propriei specii.**

Comunicările efective sunt fundamentale pentru cooperarea umană și joacă un rol principal în activitatea de zi cu zi a fiecărei instituții. Trebuie să comunicăm pentru:

- a-i face pe ceilalți să fie conștienți de intențiile, nevoile și dorințele noastre;
- a da și a primi informații;
- a iniția, a schimba și a întrerupe acțiuni;
- a negocia și a cădea de acord privind activitățile comune;

- a coordona și monitoriza acțiunile altora;
- a acționa pentru un scop comun.

Comunicarea în activitatea profesională este constituită din procesele prin care informațiile sunt transmise de la o persoană la alta, de la un grup la altul, atât în interiorul, cât și în exteriorul organizației. Aceasta include mijloace verbale și non-verbale și folosește diferite canale: documente scrise în diferite stiluri, convorbiri, mesaje vizuale și mijloace electronice.

Trebuie stabilit ce se înțelege prin *informații* și cum diferă ele de *date*.

Datele sunt faptele pe care se bazează informațiile. Datele pot fi numerice sau textuale. **Ex.: detalii personale – vârsta, înălțimea, greutatea, adresa, numărul de telefon.**

Informațiile provin din date și sunt, în mod normal, ceea ce folosim în procesul comunicării. Ele sunt fie rezultatul interpretării datelor, fie un element din datele folosite într-un anumit context. Obținerea informațiilor trebuie să îmbunătățească cunoașterea. **Ex.: o înregistrare a înălțimii unui grup de oameni este o dată; media înălțimii unui grup de oameni este un număr calculat (interpretare date) și reprezintă o informație.**

Trebuie reținut totuși că prea multe informații pot fi considerate neproductive și nu sporesc adevărata cunoaștere.



Acestea sunt *informațiile supraîncărcate*, un fenomen nou creat de revoluția tehnologiei informaționale (TI).

Primirea unor vaste cantități de informații care depășesc capacitatea de absorbție creează confuzii prin supraîncărcare, astfel încât cunoștințele pot chiar să regreseze. De aceea, nevoia de furniza exact cantitatea de informații este de mare importanță pentru procesul comunicării efective.

Tema nr.1

Următoarele afirmații sunt date sau informații?

1. Nota studentului X la fizică.
2. Notele studenților din anul I.
3. Media studentului X în anul I.
4. O inscripție avertizând pericolul de foc.
5. O listă cu toate examenele nepromovate.
6. Vârsta dvs.
7. Răspunsul la întrebarea „Ce înălțime ai?”.

MODELUL COMUNICĂRII

Procesul comunicării poate fi împărțit în cinci etape:

1. Cunoașterea și formularea nevoii de comunicare
2. Codificarea mesajului
3. Transmiterea mesajului
4. Primirea și decodificarea mesajului
5. Interpretarea mesajului și răspunsul la mesaj.

În spatele acestor etape se află conceptele trimiterii, primirii mesajelor și canalul comunicării. Ulterior se va studia și un al patrulea concept – al zgomotului.

Să ne imaginăm că studentul X are nevoie de o curbă caracteristică a unei mașini sincrone și dorește ca un coleg din echipa în care lucrează să i-o traseze și să i-o transmită. Cum se derulează etapele din acest exemplu, în acest context?

1. Cunoașterea și formularea nevoii de comunicare

În acest exemplu, studentul lucrează la un proiect de semestru și are nevoie de unele informații numerice pe care să le includă în raport. Aceste informații nu sunt disponibile în forma dorită, așa că decide să convingă colegul de echipă să le pregătească, în timp ce el continuă redactarea raportului. Acest lucru trebuie comunicat persoanei, studentul Y.

În acest caz, nevoia comunicării a fost cauzată de decizia studentului X de a transmite o sarcină.

Nevoia de comunicare mai poate avea și alte cauze:

- o cerere specifică de a comunica, făcută de o terță persoană;
- o idee pe care doriți s-o transmiteți sau s-o discutați;
- un răspuns involuntar la un pericol.

De notat este faptul că, în fiecare caz, există atât ideea sau „sensul”, cât și *motivația* pentru trimiterea mesajului. Fără un anumit scop, oamenii nu încearcă să comunice cu adevărat. Înseamnă că întotdeauna există o motivație în spatele fiecărui act de comunicare întâlnit, oricât de banal ar fi el. Acest lucru este valabil, chiar și pentru exclamații involuntare care provin de perceperea unor pericole.

Este de asemenea important să înțelegeți diferența dintre „sensul” sau „impresia” mesajului pe care doriți să-l transmiteți și mesajul în sine. Ideea pe care o aveți în minte când identificați nevoia de comunicare este diferită de forma comunicării.

2. Codificarea mesajului

Mesajul pe care îl aveți în minte, pentru a fi transmis destinatarului, trebuie codificat pentru transmitere. Acest lucru este necesar, deoarece impresiile, gândurile și nevoile sunt concepte mentale dinamice care trebuie să fie interpretate pentru a le comunica celorlalți.

De exemplu: expresia verbală „Nu îmi place ce se întâmplă”, nu poate să facă niciodată mai mult decât să transmită o idee superficială despre sentimentele actuale ale vorbitorului. Cum trebuie codificat mesajul și cât de bine este făcut acest lucru, sunt considerente vitale pentru o comunicare eficientă.

Procesul codificării poate fi efectuat instantaneu, în cazul unei conversații orale sau poate fi minuțios și deliberat într-o scrisoare sau un raport. Oricum, în toate cazurile, procesul codificării ar trebui, în mod ideal, să țină cont de următoarele patru considerații:

- i) *Ce vreau să comunic?* Acest lucru poate părea evident, dar o comunicare eșuează adesea, datorită faptului că expeditorul are numai o idee vagă despre mesajul pe care îl are în vedere. Dacă expeditorul nu știe exact ce mesaj dorește să transmită, cum ar putea cel care primește mesajul să răspundă prompt?
În exemplul nostru, studentul X este sigur că mesajul exprimă cererea îndeplinirii unei sarcini anume de către un coleg.

- ii) *Cum voi transmite mesajul?* Mesajul trebuie comunicat prin intermediul unui canal potrivit deoarece, în caz contrar, nu va fi eficace. Nu veți scrie o scrisoare unui vecin de palier pentru a-l chema la dvs. acasă în vizită și nu veți dicta prin telefon unui coleg un curs lung. Acestea sunt exemple extreme, dar subliniază importanța canalului de transmitere ca parte a mesajului însuși. Alegerea canalului poate reda nivelul corect al importanței sau semnificației mesajului, cum ar fi o scrisoare de avertisment, în loc de un avertisment verbal și poate determina opțiunile disponibile pentru accentuarea mesajului, cum ar fi imaginile vizuale sau conversația față în față. În toate cazurile, canalul determină ce mesaj poate fi transmis și cum.

În exemplul nostru, aceste alegeri includ un telefon, trimiterea unui e-mail, trimiterea unui mesaj verbal printr-un alt coleg sau conversația directă la facultate. Deoarece este vorba de o cerere de rutină și există dorința de a acționa cât mai rapid, studentul nostru hotărăște să dea un telefon chiar în după-amiaza respectivă.

- iii) *Care sunt necesitățile destinatarului?* Insuficienta înțelegere a necesităților în privința informațiilor din partea destinatarului este o altă cauză comună a comunicării ineficace. Pe de o parte, expeditorul apreciază că informația conținută în mesaj este suficientă pentru înțelegerea acestuia, iar pe de altă parte destinatarul este posibil să nu înțeleagă toate părțile mesajului.

Un mesaj similar în conținut cu cele trimise anterior, în mod frecvent, presupune un anumit nivel de familiarizare din partea destinatarului, lucru care va permite acestuia să facă presupuneri corecte privind părțile care lipsesc din mesaj. Oricum, acest lucru nu se întâmplă totdeauna, de aceea conținutul mesajului trebuie să fie bine structurat, astfel încât să nu fie ambiguu și inadecvat destinatarului.

În exemplul nostru, studentul X se bazează pe faptul că cererea sa și modul de transmitere sunt obișnuite. Totuși, trebuie să specifice urgența, detaliile cerute și formatul.

- iv) *Care este cea mai bună codificare a mesajului?* Aceasta este consecința logică a inter-legăturilor între cele discutate mai sus. Totuși, modul în care mesajul este codificat, trebuie să fie cel mai adecvat obiectivelor generale ale expeditorului. Marea majoritate a mesajelor pot fi exprimate în multe feluri și unele vor fi mai eficiente decât altele, chiar dacă toate sunt adecvate situației. De asemenea, expeditorul trebuie să decidă cum să codifice mesajul în cazul unor limitări cauzate de timp, cost, distanță, vârstă, ierarhie, confidențialitate și precedente existente. În cazuri mai deosebite, poate include și alegerea limbii.

În exemplul nostru, mesajul este relativ simplu și nu este necesară aplicarea unor considerații speciale. Oricum, dacă relația cu colegul în cauză a fost proastă, datorită slabei calități a muncii acestuia, mesajul va fi codificat diferit.

3. Transmiterea mesajului

În cazul în care mesajul este prezentat sub formă scrisă, acesta va trebui transmis prin expedierea documentelor cu ajutorul mijloacelor potrivite, incluzând poșta electronică și faxul, Singurele aspecte controversate sunt adresa corectă și viteza livrării.

Când mesajul trebuie transmis sub formă verbală, canalul necesită implicarea interactivă a expeditorului în procesul transmiterii, care include telefonul, întâlnirile și conferințele video. În aceste situații, deosebirea dintre codificare și expediere poate să pară

confuză și mai dificil de înțeles, dar totuși aplicabilă. „Partea transmiției” se referă numai la actul fizic al vorbirii. Codificarea se referă la ceea ce se alege pentru a fi transmis sub formă de mesaj și modul cum se face aceasta.

4. Primirea și decodificarea mesajului

Modelul comunicării face distincție între trimiterea și recepționarea mesajului. În cazul unei scrisori, punerea în cutia poștală nu garantează primirea. În terminologia comunicărilor, mesajul în sine trebuie să fie prezentat în mintea destinatarului pentru a fi „primit”.

În cazul unui mesaj scris, este mai ușor de înțeles acest lucru. Mesajul dintr-o scrisoare poate fi livrat destinatarului, dar acesta poate să nu deschidă scrisoarea și în consecință, să nu-l citească. În cazul mesajului oral, cele două evenimente sunt sincronizate și nu au etapă de livrare între ele.

Când un mesaj verbal este transmis, dar NU este primit, problema apare din cauza lipsei de atenție a destinatarului. În acest caz, părți sau întregul mesaj sunt pierdute și necesită repetarea.

Odată mesajul recepționat, el este simultan decodificat de cel care-l primește. De notat că acest lucru este distinct de înțelegerea mesajului.

În această etapă este introdus conceptul de *zgomot* - o barieră pentru comunicare și este definit ca o interferență pe canal sau mediu, care inhibă sau blochează receptarea unor părți din mesaj (ex. *șuieratul static de la radio*).

Decodificarea mesajelor afectate de zgomot este mai dificilă și înclinată spre erori, astfel încât expeditorul trebuie să asigure îndepărtarea acestei dificultăți, acolo unde există.

5. Interpretarea mesajului și răspunsul la mesaj

Primind și decodificând mesajul, destinatarul trebuie să-l interpreteze. Nu este același lucru cu a spune că destinatarul „înțelege” mesajul, pentru că aceasta implică înțelegerea mesajului pe care expeditorul a intenționat să-l transmită. Destinatarul va încerca să înțeleagă mesajul primit, dar efectul zgomotului sau codificarea slabă a celui care l-a trimis îl poate împiedica să descifreze corect mesajul.

Destinatarul va interpreta mesajul din context în funcție de un număr de factori, incluzând existența cunoștințelor, experiența anterioară în comunicare cu cel care a transmis și bineînțeles, bunul simț.

Răspunsul la mesaj (feedback) este returnarea informației către expeditor, permițându-i acestuia să judece dacă mesajul a fost corect primit și interpretat.

Pentru comunicările orale, acest proces este mai natural și totodată imediat. Feedback-ul include acțiuni, cum ar fi aprobarea din cap sau zâmbetul pentru a indica înțelegerea. O expresie bruscă, de nedumerire, indică imediat că mesajul nu este clar. Cererea clarificării sau repetării unor părți din mesaj sunt forme de feedback. Feedback-ul poate fi pozitiv sau negativ (*receptarea corectă a mesajului sau primirea greșită sau incapacitatea de a-l repeta*), ambele fiind utile expeditorului.

Se poate observa faptul că feedback-ul este similar cu primele patru etape ale ciclului comunicării, doar că participanții și-au schimbat locurile.

Exemplu: Studentul X îi cere colegului să repete detaliile problemei și află erorile cauzate de receptarea neclară a mesajului. El repetă părțile relevante ale mesajului și primește

mai departe feedback-ul pentru a se asigura că nu există și alte erori. Numai după ce s-a procedat astfel se poate spune că mesajul a fost înțeles.

Tema nr. 2

Gândiți-vă la cele cinci trepte ale procesului comunicării, așa cum se aplică ele la studiul acestui curs. Gândiți-vă la dvs. ca la un destinatar și scrieți factorii care influențează fiecare treaptă în parte.

ZGOMOTUL

În timp ce conceptul simplu al zgomotului este înțeles cu ușurință, folosind analogia cu radioul, zgomotul este de fapt, o problemă mult mai profundă în comunicare și necesită o înțelegere pe măsură.

Zgomotul este o problemă de mediu înconjurător, El acționează ca o *barieră pentru comunicare*, în cadrul canalului de transmitere a mesajului. Zgomotul îmbracă multe forme și este larg răspândit în mediile cu multe activități. Zgomotul apare după ce a fost trimis mesajul, astfel că acesta trebuie recunoscut distinct ca defectuos sau distorsionat (nu are efect asupra expeditorului, efectul fiind simțit doar de cel care primește mesajul).

Categoriile de zgomot

1. *Zgomotul fizic* – include zgomotul din trafic, discuții într-o încăpere, mașini; este comun și ușor de recunoscut de către expeditor.
2. *Zgomotul tehnic* – se vorbește în situația în care are loc o întrerupere pe canal, cauzată de tehnologia utilizată; poate fi greu de recunoscut de către expeditor.
3. *Zgomotul social* – este o întrerupere cauzată de diferențele culturale sau sociale dintre expeditor și destinatar; el va include diferențele dintre limbajul național și cel regional și codurile de conduită socială. Până la un anumit punct, poate fi greșeala expeditorului pentru neanticiparea corectă a nevoilor destinatarului, dar acest lucru nu este întotdeauna atât de evident în cazul diferențelor culturale. Problema va include și diferențele de personalitate dintre indivizi (ostilități). Acest tip de zgomot este foarte greu de recunoscut și rezolvat pentru expeditor.
4. *Zgomotul psihologic* – este cauzat de starea psihologică a destinatarului; este greu de recunoscut dacă nu este pronunțat.

Zgomotul este așadar pătrunzător și dificil de detectat. Expeditorul poate recunoaște prezența zgomotului sau posibilitatea apariției sale și poate lua măsuri pentru minimalizarea efectului.

Tema nr. 3

Gândiți-vă la mediul dvs. de lucru și încercați să găsiți două exemple de zgomot psihologice și tehnice pe care le puteți întâlni ca expeditor. Puteți compensa acest lucru în mesaj? Cum? – verificări periodice, prezentarea la examen, etc.

BARIERE ÎN COMUNICARE

Barierile obișnuite în comunicare, în afară de zgomot, sunt create frecvent fie de expeditor, fie de destinatar.

Bariere aparținând expeditorului

- ideea de comunicat este greșită sau prost concepută

- mesajul este slab codificat sau lipsesc informații vitale
- folosirea sărăcăcioasă a limbajului sau imposibilitatea unei exprimări clare
- pierderea mesajului în prea multe detalii irelevante

Bariere aparținând destinatarului

- neacordarea importanței suficiente mesajului sau neprimirea corespunzătoare a lui;
- nereușirea înregistrării mesajului primit și confundarea sau uitarea lui;
- anticiparea conținutului mesajului și pierderea adevăratului mesaj;
- presupunerea că un mesaj care ia prin surprindere este greșit și ignorarea sau deformarea lui.

ș.a. – exemple personale

Tema nr.4

Reveniți la exemplul folosit anterior, pentru a ilustra ciclul comunicării și gândiți-vă la câte un exemplu pentru fiecare din cele cinci etape, care poate duce la o comunicare defectuoasă.

COMUNICAREA NON-VERBALĂ

Comunicarea non-verbală este un titlu generic ce cuprinde toate mijloacele transmițerii informației, care nu sunt în totalitate lingvistice. Unele dintre aceste metode întăresc efectul folosirii limbajului, în timp ce altele acționează independent. De cele mai multe ori aceasta se petrece la nivelul subconștientului, dar cei deprinși cu comunicarea le practică și le folosesc în avantajul lor, atât în accentuarea propriului mesaj, cât și în decodificarea mesajelor reale ale celorlalți.

Comunicările non-verbale pot avea loc sub următoarele forme:

- *expresiile faciale* – acesta este cel mai evident mod de comunicare, în afara limbajului;
- *gesturi și poziții* – un alt mod de a sublinia ceva, dar mai puțin expresiv decât expresiile faciale. Pozițiile sunt mai ambigue, dar constituie un ghid util, în situații cum ar fi interviurile sau negocierile - **unde brațele sau picioarele încrucișate indică un cadru defensiv al minții.**

Alți indicatori obișnuiți sunt:

- **încleștarea pumnilor sau a maxilarelor – denotă tensiune sau mânie;**
 - **lăsarea în jos pe scaun – poate peste măsură de relaxat și sfidător;**
 - **îmbujorarea sau înroșirea gâtului – disconfort, neliniște, vină, minciună;**
 - **menținerea intermitentă a contactului ochilor – interes și respect pentru ce s-a spus;**
 - **evitarea contactului vizual – disconfort, neliniște, vină, minciună.**
- *contactul fizic* – strângerea mâinilor și îmbrățișatul sunt forme comune de contact fizic, care comunică în circumstanțe adecvate, considerația **(folosirea nepotrivită a acestor semnale poate fi foarte jignitoare);**
 - *caracteristicile vocii* – intonația și expresia vocii. **Expresia „E un lucru foarte inteligent” poate suna fie sarcastic, fie ca un compliment, depinzând de tonul folosit. Este posibil ca prin caracteristicile vocii să se spună un lucru și să se înțeleagă altul; cei care comunică bine, le folosesc, mai degrabă pentru accentuarea mesajelor lor, decât pentru a le face ambigue.**
 - *înfățișarea personală* – un mod foarte puternic de influențare a percepțiilor altora despre dvs. sau capacitățile dvs. **(include îmbrăcatul, coafura, curățenia, comportarea,**

încrederea și ușurința în socializare). Unele din aceste semnale pot ține de anumite culturi, așa că trebuie abordate cu grijă atunci când discutați cu oameni aparținând altor culturi.

- *timpul și spațiul personal* – un concept mai dificil de prins, dar foarte important în situațiile de afaceri. **Mărimea și accesoriile unui birou personal sunt deseori indicii pentru statutul personal. A lăsa pe cineva să aștepte, transmite un mesaj prin care se accentuează ierarhizarea și auto-importanța sau pur și simplu, în mod deliberat, grosolănia. În alte culturi, întârzierea este provocată deoarece punctualitatea este luată ca semn al slăbiciunii privind negocierea.**

Folosirea tehnicilor non-verbale necesită o abordare subtilă și este o deprindere care se dezvoltă gradat. Nu accentuați prea mult folosirea sau interpretarea acestor semnale până nu sunteți siguri de ceea ce faceți.

APTITUDINI DE COMUNICARE

Ca și în cazul altor aptitudini personale și în cazul aptitudinilor de comunicare pe care sunteți pe cale să vi le dezvoltați este nevoie de practică. Ele trebuie privite de către dvs. ca pe un set de aptitudini esențiale unui randament maxim în activitatea dvs. profesională.



Aptitudini privind comunicarea verbală:

- ascultatul;
- vorbitul.

Aptitudini privind comunicarea scrisă:

- cititul;
- scrisul.

Aptitudini privind comunicarea vizuală/non-verbală:

- limbajul corpului;
- aptitudini de prezentare.

Primele două grupe sunt cunoscute global ca aptitudini verbale, deoarece au de-a face exclusiv cu folosirea cuvintelor sau a limbajului.

Ex. unui director

- ascultat – 45%
- vorbit – 30%
- citit – 15%
- scris – 10%

Aceasta nu înseamnă ca managerii nu folosesc deprinderile non-verbale, ci doar că ele sunt folosite în corelație cu cele verbale. Mai mult, nu înseamnă că deprinderile scrise sunt importante, ci doar că directorul petrece mai puțin timp folosindu-le. Aptitudinile orale sunt folosite în proporție de 75% din timpul unui director și cea mai folosită deprindere este ascultatul.

Ascultatul

În ciuda credinței multora, ascultatul efectiv nu este o activitate pasivă, ci una activă. De fapt, mulți dintre cei care comunică bine consideră ascultatul ca una dintre cele mai importante deprinderi.



Ascultătorii experimentați schimbă modul în care ascultă, în conformitate cu nevoie situației, dar în cadrul unui set de reguli stabilite:

1. Menținerea concentrării asupra mesajului prezentat și ignorarea distragerilor;
2. Folosirea cuvintelor cheie drept repere, pentru judecarea mai degrabă a conținutului, decât a prezentării;
3. Păstrarea spiritului deschis, pentru evitarea ideilor preconcepute;
4. Asigurarea feedback-ului și încurajarea vorbitorului.

Există trei stiluri de bază de ascultare care acoperă majoritatea situațiilor:

- *ascultarea atentă* – este solicitată cel mai des; sunt cerute o concentrare bună și atenție, pentru înțelegerea detaliilor;
- *ascultarea activă* – este folosită atunci când ascultătorul încearcă să încurajeze vorbitorul să vorbească liber, cum ar fi interviurile de angajare și evaluările; ascultătorul folosește semnale non-verbale, pentru stabilirea unui raport cu vorbitorul și consolidarea înțelegerii;
- *ascultarea critică* – este folosită atunci când ascultătorul dorește să verifice informațiile prezentate de vorbitor; ascultătorul evaluează informațiile așa cum sunt primite, având și alte informații precedente, pentru consistență și obiectivitate; el va analiza și semnalele non-verbale pentru a măsura puterea conștiinței și a identifica semnele de neliniște, ce pot indica minciuna.

Vorbitul

Vorbitul este ceva pe care toată lumea îl ia ca atare, dar totuși, este ceva pe care foarte puțini oameni îl fac bine.



Influențele culturale joacă un rol important. Mulți sunt influențați de presiunea socială pentru vorbitul sărăcăcios, deoarece nevoia de adaptare la condițiile respective este prea puternică.

Un nivel bun al vorbirii trebuie să se ridice deasupra unor asemenea considerații și va câștiga întotdeauna respectul celorlalți. Vorbitorii buni folosesc întotdeauna: o pronunție clară, un vocabular adecvat, o gramatică și sintaxă corectă, un stil fluent adecvat, o comunicare expresivă.

Vorbitorii buni folosesc întotdeauna: o pronunție clară, un vocabular adecvat, o gramatică și sintaxă corectă, un stil fluent adecvat, o comunicare expresivă.

Cititul

Cititul efectiv se referă mai mult la identificarea a ceea ce nu este de citit, decât la înțelegerea și reținerea textului citit. Aspectele esențiale sunt:

1. Citiți prin scanare, pentru identificarea materialului de interes sau de valoare. Ignorați restul.
2. Citiți rapid materialul pentru înțelegerea generală.
3. Citiți în profunzime numai acele părți care sunt complexe, conțin cunoștințele necesare sau sunt de un interes special.

Scrisul

Scrisul este echivalentul vorbitului și trăsăturile unui scris bun reflectă pe acelea ale unei vorbiri bune.

Cel care scrie eficient folosește: *o ortografie corectă, un vocabular adecvat, o gramatică și sintaxă corectă, o scriere de mână sau tipărire bună, un stil adecvat.*

Ca și în cazul vorbitului, adaptați-vă stilul pentru a se potrivi nevoilor destinatarului, dar nu compromiteți niciodată gramatica sau sintaxa în cazul comunicărilor comerciale.

Aptitudini de prezentare

Folosirea graficelor, diagramelor, caricaturilor, culorilor sporește calitatea mesajelor dvs. sau le transmite într-un mod mult mai ușor de înțeles decât folosirea cuvintelor.

Desigur, varietatea posibilităților pentru a face acest lucru este limitată, dar trebuie să căutați aceste ocazii atunci când apar și să vedeți cum vă puteți folosi imaginația pentru accentuarea mesajului.



Îmbunătățirea abilității dvs. în utilizarea tuturor aptitudinilor prezentate mai sus trebuie văzută ca un mijloc de îmbunătățire a calității comunicării dvs.

Principiile unei bune comunicări sunt sintetizate de cei cinci C. Comunicările bune sunt: CLARE, CONCISE, CURTENITOARE, CORECTE, COMPLETE.

Comunicarea este un proces complex, cu multe posibilități de eroare și neînțelegere. Totuși, comunicarea efektivă este realizată prin folosirea unui set de aptitudini și acestea pot fi identificate și îmbunătățite prin practică. Procesul comunicării poate fi împărțit în cinci etape și pot apărea erori în transmiterea mesajelor. Cei care comunică bine înțeleg cum să-și adapteze modul de comunicare, astfel încât să se potrivească atât nevoilor mesajului, cât și ale destinatarului. Ei sunt, de asemenea, sensibili la nevoia folosirii tuturor informațiilor prezentate în interpretarea mesajului și consideră aptitudinile de ascultare ca fiind cele mai importante.

ÎNTREBĂRI DE EVALUARE

1. Descrieți cele cinci etape ale procesului comunicării.
2. Descrieți cele patru tipuri de zgomot.
3. Descrieți cele trei tipuri ale ascultării eficiente. Prezentați-le pe fiecare într-un context legat de experiența dvs.
4. Citiți următoarele schimburi de cuvinte și identificați ce este greșit în aceste comunicări:
 - a. *Da, știu că nu acesta este modul normal în care procedăm, dar este ceea ce eu am dorit să faceți. Nu sunteți plătit ca să gândeți, sunteți plătit ca să faceți ceea ce vă spun eu.*
 - b. *Știu că de fapt, poate fi ceea ce am spus, dar nu asta am intenționat. De ce nu gândești măcar o dată?*

- c. Un memo adresat unui membru al personalului este lipit la panoul de afișaj pentru personal și anunță: „Problemele dvs. de igienă personală sunt un motiv de îngrijorare. Vă rog să veniți în biroul meu la ora 16.00.”*
- d. „De când am început, cei mai muți dintre dvs. dau din cap și mă privesc uimiți, lucru foarte supărător de altfel. Am încercat să ignor acest lucru, dar ce-i de ajuns, e de ajuns. Aveți vreo problemă?”*
- e. „Da, aș fi încântat să te iau de la gară. La ce oră sosește trenul tău? Linia este foarte proastă și n-am înțeles. Poftim? Poți să mai repeți?...Ah, s-a dus!”*
- f. Este miercuri, ora 10.30. Profesorul de comunicare solicită studentului Grigore proiectul pe care trebuia să-l finalizeze săptămâna următoare și pe care o primise la începutul semestrului. La vederea profesorului, studentul începe să amestece foile în mapa de pe bancă și se înroșește puțin. Întrebat cum merg calculele, el evită să se uite în ochii profesorului și răspunde: „Bine, nici o problemă. Mă descurc. Sunt aproape gata!”*