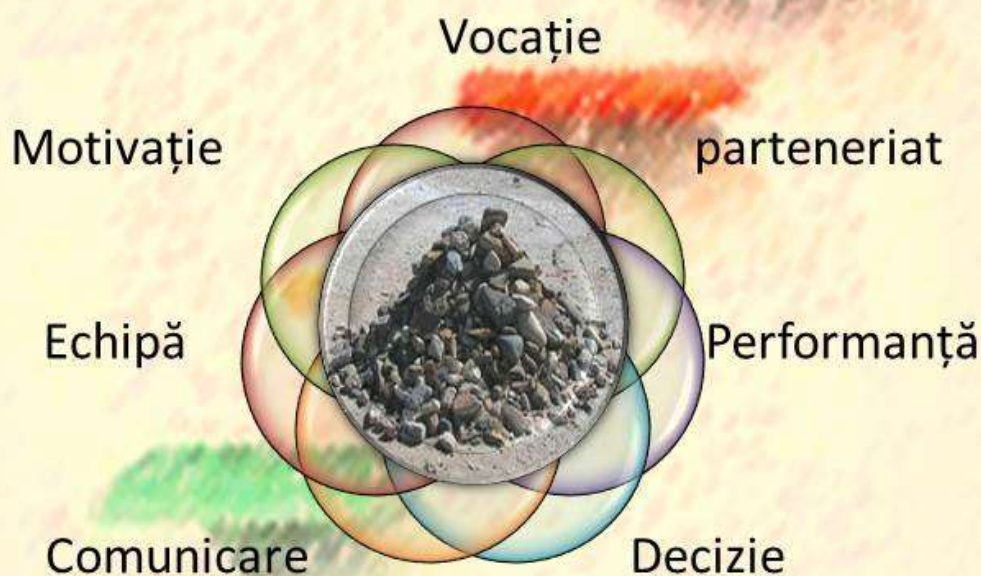


# STRATEGII DE COMUNICARE EFICIENTĂ ȘI EFICACE PENTRU STUDENȚI

*Andreea Gabriela Bulgaru*

*Ovidiu Imbuzan*

*Victor Briciu*





*Ghid privind identificarea strategiilor de  
comunicare eficientă și eficace pentru studenți*  
F2F/e-SCOP

## Cuprins

<b>Cuvânt înainte .....</b>	<b>3</b>
<b>Introducere .....</b>	<b>4</b>
<b>Caracteristicile comunicării de masă .....</b>	<b>7</b>
<b>Strategii de adaptare a comunicării.....</b>	<b>8</b>
<b>Test „Știți să ascultați?”</b>	<b>12</b>
<b>Interpretarea rezultatelor .....</b>	<b>13</b>
<b>Test „Știți să comunicați oral?” .....</b>	<b>14</b>
<b>Interpretarea rezultatelor .....</b>	<b>17</b>
<b>Bibliografie .....</b>	<b>19</b>



*Ghid privind identificarea strategiilor de  
comunicare eficientă și eficace pentru studenți*  
F2F/e-SCOP



## Cuvânt înainte

Ghidul privind identificarea strategiilor de comunicare eficientă și eficace pentru studenți se vreau un prim contact cu înțelegerea importanței comunicării la nivel interuman, bazat în principal pe implicațiile practice ale dezvoltării unor astfel de abilități.

Vă invităm să aflați câteva informații utile despre comunicare, informații care sperăm să vă ajute nu doar în relația cu colegii voștri dar și în relațiile cu profesorii sau viitorii angajatori.





## Ghid privind identificarea strategiilor de comunicare eficientă și eficace pentru studenți F2F/e-SCOP



### Introducere

Ce este comunicarea?

Un tumult de răspunsuri ni se adună în minte și ni se pare că știm tot, dar absolut nimic, că ne este greu să punem în cuvinte ceva ce resimțim în fiecare zi, însă nu ne gândim să-l definim ori să punem „mâna” pe el într-un sens mai teoretic.

Ne-ar ar fi mai ușor să ne întrebăm ce nu este comunicarea?

Aici parcă am putea aduce un răspuns: „Păi, eu, de exemplu nu vreau să spun nimic când îmi aleg un tricou de dimineață. Hmmm, însă dacă îl aleg pe cel cu trupa mea preferată mă declar indirect un fan al ei. Sau pot să nu fac ori spun nimic, dar mi s-a spus că deseori îmi bâțâi piciorul...”.

Așadar, totul este comunicare, de la conversațiile avute cu ceilalți până la lucruri cărora nu le dăm o însemnătate precum hainele ori mașina pe care am dori să o cumpărăm sau chiar la nivelul comunității noastre, al țării, uneori a întregului glob.

Cea mai simplă definiție a comunicării, după traducerea noastră, este „transmiterea de mesaje de la o entitate la cealaltă” (*Abercombie, Hill & Turner, 2006*); acum rămâne doar să înlocuim termenii, după fiecare caz în parte, pentru a observa cum aceasta este valabilă tuturor situațiilor: transmiterea de SMS-uri de la Ana la Cornelia, transmiterea de semnale nonverbale de la pacient la



*Ghid privind identificarea strategiilor de  
comunicare eficientă și eficace pentru studenți*  
F2F/e-SCOP

medic, transmiterea de știri de la postul radio la ascultătorii municipiului Brașov, transmiterea de servicii de la o companie multinațională către cumpărătorii ei.

Desigur, există și alte definiții, care ilustrează detalii, elemente, trăsături, concepte ce se întâlnesc în comunicare.

Unele o prezintă ca „interacțiunea cu ajutorul unor simboluri și transmiterea neintenționată de informații prin cel care comunică, interpretată ca fiind informatică de către un observator” (*Kunczick & Zipfel, 1998 apud Balaban, 2009, p. 1*), subliniind și latura sa nonverbală ori paraverbală, dar și abordarea sa semiotică spre deosebire de cea procesuală a lui Abercombie et al. (2006), diferențe ce vor fi expuse mai târziu.

Altele prezintă „roțițele” ce alcătuiesc „mașinăria” de comunicare: „un sistem, respectiv o sursă influențează alt sistem, în speță un destinatar, prin mijlocirea unor semnale alternative care pot fi transmise prin canalul pe care le leagă” (*Osgood, 1957 apud Drăgan, 2007, p. 18*). Prin ultima definiție vedem clar componentele fundamentale ce facilitează actul comunicării: un emițător (ce emite mesajul), un canal (prin care este emis mesajul), o informație (ce alcătuiește mesajul) și un receptor (ce primește mesajul) (*Van Cuilenburg, Scholten, & Noomen, 2004, p. 23*).

Acest model elementar îl putem considera baza tuturor celorlalte modele ce vor fi expuse mai departe. Trebuie să ținem seama de faptul că emițătorul și receptorul pot include orice fel de număr de persoane, iar sensul comunicării poate fi atât bidirecțional, asemenea unui dialog, cât și unidirecțional, întâlnite în cadrul sistemelor mass-media (ibidem). Totuși, legat de cea din urmă putem menționa faptul că avansul tehnologic și practicile instituțiilor s-au modificat în



*Ghid privind identificarea strategiilor de  
comunicare eficientă și eficace pentru studenți*  
F2F/e-SCOP

ultimii ani pentru a include interacțiunea cu publicul de interes, dar dorința rămâne aceeași: de a produce un efect (Van Cuilenburg, Scholten, & Noomen, 2004, p. 27). Să nu mai spunem că putem lua în calcul și codificarea, contextul, barierele și feedback-ul, dar deja această introducere s-ar complica prea tare și am lipsi de conținut următoarele secțiuni ale acestui ghid





## Ghid privind identificarea strategiilor de comunicare eficientă și eficace pentru studenți F2F/e-SCOP



### Caracteristicile comunicării de masă

Am putea să dedicăm, asemenea multor alți autori din trecut și prezent, volume întregi asupra definițiilor și diferențelor ce le putem găsi în cadrul comunicării și a formelor sale, însă acest ghid se concentrează asupra comunicării de masă și a particularităților pe care le are în a fi eficace și eficientă. Ea este definită în mod clasic drept „producerea și difuzarea mesajelor de către un sistem mediatic instituționalizat către un public variat și numeros” (Drăgan, 1996, p. 11).

Se poate observa imediat că în discuție se află un proces mai complex, specializat, transmițând un mesaj bine „manufacturat”, adresat nu numai unui număr mare de persoane, ci unuia generalizat, ce „nu exclude pe nimeni de la decodarea mesajului” (Anghel, 2003, p. 26), printr-un canal specific și standardizat. Astfel, deși în esența sa este tot o comunicare prin care se transmite un mesaj de la un emițător la un receptor, deține propriile caracteristici ce o particularizează de restul instanțelor de comunicare (intrapersonală, interpersonală, de grup, organizațională etc.) și include întregul său ansamblu prin care are loc aceasta (Drăgan, 2007, p. 287).

Comunicarea de masă a dat naștere, odată cu avansul tehnologic, la o nouă formă a sa, pe care adeseori o considerăm sinonimă: mass-media, adică „ansamblul mijloacelor și modalităților tehnice moderne de informare și influențare a opiniei publice, cuprinzând radioul, televiziunea, presa, internetul”



*Ghid privind identificarea strategiilor de  
comunicare eficientă și eficace pentru studenți*  
F2F/e-SCOP

(*Dicționarul explicativ al limbii române, 2009, <https://dexonline.ro/definitie/mass-media>*).

Mass-media include în cadrul său doar mediile apărute în ultimele decenii, marile invenții ce au schimbat lumea și care sunt obișnuite astăzi, alături de caracterul masiv de difuzare al mesajului (*Drăgan, 2007, p. 287*). De asemenea, în cadrul mass-media se pune accentul nu numai pe crearea de efect, ci și pe cel de influențare în mod negativ sau pozitiv prin aceste tehnici mai trăgătoare și mai eficiente, apelând la două sau chiar mai multe simțuri deodată. Comunicarea de masă se poate identifica cu mass-media în anumite instanțe, dar mass-media nu constă în totalitatea comunicării de masă. Desigur, într-un viitor apropiat am putea vorbi despre estomparea granițelor dintre acestea, însă momentan analiza trecutului și prezentului ar reprezenta un punct de plecare mai potrivit până la momentul în istorie când specialiștii pot afirma că cele două au devenit sinonime







*Ghid privind identificarea strategiilor de comunicare eficientă și eficace pentru studenți*  
F2F/e-SCOP



## Strategii de adaptare a comunicării

Conștient sau nu, orice individ acționează în societate conform unor prejudecați și stereotipuri care pot afecta sau din contră, îmbunătăți comunicarea. De obicei prejudecățile sociale legate de exemplu de o minoritate etnică capătă amploare în situații de criză socială și dispar în momentul în care subiectul își pierde din interes. La fel și într-o cultură, indicatorii verbali sau nonverbali pot căpăta un cu totul alt înțeles. Dacă în contextul nostru cultural surâsul este expresia unei atitudini de ascultare și de relaționare pozitivă, în alte culturi la cafrii din Borneo, de exemplu, surâsul exprimă disprețul, iar la japonezi, încurcătura.

Ni s-a întâmplat multora dintre noi să observăm că avem un anumit limbaj cu o persoană și un alt limbaj, total diferit cu alta, dar nu neapărat datorită tipului de relație socială existentă și nici de diferențele de vârstă. Adaptarea limbajului la interlocutor este un comportament spontan, care apare la cea mai fragedă vârstă. Într-un experiment (din 1978), Masur a demonstrat că, atunci când sunt puși în fața unor parteneri de dialog de vârstă mai mică (doi ani), copiii de patru ani își modifică și își adaptează modul de exprimare.

Suștinerea empatică reprezintă acele intervenții verbale, sunete sau onomatopee – semnale ale unei prezențe sau intervenții nonverbale, manifestate prin gesturi, mimică, expresii posturale. Toate transmit emițătorului acel „sunt aici, te ascult” sau „încerc să te înțeleg și nu te judec.” Tăcerile joacă un rol fundamental în comunicare și sunt de două tipuri: tăceri goale și tăceri pline.



*Ghid privind identificarea strategiilor de  
comunicare eficientă și eficace pentru studenți  
F2F/e-SCOP*

Tăcerea goală reprezintă încetarea exprimării și reflecției individului, adică o tăcere în adevăratul sens al cuvântului. După tăcerile goale apar de obicei intervențiile și completările altora. Tăcerea plină este o tăcere falsă, exprimarea este oprită însă, dar reflecția continuă, individul caută în sine, se gândește. Niciodată aceste tăceri nu trebuie întrerupte.

Așadar, „comunicarea este un potențial mijloc de a promova relații sociale și interindividuale armonioase, dar și o sursă de presiune, influență și manipulare.” (Abric, 2002, p. 145). Cu alte cuvinte, indivizii sau grupurile sunt ușor de influențat prin informația receptată.

În concluzie, calitatea relației este direct proporțională cu calitatea comunicării. Și pentru ca o comunicare să fie eficientă și de calitate este necesar: să asculți, să observi, să analizezi, să controlezi, să te exprimi. Tocmai în această direcție: a eficienței comunicării reținem și punctul de vedere al lui Stanton (1995), acesta opinând: „să încercăm să examinăm căile prin care noi putem realiza o comunicare cât mai eficientă. Prima regulă de aur este anticiparea. Dacă am analiza unele dintre problemele mai dificile înainte de a comunica, am putea încerca să le evităm.” (p. 5).

„Orice situație de comunicare se definește prin relațiile de rol, cadrul și momentul acțiunii, care trebuie să formeze un ansamblu coerent” (Chiru, 2003, p. 7). Situația cea mai optimă de comunicare este „situația cea mai propice pentru exprimarea celuilalt este așadar situația în care el nu se simte judecat, analizat sau interpretat, nici ghidat prin sfaturi și nici manipulat sau hărțuit prin întrebări. Este o situație în care el se simte pur și simplu ascultat. Ascultarea este caracteristica fundamentală a comunicării vizând facilitarea exprimării celuilalt.” (Abric, 2002, p. 49).



*Ghid privind identificarea strategiilor de  
comunicare eficientă și eficace pentru studenți*  
F2F/e-SCOP

Pentru a vă testa competențele în ascultarea eficace și eficientă, vă invit să realizați testul de la sfârșitul ghidului, intitulat „Știți să ascultați?” (*adaptare după Robbins, 1992, p. 48*), iar pentru evaluarea stilului de comunicare orală, al doilea test: „Știți să comunicați oral?” (*idem, pp. 2-6*). Referitor la acest ultim aspect, al stilului de comunicare, Chiru (2003) consideră că acesta reprezintă „variabila cognitivă, afectivă și comportamentală, aferentă procesului de comunicare.” (p. 15).





## Test „Știți să ascultați?”

**Test „Știți să ascultați?”(test-diagnostic pentru evaluarea competențelor în  
 ascultare eficace și eficientă) (vezi Robbins, 1992, p. 48)**

Pentru a vă verifica cunoștințele în ceea ce privește procesul de  
 ascultare, marcați afirmațiile din test cu „A” , dacă o considerați adevărată și cu  
 „G” dacă o considerați greșită.

1.	Cuvintele „a auzi” și „a asculta” sunt practic identice, exprimă același lucru.		
2.	A asculta bine nu este dificil; mai greu este să vorbești bine.		
3.	Atunci când ascultă, oamenii tind să anticipeze.		
4.	Pentru majoritatea oamenilor nu este o problema să fie atenți la același subiect pentru o perioadă mai lungă de timp.		
5.	Persoana care vorbește are întreaga responsabilitate în ceea ce privește transmiterea clară și corectă a ceea ce vrea să spună.		
6.	Este tot atât de important să ascuți, cât și să vorbești.		
7.	Perturbațiile în procesul de ascultare nu constituie o problemă esențială în desfășurarea procesului de comunicare.		
8.	Oamenii acordă atenție, în general, acelei informații auzite care are implicații personale pentru ei.		
9.	Oamenii „aud” de multe ori ceea ce se așteaptă să audă.		
10.	Pregătirea profesională, experiența de viață, educația sunt factori care influențează în mare măsură ceea ce „auzim” când ascultăm.		
11.	A asculta este o aptitudine cu care te naști, nu o deprindere pe care ți-o însușești.		
12.	A asculta este un lucru foarte simplu de făcut - taci și ascultă.		
13.	Un bun ascultător acordă atenție atât limbajului verbal, cât și celui nonverbal.		
14.	Puterea de ascultare și recepționare corectă a ceea ce se spune scade atunci când nivelul de emoții al celui care ascultă crește.		
15.	Pentru a fi un ascultător bun trebuie ca, în timp ce ascuți, să „dezbați” în minte și punctele de vedere ale vorbitorului.		
16.	În timp ce ascuți, trebuie să-ți pregătești răspunsul, chiar înainte ca vorbitorul să termine ce are de spus.		



*Ghid privind identificarea strategiilor de  
comunicare eficientă și eficace pentru studenți*  
F2F/e-SCOP



*Ghid privind identificarea strategiilor de  
comunicare eficientă și eficace pentru studenți*  
F2F/e-SCOP

## Interpretarea rezultatelor

Pentru interpretarea rezultatelor testului-diagnostic, comparați răspunsurile voastre cu cele de mai jos:

1-G; 2-G; 3-A; 4-G;

5-G; 6-A; 7-G; 8-A;

9-A; 10-A; 11-G; 12-G;

13-A; 14-A; 15-G; 16-G.

Pentru fiecare răspuns care coincide cu cel de mai sus, aveți câte un punct; dacă nu coincide, atunci aveți 0 puncte.

Cu cât aveți mai multe puncte, cu atât sunteți mai aproape de competența în ascultare eficace și eficientă.

Un punctaj sub 8 puncte trebuie să vă pună pe gânduri.





*Ghid privind identificarea strategiilor de  
comunicare eficientă și eficace pentru studenți*  
F2F/e-SCOP



## Test „Știți să comunicați oral?”

**Test „Știți să comunicați oral?”** (vezi Robbins, 1992, p. 2-6)

Pentru a vă autoevalua în ceea ce privește abilitatea voastră de a comunica oral eficient și eficient, atât în situații de comunicare interpersonală, cât și de grup și în fața unui auditoriu, parcurgeți cu atenție testul de mai jos. Încercați să vă autoevaluați, pe cât posibil obiectiv, marcați căsuța potrivită din dreptul fiecărei afirmații, corespunzător cu următoarea scală:

TD = afirmația este în total dezacord cu realitatea;

D = afirmația este, în general, în dezacord cu realitatea;

N = sunt nedecis;

A = afirmația este, în general, în acord cu realitatea;

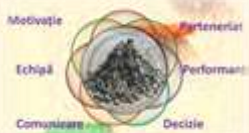
TA = afirmația este în total acord cu realitatea.



*Ghid privind identificarea strategiilor de comunicare eficientă și eficace pentru studenți*  
F2F/e-SCOP

		TD	D	N	A	TA
1	Tind să nu ascult o persoană cu care nu sunt de acord.					
2.	Îmi este dificil să mă implic complet într-o discuție în care subiectul nu mă interesează.					
3.	Când am impresia că am înțeles ce vrea să-mi spună interlocutorul, nu mai ascult în continuare și mă gândesc la altceva.					
4.	Îmi este ușor să ascult părerile altora chiar dacă ele diferă de ale mele.					
5.	Într-o discuție, dacă ceva nu-mi este clar, cer să mi se explice.					
6.	De obicei mi se formează în minte o stare de respingere/ refuz, neplăcere, atunci când altcineva vorbește; tind să-l întrerup.					
7.	Adesea mi se întâmplă să arăt ca și cum aș asculta, dar de fapt mă gândesc la altceva.					
8.	Uneori mi se întâmplă să mă gândesc la altceva, când de fapt ar trebui să ascult.					
9.	Dacă nu sunt în stare să ascult în mod corespunzător, îi spun aceasta interlocutorului.					
10.	În timp ce ascult, urmăresc atent ideile principale ale mesajului, nu mă pierd în detaliile acestuia.					
11.	Sunt conștient de faptul că, pentru persoane diferite, cuvintele pot sa aibă diferite înțelesuri.					
12.	Dacă ceea ce spune interlocutorul nu-mi place sau nu cred, „decuplez”.					
13.	Observ cu atenție persoana care vorbește.					
14.	Mă concentrez asupra a ceea ce spune interlocutorul, nu asupra a cum arată acesta.					
15.	Știu care cuvinte sau propoziții mă fac să reacționez emoțional și mă controlez.					
16.	Îmi pregătesc dinainte discuțiile pentru a asigura îndeplinirea obiectivelor.					





*Ghid privind identificarea strategiilor de comunicare eficientă și eficace pentru studenți*  
F2F/e-SCOP

17.	Am în vedere reacțiile interlocutorului la ceea ce voi spune.					
18.	Iau în considerare caracteristicile personalității interlocutorului.					
19.	Atunci când vorbesc, încerc să determin în ce „toane” se află interlocutorul.					
20.	Simt că sunt capabil întotdeauna să comunic clar și pe înțeles ideile mele.					
21.	Adesea am impresia că ar fi trebuit să se fi înțeles ceea ce am spus.					
22.	Sunt în stare să primesc mesaje negative (vești proaste, refuz) fără să intru în defensivă sau să mă enervez.					
23.	Îmi exersez/ verific adeseori deprinderea de a asculta eficace.					
24.	Îmi este greu să mă concentrez asupra a ceea ce se spune dacă este zgomot sau există altă perturbație.					
25.	Adeseori judec/ evaluez ceea ce mi se spune, în timp ce ascult.					
26.	Parafrarez ceea ce mi s-a spus pentru a mă asigura că am înțeles corect.					
27.	Las interlocutorul să înțeleagă că îmi dau seama de nivelul său emoțional.					





*Ghid privind identificarea strategiilor de  
comunicare eficientă și eficace pentru studenți*  
F2F/e-SCOP

## Interpretarea rezultatelor

Încercuiți în tabelul de mai jos cifra aflată în poziția căsuței pe care ați marcat-o în dreptul fiecărei afirmații.

	TD	D	N	A	TA
1.	5	4	3	2	1
2.	5	4	3	2	1
3.	5	4	3	2	1
4.	1	2	3	4	5
5.	1	2	3	4	5
6.	5	4	3	2	1
7.	5	4	3	2	1
8.	5	4	3	2	1
9.	1	2	3	4	5
10.	1	2	3	4	5
11.	1	2	3	4	5
12.	5	4	3	2	1
13.	1	2	3	4	5
14.	1	2	3	4	5
15.	1	2	3	4	5
16.	1	2	3	4	5
17.	1	2	3	4	5
18.	1	2	3	4	5
19.	1	2	3	4	5
20.	1	2	3	4	5
21.	5	4	3	2	1
22.	1	2	3	4	5
23.	1	2	3	4	5
24.	5	4	3	2	1
25.	5	4	3	2	1
26.	1	2	3	4	5
27.	1	2	3	4	5



*Ghid privind identificarea strategiilor de comunicare eficientă și eficace pentru studenți*  
F2F/e-SCOP

Însumați cifrele de pe coloane și faceți apoi totalul acestor sume parțiale.

Scor total	Interpretare
<b>109-135</b>	Aveți o înțelegere excelentă a procesului de comunicare interpersonală și comunicați în mod competent.
<b>82-108</b>	Aveți o bună înțelegere a procesului de comunicare și adeseori comunicați în mod competent. Aveți însă anumite domenii ale comunicării în care ar fi util să vă perfecționați.
<b>54-81</b>	Aveți o înțelegere generală asupra procesului de comunicare și, uneori, comunicați în mod competent. Adesea însă aveți probleme când comunicați. Este necesar să vă perfecționați în multe domenii ale comunicării.
<b>27-53</b>	Este necesar să depuneți efort serios în perfecționarea deprinderilor voastre de comunicare. Ele nu sunt suficiente pentru a asigura o transmitere precisă a mesajelor. Adesea veți fi înțeles greșit de către interlocutor și puteți chiar periclita relația de comunicare.





*Ghid privind identificarea strategiilor de  
comunicare eficientă și eficace pentru studenți*  
F2F/e-SCOP

## Bibliografie

1. Abercrombie, N., Hill, S., & Turner, B. (2006). *Dictionary of Sociology* (ed. a V-a). Londra: Penguin.
2. Abric, J.-C. (2002). *Psihologia comunicării: teorii și metode*. Iași. Ed. Polirom.
3. Anghel, P. (2003). *Stiluri și metode de comunicare*. București. Ed. Aramis.
4. Balaban, D. (2009). *Comunicare mediatică*. București. Ed. Tritonic.
5. Chiru, I. (2003). *Comunicarea interpersonală*. București. Ed. Tritonic.
6. *Dicționarul explicativ al limbii române*. (2009). Definiție mass-media. Preluat pe Septembrie 6, 2021, de pe dexonline: <https://dexonline.ro/definitie/mass-media>.
7. Drăgan, I. (1996). *Paradigme ale comunicării de masă*. București: Șansa.
8. Drăgan, I. (2007). *Comunicarea - paradigme și teorii (Vol. I)*. București. Ed. RAO.
9. Robbins, H. (1992). *How to Speak and Listen Effectively (Work Smart Series)*. AMACOM.
10. Stanton, N. (1995). *Comunicarea*. București: Ed. Societatea Știință și Tehnică, S.A.
11. Van Cuilenburg, J. J., Scholten, O., & Noomen, G. W. (2004). *Știința comunicării*. București. Ed. Humanitas.

**Vocație**

**Motivație**

**Parteneriat**

**Echipă**

**Performanță**

**Comunicare**

**Decizie**

