

Comunicare Curs 2 Formele comunicării

Există diverse criterii în funcție de care distingem formele comunicării. Conform criteriului mijloacelor comunicării, putem identifica trei forme: comunicarea **verbală**, **para-verbală** și **non-verbală**.

Comunicarea verbală

Comunicarea verbală ocupă un loc central, fiind cea mai complexă și elaborată utilizare a codului în crearea mesajului. Poate fi **orală** și **scrisă**, ambele constituind componente esențiale ale competenței de comunicare. Comunicarea verbală este rezultatul unor decizii de includere, de excludere, de structurare și de adaptare a elementelor mesajului. Comunicarea verbală presupune utilizarea **limbajului articulat**.

Comunicarea verbală folosește **codul lingvistic** (limbajul constând dintr-o serie de simboluri și reguli de combinare a acestora). Comunicarea verbală are un **caracter simbolic**, care oferă posibilitatea de a se referi la obiecte sau persoane absente sau la situații trecute sau imaginare. Comunicarea verbală este **structurată**, are loc în diverse **registre** (oficial, colocvial etc.), în funcție de receptor și de context. Comunicarea verbală poate fi orală și scrisă. În cazul comunicării scrise, mesajul este înalt structurat, coerent, clar, cu o sintaxă complexă. Competențele aferente comunicării scrise sunt scrisul și cititul, cuprinzând strategii diverse de codare și decodare. Comunicarea orală reprezintă modalitatea cea mai frecvent întâlnită de transmitere a mesajelor, care permite dialogul și feedbackul imediat. Competențele aferente comunicării orale sunt vorbirea și ascultarea, care presupun diferite strategii de codare și decodare.

REGISTRELE LINGVISTICE sunt **varietăți** ale limbajului, manifestate în procesul comunicării, determinate social și cultural; diferențiate lexical și sintactic, de la un vorbitor la altul sau pe grupe de interlocutori.

A. REGISTRUL COLOCVIAL (*familiar*) are o funcție comunicativă, limitându-se la relații neoficiale, particulare, intime (colegi de serviciu, prieteni, familie, rude). Se identifică prin spontaneitate și degajare în exprimare (fără constrângeri lingvistice).

B. REGISTRUL POPULAR particularizează mesajul oral, remarcându-se prin: termeni concreți, locuțiuni și expresii populare, elemente peiorative;

C. REGISTRUL ORAL implică spontaneitate, particularități ale vorbirii: anacolutul, dezacordul, tautologia și repetiția;

D. REGISTRUL CULT (SCRIS) implică respectarea normelor limbii literare (fonetic, morfologic, sintactic);

E. REGISTRUL ARHAIC vizează opțiunea vorbitorului în a folosi particularități ale limbii române vechi;

F. REGISTRUL REGIONAL apare în vorbirea dintr-o anumită zonă a țării (dialecte);

G. ARGOUL este un limbaj codificat, înțeles numai de cei care îl folosesc (grupuri sociale: elevi, studenți, delincvenți etc.). Se remarcă prin permanenta schimbare a fondului lexical;

H. JARGONUL se prezintă ca variantă a limbii naționale, delimitat după criterii sociale și culturale sau profesionale (jargon tehnic, juridic, administrativ etc.).

Limba este comună tuturor vorbitorilor, **sociolectul** aparține unui anumit grup/context social, iar **idiolectul** e stilul propriu al fiecărui individ, modalitățile concrete în care comunică o anumită persoană, particularitățile de comunicare ale persoanei într-o anumită perioadă a vieții, fiind de o mare mobilitate).

Ceea ce dorim să comunicăm reprezintă 100%, ceea ce reușim efectiv să exprimăm – 80%, ceea ce ascultă interlocutorul – 50%, ce înțelege interlocutorul – 40%, ce admite interlocutorul – 30%, ce reține interlocutorul – 20%, iar ceea ce ceea ce spune / repetă interlocutorul – 10%. (ex. telefonul fără fir).

Comunicarea para-verbală

Comunicarea presupune nu doar cuvinte, ci și modul în care sunt rostite: **elementele paraverbale** (tonul afirmativ/interogativ, volumul, modulația, ritmul vorbirii, pauzele, prelungirea unor sunete, accentuarea unor cuvinte, timbrul vocal etc.) și **manifestările vocale fără conținut verbal** (râsul, dresul vocii, geamătul, oftatul, mormăieli, plescăituri, urlete, tremurul vocii, fluierături etc.). Prin vocea acestuia, ne putem da seama care este starea vorbitorului în funcție de: tonalitatea mai sobră sau mai destinsă, ritmul mai alert sau mai lent în vorbire, volumul ridicat sau jos, intonații care pot trăda bună-dispoziție, tristețe, dezamăgire sau entuziasm. Cu atât mai mult, un accent ne poate transmite informații concrete privind proveniența persoanei respective.

Ex. de accentuare a unui cuvânt și cum nuanțează acest lucru semnificația mesajului (expresivitate):

- **Directorul** a spus că salariile vor fi majorate la toamnă. (directorul, nu femeia de serviciu);
- Directorul **a spus** că salariile vor fi majorate la toamnă. (a spus, nu a promis);
- Directorul a spus că **salariile** vor fi majorate la toamnă. (salariile, nu bonusurile);
- Directorul a spus că salariile vor fi **majorate** la toamnă. (majorate, nu diminuate/menținute);
- Directorul a spus că salariile vor fi majorate la **toamnă**. (la toamnă, nu la primăvară etc.)

Comunicarea nonverbală

Concomitent cu comunicarea verbală, fiecare participant la procesul de comunicare folosește o serie de alte coduri, nonverbale, care au rolul de a acompania și nuanța semnificațiile, de a le contextualiza, în general de a facilita înțelegerea intențiilor emițătorului. Comunicarea non-verbală cuprinde:

- **mimica** (expresiile faciale, zâmbetul, privirea, rictusul, încruntarea etc.) Ex. două persoane se privesc cam 30-60% din timpul petrecut împreună; depășirea timpului indică sentimente puternice, fie simpatie, fie ostilitate; multe expresii ale feței sunt înnăscute și universale;
- **gestica** și **kinezica** (mișcările corpului) unele gesturi sunt înnăscute, altele sunt învățate
- **postura** și **orientarea corpului** – comunică statutul social relativ, atitudine, emoții, grad de curtoazie etc.; includere-excludere din spațiul comunicării; orientare corporală: față în față –

predispoziția pentru comunicare; alături – neutralitate; congruență-incongruență: participarea conduce la o postură similară cu a interlocutorului; divergențe sau diferențele fac persoana să nu privească spre interlocutor, să nu interacționeze etc.;

- **proxemica** (distanța corporală) – există 4 distanțe:
 1. distanța intimă (0-45 cm) e permisă doar persoanelor foarte apropiate;
 2. distanța personală (0,45-1,2 m) cunoștințe, amici etc.;
 3. distanța socială (1,2-3,6 m) colegi, clienți etc.;
 4. distanța publică (3,6-7,3 m)

Putem vorbi despre patru **canale** de bază în comunicarea nonverbală:

- **expresiile feței** ; în acest mod, oameni din diferite colțuri ale globului au expresii faciale similare atunci când exprimă diferite emoții: surpriză, frică, supărare, bucurie etc.; contactul vizual patru funcții majore: (1) regularizează fluxul informațional (spre exemplu, când dorim să încheiem comunicarea proprie, privim interlocutorul într-un mod care să-l sugereze că este rândul său să se exprime) ; (2) monitorizează feedback-ul (astfel, este interesant de amintit disconfortul încercat în cazul discuției cu cineva care poartă ochelari cu lentile întunecate, deoarece pierdem accesul la un mare număr de informații rezultate din interacțiunea dintre noi și acea persoană ; (3) exprimă emoțiile; și (4) indică natura relațiilor interpersonale.
- **limbajul trupului** (gesturi, mișcări, posturi) reprezintă o sursă importantă de informații. Totuși, se cuvine să remarcăm că, în practică, nu trebuie să fie absolutizată valoarea de adevăr a acestor informații, dar ele trebuie interpretate în context și systemic (spre exemplu, un cursant care stă cu brațele încrucișate poate sugera o poziție de închidere față de interlocutor, dar poate să fie pur și simplu frig în sală) ;
- **contactul fizic** poate să ne sugereze un avantaj extrem de larg de informații care exprimă afecțiune, dependență, agresivitate, dominanță etc. în interrelaționările persoanelor cu care venim în contact, definind statusul acestora. În același timp, alte caracteristici exterioare limbajului trupului pot să facă parte integrantă din comunicarea nonverbală susținută de această formă: este vorba despre vestimentație, machiaj, parfum folosit etc.
- O altă arie de analiză a comunicării nonverbale este reprezentată de comunicarea cromatică. S-a constatat că, în general:
 - culoarea gri este simbolul neutralității, nefiind nici alb, nici negru (spre exemplu, nu exprimă nici o stare de tensiune, nici o stare de relaxare, fiind ceva și nimic din amândouă). Astfel, culoarea gri poate fi tradusă prin noțiunea de neimplicare ori ca o mascare a interesului pentru un anumit lucru;
 - albastrul sugerează calmul, unitatea și repaosul. Se presupune că privitul la o culoare albastră are rolul de a relaxa sistemul nervos;
 - verdele este asociat adesea cu natura, cu creșterea, cu „tensiunea elastică” ce determină nevoia de îmbunătățire a ceva ce face parte din viața noastră. De asemenea, el evidențiază fermitate, constantă și persistentă, nevoia/dorința de posesie/dominare reliefată și printr-un înalt nivel al stimei de sine;
 - roșul simbolizează „forța dorinței” definind activismul persoanei, vitalitatea acesteia determinând o latură agresiv-ofensivă, competitivitate și operativitate. Asociată cu presiunea sângelui, această culoare exprimă, de asemenea, aspecte afective;
 - dacă roșul stimulează, galbenul este văzut mai degrabă ca un simbol al inspirației, concretizat prin spontaneitatea/originalitatea persoanei. El definește, în același timp, un sentiment al fericirii persoanei guvernate și de o lipsă a inhibiției, evidențiind dorința de schimbare, centrarea pe investigație și productivitate;
 - cafeniu/maro - văzut ca un amestec între roșu și galben are ceva din fiecare – reprezintă rădăcinile persoanei, securitatea căminului și a familiei acesteia. Centrat pe corp, el semnifică nevoia de confort;

- culoarea violet este tot o combinație (între roșu și albastru) și de aceea combină simbolul impulsivității și competitivității roșului cu sentimentul de calm indus de albastru. Culoarea este văzută ca având un suport mistic, privind înțelegerea sensibilă și intuitivă a lucrurilor dincolo de suportul lor evident/real. Uneori, preferința pentru violet poate însemna un anumit nivel de insecuritate ori vulnerabilitate, evidențiat deseori prin creșterea nevoii de a primi aprobarea celor din jur la acțiunile pe care persoana le întreprinde;

- negrul fiind o negare a înseși ideii de culoare, definește o reprezentare a neamului, a extincției și renunțării, persoana respectivă simțindu-se „fără noroc”; uneori preferința pentru culoarea neagră evidențiază și un act de rebeliune împotriva sorții potrivnice.

Comunicarea temporală (cronemica) este centrată pe utilizarea timpului - cum îl organizăm, cum reacționăm la el etc. Punctualitatea este o formă importantă de comunicare prin timp. Timpul poate fi considerat o resursă, metaforă este des întâlnită în managementul timpului: dacă cineva spune că a întârziat doar cinci minute la o ședință în care a făcut zece oameni să aștepte, aceasta înseamnă că i-a făcut pe toți aceștia să piardă câte cinci minute, ceea ce poate însemna, prin însumare, că a risipit de fapt cincizeci de minute de timp productiv. Apropos de 5 minute. Pentru bărbați 5 minute înseamnă chiar 5 minute. Pentru femei, 5 minute poate însemna o perioadă nedeterminată de timp.

O altă formă de comunicare este **timpul potrivit**: el este reprezentat de legătura dintre timp și anumite activități sociale (este permis să suni o persoană între 9 și 21), dintre timp și status (un prieten poate fi sunat și la ora 22, dar nu și directorul de la instituția la care lucrezi), dintre timp și situație etc.

Putem privi timpul în trei perspective: **timpul biologic**, **timpul cultural** și **timpul psihologic**.

1) **Timpul biologic** are o influență majoră asupra bioritmului nostru. El se bazează pe un număr de trei cicluri (**fizic, emoțional și intelectual**), fiecare dintre acestea cunoscând valori de maxim în prima jumătate a intervalului propriu și de minim în cea de-a doua jumătate. Ciclul fizic este definit de putere, energie, coordonare și rezistență la boli, fiind presupus de intervalul a 23 de zile. Ciclul emoțional se referă la echilibrul dintre optimism și pesimism, fiind definit de intervalul a 28 de zile. Ciclul intelectual se referă la abilitățile și activitățile de natură cognitivă și se regăsește pe intervalul a 33 de zile.

2) **Timpul cultural** se dezvoltă, la rândul său, pe trei niveluri: **timpul tehnic** (precis, științific); **timpul formal** (se referă la maniera în care cultura definește și dezvoltă timpul - spre exemplu, în cultura noastră folosim secunde, minute, ore etc.) și **timpul informal** (se referă la folosirea - diferită de la om la om - a termenilor legați de timp: totdeauna, imediat, în curând, chiar acum, cât de curând se poate etc.).

3) **Timpul psihologic** se referă la importanța pe care o acordăm trecutului, prezentului sau viitorului. Modul de a comunica și de a se dezvolta personal și profesional diferă la persoanele centrate pe trecut față de persoanele centrate pe prezent sau persoanele centrate pe viitor.

În spațiul cotidian, putem să ne situăm într-o arie extrem de largă de utilizări ale timpului. Totuși, deoarece timpul este limitat, trebuie să dezvoltăm o structurare și folosire eficientă a acestuia (managementul timpului).

Există diverse bariere pentru o utilizare eficientă a timpului:

- implicarea în prea multe activități (pornirea prea multor proiecte simultan);
- estimarea nerealistă a timpului (a nu realiza cât timp va lua un anumit proiect);
- amânarea/procrastinarea (a lăsa pentru mai târziu, apoi și mai târziu etc.);
- distragerea: întreruperi ale activității prin convorbiri telefonice, discuții cu prietenii, inclusiv pe Facebook. Fiecare dintre noi trebuie să găsească propriile strategii de a depăși aceste bariere.

Comunicarea nonverbală o acompaniază pe cea verbală și îndeplinește o serie de **funcții complementare comunicării verbale**:

- **Repetiție** – a spune și a arăta în același timp cum anume se face un lucru (gesturi ilustratoare) menține trează atenția interlocutorului și îl ajută să înțeleagă și să memoreze mai bine conținutul mesajului verbal;
- **Substituire** – a utiliza un simbol nonverbal în locul unui verbal (gesturi emblemă) poate avea aceeași semnificație: a arăta cuiva simbolul OK în loc să-i spui că a făcut o treabă bună;
- **Accentuare** – tonul vocii sau zâmbetul care însoțesc o frază pot accentua semnificația ei;
- **Contrazicere** – utilizarea unei expresii faciale contrare spuselor poate crea efecte comice, poate semnifica o glumă etc.;
- **Reglare** – utilizarea unei gesturilor adaptoare reglează derularea interacțiunii dintre două persoane: interlocutorii se pot invita unul pe altul să ia cuvântul dintr-o privire, un gest făcut cu mâna sau cu capul.
- **Completare** – utilizarea limbajului nonverbal poate adăuga noi semnificații spuselor: zâmbetul sigur pe sine poate da mai multă greutate cuvintelor, interlocutorul considerând că ești sigur pe ceea ce spui; încruntarea și tonul răstit completează gravitatea unei amenințări.

În privința raporturilor dintre comunicarea verbală, para- și non-verbală, au fost avansate mai multe proporții, mai mult sau mai puțin fanteziste. Cea mai cunoscută îi aparține cercetătorului american Albert Mehrabian, care a propus o proporție frecvent și greșit citată, conform căreia limbajului verbal îi aparțin numai 7%, în vreme ce restul de 93% este distribuit astfel: 38% depinde de modulațiile vocii, tonul și accentul, iar 55% depinde de expresiile feței și mișcările corpului. În mod regretabil, deși Mehrabian a luat poziție publică, împotriva utilizării abuzive și eronate a cercetărilor lui, această proporție e menționată în diverse cărți sau traininguri, ca fiind valabilă pentru toate situațiile de comunicare. În realitate, această proporție corespunde modului în care sunt exprimate emoțiile și atitudinile (preferințele), în situațiile în care există, mai ales la nivelul expresiilor faciale, incongruențe între cuvinte și mimică. Mitul 55-38-7% e ținut în viață, în mod interesat, de diverși practicieni care se auto-intitulează experți, consilieri de imagine etc. Ce rămâne, totuși, valabil, dincolo de procentajele neverosimile, citate neglijent, este faptul că, în comunicare, nu sunt suficiente cuvintele, ci și elementele para- și non-verbale, care sunt, într-adevăr, mai dificil de falsificat și, deci, mai credibile.

Cercetările recente arată că există o asociere organică între comunicarea verbală și non-verbală. În ceea ce privește comunicarea, gesturile și cuvintele sunt inseparabile: o vorbire fluentă și nuanțată e însoțită în mod obligatoriu de gesturi (ex. și când vorbim la telefon gesticulăm, chiar dacă știm foarte bine că interlocutorul nu ne poate vedea).

Facem mai puține gesturi atunci când vorbim despre lucruri abstracte decât atunci când ne referim la obiecte sau întâmplări concrete. Inhibarea gesturilor în timpul vorbirii are consecințe negative asupra comunicării verbale, care devine astfel mai inexactă și mai puțin nuanțată.

Deci, componentele verbală, para-verbală și non-verbală constituie, în cadrul comunicării, un tot integrat, în care componenta verbală e intenționată, iar componentele para-verbale și non-verbale sunt parțial intenționate și într-o măsură mai importantă, neintenționate. Din acest motiv, prin comunicarea

verbală putem minți, dar minciunile pot fi detectate prin identificarea componentelor para-verbale și non-verbale. Comunicarea verbal vizează dimensiunea de conținut, iar comunicarea para-verbală și non-verbală – dimensiunea de relație. Comunicarea para-verbală și non-verbală facilitează sau subminează transmiterea și receptarea mesajului (conținutului).

În funcție de gradul de formalitate a mesajului, comunicarea poate fi: formală sau informală.

Comunicarea este **formală** atunci când mesajele sunt transmise pe canale prestabilite, (rețelele de comunicare formală sunt descrise prin intermediul organigramei). Pentru a defini tipurile de comunicare formală e util să se sublinieze că există două direcții de comunicare (verticală și orizontală) iar în comunicarea verticală există două sensuri: descendentă și ascendentă. Rețelele de comunicare formală presupun transmiterea de informații între nivelurile ierarhice (comunicarea pe verticală) și între departamente și poziții similare (comunicarea orizontală).

Comunicarea verticală descendentă (comunicarea de sus în jos sau comunicarea managerială) are pe manageri drept emițători și este îndreptată către nivelurile inferioare. De obicei, este folosită pentru repartizarea sarcinilor, explicarea regulamentelor și practicilor, pentru solicitarea de informații; sau e folosită pentru transmiterea deciziilor, delimitarea responsabilității și uneori, pentru delegarea autorității. În organizațiile eficiente, comunicarea managerială are ca scop și motivarea angajaților și susținerea performanței prin crearea unui climat agreabil, transmiterea valorilor caracteristice identității colective. Cu alte cuvinte, comunicarea managerială este o parte importantă a comunicării strategice: dincolo de rolul funcțional este foarte important rolul ei în proiectarea și menținerea culturii, climatului și identității organizaționale. Din nefericire, adesea se înregistrează fluxuri inegale în comunicarea descendentă: se poate îndrepta preferențial spre anumiți salariați, și astfel se privilegiază puterea de informație și se creează un sistem închis care conduce la apariția unor posibile patologii comunicaționale. O altă problemă legată de comunicarea managerială este aceea că predomină de obicei transmiterea deciziilor, fără a se da și informații suplimentare pentru punerea în practică a acestora (sau, în situații în care este necesar, nu se delegă temporar autoritatea). Deci, rolul de informare al managerilor este neglijat (ceea ce face ca și rezistența la schimbare să se amplifice adesea, în lipsa informațiilor).

Comunicarea verticală ascendentă (comunicarea de jos în sus) este îndreptată dinspre angajați spre manageri, atunci când se dau informații despre punerea în practică a deciziilor, despre îndeplinirea sarcinilor și despre activitățile desfășurate. De asemenea, comunicarea ascendentă reprezintă un feedback pentru comunicarea descendentă (angajații sintetizează modul în care înțeleg responsabilitățile și sarcinile încredințate).

O deficiență a comunicării ascendente este interpretarea și filtrarea informațiilor oferite superiorilor: tendința de a sintetiza nu este dăunătoare în sine, dar interpretarea informațiilor poate duce la denaturarea lor. Există și tendința de denaturare intenționată, atunci când unii salariați își urmăresc obiectivele personale și urmăresc să își amplifice influența. Practicile de acest tip sunt dăunătoare pentru că sunt în defavoarea obiectivelor organizației, restul angajaților vor fi demotivați și pe ansamblu performanța organizației va scădea.

Cele două sensuri în comunicarea pe verticală, descendentă și ascendentă, sunt asimetrice prin însăși definiția autorității și structurii: managerii iau decizii și exercită funcția de organizare și control, ceea ce face ca fluxul descendent să fie mai intens decât fluxul ascendent. Greșeala care trebuie însă evitată este

aceea de a nu solicita informații și feed-back angajaților: managerii riscă să se desprindă de aspectele reale din interior.

Comunicarea pe orizontală se desfășoară între angajați cu poziții similare sau între departamente. Comunicarea de acest tip are rolul de a realiza coordonarea activităților individuale pentru realizarea unor sarcini complexe, sau coordonarea departamentelor (care de regulă sunt interdependente). În majoritatea organizațiilor însă, comunicarea pe orizontală este slabă sau inexistentă: se preferă canalele informale, ceea ce determină însă interpretarea și denaturarea informațiilor, precum și incertitudinea receptorilor în privința exactității lor.

La acestea, putem adăuga și **comunicarea diagonală/oblică**, care este practică în situațiile în care membrii organizației nu pot comunica prin celelalte canale. De exemplu, în cazul utilizării managementului prin proiecte, apar frecvent comunicările diagonale între echipa de proiect și restul compartimentelor structurii (angajați din diverse compartimente și niveluri ierarhice). Spre deosebire de comunicările clasice, acest tip prezintă avantajele economiei de timp și de costuri, ale folosirii unor relații informale, ale potențării unui climat bazat pe apreciere reciprocă.

Comunicarea **informală** oferă un dublu avantaj: pe de o parte ea are o valoare utilitară pentru organizație, contribuind la fluidizarea contactelor între salariați, iar pe de altă parte are un rol terapeutic. Contactele de tip informal asigură în mod eficient legătura dintre salariații organizației. Comunicarea informală în acest caz merge în paralel cu unele canale transversale de comunicare, îndepărtându-se însă de circuitele complexe și lente ale comunicării formale. Salariatul va căuta informația de care are nevoie acolo unde știe că o poate găsi, fără a apela la rețelele formale pentru a ajunge la interlocutorul potrivit, care nu este întotdeauna același cu cel stabilit de organigramă. Comunicarea informală permite deci, în același timp exploatarea ocaziilor de comunicare eficientă care se pot ivi și evitarea unor anumite riscuri legate de incompatibilitatea dintre organigramă și situația de fapt din organizație. Acest tip de comunicare se asociază cel mai bine cu o politică managerială care încurajează inițiativa și autonomia, lărgind spațiul de joc al fiecărui actor al organizației. Promovarea comunicării informale reduce riscurile legate de conflictele de muncă, de greve, de fenomene de tipul contraputerii, generate, de obicei, de excesul de formalism.

În funcție de numărul de participanți, se poate vorbi de cinci niveluri ale comunicării umane: intrapersonal, interpersonal, de grup, publică și de masă.

Comunicarea intrapersonală este comunicarea cu sine. În acest caz, emițătorul și receptorul coincid: suntem, simultan, emițători și receptori. Ființa umană se ascultă pe sine, își pune întrebări, se îndoiește sau se îngrijorează, se judecă sau reflectează, comunică în gânduri sau în imagini. Comunicarea intrapersonală este foarte importantă pentru echilibrul psihic și îmbracă forma dialogului interior sau a monologului, discurs pe care subiectul îl creează și uneori chiar îl rostește în limbaj extern fără a avea un destinatar diferit de sine însuși.

Comunicarea interpersonală este dialogul dintre două persoane (diadă). În cazul cel mai fericit, acestea se ascultă pe rând, încercând să se respecte și să se înțeleagă reciproc și vorbesc pe rând, încercând să

transmită cât mai clar pentru celălalt ideile, nevoile, aspirațiile, interesele și dorințele lor. Acest tip de comunicare prezintă avantajul de a dezvălui sensurile ascunse ale mesajului, intensitatea și importanța atribuită acestuia de interlocutor, oferă posibilitatea clară a reversibilității rolurilor de E și R și a *feedback*-ului, precum și o motivație a dialogului.

Comunicarea de grup este dialogul care are loc într-un cadru de 10-20 persoane. În grup, persoana își petrece mare parte din viața sa socială. Aici se împărtășesc cunoștințe și experiențe personale, se rezolvă probleme și se iau decizii, se creează și se rezolvă conflicte. Comunicarea în grup facilitează creativitatea membrilor. Acest nivel al comunicării umane va fi abordat mai pe larg în cursul dedicat comunicării în echipă.

Comunicarea socială are loc în cazul comunicării publice, tehnice, interculturale, profesionale. Adesea e vorba de prelegeri, cuvântări, expuneri sau prezentări susținute de o singură persoană. Aparent, persoana care susține prelegerea comunică mai mult, însă lucrurile nu stau chiar așa. Fiecare participant comunică verbal sau nonverbal, punând întrebări de clarificare sau dând informații cu privire la interesul sau dezinteresul său. Comunicarea publică (vorbirea în public) are reguli diferite de comunicarea de grup sau interpersonală.

Comunicarea de masă are loc prin difuzarea mesajelor scrise, vorbite sau vizuale de către un sistem mediatic către un public numeros. Cuprinde o mare varietate de forme precum cartea, presa scrisă, audiovizualul, multimedia, online-ul. Caracteristica principală a comunicării de masă constă în faptul că răspunsul este decalat în timp, mesajul fiind, de regulă, unidirecțional iar *feedback*-ul fiind decalat.

Concluzie: Numărul celor implicați în comunicare determină niveluri diferite ale comunicării umane și tehnici diferite de comunicare specifice fiecărui nivel în parte.