

**LBRIS**

We know  
books

MIRELA ANGHEL

# COMUNICARE ÎN ASISTENȚA SOCIALĂ

**t...**

**TRITONIC**

Tritonic Books

București – 2022

Mirela Anghel  
Comunicare în asistența socială

Copyright © Mirela Anghel  
Copyright © TRITONIC 2022 pentru ediția prezentă.  
Toate drepturile rezervate, inclusiv dreptul de a reproduce fragmente din carte.

TRITONIC

Str. Coacăzilor nr. 5, București  
e-mail: editura@triton.ro  
www.triton.ro  
Tritonic București apare la poziția 18 în lista cu Edituri de prestigiu recunoscut în domeniul științelor sociale (lista A2) (CNATDCU):  
[http://www.cnatdcu.ro/wp-content/uploads/2011/11/A2\\_Panel41.xls](http://www.cnatdcu.ro/wp-content/uploads/2011/11/A2_Panel41.xls)

Colecția Asistența socială este coordonată de prof. univ. dr. Doru Buzducea.

**Descrierea CIP a Bibliotecii Naționale a României**  
**ANGHEL, MIRELA**

**Comunicare în asistența socială** / Mirela Anghel. - București :  
Tritonic Books, 2022  
Conține bibliografie  
ISBN 978-606-749-590-4  
36

Coperta: Alexandra Bardan  
DTP: Ioan Dorel Radu  
Editor: Rebeca Cojocar  
Comanda nr. AS02 /2022  
Bun de tipar: Aprilie 2022  
Tipărit în România

Orice reproducere, totală sau parțială, a acestei lucrări, fără acordul scris al editorului, este strict interzisă și se pedepsește conform Legii dreptului de autor.

## CUPRINS

Introducere .....	7
Argument .....	15
<b>1. COMUNICAREA. CARACTERISTICI ȘI MOTIVAȚIE.</b>	
<b>DEFINIREA COMUNICĂRII</b> .....	17
1.1. Introducere .....	17
1.2. Caracteristicile comunicării .....	24
1.3. Motivația comunicării .....	26
<b>2. TIPURI DE COMUNICARE</b> .....	33
2.1. Comunicarea intrapersonală .....	33
2.2. Comunicarea interpersonală .....	35
2.3. Comunicarea în grupuri mici .....	37
2.4. Comunicarea publică .....	46
<b>3. TEORII ALE COMUNICĂRII</b> .....	51
<b>4. PROCESUL COMUNICĂRII ÎN ASISTENȚA SOCIALĂ</b> .....	59
4.1. Rolul comunicării în asistența socială .....	60
4.2. Asistența socială și specificul comunicării .....	61

<b>5. ABILITĂȚILE DE COMUNICARE ÎN ASISTENȚA SOCIALĂ</b> .....	67
5.1. Comunicarea de la asistent social la beneficiari.....	68
5.2. Stabilirea relației dintre asistent social și beneficiar.....	69
<b>6. FEED-BACK-UL ÎN ASISTENȚA SOCIALĂ</b> .....	89
6.1. Tipuri de feedback.....	90
6.2. Feed-back-ul în asistența socială.....	91
6.3. Tehnici ale feedback-ului în asistența socială.....	93
<b>7. COMUNICAREA SPECIALIZATĂ</b> .....	101
7.1 Comunicarea eficientă cu copiii.....	101
7.2 Comunicarea eficientă cu adolescenții.....	109
7.3 Comunicarea eficientă cu vârstnicii.....	123
<b>BIBLIOGRAFIE</b> .....	131

# 1. COMUNICAREA.

## 1.1. CARACTERISTICI ȘI MOTIVAȚIE.

### DEFINIREA COMUNICĂRII

#### 1.1. Introducere

Comunicarea eficientă este o componentă esențială în activitățile asistenței sociale tradiționale, de exemplu: furnizarea serviciilor de îngrijire, furnizarea de date în procesul de luare a deciziilor, consiliere, scrierea rapoartelor, acordarea de consultanță și reprezentarea beneficiarului în contexte legale.

Este esențial pentru un asistent social să fie eficient în domeniul comunicării, întrucât el promovează încrederea în sine a beneficiarului în luarea deciziilor proprii, precum și îl poate susține și întări în asumarea responsabilităților. Prin comunicare conștientizăm problemele cu care se confruntă asistații sociali, precum sărăcia și discriminarea sau opresiunea bazată pe rasă, gen, clasă socială, vârstă sau dizabilitate. Evident, orice ameliorare necesită soluții la nivel politic și schimbări structurale sociale. Asistentul social se confruntă cu impactul problemelor asupra indivizilor și familiilor și cu nevoia de a se implica prin acțiune directă, iar aceste

probleme și situații care apar necesită o gamă largă de abilități de comunicare pentru a putea fi depistate și soluționate.

Abilitățile de comunicare formează capitalul unui profesionist și ele stau la baza acțiunilor asistenței sociale. Acesta a fost și motivul pentru care am ales tratarea comunicării interpersonale în domeniul asistenței sociale, întrucât suntem convinși de necesitatea cunoașterii și aplicării abilităților de comunicare în acest domeniu.

Un alt motiv este convingerea că necunoașterea acestor abilități devine o piedică esențială în rezolvarea problemelor și în accentuarea stresului. Evident, inabilitatea în comunicare nu are o singură cauză. Problemele majore ale asistenței sociale, particularitățile muncii de teren, teoriile și practicile din alte țări sunt, de cele mai multe ori, rămase în umbră și necunoscute de restul comunităților, astfel că asistentul social se luptă, de multe ori, nu cu problemele domeniului său, ci suportă mai mult consecințele politicului, economicului, socialului și, în general, ale specificului cultural.

Cei mai mulți oameni se mulțumesc să afirme că recunosc existența problemei și să fie de acord că e nevoie de descoperirea unor soluții de îmbunătățire. Există chiar opinia că asistența socială este o profesie „invizibilă”, practică și neobservată. (Pithouse, 1987). Aceasta s-ar putea datora, cel puțin parțial, faptului că puține studii au examinat comportamentul asistenților sociali și interacțiunea lor cu beneficiarii, lăsând la o parte metodele și tehnicile de comunicare folosite.

Cercetările efectuate referitor la percepția clienților în procesul relaționării cu beneficiarul ne redau un feed-back clar asupra abilităților de comunicare ale asistenților sociali sau lipsa acestora. Cercetarea evaluativă în asistența socială, psihoterapie și consiliere scoate în evidență importanța reacțiilor de empatie, căldură, sentimente reale furnizate de asistentul social care sunt condiții de bază ce trebuie îndeplinite de acesta pentru ca ajutorul său să fie eficient.

„Abilitățile interpersonale se referă la acele aspecte interpersonale ale comunicării și la abilitățile sociale pe care oamenii trebuie să le folosească în contactul direct de la persoană la persoană.” (Kagan, Evans & Kay, 1986, p. 12)

Practica teoriei în asistența socială redă cu acuratețe modalitatea prin care trebuie să ne raportăm la realitate, cum să comunicăm și cum să relaționăm cu beneficiarul. Wallace și Rees (în Lishman, 1991, p. 58) sunt de părere că puterea de judecată a clienților este „cel mai important criteriu” în evaluarea asistentului social și a serviciilor sociale. Aceștia consideră că evaluarea asistenților sociali de către beneficiari ar trebui să „aibă prioritate asupra evaluării instituției și profesiei” (p. 58) iar în legătură cu răspunsul acordat problemelor pe care le întâmpină beneficiarii care sunt cumva responsabilitatea asistentului social de a nu le scăpa din vedere oamenii neajutorați (p. 58). Practic, aceasta înseamnă a răspunde la percepțiile și evaluările lor.

Este recunoscut faptul că omul nu poate trăi fără a comunica. Încă din clipa în care deschide ochii pentru prima dată „se așteaptă” ca cei din jurul său să dea dovadă de existență. Nou-născutul intră în viață comunicând, tipă ca să-și facă simțită existența, cei de lângă el îi vor vorbi, fără să-și pună întrebarea dacă aude sau înțelege. Modalitatea prin care se transmite prezența altor ființe în jurul nostru este utilizarea cuvintelor în procesul comunicării verbale, cea mai des întâlnită, deși, după cum vom vedea pe parcursul lucrării, mesajele non-verbale nu pot fi neglijate, având și ele un rol important.

Conform profesorului Anghel comunicarea este un proces specific uman prin care un emițător transmite un mesaj unui receptor prin intermediul unui canal, cu scopul obținerii unei schimbări, în așteptarea unui feed-back.

„A comunica înseamnă a supraviețui și a învăța și pe alții să supraviețuiască. Comunicarea este primul semnal dat de viață.

E strigătul copilului abia născut, dovada dată celor din jur că trăiește. Este șoapta adolescentului că trăiește *el* și a luat act și de trăirea specială, anume, a unei alte persoane. Este mormăitul nesigur al bătrânului care nu este pregătit pentru dispariție. Comunicarea este aerul pe care îl respirăm de dimineața până seara, iar unii, cei pentru cei care știu că bufnița simbolizează vederea prin întuneric, este și aerul pe care îl respiră de seara până dimineața, citind o carte sau scriind o carte. Care poate fi doar cartea propriei lor vieți pe care nu o acceptă îngropată.” (Anghel, 2007, p. 9)

Interacțiunea cu alți oameni este esențială în dezvoltarea noastră ca indivizii. Este demonstrat științific că o persoană izolată pentru un timp îndelungat ajunge la stadiul în care nu mai poate vorbi. Este exemplară scena jucată de Tom Hanks în filmul *Cast Away* (Naufragiatul) care își face o păpușă din paie căreia îi da și un nume și cu care întreține discuții constante. Se pare că omul nu poate sta în solitudine pentru foarte mult timp.

Dumnezeu i-a creat lui Adam o însoțitoare, pe Eva, pentru că a știut că nu este bine ca omul să fie singur. Comunicarea stă la baza înțelegerilor între oameni. Comunicarea crează relații de lungă sau scurtă durată; leagă prietenii sau dezbină oameni; ajută la îndeplinire a acțiunilor și stă la baza relațiilor dintre națiuni. Dacă secolul XX-lea a fost supranumit secolul tehnologiei, deja secolul nostru este numit secolul comunicării.

Acest lucru este ușor observabil datorită modalităților de comunicare care stau la îndemâna fiecăruia dintre noi. Banala scrisoare cu timbru a fost de mult înlocuită cu o modalitate mult mai rapidă și eficientă, și anume email-ul. Acum, oameni pot comunica în timp real chiar dacă se află în colțuri opuse ale lumii (de exemplu, modalitatea utilizării programului Skype). Afacerile se pot dezvolta și negocia prin folosirea ședințelor filmate și redade, în timp real, membrilor din biroul de conducere în cadrul unei companii.

Putem să afirmăm, fără să greșim, că fiecăruia dintre noi îi este la îndemână să comunice folosind oricare formă de comunicare: scrisă, verbală, non-verbală, audio-vizuală. Raportat la numărul persoanelor care participă la procesul comunicării, aceasta poate avea loc la nivel intrapersonal, interpersonal, în grupuri mici și în mass-media.

Indiferent care este temperamentul nostru, dacă ne place să stăm mai mult singuri sau preferăm grupurile de prieteni, ajungem la un punct în care trebuie să știm care este echilibrul între solitudine și interacțiunile sociale care ne ajută să ne îndeplinim nevoile. Acest echilibru este diferit pentru fiecare individ în parte. Oamenii au nevoie să comunice, au nevoie de relații. Dacă nu ar exista comunicarea, oamenii ar avea greutatea în a-și îndeplini nevoile fizice, de identitate, sociale și practice.

Prezența sau absența comunicării ne afectează sănătatea. S-a arătat că pentru persoanele divorțate până la vârsta de 70 de ani e calculată o rată de două ori mai ridicată în incidența atacurilor de cord, cancer sau boli cardiace comparat cu personale căsătorite. De asemenea, statisticile arată că persoanele singure sunt mai dispuse depresiei și gândurilor suicidale. (Adler, Proctor et al, 2008, p. 45)

O modalitate prin care avem dovada că absența comunicării afectează sănătatea fizică este redată de experimentele inumane. Un împărat medieval a vrut să facă un experiment pe copii nou născuți. A ordonat ca persoanele care aveau grijă de ei să nu le arate deloc afecțiune sau dragoste. Toți acei bebeluși au murit pentru că ei nu au avut parte de dragoste sau suport din partea mamelor lor. (Perry, 2003, CD)

Comunicarea afectează starea noastră generală de bunăstare pentru că societatea de astăzi pune un mare accent pe suportul social și pe relații. Un experiment s-a efectuat într-un spital din Irlanda, în care s-a înființat un bar. Pentru pacienții internați acolo era mult mai bine să stea într-un bar decât în

IRPDIS We know  
 saloanele din spital, iar relațiile interpersonale stabilite în acest context au avut un rol benefic în minimalizarea suferințelor fizice sau psihice. De altfel, este bine să ne amintim că însăși cartea Genezei ne aduce la cunoștință că în procesul creștii, Dumnezeu a zis că nu este bine ca omul să fie singur.

Comunicarea ne arată cine suntem. Aceasta se întâmplă prin interacțiunile cu ceilalți, iar în urma acestei interacțiuni noi ne dezvoltăm imaginea de sine. Prin interacțiunile cu ceilalți putem răspunde la întrebările: cine suntem și cum ne definim cei din jur.

Un exemplu care să scoată în relief nevoile noastre de identitate este povestea băiețelului din Aveyron care a fost exclus din mediu social neavând contact cu niciun om. Cazul a fost cunoscut în anii 1800 în Franța și acest băiețel a devenit celebru prin filmul lui François Truffaut „L'enfant sauvage” (1969). Copilul nu arăta nicio înclinație către un comportament uman: nu știa să vorbească și scotea sunete asemănătoare unui animal, nu putea articula niciun cuvânt, nu putea să relaționeze cu ceilalți semeni ai săi. După ce acesta a fost dat în grija unei mame adoptive, băiatul a început să gândească și să se comporte ca o ființă umană. Concluzia este că omul nu se poate dezvolta izolat.

Prin urmare, oamenii caută tipuri sociale similare unde se pot adapta cu ușurință. Oamenii sunt atrași de acei oameni care le confirmă identitatea și valoarea, care le inspiră o stimă de sine crescută. La polul opus, oamenii au tendința să evite persoanele care au o părere proastă despre ei. De exemplu, oameni cu stima de sine crescută au tendința de a căuta oameni care le confirmă valoarea.

Comunicarea este principiul pe care se bazează relațiile și redă acel liant vital cu alții. Nevoile sociale sunt caracterizate de nevoile care pot fi satisfăcute precum plăcerea, afecțiunea, incluziunea, relaxarea sau controlul. (Adler, Proctor at all, 2008, p. 45) Din perspectiva acestor caracteristici, ne dăm

seama cât de lipsită de sens ar fi viața noastră dacă nu am include aceste nevoi sociale în interacțiunile zilnice.

Comunicarea ne ajută să deținem controlul, iar o dată ce deținem controlul avem toate șansele să ne atingem scopurile. Îi putem face pe cei din jur să se comporte într-o asemenea manieră încât să ne fie nouă benefic. De exemplu, negocierea la coafor despre cum vrei să arate părul tău sau cum ne împărțim treburile casnice cu membrii familiei. Toate aceste lucruri ne ajută să ne dezvoltăm abilitățile de comunicare (vorbitul, ascultatul, dezbarerea etc). Ne putem dezvolta abilitățile de comunicare la locul de muncă care au ca finalitate fie o carieră de succes, fie eșecul.

Toate definițiile comunicării – și sunt câteva sute (poate chiar mii) – au un element comun: precizează importanța ei în activitatea umană. Această subliniere nu are rostul de a scoate în evidență însemnătatea subiectului ales, ci doar atrage atenția asupra legăturii indestructibile dintre activitatea omului și capacitatea lui de a se exprima în diferite moduri. (Boteanu, 2012, p. 8)

Sunt, evident, și opinii care susțin că omul nu este singurul care comunică. Poate să fie adevărat, fiindcă și alte ființe și chiar și lucrurile pot transmite semnale și să depună mărturie despre ceva. Omul însă este singurul care folosește cuvântul, îl aude, îl interpretează, revine asupra lui și chiar meditează asupra cuvântului. El este singurul care poate da viață prin cuvinte sau poate ucide printr-o sentință, poate înălța sufletul altuia sau coborî în neant. (Boteanu, 2012, p. 9)

Petre Anghel redă următoarea definiție a comunicării care merită a fi reținută și aplicată: Comunicarea este un proces specific uman prin care un emițător transmite un mesaj unui receptor, prin intermediul unui canal, cu scopul obținerii unei schimbări în așteptarea unui feed-back.

## 1.2. Caracteristicile comunicării

Conform lui Anghel (2007, p. 32) caracteristicile comunicării sunt rezumate la un număr de șase:

- reciprocitate;
- scop;
- ireversibilitate;
- proces simbolic;
- proces real;
- proces complex.

Vom încerca să le exemplificăm pe fiecare în parte pentru a avea o idee cât mai bună în ceea ce privește procesul comunicării. Prima caracteristică a comunicării, **reciprocitatea**, este definită ca fiind raportată la comunicarea din perspectiva unui:

„proces bidirecțional, care nu are sens fără parteneriat. Acest adevăr este valabil și când ne referim la relațiile ierarhice (dintre șefi și subordonați), dar și când avem în vedere viața cotidiană. În ambele cazuri, comunicarea presupune și continuitatea și simultaneitatea transmiterii mesajelor. Continuitate, fiindcă orice cuvânt, sintagmă, propoziție sau frază trebuie să aibă o legătură cu sensul sau starea precedentă. Aceasta chiar și atunci când se sare peste etape – este nevoie de o logică a mesajului.” (*ibidem*)

Pentru ca procesul comunicării să aibă loc este necesar ca mesajul pe care l-am transmis să fie receptat. Și nu numai atât. Emițătorul este în așteptarea unui feed-back pe care receptorul este dator să îl furnizeze. Numai în acest context comunicarea își poate atinge scopul. Reciprocitatea se referă la împărtășirea de informații, idei, gânduri care provin de la două sau mai

multe persoane și care se schimbă și trec de la unii la alții. Dăruind, vom primi.

**Scopul** unei comunicări eficiente trebuie să îndeplinească condiția de a fi păstrătorul unei informații. Deschidem procesul comunicării în momentul în care avem ce transmite, avem ce discuta, informația pe care o avem este de valoare și merită împărtășită.

„A avea un scop în orice acțiune nu înseamnă decât că suntem conștienți de cuvintele, de gesturile și de finalitatea faptelor noastre.” (Anghel, 2007, p. 33)

Nimic nu este mai neplăcut decât să spui ceva și, după aceea, să regreti ce ai spus și modul în care ai făcut-o. O caracteristică principală în procesul comunicării este **ireversibilitatea**. Proverbele românești precum:

*Vorba ce zboară odată nu se mai întoarce;*

*Vorba din gură și-o ieșit, mai bine să fi tușit;*

*Cuvântul e ca vântul, nu se ajunge nici cu armăsarul, nici cu ogarul.*

sunt expresive în a arăta tocmai lipsa de grijă pe care o avem în transmiterea mesajului, pentru că odată ce a fost transmis, nu mai poate fi întors în niciun fel.

**Proces simbolic** pentru că folosim simboluri pentru a transmite ideii:

„Este un procedeu frecvent în viața noastră cotidiană. Chiar dacă nu realizăm de fiecare dată procedeu, comunicarea dintre oameni conține la tot pasul simboluri, fie în vorbire fie în limbajul nonverbal. Cel mai adesea, simbolurile sunt folosite atunci când se dorește transmiterea unor idei, dar nici transmiterea sentimentelor nu se poate lipsi de apelul la simboluri.” (*idem*, p. 35)

# IPDIS We know

Comunicarea este un **proces real** pentru că nimic nu este mai real în viața noastră decât comunicarea. Petre Anghel oferă următoarele indicii să confirme acest fapt:

„În realitate, indivizii, în tot ceea ce fac, comunică. Prin intermediul acestui proces se formează sistemul de valori, credințe și atitudini ale indivizilor. Comunicăm prin simpla noastră prezență, prin cuvinte și prin tăceri, prin felul în care ne îmbrăcăm, prin parfumul pe care-l folosim, prin automobilul proprietate personală, prin câțelul pe care îl scoatem la plimbare. Nimic nu este mai concret în viața noastră decât comunicarea.” (Anghel, 2007, p. 36)

Ultima caracteristică a comunicării este redată de **procesul complex**. Cum noi înșine ca oameni suntem complecși și complicați așa este și procesul comunicării care este strâns legat de individ și felul în care acesta se revelează celor din jur.

„Pe cât am fi tentați să credem că nimic nu este mai ușor decât să vorbim, pe atât suntem obligați în cele din urmă, pe măsură ce devenim conștienți de obligativitatea integrării în societate, să recunoaștem complexitatea comunicării.” (idem, p. 37)

## 1.3 Motivația comunicării

Prin comunicare noi ne exercităm influența asupra altor persoane, producem schimbări de comportament, putem aduce motivație pentru alții și, mai presus de toate, putem întreține relații.

Comunicarea nu este specifică limbii poporului din care facem parte. Nu putem spune că unii vorbitori dintr-o anumită limbă au abilități de comunicare mai bune decât alții care folosesc alte limbi, dar comunicarea este direct legată de cultura din care provenim. Toate mesajele pe care le transmitem trec

printr-un filtru propriu. Acest filtru este alimentat de familie, prieteni, comunitate și ne ajută să-i înțelegem pe cei din jurul nostru. Dacă nu putem recunoaște tiparul de comunicare al unui om/ grup/ comunitate ne putem aștepta ca mesajul nostru să nu fie înțeles și, mai mult, să poată fi prost înțeles.

Printre obiectivele generale ale comunicării putem enumera:

- comunicăm pentru a convinge – persuasiune;
- comunicăm pentru a transmite informații;
- comunicăm pentru că avem nevoie de informații;
- comunicăm pentru a ne exprima emoțiile.

Comunicăm pentru a **convinge** – înseamnă că ceea ce transmitem noi unei alte persoane are rolul de a ne comunica dorința noastră. Poate fi mama care-și liniștește copilul, o reclamă care transmite un mesaj sau un politician care încearcă să-și convingă audiența că trebuie și merită votat. Toate aceste exemple redau același obiectiv și anume persuasiunea, dar doar stilul de comunicare este diferit.

Anghel (2007, p. 16) redă următoarele situații care sunt relevante pentru scopul comunicării de a convinge:

- Mi se pare corect ce spuneiți, dar poate ne gândim și la varianta...
- Nu este tocmai părerea mea, am citit însă un studiu care demonstrează că...
- Și eu am crezut o vreme așa, acum mi se pare că...
- Știu că adevărul nu se obține prin vot, dar câteva persoane pe care le-am consultat au fost de părere că...
- M-am gândit mult la soluția pe care am propus-o, încercați să mă sprijiniți;
- Poate și eu așa proceda astfel dacă aș fi student, acum însă cred că...
- E destul de dificil ce vă cer acum, dar acest efort va fi răsplătit, fiindcă lecțiile următoare...