

LIBRIS

We know
books

Valentina Marinescu

**Introducere în teoria comunicării
Modele și aplicații**

Ediția 2

- revizuită și adăugită -



Editura C.H. Beck
București 2026

Cuprins

Cuvânt-înainte	XIII
PARTEA I.....	1
Capitolul 1. Noțiunea de comunicare.....	1
1.1. Introducere	1
1.2. Istoricul utilizării termenului de comunicare	1
1.3. Istoria studiului comunicării	2
1.4. Definiții ale comunicării	2
1.5. Tipologia generală a definițiilor comunicării.....	3
1.6. Comunicare umană vs. comunicare animală – Specificul și modul de constituire al comunicării umane.....	4
1.7. Tipuri de comunicare umană: probleme generale.....	5
1.8. Rezumat	6
Capitolul 2. Comunicarea nonverbală: specific și tipologie.....	8
2.1. Specificul comunicării nonverbale: definiții, funcții	8
2.2. Caracteristicile comunicării nonverbale.....	9
2.3. Formele comunicării nonverbale	11
2.3.1. Expresia facială	11
2.3.2. Paralimbajul	12
2.4. Rezumat	14
Capitolul 3. Kinezică și proxemică.....	21
3.1. Kinezica: definiție, clasificări, tipologii.....	21
3.2. Clasificarea gesturilor	23
3.3. Kinezică și relație socială – Atingerea	24
3.4. Proxemica: definiție, caracteristici, tipuri de spații.....	25
3.5. Timpul și comunicarea.....	27
3.6. Rezumat	28
Capitolul 4. Ascultarea și autodezvăluirea.....	34
4.1. Ascultarea	34
4.2. Funcțiile ascultării în comunicare	35

4.3. Tehnicile ascultării active	35
4.4. Autodezvăluirea: definiție și caracteristici.....	36
4.5. Metode de autodezvăluire în comunicare	36
4.6. Factori și funcții ale autodezvăluirii.....	36
4.7. Rezumat	37
Capitolul 5. Comunicarea verbală	42
5.1. Relația dintre comunicarea nonverbală și comunicarea verbală	42
5.2. Definiții și caracteristici ale comunicării verbale.....	42
5.3. Forme ale comunicării verbale.....	44
5.3.1. Vorbirea	45
5.3.2. Dialogul.....	45
5.3.3. Monologul.....	45
5.3.4. Scrisul	46
5.3.5. Cititul	46
5.3.6. Limbajul intern.....	47
5.4. Efectele comunicării verbale.....	47
5.5. Elementele care influențează comunicarea verbală	49
5.6. Limbajul ca instituție socială	51
5.7. Rezumat	52
Capitolul 6. Comunicarea intra și interpersonală	57
6.1. Comunicarea intrapersonală: definiție și caracteristici	57
6.2. Comunicarea interpersonală: definiție și caracteristici	58
6.3. Factori facilitatori și inhibitori ai comunicării interpersonale	59
6.4. Modele de comunicare interpersonală	60
6.5. Tipologia rețelelor de comunicare în grupuri.....	61
6.6. Rolul liderului în procesul de comunicare intergrupală....	64
6.7. Rezumat	65
Capitolul 7. Comunicarea directă și cea mediată	71
7.1. Interacțiunea – punct de plecare al distincției comunicare directă - comunicare mediată.....	71
7.2. Tipologia relațiilor de influență comunicațională.....	71

7.3. Comunicarea directă: caracteristici și funcții.....	73
7.4. Comunicarea mediată: tipologie, caracteristicile liderilor de opinie.....	74
7.5. Comunicarea de masă – formă specifică a comunicării mediate.....	76
7.6. Rezumat.....	77
Capitolul 8. Structura procesului de comunicare.....	81
8.1. Informația: definiții, caracteristici.....	81
8.2. Particularitățile informației.....	81
8.3. Valorile informației.....	83
8.3.1. Conceptul de incertitudine a informației.....	83
8.3.2. Entropie și informație.....	84
8.3.3. Valoarea semantică a informației.....	85
8.3.4. Valoarea pragmatică a informației.....	85
8.4. Particularitățile comunicării.....	87
8.5. Comunicarea – proces social.....	89
8.6. Contextele constitutive ale procesului de comunicare.....	91
8.7. Condiții ale comunicării.....	92
8.8. Elementele procesului de comunicare.....	94
8.9. Tipuri de comunicare.....	95
8.10. Comunicarea de masă – particularități ale procesului de comunicare în cazul comunicării de masă.....	97
8.11. Rezumat.....	98
Capitolul 9. Modele ale comunicării.....	105
9.1. Tipologii ale paradigmatelor de studiu în științele comunicării.....	105
9.2. Modelul în științele comunicării.....	108
9.3. Modelul teoriei informației al comunicării – Modelul Shannon-Weaver.....	109
9.4. Modele lingvistice ale comunicării – Modelul lui R. Jakobson.....	110
9.5. Modelele psihologice ale comunicării.....	113
9.5.1. Modelul psiho-sociologic al lui J.E. Hullet.....	113
9.5.2. Modelul tensiunii către simetrie al lui Th. Newcomb.....	114

9.5.3. Modelul tranzacțional al comunicării – D.C. Barnlund	116
9.6. Modele sociologice ale comunicării	117
9.6.1. Modelul lui Wilbur Schramm	117
9.6.2. Modelul lui George Gerbner	121
9.6.3. Modelul Westley-McLean	124
9.6.4. Modelul circular al comunicării	127
9.7. Rezumat	129
Capitolul 10. Forme de comunicare	140
10.1. Comunicarea publică: definiție și caracteristici	140
10.2. Campania de comunicare publică: caracteristici, tipuri de obiective și efecte	142
10.3. Grupuri și organizații: definiții, tipologii și caracteristici	145
10.4. Comunicarea în organizații	147
10.5. Comunicarea publicitară: definiție, caracteristici și tipuri	148
10.6. Campania de comunicare publicitară	150
10.7. Relațiile publice: definiții și caracteristici	151
10.8. Rezumat	152
Capitolul 11. Perspectiva tehnologică și cea a teoriei informației asupra comunicării	156
11.1. Teoria informațiilor și a tehnologiilor de comunicare: istoric, evoluție, particularități	156
11.2. Perioada clasică a studierii comunicării din perspectiva teoriei informației și tehnologiei	159
11.2.1. Modelul Shannon-Weaver	159
11.2.2. Dezvoltarea lui De Fleur (1966) a modelului Shannon-Weaver	160
11.2.3. Modelul circular Osgood-Schramm	161
11.2.4. Modelul helicoidal – Dance	162
11.2.5. Modelul cibernetice al comunicării din anii '80	163
11.3. Noile media și societatea informațională	163
11.3.1. Modelul lui van Cuilenburg	164
11.3.2. Modelele lui J.L. Bordewijk și B. van Kaam	165

11.3.3. Modelul fluxului internațional al informației – Hamid Mowlana	168
11.4. Determinismul tehnologic în explicarea comunicării	169
11.5. Rezumat	171
Capitolul 12. Perspectiva lingvistică asupra comunicării	176
12.1. Distincția limbă - limbaj: definiții.....	176
12.2. Istoricul studiului limbii.....	176
12.3. Abordări în studiul limbii.....	178
12.3.1. Structuralismul	178
12.3.2. Universalismul lingvistic	179
12.3.3. Pragmatica.....	180
12.3.4. Școala de la Palo Alto	180
12.3.5. Filosofia lingvistică – Teoria actelor de vorbire – J.L. Austin.....	181
12.3.6. Științele cognitive.....	182
12.3.7. Sociolingvistica	184
12.6. Rezumat	185
Capitolul 13. Semne, semnificații, coduri și canale.....	194
13.1. Abordări ale termenilor de semn, semnificație, cod și canal.....	194
13.2. Concepția lui Ferdinand de Saussure	195
13.3. Modelul semnelui al lui Ch.S. Peirce	196
13.4. Școala referențială în lingvistică – Concepția lui Ogden și Richards.....	197
13.5. Abordarea conceptualistă – J.J. Katz	199
13.6. Concepția lui Jakobson – Apariția noțiunilor de cod și canal	200
13.7. Școala de la Palo Alto și Axiomele comunicării.....	201
13.8. Rezumat	203
Capitolul 14. Perspectiva psihologică asupra comunicării	208
14.1. Introducere	208
14.2. Rolul percepției în comunicare	208

14.3. Teoria învățării și comunicarea.....	210
14.4. Teoriile congruenței cognitive și comunicarea	211
14.4.1. Teoria lui Heider asupra congruenței cognitive.....	211
14.4.2. Modelul tensiunii către simetrie al lui Th. Newcomb.....	212
14.5. Disonanța cognitivă și comunicarea	214
14.6. Comunicarea în grupurile nonformale	215
14.7. Rezumat	217

Capitolul 15. Perspectiva sociologică asupra

comunicării	224
15.1. Specificul perspectivei sociologice asupra comunicării	224
15.2. Teorii și curente fundamentale în studiul sociologic al comunicării	226
15.2.1. Abordarea critică a comunicării în cadrul concepției Școlii de la Frankfurt	226
15.2.2. Abordarea empirică: structural - funcționa- lismul și noile paradigme ale relației comunicare - societate.....	228
15.3. Comunicare și opinie publică.....	234
15.3.1. Masă, public, opinie publică: termeni-cheie în explicarea sociologică a comunicării	234
15.3.2. Comunicare și opinie publică: perspective teoretice.....	236
15.4. Audiență și comunicare de masă.....	238
15.5. Rezumat	241

PARTEA A II-A..... 249

1. Indicații și soluții	249
2. Comunicarea nonverbală: specific și tipologie	251
3. Kinezică și proxemică.....	257
4. Ascultarea și autodezvăluirea	260
5. Comunicarea verbală	264
6. Comunicarea intra și interpersonală.....	268
7. Comunicarea directă și cea mediată.....	273

8. Structura procesului de comunicare.....	276
9. Modele ale comunicării.....	281
10. Perspectiva tehnologică și cea a teoriei informației asupra comunicării	290
11. Perspectiva lingvistică asupra comunicării	293
12. Semne, semnificații, coduri și canale.....	298
13. Perspectiva psihologică asupra comunicării	301
14. Perspectiva sociologică asupra comunicării.....	305
Bibliografie selectivă	311

PARTEA I

Capitolul 1

Noțiunea de comunicare

OBIECTIVE

- 1. Introducerea conceptului de comunicare și a primelor definiții ale termenului în funcție de domeniul de aplicabilitate: biologie, sociologie, psihologie, filosofie, teoria informațiilor.*
- 2. Evidențierea faptului că studiul comunicării nu poate fi izolat de înțelegerea adecvată a contextelor social, cultural, politic și economic în care ea se manifestă.*
- 3. Prezentarea succintă a specificului comunicării umane în raport cu cea animală.*

1.1. Introducere

Din punct de vedere istoric, termenul *a comunica* este legat de cuvântul „comun” – el derivă din verbul latinesc „comunicare” cu sensul de „a avea în comun”, „a face ceva în comun”, „a împărtăși ceva” (Dinu, 2000, 15).

1.2. Istoricul utilizării termenului de comunicare

Termenul de comunicare este folosit din secolul XIV în sensul de „a pune în comun”, „a împărtăși”, „a fi în relație”. O dată cu dezvoltarea economică din secolele XVI și XVII, termenul și-a îmbogățit sensul cu „a transmite”, iar din secolul XIX el se

asociază unor mijloace fizice clare (presa, radio, TV, cinema) (Petcu, 2002, 8, Rosengren, 2000, 23-24).

1.3. Istoria studiului comunicării

Studiul sistematic al comunicării este foarte vechi și începe ca analiza unei forme a comunicării umane: comunicarea orală (care se realiza în Antichitate la Atena, Roma, Constantinopol și Alexandria). Cercetarea formelor de exprimare retorice (arta elocvenței) – în universitățile europene tradiția retorică, a persistat până în secolele XVI-XVII.

În secolul XVI apar primele ziare tipărite și fenomenul este interesant pentru cercetarea comunicării care se desfășura în mediul universitar. Studiul comunicării în acea perioadă din Franța și Germania a devenit predominant istoric, fiind centrat asupra editurilor, cărților, ziarelor etc.

În secolul XIX și XX studiul comunicării s-a realizat pe două căi: (a) teoretică și (b) empirică – în fapt studiul sistematic al comunicării începe în deceniile trei-patru ale secolului XX, ca rezultat al eforturilor de a face față propagandei de război din acea perioadă (Rosengren, 2000, 23-24).

Sute de ani studiul comunicării a fost definit, în principal, în termeni de perspectivă: temporală (ca în istoria ziarelor), instituțională (în comunicarea politică) și de nivel (psihologia comunicării sau sociologia comunicării). Începând de la cel de-al doilea război mondial s-a tins spre realizarea unei teorii distinctive a comunicării ca o disciplină academică în sine.

1.4. Definiții ale comunicării

Din perspectiva Teoriei Comunicării este dificil să se definească aria de cuprindere a termenului de comunicare.

F. Dance și C. Larson (Dinu, 2000, 8) au identificat 126 definiții ale comunicării în timp ce D. Dance (McQuail, 1999, 15-16) găsea 15 tipuri generale de definiții ale comunicării.

Termenul de comunicare este folosit în mod diferențiat, particular în diferite științe. De exemplu (Dinu, 2000, 8-10):

1. În biologie, pentru Edward Osborne Wilson comunicarea este „o acțiune a unui organism sau a unei celule care alterează modelele probabile de comportament ale altui organism sau al altei celule, într-o manieră adaptativă pentru unul sau pentru ambii participanți”.

2. În psihologie sau sociologie, Carl Iver Hovland, Irving L. Janis și Harold H. Kelley au definit comunicarea drept „un proces prin care un individ (comunicatorul) transmite stimuli (de obicei verbali), cu scopul de a schimba comportarea altor indivizi (auditoriul)”.

3. În filosofie, Ch. Morris a afirmat că „sfera conceptului de comunicare cuprinde punerea în comun, împărtășirea, transmiterea unor proprietăți unui număr de lucruri”.

4. În teoria informației, pentru Claude E. Shannon și Warren Weaver comunicarea reprezintă „toate procedeele prin care un spirit poate afecta un alt spirit. Evident, aceasta include nu numai limbajul scris sau vorbit, ci și muzica, artele vizuale, teatrul, baletul și, în fapt, toate comportamentele umane”.

1.5. Tipologia generală a definițiilor comunicării

În tipologia lui D. Dance (McQuail, 1999, 15-16) comunicarea este:

1. Procesul de transmitere sau de receptare;
2. O problemă de intenționalitate în transmiterea și receptarea mesajului;
3. Efectul sau cauza unei mulțimi de relații sociale și structuri intenționale;
4. Un proces linear, circular sau interactiv;
5. O sursă de ordine și coeziune sau cauză a schimbării, fragmentării și conflictului;
6. O alegere între două alternative:
 - (a) perspectiva activă (încercăm să-i influențăm pe alții sau situația în care ne aflăm) sau
 - (b) viziunea reactivă (acceptăm influența, ne adaptăm la împrejurări).

În tipologia lui R. Merten (Windahl, Signitzer, Olson, 1992, 17) comunicarea este:

1. Un proces simplu (el identifică 75 definiții ale comunicării de acest tip) – caz în care poate fi de tip: (a) Transmite; (b) Act de tip stimul-răspuns; (c) Interpretare;

2. Un proces simetric (R. Merten a identificat 64 definiții ale comunicării de acest tip) – comunicarea fiind văzută drept:

(a) Înțelegere; (b) Schimb; (c) Împărtășire; (d) Relație; (e) Un comportament social; (f) Interacțiune.

1.6. Comunicare umană vs. comunicare animală – Specificul și modul de constituire al comunicării umane

Există o serie de dihotomii ale tipurilor de comunicare, dintre care pot fi amintite (Sills, 1972, 27-28):

1. Comunicare animală vs. comunicare umană;

2. Comunicare directă vs. comunicare mediată;

3. Comunicare unidirecțională vs. comunicare bidirecțională.

Fundamentală pentru Teoria Comunicării este prima diferență: comunicare animală vs. comunicare umană.

(A) Comunicarea animală este studiată de etologie, această știință face distincția între diferite modalități de a comunica în interiorul societăților animalelor și insectelor. Se poate vorbi astfel de (Dinu, 2000, 191-207):

1. Comunicarea sonoră – care nu este un limbaj pentru că nu are caracter simbolic. Ea este legată de nevoi fiziologice; nu este rezultatul unor procese de abstractizare și generalizare și nu folosește sunete articulate;

2. Comunicarea gestuală;

3. Comunicarea chimică – este realizată de animale prin intermediul emisiilor de substanțe chimice produse de glande specializate cu secreție exterioară;

4. Comunicarea tactilă;

5. Comunicarea cromatică;

6. Comunicarea luminoasă;

7. Comunicarea electrică.

(B) Comunicarea umană.

1.7. Tipuri de comunicare umană: probleme generale

Comunicarea umană este o relație semnificativă, al cărei punct de plecare poate fi considerat a fi procesul de gândire ca salt al omului de la senzorial la logic, la concepte și abstracțiuni. Din punct de vedere psihologic (Bogdan-Tucicov și colaboratorii, 1981, 104) gândirea umană dispune de mai multe macro-operații specifice:

1. Abstractizarea – reprezintă operația de extrapolare prin analiză, extragere din contextul general al unor elemente considerate importante;

2. Generalizarea – se referă la operația de reunire a unor obiecte abstracte și de formulare a unor modele reprezentative din elementele componente și de stabilire a unor legături între ele;

3. Sistematizarea – care se realizează prin comparație și clasificări;

4. Analogia – este o operație care presupune atât un raționament productiv (o deplasare de la particular la general) cât și unul deductiv (mișcarea opusă, de la general la particular).

În afară de gândire (care este un proces de învățare, de formare de deprinderi secundare), comunicarea umană are la bază memoria psihică a omului, care reprezintă altceva decât memoria biologică, fiind un instinct condiționat de percepții și senzații, bazat pe recunoaștere. În funcție de durată se poate vorbi de mai multe tipuri de memorie: 1. Imediată (1-2 minute); 2. Mijlocie (zile); 3. De durată (luni, ani) și în funcție de gradul de înțelegere a informației se diferențiază între tipurile de memorie: 1. Primară (secundară sau verbală); 2. Spontană (deliberată sau voluntară); 3. Mecanică (semnificativă sau logică).

Deci, comunicarea umană are specificul ei, este un fenomen complex și are mai multe forme, dintre care, din perspectiva Teoriei Comunicării, cele mai importante sunt comunicarea verbală și comunicarea nonverbală.

La baza comunicării umane stă întotdeauna un limbaj care poate lua mai multe forme, cele mai multe dintre acestea fiind de formă dihotomică:

1. Limbaj oral vs. Limbaj corporal;
2. Limbaj oral vs. Limbaj scris;

3. Limbaj exterior (cu „altul”) vs. Limbaj interior (cu „sine” însuși).

O distincție importantă este cea dintre „limbă” și „limbaj” pentru că limbajul nu se confundă cu limba. La un nivel foarte primar, general (care va fi aprofundat ulterior) limbajul desemnează un sistem de semne, reprezentări abstracte generalizate prin intermediul cuvintelor, imaginii, simbolurilor, în timp ce limba este un sistem de semne și de aplicare a lor, de norme de folosire a limbajului în exterior, fiind strâns legată de cadrul general în care funcționează limbajul. Spre deosebire de limbaj, limba are un caracter istoric, social, cultural, pentru că ea se schimbă în decursul timpului.

Există mai multe tipuri de comunicare pe baza lor constituindu-se variate clasificări, dintre care pot fi amintite (Watson, Hill, 1993, 38-39):

1. T.R. Nilson diferențiază între:

(a) Comunicarea instrumentală (acea formă de comunicare care intenționează să stimuleze un răspuns);

(b) Comunicarea situațională (adică o comunicare în care nu există o intenție de stimularea stimulilor);

2. Edward Sapir a clasificat comunicarea în:

(a) Comunicarea explicită și (b) Comunicarea implicită;

3. După B. Brownell principalele tipuri de comunicare sunt:

(a) Comunicarea directă (care are funcția de identificare între persoane);

(b) Comunicarea indirectă (desemnează un proces prin care ceva convertit în simboluri este purtat de la o persoană la alta).

1.8. Rezumat

Capitolul a încercat să introducă primele elemente legate de termenul de a comunica, subliniind atât originea sa etimologică (acesta fiind un concept legat de cuvântul comun, comunitate), cât și principalele momente din studiul științific al comunicării. Deși studiul sistematic al comunicării poate fi identificat încă din Antichitate (Atena, Roma, Constantinopol și Alexandria au fost centre-cheie ale studiului retoricii înțelegând ca artă a eloc-

venței), abia în secolele XIX-XX se poate vorbi de constituirea unor discipline teoretice și empirice de analiză ale comunicării.

Evoluția istorică a studiului disciplinei a influențat atât aria de aplicabilitate a termenului cât și varietatea definițiilor sale – comunicare fiind un concept folosit în mod diferențiat în variate științe astfel încât actual pot fi identificate peste 125 de definiții ale sale.

În timp ce se poate vorbi de comunicarea animală (care este studiată de o știință distinctă – *etologia*) putem afirma că adevărata semnificație a acestui termen este completă numai în cazul aplicabilității ei la indivizii umani.

TERMENI-CHEIE

comunicare; tipologie: clasificare; definiții; comunicare umană; comunicare animală

LECTURI SUPLIMENTARE

Baylon, C., Mignot, X. (2000). *Comunicarea*, Editura Universității „Al.I. Cuza”, Iași (pp. 9-13).

Cabin, P., Dortier, J.F. (coord.) (2010). *Comunicarea: Perspective actuale*, Editura Polirom, Iași (pp. 25-42).

Dinu, M. (2000). *Comunicarea*, Editura Algos, București (pp. 17-29; pp. 188-208).

McQuail, D. (1999). *Comunicarea*, Editura Institutului European, Iași (pp. 14-18).

O’Sullivan, T., Hartley, J., Saunders, D., Montgomery, M., Fiske, J. (2001). *Concepte fundamentale din științele comunicării și studiile culturale*, Editura Polirom, Iași (pp. 74-75).

Popescu, C.F. (2007). *Dicționar de jurnalism, relații publice și publicitate*, Editura Niculescu, București (pp. 102-103).

Sfez, L. (2002). *O critică a comunicării*, Editura Comunicare.ro, București (pp. 21-37).

Ștefănescu, S. (2010). *Sociologia comunicării*, Editura „Cetatea de Scaun”, Târgoviște (pp. 15-25).

Capitolul 2

Comunicarea nonverbală: specific și tipologie

OBIECTIVE

- 1. A explica formele de comunicare nonverbale: expresiile faciale, gesturile, postura, paralimbajul, gestionarea timpului și spațiului social.*
- 2. A prezenta tipurile de expresii faciale și de paralimbaj și a le relaționa cu situațiile sociale în care ele se pot manifesta.*

2.1. Specificul comunicării nonverbale: definiții, funcții

Din perspectiva Teoriei Comunicării comunicarea nonverbală este bazată pe imagini și sunete (Watson, Hill, 1993, 40). Acest tip de comunicare este definită negativ, drept „comunicarea care nu este verbală”.

Comunicarea nonverbală este compusă din mai multe elemente (Popescu, 2002, 85):

1. Comportamentul simbolic – acțiuni ce transmit semnificații;
2. Paralimbajul;
3. Utilizarea simbolică a obiectelor;
4. Gestionarea spațiului și timpului.

Comunicarea nonverbală are o serie de funcții (Watson, Hill, 1993, 40):

1. Accentuarea comunicării verbale – ea întărește mesajul transmis verbal, îl accentuează.
2. Complementaritatea – este funcția comunicării nonverbale care se referă la prezentarea de informații suplimentare față de cele oferite prin comunicarea verbală. Acest tip de comunicare simplifică mesajele verbale utilizând complementar mesajele nonverbale.
3. Contextualizarea sau funcția expresivității – prin care comunicarea devine mai expresivă pentru a sensibiliza receptorul (afectiv,

persuasiv). *De exemplu, contradicția dintre limbajul nonverbal și cel verbal poate fi o sursă de umor sau de teamă, frică.* Limbajul nonverbal poate fi mai expresiv, poate îmbunătăți și schimba semnificația comunicării verbale.

4. Substitutivă (înlocuiește comunicarea verbală) – există semne instituționalizate pentru anumite mesaje. *De exemplu, semnele rutiere, semnele folosite în comunicarea prin sms-uri sau email, limbajul surdo-muților.*

5. Manipulatorie – această funcție a comunicării verbale este legată de cea expresivă, dar pune un mai mare accent pe aspectul persuasiv al mesajului, scopul ei fiind de a se ajunge la acceptarea mesajului **exact așa cum a fost el transmis.**

2.2. Caracteristicile comunicării nonverbale

Comunicarea nonverbală se caracterizează prin (Watson, Hill, 1993, 41):

1. Comunicabilitate – se poate afirma că, la un nivel extrem de general, comportamentul uman și întreg spațiul social sunt pline de semnificații. Orice comportament (inclusiv folosirea unor obiecte) poate transmite semnificații și oricărui comportament i se pot atribui semnificații (inclusiv unele care nu există inițial). Astfel, analiza comunicării nonverbale trebuie făcută contextualizat pentru că în acest caz există pericolul atribuirii de semnificații inexistente sau care diferă de cele intenționate.

2. Fidelitatea scăzută – „fidelitatea unei comunicări” este definită drept capacitatea comunicării de a transmite mesaje definite precis cu referire exactă la anumiți indivizi sau situații. Comunicarea nonverbală este centrată pe efecte și persuasiune, și mai puțin pe funcția cognitivă a gândirii umane.

3. Sincronismul comportamental – într-o secvență de comunicare, atunci când există o apreciere reciproc pozitivă a emițătorului și receptorului, apare între ei tendința de a se coordona în ceea ce privește elementele comunicării nonverbale (deși uneori această tendință poate să nu fie reciprocă, ci unilaterală). Când există o atitudine ostilă, negativă, acest „sincronism comportamental” dispare. *De exemplu, sincronismul comportamental apare*

de la individul poziționat pe un status inferior spre status superior și nu în direcție opusă.

4. Particularizarea culturală a comportamentului nonverbal. Comportamentele nonverbale nu sunt universale, ci determinate cultural. În comportamentul și comunicarea nonverbală există și o serie de forme de comunicare care sunt condiționate genetic, nu cultural. Acesta este cazul expresiilor faciale (manifestare a temerii, a fricii, a bucuriei). Comunicarea nonverbală este mai dinamică decât cea verbală, unde intervine „lexicul” – acesta fiind o structură mai conservatoare, care acceptă mai greu inovația. *Un caz clar în acest sens este situația gramaticii multor limbi europene, cum este cea a limbii franceze, de exemplu.* În comunicarea nonverbală unele grupuri pot atribui unor comportamente și mesaje ale comunicării nonverbale unele semnificații care se leagă de experiențele proprii ale grupului. În acest fel se explică și diferența: comunicarea nonverbală este mai puțin sistematizată, are mai puține reguli decât cea verbală, având în vedere că, în general și capacitatea de a atribui semnificație este mai mare pentru comunicarea nonverbală.

5. Natura contextualizată și contextualizantă: (a) Contextualizată – are în vedere faptul că acest tip de comunicare ține de un context, are valoare într-un anumit context social dat; (b) Contextualizantă – acest tip de comunicare oferă contextul pentru manifestarea comunicării verbale. Mesajele nonverbale pot să le afecteze pe cele verbale, le pot preciza contextul și pot determina semnificația comunicării verbale.

6. Asigură transferul semnificațiilor lumii externe – nu numai comportamentele umane au semnificație, ci și utilizarea unor obiecte care astfel pot fi obiecte semnificative. *De exemplu, oferirea de flori, de cadouri sunt acte care transmit informații despre ceea ce dorim de la persoana respectivă.* Există obiecte speciale care au un sens, un înțeles specific – acestea sunt obiecte-semn, ele mai sunt numite și marcatori care de regulă interzic ceva. *De exemplu, marcările de teritoriu pentru a interzice accesul pe un perimetru sau a semnala poziția centrală a acestuia.*

7. Credibilitate – impactul unui mesaj este dat în procent de 7% de comunicarea verbală, de 38% de paralimbaj (ritm, secvențialitate, limbă) și de 55% de comunicarea nonverbală. *De exemplu,*