COMUNICAREA ÎN FORMAREA ADULȚILOR

ADULT TRAINING AND COMMUNICATION

Niculae Ileana

Abstract

Comunicarea constituie un aspect esențial în formare. Chiar și atunci când ne referim la adulți, este foarte important ca mesajul să fie livrat corespunzător și să ajungă la destinatar. Cele mai grave erori sunt făcute când informația a fost distorsionată, astfel că mecanismele de verificare trebuie utilizate ori de câte ori este necesar.

Cuvinte Cheie: *comunicare, formarea adulților, comunicarea cu adulții, înțelegerea mesajului.*

Abstract

Communication is an essential aspect of training. Even when it comes to adults, it is very important that the message to be delivered accordingly and to reach the right person. The most serious errors are made when the information has been distorted, so verification mechanisms have to be used whenever necessary.

Keywords: *Communication, adult training, communication with adults, understanding the message.*

Introducere

Comunicarea este un proces prin care un mesaj purtător de informaţii trece de la o sursă spre un receptor, într-un anumit context, putând fi distorsionat de zgomote şi urmat de feedback, cu scopul transmiterii unor înţelesuri, producând relaţii interpersonale şi interacţiuni sociale.

În timpul procesului de formare, formatorul şi participanţii interacţionează continuu. În orice tip de interacţiune de grup unde mai multe persoane gândesc şi discută împreună există două nivele, de interacțiune: conţinutul ca subiect de discuţie al grupului și procesul de grup ca modul în care interacționează grupul în timpul discuțiilor.

Când suntem atenţi la subiectul în discuţie al grupului, ne concentrăm asupra conţinutului. Când încercăm să observăm cum comunică grupul, cine vorbeşte, cât de mult sau cu cine, ne concentrăm asupra procesului de grup. Prin discuţii pe marginea motivaţiei ce se ascunde în spatele acţiunii observabile a indivizilor, grupul poate învăţa câte ceva despre dinamica sa de bază.

Din punct de vedere al mijloacelor utilizate în codificarea ideilor, pot fi puse în evidenţă mai multe tipuri de comunicare: verbală, scrisă şi non-verbală. Comunicarea verbală foloseşte drept vector pentru transmiterea ideilor cuvântul rostit. Exemple de comunicare pot fi o conversaţie faţă-n-faţă, o discuţie de grup, o teleconferinţă. Importanţa comunicării verbale a fost demonstrată de Henry Mintzberg care, în urma

cercetărilor făcute, a ajuns la concluzia că majoritatea managerilor consumă între 50% şi 90% din timpul lor de muncă vorbind cu oamenii. Această apreciere poate fi extinsă şi la nivelul activităţilor de instruire.

Comunicarea verbală solicită nu numai capacitatea de a emite semnale, ci şi pe aceea de a asculta. Practica relevă faptul că ascultarea este marcată de o serie de deficienţe. Statisticile afirmă că numai 28% dintre adulţi ascultă ceea ce li se spune. Principalele avantaje și dezavantaje ale acestui tip de comunicare sunt:

\+ Avantaje:

- Stabileşte relaţii directe;
- Permite flexibilitatea exprimării oferind posibilitatea adaptării mesajului la gradul de recepţie prin urmărirea reacţiilor participanţilor la discuţie;
- Au o viteză ridicată de emisie şi de recepţie;
- Instruirea poate fi mai nuanţată şi mai persuasivă;
- Permite valorificarea rapidă a unor situaţii şi acţiunea imediată în cazul unor urgenţe;

\- Dezavantaje:

- Necesită prezenţa simultană a interlocutorilor, multiplicând timpul consumat;
- Transmiterea succesivă prin diferite persoane se face dificil şi cu mari pierderi de substanţă informaţională.

Comunicarea scrisă include rapoarte, manuale, fişe de lucru, note şi alte documente bazate pe cuvântul scris. Dincolo de situaţiile în care comunicarea scrisă este absolut necesară, în practică se înregistrează aşa numitul "mit al hârtiei". Studiile efectuate în acest sens arată că aproximativ 75 % din documentele care circulă într-o organizaţie sunt adresate unei singure persoane, 10% vizează două persoane şi doar 6 % sunt destinate pentru 3 sau mai multe persoane. La fel se întâmplă în activitatea de formare.

În privinţa rolului comunicării în procesul de formare, ar trebui accentuate câteva aspecte: ascultarea activă, modalităţi de punere a întrebărilor, verificarea percepţiei şi folosirea feedbackului în instruire.

Feedback înseamnă a descrie altei persoane comportamentul acesteia şi ceea ce a simţit ca reacţie la acest comportament. Feedback-ul este un mod de a ajuta pe cineva să se gândească să-şi schimbe comportamentul, înseamnă a furniza cuiva aspecte ale comportamentului său şi efectele acestuia asupra dvs. Ca într-un sistem de rachete dirijate, feedback-ul ajută individul să afle dacă comportamentul lui a avut efectul scontat; îl informează dacă "nu a pierdut ţinta" pe măsură ce încearcă să-şi atingă obiectivele.

Prelegerea este un instrument util în transmiterea cunoştinţelor, dar nu constituie o metodă eficace pentru dezvoltarea de noi abilităţi sau pentru facilitarea unei schimbări de atitudini sau comportament.

O prelegere poate fi folosită ca unica metodă de formare şi atunci când este suficientă puterea discursului personal sau în combinaţie cu alte metode de tipul discuţiilor de grup, simulărilor, jocului de rol, sau atelierelor de lucru. Se poate folosi cu sau fără ajutorul tehnologiei moderne. Aceste strategii suplimentare sporesc implicarea cursanţilor adulţi în respectiva activitate.

Indiferent de situație, informația trebuie prezentată și livrată cât mai atractiv. În acest sens, este indicat să se țină cont de următoarele sfaturi:

- Trebuie să transmiteţi entuziasmul dvs. participanţilor, dacă doriţi ca şi ei să fie entuziasmaţi de prezentarea dvs.
- Stând nemişcat, vorbind cu o voce monotonă, fără a avea un contact vizual bun cu participanţii veţi realiza o prezentare plictisitoare.
- Aveţi grijă nu numai de ceea ce spuneţi ci şi cum spuneţi. Învăţaţi să vă fiţi propriul dvs. antrenor în timp ce sunteţi în faţa audienţei.
- Staţi drept dar relaxat. Greutatea trebuie să fie distribuită pe ambele picioare, altfel veţi distrage.
- Mişcaţi-vă spre auditoriu, ca să fiţi mai aproape şi participanţii se vor simţi mai aproape de dvs., fără bariere. Staţi drept, îndreptaţi-vă spre audienţă şi daţi-le senzaţia ca sunteţi aproape de ei.
- Utilizarea gesturilor naturale nu va distrage auditoriul dvs. de la prezentare; totuşi dacă faceţi unul din următoarele gesturi, aceştia vor fi distraşi:
    - dacă ţineţi mâinile în buzunare;
    - dacă le ţineţi la spate;
    - dacă ţineţi braţele strânse în faţă;
    - dacă vă frecaţi mâinile cu nervozitate;
    - dacă vă jucaţi cu bijuteriile sau cu pix / marker etc.

De asemenea, contactul vizual deschide un canal de comunicare între oameni. Ajută la stabilirea şi construirea raportului vostru cu participanții, implică auditoriul în prezentare şi astfel prezentarea devine mai personală. Contactul cu auditoriul ajută şi prezentatorul să se relaxeze, conectându-l cu auditoriul şi reducând senzaţia sa de izolare.

Concluzii

Când faceţi o prezentare, nu trebuie numai să vă uitaţi la auditoriu, ci să și fiţi atenţi la reacţiile sale. Aveţi grijă să căutaţi ”din priviri” fiecare persoană în parte. Dacă grupul e prea mare pentru a vă uita la fiecare individ separat, uitaţi-vă la persoane din diferite părţi ale sălii. Persoanele care sunt lângă cele la care vă uitaţi vor crede că vă uitaţi la ei, deoarece mai multe persoane vor intra în cercul dvs. vizual.

Bibliografie:

1. Cosmovici A. & Iacob L., 1999. Psihologie școlară. Editura Polirom: Iași.
2. Wald, H., 1981. Puterea vorbirii. Ed. Științifică și Enciclopedică: București.