

Irina Stănciulescu, Raluca Tudor, Adriana Tran, Vasile Tran, *Teoria comunicării*, Editura Tritonic, București, 2014, ISBN 978-606-749-002-2, 438p.

Conf. univ. dr. Oana Magdalena Cenac
„Dunărea de Jos” University of Galati



Volumul *Teoria comunicării*, apărut recent la editura Tritonic, este o carte necesară pentru toți cei interesați de problematica comunicării ca activitate teoretică și ca activitate practică.

Construcția lucrării se sprijină pe o abordare interdisciplinară a ideilor și a proceselor comunicării, abordare în care se face apel la discipline precum semiotica, lingvistica structurală, filosofia limbajului, sociologia și psihologia socială. Autorii cărții realizează o trecere în revistă a conceptelor și a modelelor clasice și contemporane deopotrivă, în strânsă corelație cu prezentarea detaliată a principalelor strategii și tehnici de comunicare prezente în câmpul social.

Avându-i ca destinatari, în primul rând, pe cei care doresc să îmbrățișeze cariera de comunicator, dar nu numai pe ei, principalul obiectiv declarat al lucrării este formarea unor competențe specifice: *„capacitatea de a identifica fenomene și procese cu un caracter comunicațional în cadrul conceptual specific științelor sociale și umane; utilizarea unor instrumente de analiză și interpretare specifice științelor comunicării pentru caracterizarea teoretică generală și aplicată a unei probleme; explicarea unor fenomene, procese, evenimente cu caracter comunicațional prin intermediul modelelor de analiză și interpretare propuse; interpretarea unor diferite puncte de vedere, precum și a rezultatelor unei analize sau cercetări în domeniu din perspectiva teoretică a*

științelor comunicării; realizarea unor conexiuni între cunoștințe, deprinderile și abilitățile dobândite prin studiul comunicării și aplicarea acestora în soluționarea și evaluarea unor situații problemă.”(p. 9)

Structural, lucrarea este alcătuită din două părți care acoperă două domenii de studiu ale comunicării: *teoria proceselor de comunicare și comunicarea în câmpul social.*

Primul capitol pornește de la identificarea aspectelor care diferențiază *comunicarea comună* de cea *științifică*, continuând cu definirea conceptului de *comunicare* și cu identificarea particularităților sale. În cercetarea comunicării ca proces, autorii stabilesc o tipologie a acesteia, identificându-se: *procesul liniar, procesul interactiv, procesul dinamic, procesul convergent, procesul tranzacțional.* Sunt minuțios analizate teoriile și modelele comunicării, cele clasice și cele moderne deopotrivă. Ultimele două capitole ale primei părți realizează o analiză a conceptului de *comunicare* din perspectivă lingvistică, urmărind să clarifice distincția *limbă – limbaj – vorbire*, analizează modelele teoretice din comunicarea lingvistică (modelul Jakobson, modelul Kerbrat – Orecchioni), evidențiază aspectele care definesc și particularizează *comunicarea orală* (stilurile de comunicare, calitățile generale și particulare ale stilului, tipologia stilurilor de comunicare), *comunicarea interpersonală, comunicarea verbală* și, nu în ultimul rând, *comunicarea nonverbală* (kinetica, haptica, proxemica).

Partea a doua, *Comunicarea în câmp social*, este o analiză riguroasă a comunicării, de data aceasta, privită din perspectiva spațiului public. Principalele aspecte avute în vedere sunt: comunicarea de masă, comunicarea mediată de tehnologiile digitale, comunicarea publică, comunicarea publicitară. Ultimul capitol al cărții surprinde variatele ipostaze ale manipulării în comunicare, cu deosebire în comunicarea politică și în comunicarea mediatică.

Nu în ultimul rând, trebuie semnalată perspectiva didactic-aplicativă a cărții care se dovedește a fi un îndreptar, un ghid pentru educarea comunicatorilor profesioniști, pentru formarea competențelor specifice acestora. Dimensiunea didactic-aplicativă a cărții este susținută prin articularea textelor teoretice cu exerciții și aplicații interesante: *discuții etice*, care prezintă probleme de etică a comunicării menite a-i stimula pe

studenți să-și formuleze propriile păreri; *info* – o rubrică care aduce precizări suplimentare celor deja prezentate în text; *aplicații*, care au ca finalitate formarea de abilități practice necesare celor care doresc să devină sau să se perfecționeze în profesiunea de *comunicator*.

În concluzie, *Teoria comunicării* este o carte de actualitate, o carte ce trebuia să apară, o carte foarte utilă nu numai studenților, dar și tuturor celor interesați de fenomenul complex al *comunicării*.