PARAVERBAL AND NONVERBAL COMUNICATION WITHIN NOWDAYS ROMANIAN TV SPEECH IN FASHION SHOWS

Maria Tomulescu
PhD Student, "Al. Ioan Cuza" University of Iași

Abstract:The mediatic discourse promoted via mass media is characterized by lack of message consistency, illogical arguments or even non-argumentative phrases, and a prominent simplicity of language as well. The language employed by most of the current TV shows belongs to a style, which often deviates from the standard one, and which is marked by specific elements of orality, with various argotic insertions, even though, certain playful or ironic speech techniques might justify the speaker's linguistic choice. However, the verbal message is accompanied and often "saved" by nonverbal elements (gestures, sight, mimics) or paraverbal (smile / laughter, intonation, voice intensity, verbal flow), which can fill a possible communication gap or change the meaning of the message according to the speaker's intentions. Therefore, both verbal and non-verbal elements complete equally the realization of conversational

Keywords: discourse, message, argumentation, conversation, communication

În actualitate discursul mediatic promovat de diversele canale mass-media poate fi descris printr-o serie de caracteristici ce-l fac să alunece în banalitate și superficialitate. Principala caracteristică a acestui tip de discurs este lipsa de consistență la nivelul mesajului, argumente nesusținute logic sau chiar fraze non-argumentative precum și o evidentă simplitate a discursului.Limbajul promovat de cele mai multe dintre emisiunile difuzate în actualitate se subordonează unui stil ce se îndepărtează de cel standard, marcat de elemente specifice oralității cu multe inserții argotice, chiar dacă, uneori, se poate desprinde o latură ludică sau ironică care ar putea justifica această opțiune a vorbitorului. Astfel, „cultivarea limbii prin intermediul presei devine un simplu deziderat utopic."[1] Un astfel de limbaj se caracterizează mai ales prin asocierea contrastantă a unor cuvinte aparținând diferitelor registre stilistice, printr-un cumul de figuri de stil care pot marca ironia (hiperbola, metafora, epitetul, aluzia, enumerația etc.) și prin folosirea colocațiilor pe care vorbitorul le adaptează (prin destructurare și restructurare) conform intențiilor personale.

Discursul televizual, mai mult decât oricare alt tip de discurs, operează și cu elemente din sfera nonverbalului, acţionând asupra telespectatorului mai ales din punct de vedere vizual, menirea acestuia fiind de a direcţiona ideile, gusturile spre domeniul vizat de el. Comunicarea nonverbală reprezintă „suma stimulilor generați de individ (cu excepția celor verbali), prezenți în contextul unei situații de comunicare, care conțin un mesaj potențial."[2] Acest tip de comunicare - numită și „metacomunicarea"[3] sau „dialogul fără cuvinte"[4] – mai

[1] Maria Cvasnîi Cătănescu, *Retorică publicistică. De la paratext la text*, Editura Universității din București, 2006, p.144.
[2] Irene Chiru, *Comunicare interpersonală*, ediția a II-a, Editura Tritonic, București, 2009 , p.54.
[3] Termen propus de Nicki Staton, *Comunicarea*, traducere de Anisescu Cristina, Societatea Știință și Tehnică, București, 1995., p. 23. „Metacomunicarea este deci ceva în plus față de comunicare și trebuie să fim totdeauna conștienți de existența sa. Trebuie să subliniem că metacomunicarea, care însoțește orice mesaj, este foarte importantă."
[4] Septimiu Chelcea (coord), *Comunicarea nonverbală: gesturile și postura*, Editura Comunicare.ro, București, 2005, p.11.

BDD-A28625 © 2018 "Petru Maior" University Press
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.11 (2026-11-19 23:01:46 UTC)

este privită şi ca un ansamblu de elemente extralingvistice prin intermediul cărora sunt transmise mesaje fără a folosi cuvinte. De asemenea, comunicarea nonverbală mai este definită ca reprezentând „transmiterea voluntară sau involuntară de informaţii şi exercitarea influenţei prin intermediul elementelor comportamentale şi de prezenţă fizică ale individului sau ale altor unităţi sociale (grupuri şi comunităţi umane), precum şi percepţia şi utilizarea spaţiului şi timpului, ca şi a artefactelor”[5] care „oferă o modalitate eficientă de satisfacere a nevoii oamenilor de a transmite celorlalţi informaţii şi emoţii.”[6] Aceasta constituie o „componentă complementară a comunicării prin limbaj natural articulat în cadrul unei comunicări globale umane, având o pondere cel puţin egală, nu numai prin ceea ce poate transmite […], cât mai ales ca model, ca pattern nonverbal de comunicare.”[7] Latura nonverbală a comunicării nu poate fi, aşadar, neglijată, aceasta având o importanţă cel puţin egală cu cea verbală.

În fiecare act de comunicare în care se angajează, emiţătorul are drept scop fie să informeze, să educe, să convingă sau să influenţeze opinia receptorului. Nicki Stanton[8] consideră că vorbitorul urmăreşte întotdeauna patru scopuri în fiecare proces comunicaţional în care se angajează: să fie receptat (auzit, citit), să fie înţeles, să fie acceptat şă să provoace o reacţie (o schimbare de comportament sau de atitudine).[9] Neatingerea nici măcar a unuia dintre aceste obiective conduce spre o comunicare eşuată. Pentru a evita o astfel de situaţie, nu este suficient ca vorbitorul să se folosească doar de cuvinte, ci şi de elemente de natură nonverbală şi paraverbală care favorizează înţelegerea şi acceptarea mesajului, eliminând eventuale bariere în comunicare.

În cadrul comunicarii interumane, receptorul emite conştient mesajul verbal, care este dublat de elemente specifice nonverbalului (emise inconştient). Pe de altă parte, receptorul, în decodificareaa mesajului, nu ţine cont doar de cele auzite, ci şi de mesajul pe care emiţătorul îl transmite prin intermediul trupului, sau de inflexiunile vocii, pauzele în vorbire etc. În acest fel, poate fi deghizat un mincinos, care susţine că spune adevărul. Astfel, unele persoane sunt desconspirate deoarece receptorul „a simţit” sau „le-a citit” că mint sau că ascund în spatele cuvintelor alte sensuri.

Ansamblul elementelor ce formează corolarul nonverbalului este divers şi cuprinde expresii ale feţei (încruntare, zâmbete, „mesaje” ale ochilor), poziţia corpului, gesturi („mesaje” ale braţelor, ale corpului), distanţa faţă de interlocutor, înfăţişarea fizică precum şi reacţii spontane (oftat, tăcere, de natură tactilă/ atingeri). Se poate afirma că limbajul verbal este în perfectă congruenţă cu cel nonverbal care dă sens şi contribuie la transmiterea unor mesaje pe care verbalul le omite. Astfel, latura nonverbală este indispensabilă comunicării umane. În acest sens, Septimiu Chelcea[10] propune cinci axiome ale comunicării nonverbale:

„1. Comunicarea nonverbală este filogenetic şi ontogenetic primordială;
2. În relaţiile interpersonale directe este este imposibil să nu comunicăm nonverbal.
3. Comunicarea nonverbală reprezintă un element în sistemul comunicării umane şi trebuie analizat ca atare, nu independent de comunicarea verbală.
4. Comunicarea nonverbală se realizează printr-un sistem de semne şi semnale (discrete şi analogice), de coduri şi de canale de transmitere a informaţiei şi trebuie analizată ca atare, nu fiecare element separat.

[5] Idem.
[6] Septimiu Chelcea (coord.), *Comunicarea nonverbală în spaţiul public*, Editura Tritonic, 2004, p. 17.
[7] Virgil Enăţescu, *Comunicarea extraverbală*, Editura Dacia, Cluj-Napoca, 1987, p.19.
[8] Nicki Stanton, *Comunicarea*, traducere de Cristina Anisescu, Societatea Ştiinţă şi Tehnică, Bucureşti, 1995.
[9] Ibidem, p.1.
[10] Septimiu Chelcea (coord), *Comunicarea nonverbală: gesturile şi postura*, Editura Comunicare.ro, Bucureşti, 2005, pp. 32-33.

BDD-A28625 © 2018 “Petru Maior” University Press
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.11 (2026-11-19 23:01:46 UTC)

> 5. În comunicarea nonverbală, semnificația semnelor transmise prin multiple canale trebuie stabilită în termenii probabilităților și în funcție de contextul socio-cultural concret."[11]

Comunicarea nonverbală, la fel ca cea verbală, se caracterizează prin mai multe funcții, ce surprind caracteristicile definitorii ale acestui tip de comunicare. Astfel, în literatura de specialitate au fost propuse cinci tipuri de funcții:

a) repetarea/ dublarea comunicării nonverbale (vorbitorul spune „Nu" și dă din cap dintr-o parte în cealaltă).

b) substituirea/ înlocuirea unor mesaje (arătătorul în poziție verticală în dreptul gurii va înlocui cu succes imperativul „Taci"/ „Liniște!").

c) completarea (adăugarea unor gesturi ce ar putea facilita înțelegerea mesajului sau a „îmbogățirii" acestuia cu semnificații noi).

d) accentuarea/ moderarea (o amenințare va fi însoțită de către degetul arătător îndreptat spre receptor).

e) contrazicerea (mesaje nonverbale ce intră în contradicție cu cele verbale expuse).[12]

Deși element indispensabil comunicării verbale, comunicarea nonverbală poate manifesta și disfuncții ce pot conduce la transmiterea deficitară a mesajului. Receptorul va fi contrariat de către diferența dintre ceea ce spune emițătorul și ceea ce „se citește" pe chipul său/ atitudine sau ton. Astfel, limbajul nonverbal poate „parazita mesajul" (accentul căzând pe gesturile ample ale emițătorului, nu pe ceea ce spune) sau poate susține sau întrerupe comunicarea, marcând o discontinuitate în comunicare (prin postura, privirea îndreptată în diferite direcții etc.)[13]

Dublarea mesajului verbal de către cel paraverbal poate intensifica, slăbi, distorsiona sau chiar anula semnificația unor cuvinte. Folosit cu abilitate, mesajul paraverbal devine un instrument eficace de influențare și control al interlocutorului și poate conduce la obținerea sau pierderea autorității și a controlului, poate produce acceptarea sau refuzul. Acesta încurajează, intimidează, menține sau cedează controlul. Conform opiniei Angelei Rogojan[14] limbajul nonverbal împreuna cu cel paraverbal pot sprijini, contrazice sau chiar atenua impactul mesajului verbal la nivelul receptorului. Mesajului nonverbal ar trebui sa i se acorde atenția cea mai mare din partea receptorului deoarece este cel mai aproape de realitatea emitentului. Justificarea afirmației constă în faptul că mesajul nonverbal, indiferent de situație, are întotdeauna un impact asupra *subconștientului.* O mare parte din gesturi, mimică, apar involuntar, fără a fi constientizate, de cele mai multe ori oferind astfel, posibilitatea actorilor implicați în comunicare de a decodifica și ceea ce se află dincolo de mesajul verbal și care nu se dorește a fi transmis.[15]Astfel, în procesul comunicării interumane cele trei tipuri de limbaj – verbal, nonverbal și paraverbal, trebuie privite ca fiind perfect congruente și indispensabile atingerii scopului comunicațional.

Pe lângă mesajul propriu-zis ce se dorește a fi transmis, deloc de neglijat sunt mijloacele de comunicare, care reprezintă „mijloacele tehnice sau fizice de convertire a mesajului într-un semnal capabil să fie transmis prin tr-un canal. Modul de folosire a

---

[11] Idem.

[12] Pentru informții suplimentare legate de funcțiile comunicării a se consulta Septimiu Chelcea, *Comunicarea nonverbală: gesturile și postura*, Editura Comunicare.ro, București, 2005, p. 38. În lucrarea *Comunicarea interpersonală*, ediția a II-a, Editura Tritonic, București, 2009, p. 56, Irene Chiru propune și o funcție de „regularizare" a comunicării nonverbale care „ajută la clarificarea situației (mișcarea capului pentru exprimarea acordului sau tăcerea semnificând faptul că nu suntem pregătiți pentru a lua cuvântul)." Autoarea nu menționează funcția de accentuare/moderare, care apare în lucrarea lui Septimiu Chelcea.

[13] Irene Chiru, op. cit., p. 56.

[14] Angela Rogojanu, *Comunicare și limbaj economic*, Editura Ase, București, 2003.

[15] Angela, op cit, p.62

BDD-A28625 © 2018 "Petru Maior" University Press
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.11 (2026-11-19 23:01:46 UTC)

mijloacelor de comunicare poate să crească sau să diminueze randamentul comunicării."[16] Mijloacele de comunicare au fost Împărțite în trei categorii:[17] prezentaționale (vocea, trupul, corpul), reprezanționale (cărți, scrieri, imagini, picturi, fotografii), mecanice (telefon, radio, fax, internet). Astfel, autorul plasează particularitățile nonverbale și paraverbale în fruntea mijloacelor de comunicare, ca elemente fundamentale ce susțin comunicarea verbală.

Limbajul format de latura nonverbală și paraverbală este constituită din elemente ce nu trebuie interpretate izolat, ci în ansamblul lor deoarece „fiecare gest este asemenea unui cuvânt, iar un cuvânt poate avea mai multe înțelesuri. Numai analizat într-o propoziție, alături de alte cuvinte, putem înțelege pe deplin sensul unui cuvânt.[18] De asemenea, grupurile de gesturi emise de către vorbitori trebuie interpretate în contextul în care apar. Acestea dirijează subliminal atât felul în care este transmis mesajul, cât și felul în care acesta este receptat de către interlocutor deoarece „semnalele nonverbale au o importanță de cinci ori mai mare decât cele verbale, iar când cele două sunt în discordanță oamenii se bizuie pe mesajul nonverbal, conținutul verbal putând să un fie luat în considerație."[19]

Rolul elementelor paraverbale și nonverbale în construirea dialogului.

În elaborarea unui dialog – convorbire între două sau mai multe persoane asociată mai ales stilului colocvial – concură în mod privilegiat elementele verbale, dar și elemente de natură paraverbală (zâmbet/râs, intonație, intensitate a vocii, debit verbal etc.) și nonverbale (gesturi, privire, mimică etc). În cazul comunicării orale față în față, partenerii la discuție se observă reciproc și își pot monitoriza și interpreta reacțiile. Dacă dialogul este mediat (telefon, internet), rolul elementelor nonverbale și paraverbale scade.

Exemplele surprinse în lucrarea de față reprezintă transcrieri[20] ale unor fragmente de emisiuni ce au ca subiect (principal sau secundar) moda difuzate pe diverse canale TV și care se adresează în principal publicului feminin. Acestea sunt însoțite de numele emisiunii (menționat între paranteze) și de data difuzării.

Elementele paraverbale oferă informații legate de stările afective și atitudinea față partenerul de conversație (entuziasm, oboseală, enervare, incertitudine, dezacord, interes/ dezinteres, emfază etc.), dar și informații legate de tema discutată pe care participantul la actul dialogic nu le pronunță, dar le transmite prin intermediul indicilor paraverbali (care pot modifica semnificația unui mesaj). Astfel, în unele situații, doar elementele paraverbale disting între o amenințare, o promisiune, un reproș etc.

Situația de comunicare surprinsă mai jos este relevantă în ilustrarea rolului elementelor paraverbale în construirea unui dialog. Astfel, propoziția *uite Marisa s_a ridicat*↓ este dublată de mărci ale limbajului paraverbal (**R.B. chicotește, Ma. râde**) care au menirea de a-i atenua sensul denotativ și a-i imprima un caracter conotativ cu valențe umoristice. Zâmbetul larg al emițătorului în momentul emiterii afirmației trădează faptul că acesta glumește, ceea ce duce la destinderea atmosferei.

(a) M. <L><Î> Cine merge AStăzi în atelier? Asta ne spun înTOTdeauna jurații↑ [privirea îndreptată spre juriu] +++

R.B. uite Marisa s_a ridicat↓
(R.B. chicotește, Ma. râde)

[16] Angela Rogojanu, *Deontologia comunicării,* Editura Ase, București, 2005, pag. 13.
[17] John Fiske, *Introducere în științele comunicării*, traducere de Monica Mitarca, Iași, Editura Polirom, 2003, p.35.
[18] Allan Pease, *Limbajul trupului. Cum pot fi citite gândurile altora din gesturile lor,* traducere de Alexandru Szabó,Editura Polimark, București, 2002, p.21.
[19] Ibidem, p. 23.
[20] Transcrierea exemplelor s-a făcut conform convențiilor de transcriere excerptate din Luminița Cărăușu (coord.), *Corpus de limbă română vorbită nedialectală*, Editura Universității *Alexandru Ioan Cuza*, Iași, p. 9.

BDD-A28625 © 2018 "Petru Maior" University Press
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.11 (2026-11-19 23:01:46 UTC)

Ma. <***zâmbet larg***> O:: Doamne ferește↓ NU mai vreau.
C.B. <***zâmbet***> Era obișnuIță cu atelierul↓
M. deși am fost ȘI săptămâna treCUtă. Sunt obișnuită↓ da. (BAS, 17.04.2018).

Elementele nonverbale contribuie – alături de cele verbale – la construirea dialogului oferind și acestea informații ce conduc la decodificarea mesajului deoarece și acestea pot transmite mesaje subliminale esențiale. Astfel, enunțul *Andrei vine la noi*. poate funcționa ca o amenințare, ca un reproș sau poate releva entuziasmul vorbitorului (în funcție de gesturi și mimică). Elementele nonverbale pot avea mai multe funcții în construirea dialogului:

• Elementele nonverbale sunt dublate de cele verbale.

(a) M <L><Î> ei LAsă↑ poate te mulțumesc FETEle cu comentariile lor↓ […]
Ma. <L><J> îmi place FOArte mult cum și_a făcut părul↑ Îmi place și meicapul↑ îmi place accesoriul de la GÂT FOArte mu:lt↑ **[brațul stâng dus în dreptul gâtului]** /ă:/ și nuanța pulovărului↑ (BAS, 17.04.2018).

(b) R.B. <L><J> da↓ ai reușit astăzi: o țiNUtă: iuliana:++ chiar FOAR-TE BU-NĂ↓++ și să știi că totul începe cu acceSOriul acela↑ cu FELUL în care te-ai coafat↑ **[brațul drept dus în dreptul capului; mișcări circulare]** tu RAR faci CEVA la păr↑ dar astăzi+ ai așa: **[ambele brațe deschise larg]** din TOAte punctele de vedere ești strălucitoare. […] (BAS, 17.04.2018).

(c) M. <L><Î> ASTA+ **[brațul drept îndreptat spre concurentă]** înțeleg eu printr_o apaRIție di granda↓ sunt de accord cu coLEgii mei↑ sunt de acord cu faptul că am avut senZAția+ nu știu+ unei concuRENTE puternice care+ realmente a umPLUT plaTOul în această seară↑: (BAS, 18.12.2017).

• Elementele nonverbale aduc informații suplimentare, completându-le pe cele verbale.

(a) I.A. <L>la mine deocamdată↑ situația este plată↑ până voi vedea un CINci↓ **[arată nota oferită concurentei]**. (BAS, 14.06.2018).

(b) A. <J><R> Ă:+ eu am ales materialul↑ […] cam aCESta este modelul rochiei DAR NU sunt FOARte sigură↑ **[îndreaptă spre camera modelul desenat]**+++ (BAS, 17.04.2018).

• Elementele nonverbale contribuie la descifrarea mesajului (sunt folosite frecvente deictice personale și adverbiale).

M. <R> NU pot merge mai departe↑ până NU văd↑ și NU aud↑ ce_mi spune Alina↑ și ce face **acolo**_n atelier↓ **[brațul întreptat spre atelier]**
A. <J><R> Ă:+ **eu** am ales materialul↑ […] cam **aCESta** este modelul rochiei DAR NU sunt FOARte sigură↑**[îndreaptă spre camera modelul desenat]** +++ (BAS, 17.04.2018).

• Elementele nonverbale servesc drept substitute ale elementelor verbale.

(Discuție între un membru al juriului – C.B – și o concurentă – I.)

(a) C.B. <L><J>î::m+ da:↓ îmi place:+ ceea ce vă:d↑ într_adevăr ai un ploVĂR FOARte frumos↑ accesoriul Acela SUPRAdimensionat se potrivește acolo↓ că altfel ar fi fost destul de+ SEC totul↑ ***(I. clatină aprobator din cap)*** ă::+ acea glumă:+ de GEAN-tă+ poșetă+ nu cred că_și are: rostul↑ este+ din punctul meu de vedere. urâtă↑ I. ***(ridică ușor geanta)*** (BAS, 17.04.2018).

(b) R.B. <R> iuliana++**[aplaudă]** m_ai emoționat PÂnă la lacrimi. m_ai emoționat. (BAS, 18.12.2017).

(c) I.A. hai să: nu insistăm asupra acestui subiect↓ acceptă complimentul ȘI↑:+ **[degetul arătător poziționat în dreptul buzelor]**(BAS, 12.06.2018).

• Elementele nonverbale funcționează în paralel cu cele verbale.

(a) C.B. <L><J> astăzi merge în atelier↑ alina. […]
A. <zâmbet>***(Se îndreaptă spre ieșire)*** e groasă azi↓ bine c_am plecat. (râde) (BAS, 17.04.2018).

(b) […] și rePET↓ GEANta aCEASta↑ <R> poți să o muți pe partea cealaltă te rog? **[brațul drept îndreptat spre zona indicată]** [Ma. deSIgur **[mută geanta]**] (BAS, 12.08.2018).

BDD-A28625 © 2018 "Petru Maior" University Press
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.11 (2026-11-19 23:01:46 UTC)

Prin intermediul comunicării extraverbale, anumite părți ale discursului sunt modificate conform intenției vorbitorului și a motivației intrinseci specifice acestia. Nu puține sunt situațiile în care, cu ajutorul acestora mesajului i se imprimă valențe specifice superlativului absolut, grad de comparație prin intermediul căruia se exprimă o trăsătură/ însușire/ calitate aflată la cel mai înalt sau cel mai scăzut nivel, fără ca aceasta să fie comparată cu însușirile altor cuvinte sau cu însușirile aceluiași cuvânt în împrejurări diferite. Este știut faptul că acest grad de comparație se formează cu ajutorul adverbului *foarte* sau a altor adverbe și locuțiuni adverbiale (*neînchipuit de, nespus de, nemaipomenit de, grozav de din cale-afară de* etc.). Există și modalități alternative de realizare a acestui grad de comparație (prin repetarea termenului sau reluarea acestuia cu formă diminutivată, prelungirea unor sunete etc.)

În limbajul cotidian spontan, superlativul absolut este marcat de indici nonverbali și paraverbali ce au menirea de a întări satisfacția vorbitorului sau, după caz, opusul acesteia. Astfel, în corpusul analizat, au fost identificate următoarele mărci:

• Tonalitatea ridicată și pronunția emfatică a termenului-marcă de superlativ absolut.

M.M <R><F> Și aJUNgem la greșeala numărul UNU a acestei ținute↑ și anume SANDALELE↓ cu o croMATIcă *COM-PLET* nepotrivită++ [mișcări orizontale de dezaprobare ale brațului stâng] COM-plet nepotrivită↑ [A. Da' mie mi_a plăcut albastru']. Dacă tu îți puneai la această ROchie↓ niște sanDALE mai prețioase↓ […] cu un săcuLEȚ că era cu pene↓ că era fără pene↓ dar să fii UN PIC mai atentă la aceste deTAlii." (BAS, 14.06.2018).

• Gesturi ample ale brațelor și capului.

(a) R.B. […] Sandalele acestea contrazic FLA-GRANT↑ **[mișcări orizontale de dezaprobare ale brațelor]** această ținută↑ […] (BAS, 14.06.2018).

(b) R.B. nu ȘTIU cum ai ajuns până aICI. până în săptăMÂna finală [Ma. să NU exagerăm raluca totuși↓] măi ținutele NU sunt bune.**[ample mișcări dezaprobatoare ale capului]** (BAS, 12.06.2018).

• Mesaje faciale (grimase, sprâncene ridicate, încruntare, zâmbet).

(a) R.B. <L><J> Dragă arăți DIVIN. arăți DIVIN. **[sprâncene ridicate, zâmbet]** […] DA. un stailing FOARTE reușit Iuliana. (BAS, 14.06.2018).

• Lungirea unor sunete dublată de mesaje corporale.

(a) C.B. <L><J> Ținuta de astă↑zi↑ /ă::/ așa cum au spus deja colegii mei↑ este: /ă::/ în STIlul tău caracteristic↓ celebrii u:meri↑ **ma::ri** **[mișcări ample ale brațelor]**supradimensiona:ți […] (BAS, 15.06.2018).

(b) R.B. **aDO::r** modelul acesta de rochie **[brațul drept îndreptat spre concurentă]** (BAS, 12.06.2018,).

*

Comunicarea privită ca act fundamental al interacțiunii sociale nu reprezintă doar o asociere potrivită de cuvinte prin intermediul căreia sunt transmise mesaje, ci un act complex, un cumul de termeni, gesturi și o intonație specifice, care pot schimba fundamental semnificația cuvintelor și pot facilita sau inhiba decodificarea mesajului de către emițător.

În cazul comunicării orale față în față, partenerii la discuție se observă reciproc și își pot monitoriza și interpreta reacțiile. Dacă dialogul este mediat (telefon, internet), rolul elementelor extralingvistice scade, partenerii la conversații putând totuși observa mai mult elemente de natură paraverbală (intonația, inflexiuni, tempo, diverse reacții de natură afectiv – oftat, râs, mirare, emfază etc.) De asemenea, există o serie de factori care contribuie la apariția elementor de natură nonverbală și paraverbală (cadrul în care are loc conversația sau distanța dintre parteneri).

Coroborate, cele trei tipuri de comunicare – verbală, nonverbală și paraverbală – se influențează și completează reciproc, contribuind la stabilirea poziției de lider în conversație

BDD-A28625 © 2018 "Petru Maior" University Press
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.11 (2026-11-19 23:01:46 UTC)

și funcționând drept un element specific persuadării și manipulării, restabilind ierarhii și poziții.

BIBLIOGRAPHY

1. Chelcea, Septimiu (coord), *Comunicarea nonverbală: gesturile și postura*, Editura Comunicare.ro, București, 2005.
2. Chelcea, Septimiu (coord.), *Comunicarea nonverbală în spațiul public*, Editura Tritonic, 2004.
3. Chiru, Irene, *Comunicare interpersonală*, ediția a II-a, Editura Tritonic, București, 2009.
4. Cvasnîi Cătănescu, Maria, *Retorică publicistică. De la paratext la text*, Editura Universității din București, 2006.
5. Enățescu, Virgil, *Comunicarea extraverbală*, Editura Dacia, Cluj-Napoca, 1987.
6. Pease, Allan, *Limbajul trupului. Cum pot fi citite gândurile altora din gesturile lor*, traducere de Alexandru Szabó, Editura Polimark, București, 2002.
7. Rogojanu, Angela, *Comunicare și limbaj economic*, Editura Ase, București, 2003.
8. Rogojanu, Angela, *Deontologia comunicării*, Editura Ase, București, 2005.
9. Stanton, Nicky, *Comunicarea*, traducere de Anisescu Cristina, Societatea Știință și Tehnică, București, 1995.

BDD-A28625 © 2018 "Petru Maior" University Press
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.11 (2026-11-19 23:01:46 UTC)