

COMMUNICATION IN PUBLIC ADMINISTRATION

Georgiana SEMENESCU
Lecturer, Ph D,
”Constantin Brâncuși” University of Tg-Jiu

ABSTRACT:

Through an effective and modern communication social partners and public administration evolve together, collaborate and make important steps towards the establishment of stable, strong and future relations and ties. Public administration represents the ideals, needs and desires of the citizens of a community and those of the social partners, put into practice by their representatives after a good and effective communication.

KEYWORDS: administration, communication, partners, dialogue, collaboration

Dintotdeauna și pretutindeni s-a comunicat. Oamenii au comunicat prin semne, prin gesturi și, în cele din urmă, prin cuvinte. Pentru a socializa, deși termenul este doar de câțiva ani folosit în limbajul curent, oamenii comunică. Prin comunicare ei reușesc să pătrundă în universul cunoașterii de sine, reușesc să înțeleagă mesajul partenerului, să participe la viața de zi cu zi, să înțeleagă lumea înconjurătoare, să explice fenomenele și evenimentele ce se petrec în viața lor, ce îi afectează mai mult sau mai puțin.

Comunicare înseamnă a relata ceva, a înștiința pe cineva, a da de veste despre ceva, a ține legătura cu cineva. Cu alte cuvinte, a comunica reprezintă relațiile, legăturile pe care oamenii, instituțiile și organizațiile le stabilesc între ei, cu ei. Pentru o bună și eficientă comunicare oamenii trebuie să știe să vorbească, să știe să-și respecte partenerul de discuții și să-și organizeze cât mai bine ideile și metodele de expunere a acestora.

Comunicarea este o nevoie fundamentală, la fel ca aceea de a mânca, a bea, atât de fundamentală, încât unele forme de tortură constau în a izola un individ într-o celulă, fără a i se permite vreo comunicare sonoră sau vizuală cu mediul. [1]

Comunicarea presupune reversibilitatea mesajelor în cadrul relației care reunește două entități, chiar dacă mesajele nu sunt de același ordin. Ea implică crearea unui sens, în funcție de corelările neîntrerupte dintre facultățile noastre de percepere a semnalelor, de bogăția vocabularului (pentru a le decodifica), de imaginație (pentru a le interpreta), ca și de memorie, pentru a le menține coerente atunci când, la rândul nostru, devenim emițători și adresăm mesaje

în retur. ... orice comunicare se realizează printr-o serie întreagă de relaționări între memoriile, vocabularele, imaginațiile și percepțiile aflate în joc. [2]

În orice sistem social comunicarea apare ca un act de afirmare a individului și a grupului. Iar dacă un grup poate, la nevoie, să se disperseze de a schimba bunuri materiale, în condițiile în care el nu schimbă informații, idei sau emoții, ar dispărea însuși legătura socială, nu ar mai exista nimic comun între membrii grupului și, în consecință ar dispărea și comunicarea. [3]

Un bun orator, un bun vorbitor este o persoană ce se face înțeleasă, ce poate transmite mesajul său într-un mod clar, ”obligăți” să învețe a comunica direct încă de la grădiniță, sunt obișnuiți să poarte dialoguri, sunt nevoiți să facă față provocărilor de zi cu zi atât de la școală cât și din familie sau de pe stradă.

Comunicarea directă este arma viitorului. Nu știu dacă aceasta va reprezenta o strategie câștigătoare pentru două sau pentru cinci decenii, dar știu că, deja, cei care utilizează *comunicarea directă* au început să aibă rezultate spectaculoase [4], susținea Cezar Caluschi în 2006.

Cu atât mai mult tinerii, viitorii parteneri, oameni ai instituțiilor și organizațiilor trebuie să-și formeze aptitudini de buni vorbitori-ascultători, de buni și clari ”scriitori”, să știe cum să folosească o comunicare directă și concisă; pentru că instituțiile administrației publice trebuie să comunice între ele prin intermediul oamenilor lor – bine pregătiți în acest domeniu, în primul rând și, în al doilea rând, aceste instituții trebuie să comunice cu partenerii lor, cu clienții lor, cu cetățenii cât mai mult și cât mai des.

Oamenilor le place să comunice cu oameni! Aceasta este strategia cea mai importantă a *comunicării directe* a viitorului ... [5]

Comunicarea înseamnă nu numai discuții, exprimări de opinii, stabilire de legături, relații; pentru că în acest caz vorbim despre comunicarea orală. Comunicare mai înseamnă și elaborare și întocmire de documente, de acte, de mesaje scrise mai mult sau mai puțin oficiale. A comunica bine, eficient și în mod riguros înseamnă a ști și să te exprimi corect, să te faci înțeles și să transmiți un mesaj scris – acte oficiale, documente etc. – cât mai clar, cât mai cuprinzător și pe înțelesul celor cărora le este adresat.

Comunicarea însoțește activitatea de zi cu zi a omului, îl poate chiar defini; dar, în același timp comunicarea însoțește și activitatea instituției sau organizației.

Când ne referim la comunicarea instituțională ne gândim la modul de realizare al ei, la canalele prin care se transmite, la oamenii care desfășoară această activitate în cadrul instituției sau organizației, la feedback-ul obținut.

Comunicare instituțională există sau ar trebui să existe în toate instituțiile și organizațiile, fie private sau de stat, fie de învățământ sau de producție, fie ale administrației publice locale sau centrale.

Prin specificul ei, administrația publică, centrală sau locală, depinde în mare măsură de comunicare – aici incluzând tot ceea ce implică o comunicare administrativă: modalitate, canale, persoanele implicate etc. Instituțiile administrației publice sunt principalii actori ai comunicării administrative, atât atunci când vorbim despre relația dintre aceste instituții, cât și dintre acestea și cetățeni, ONG-uri etc.

Ea se regăsește la toate nivelurile ierarhice ale administrației publice realizându-se chiar între departamente/servicii de la același nivel sau la niveluri diferite, între instituții ale

administrației publice, între acestea și ale organizației sau parteneri (cetățeni, partide politice, ONG-uri etc.).

Comunicarea în administrația publică implică un mare număr de funcționari: fiecare dintre cei care participă la acest proces este specializat într-un anumit domeniu, activitatea fiecăruia fiind strâns legată de a celorlalți. Toate aceste activități au ca scop final obținerea unei concluzii/răspuns sau formularea unei întrebări/situații la care iau parte mai mulți funcționari și care trebuie să fie cât mai clară, mai bine documentată.

Efortul funcționarului public de a stabili o legătură cu ceilalți, ca între două persoane egale, efortul de a-l înțelege cu adevărat pe celălalt, de a-l apropia, de a stabili puncte de comunicare cu el, de a-i cunoaște problemele și de a încerca să-l ajutăm, înțelegându-l cu adevărat, nu poate decât să bucure, să dea curaj, să-i ajute pe oameni. [6]

Comunicare, așa cum am mai spus, mai ales în administrația publică se realizează în cele mai dese cazuri prin scris, prin răspunsuri scrise la întrebările, atenționările partenerilor sociali de discuții. Acești parteneri sociali pot fi cetățenii, celelalte instituții și organizații ce își desfășoară activitatea în societate și au legături directe sau indirecte cu administrația publică, ONG-uri etc.

În literatura de specialitate s-a amintit și au fost dezvoltate elementele procesului de comunicare în administrația publică. Acestea sunt: emițător-receptor, mesajul, canalele de comunicare, buiajul, feed-back-ul.

Redactarea unor răspunsuri pertinente, clare, lămuritoare din partea administrației publice se realizează cu implicarea mai multor funcționari care își pun amprenta astfel, prin pregătirea și experiența lor în lămurirea unor aspecte ridicate de partenerii sociali. Dar, în același timp, și problemele ce se vor lămurite de aceiași parteneri sociali, probleme sau aspecte ridicate de această dată de administrația publică trebuie transmise, comunicate într-un mod cât mai clar, simplu și adecvat specificului problemei de rezolvat. Cu alte cuvinte, la un moment dat rolurile administrației publice sunt interschimbabile în sensul că, pe rând, ea poate fi emițător sau receptor.

În ultimii ani s-a urmărit dezvoltarea și modernizarea factorilor implicați în realizarea comunicării administrației publice cu ”lumea de afară” prin perfecționarea funcționarilor publici ce se ocupă de relațiile cu publicul, prin dezvoltarea sistemului de informare și, mai ales, prin simplificarea și în același timp eficientizarea lucrului cu partenerii sociali, a transparenței activității administrației publice și corectitudinii funcționarilor săi.

Se pune problema acum a unui nou raport între om și tehnică, și anume, problema utilizării creative sau nu a tehnologiilor de informare. [7]

Funcționarii publici trebuie să folosească strategii moderne și tehnologii adecvate în realizarea unei comunicări complete. Astfel, funcționarii publici trebuie să realizeze o comunicare în interiorul serviciului public, cu șefii ierarhici, cu ceilalți funcționari publici, cu subalternii, cu partenerii sociali, cu colaboratorii instituției, cu societatea civilă, în general.

Calitățile unui bun orator constau și în atitudinea pe care o arată față de receptorii

Comunicarea în administrația publică, ca de altfel comunicarea în general, se realizează de către oameni care în situația dată au un anumit statut, respectiv de funcționari publici. Ei au atitudini, sentimente, percepții; de aceea este important ca funcționarii publici care comunică în numele unei instituții a administrației publice, funcționarii publici care formulează mesaje-răspunsuri la cererile partenerilor sociali, întocmesc documente, acte oficiale sau adresează

întrebări, cereri partenerilor sociali să fie persoane cu atitudini pozitive, bine pregătite profesional, cu experiență și convingătoare.

În situația în care un funcționar public trebuie să răspundă oral unui mesaj primit din partea partenerilor sociali transformându-se astfel într-un orator este atent la modul în care își articulează frazele; prin costumul său sau prin emblema care îi ornează pupitrul, el revendică o anumită imagine. [8]

Comportamentul comunicațional reprezintă ținuta socială, psihologică, pragmatică a comunicatorilor în dialogurile pe care le poartă. Particularitățile definitorii ale unei anumite conduite depind de contextul de comunicare, de relația socială dintre vorbitori, de atitudinile afișate de aceștia, de finalitățile comunicative, de stilul, dar și de personalitatea fiecăruia. După Irena Chiru (2003), am avea de-a face cu patru tipuri comportamentale: activist. Metodic, sensibil și creativ. [9]

Când vorbim despre comunicare vorbim implicit despre mesaj, despre oameni, atitudini, imagini. În zilele noastre este foarte importantă realizarea comunicării, este foarte important mesajul transmis/primit dar este la fel de importantă și imaginea și atitudinea, credibilitatea reprezentanților instituțiilor administrației publice care se ocupă mai mult sau mai puțin de toate acestea.

Atitudinile se pot schimba. Pentru a schimba o atitudine este nevoie însă să acționăm asupra tuturor celor trei componente ale acesteia, respectiv componenta cognitivă – cum gândim, legată de cunoaștere și convingeri, componenta emotivă, afectivă – cum simțim, componenta comportamentală – cum tindem să acționăm, exteriorizări față de persoane, obiecte, situații. [10]

În orice comunicare sau relație se impune decelarea atitudinilor existente la nivelul cel mai profund al personalității și a comportamentelor care se manifestă în modurile de exprimare, atât de variate.

Același comportament axat pe întrebări poate apărea, de exemplu, într-o formă temperată sau, dimpotrivă, agresivă, traducând atitudini extrem de diferite, percepute ca atare de interlocutor. Un ton prea lejer poate da impresia de dezinteres profund, în pofida vocabularului folosit și a politeții de suprafață. Tonul prea politicos poate fi perceput ca o respingere ascunsă. [11]

Comunicarea eficientă și clară impune formularea unui mesaj concret, bine structurat și având un limbaj familiar destinatarului său, eventual conținând exemple care să-l ajute pe acesta din urmă să înțeleagă mai bine și corect sensul mesajului. Prin formularea unor astfel de mesaje se urmărește ca instituțiile administrației publice să se facă înțelese, să convingă partenerii sociali că există disponibilitate din partea lor pentru realizarea/păstrarea unei legături, relații stabile, sigure și concrete.

În administrația publică a comunica înseamnă, nu în ultimul rând, a apropia partenerii sociali – cetățenii, ONG-urile, alte organizații și instituții, societatea civilă în general -, a păstra sau a îmbunătăți, a dezvolta sau a realiza noi legături, relații cu aceștia. Pentru a obține acest factor determinant în activitatea administrației publice trebuie să se țină seama și de stilul de comunicare pe care ar trebui să-l abordeze funcționarii publici ce se ocupă de sectorul de comunicare.

Stilul de comunicare caracteristic administrației publice aparține limbajului colectiv, varianta stilului solemn, stilului limbajelor profesionale alături de cel politic, juridic, jurnalistic,

științific, beletristic, didactic, discursurilor emise de instituții sau susținute în ocazii speciale.
[12]

În orice domeniu de activitate există aspecte pozitive și negative însă cel mai important este ca oamenii care lucrează în acel domeniu, să conștientizeze aceste aspecte și să se mobilizeze pentru îmbunătățirea lor, pentru perfecționarea lor. În ultimii ani în administrația publică s-a urmărit modernizarea și îmbunătățirea sectorului privind comunicarea cu partenerii sociali făcându-se simțită o evoluție pozitivă în acest sens.

Deopotrivă, partenerii sociali și administrația publică evoluează împreună, colaborează și fac pași importanți pentru stabilirea unor relații, legături stabile, puternice și de viitor.

REFERENCES:

- [1]. Mihai Manea, *Modele administrative moderne*, Editura Academia de Administrație Publică, Chișinău, 2002, p.149
- [2]. Andre de Peretti, Jean-Andre Legrand, Jean Boniface, *Tehnici de comunicare* tradus de Gabriela Sandu, Editura Polirom, Iași, 2001, p. 8
- [3]. Daniel Șerbănică, *Relații publice*, Editura ASE, București, 2003, p.117
- [4]. Cezar Caluschi, *O nouă frontieră: COMUNICAREA DIRECTĂ*, Editura Polirom, Iași, 2006, p. 14
- [5]. Ibidem, p. 26
- [6]. Daniel Șerbănică, *op. cit.*, p. 150
- [7]. Adela Rogojinaru (coord.), *Comunicare și cultură organizațională: idei și practice în actualitate*, Editura Tritonic, București, 2009, p. 173
- [8]. Daniel Bougnoux, *Introducere în științele comunicării*, Editura Polirom, București, 2000, p. 53
- [9]. Mirela Borchin (coord.), *Comunicare și argumentare. Teorie și aplicații*, Editura Excelsior Art, Timișoara, 2007, p. 36
- [10]. Mihai Manea, *op. cit.*, p.80
- [11]. Andre de Peretti, Jean-Andre Legrand, Jean Boniface, *op. cit.*, p. 261
- [12]. Mihai Manea, *op.cit*, p. 37