



**UNIVERSITATEA DE MEDICINĂ ȘI FARMACIE
„VICTOR BABEȘ” DIN TIMIȘOARA**

**MANAGEMENTUL COMUNICĂRII ÎN PRACTICA MEDICALĂ
SUPOORT DE CURS PENTRU PROGRAMUL UNIVERSITAR DE MASTER
RESPONSABILITATEA JURIDICĂ A PERSONALULUI MEDICAL**

Prof.univ.dr. Ramona Amina POPOVICI

TIPURI DE COMUNICARE ÎN PRACTICA MEDICALĂ. INCIDENȚA BARIERELOR DE COMUNICARE ÎN RELAȚIA PERSONA MEDICAL-PACIENT

În funcție de contextul spațio-temporal al mesajelor

- ❖ directă (față în față) - în situația în care mesajul este transmis uzitându-se mijloace primare - cuvânt, gest, mimică
- ❖ indirectă (mediată) - în situația în care se folosesc tehnici secundare - scriere, tipăritură, semnale transmise prin unde hertziene, cabluri, sisteme grafice etc.

În funcție de intenționalitatea comunicării

- ❖ comunicare intenționată
- ❖ comunicare neintenționată

În funcție de obiectivele comunicării

- ❖ comunicare incidentală (fără un scop/obiectiv bine stabilit)
- ❖ consumatorie (consecință a stărilor emoționale)
- ❖ comunicare instrumentală (când este urmărit un scop precis)

În funcție de poziția ierarhică (sau modul de realizare a procesului de comunicare)

- ❖ ascendentă (realizată de la nivelele inferioare ale unei organizații către cele superioare);
- ❖ descendentă (atunci când fluxurile informaționale se realizează de la nivelele superioare către cele inferioare);
- ❖ orizontală (realizată între indivizi aflați pe poziții ierarhice similare sau între compartimentele unei organizații în cadrul relațiilor de colaborare ce se stabilesc între acestea).

- în procesul de comunicare distanța dintre emițător și receptor reprezintă un element esențial

- spațiul intim - atingere-0.5 m (familie, cercul de apropiați)

- spațiul personal – 0.5-1 m -1-2 m (persoanele care sunt mai mult decât cunoștințe sau colegi)
- spațiul social – 2-3 m- 3-5 m (discuții între angajat și angajator sau între parteneri de afaceri)
- spațiul public – 5-10 m – peste 10 m

Scopurile comunicării eficiente

- ☐ *a învăța;*
- ☐ *a influența comportamentul;*
- ☐ *a exprima sentimente;*
- ☐ *a explica sau a înțelege comportamentul propriu;*
- ☐ *a întreține legături sau a te integra într-o colectivitate;*
- ☐ *a clarifica o problemă;*
- ☐ *a atinge obiectivul scontat;*
- ☐ *a aplană un conflict;*
- ☐ *a stimula interesele proprii sau ale altora.*

Comunicarea dintre medic și pacient funcționează pe baza a trei categorii de limbaj:

- 1) comunicarea verbală;
- 2) comunicarea nonverbală;
- 3) comunicarea paraverbală.

Ponderea formelor de comunicare

- *comunicarea nonverbală - 55%*
- *comunicarea paraverbală - 38%*
- *comunicarea verbală - 7%*

- pacientul „**bun ascultător**” este cel care păstrează contactul vizual cu medicul pe parcursul consultației, privindu-l relaxat pe acesta, dar atent
- pacientul „**bun ascultător**” dă dovadă de răbdare, neîntrerupând firul epic al alocuțiunii medicului
- pacientul „**bun ascultător**” este concentrat pe subiect și solicită opinii din partea medicului
- pacientul „**slab ascultător**” evită contactul vizual cu medicul, vorbește doar el, își manifestă permanent îndoiala, este nerăbdător, iar atenția îi este distrasă permanent de o serie de stimuli din jur
- comunicarea **eficientă** presupune exprimarea deschisă și în mod direct a sentimentelor de către interlocutori, pe când comunicarea **ineficientă** presupune refuzul părților de a împărtăși în mod deschis sentimentele și refuzul de a asculta opinia celuilalt

Etapele unei comunicări eficiente

- ❖ *conceperea ideii;*
- ❖ *codarea;*
- ❖ *transmiterea mesajului;*
- ❖ *receptarea;*
- ❖ *decodarea;*
- ❖ *înțelegerea;*
- ❖ *feed-back-ul.*

Comunicarea eficientă din perspectiva emițătorului presupune:

- să ceri ceea ce dorești să ceri;
- să spui NU atunci când nu dorești să faci/să spui ceva;

- să exprimi ceea ce simți în mod direct și fără a aduce atingere demnității interlocutorului.

Comunicarea eficientă din perspectiva receptorului presupune:

- ascultarea activă;
 - sumarizarea și parafrizarea informațiilor;
 - să ceri sau să dai feed-back.
- a comunica inefficient înseamnă a ține cont atunci când transmiți informații doar de nevoile proprii
- comunicarea inefficientă determină un comportament pasiv sau agresiv față de interlocutor

Obstacolele care stau în calea unei comunicări eficiente

- ✓ adevărul îmi aparține;
- ✓ blamarea;
- ✓ martirizarea;
- ✓ lipsa de speranță;
- ✓ negarea;
- ✓ acordarea de soluții;
- ✓ sarcasmul;
- ✓ descalificarea;
- ✓ spiritul revendicativ;
- ✓ agresivitatea pasivă;
- ✓ autoblamarea;
- ✓ țăpul ispășitor;

- ✓ defensivitatea;
- ✓ contraatacul.

- în comunicarea dintre medic și pacient se pot suprapune o serie de bariere care duc la alterarea mesajului transmis
- barierele (perturbațiile) în comunicare reduc eficiența și corectitudinea mesajului transmis
- barierele în comunicare se produc atunci când **receptorul** mesajului comunicat **nu receptează** sau **interpretează greșit** sensul dorit de emițător
- barierele care intervin în procesul comunicării pot fi clasificate în funcție de o serie de criterii în mai multe categorii

I. Barierele de limbaj

- *nivelul de pregătire* al celor care comunică poate fi considerat un impediment în înțelegerea mesajului transmis (ex: comunicarea dintre medic și pacient, în acele situații în care acesta din urmă nu are pregătirea profesională necesară pentru a putea înțelege în mod corect și complet mesajul transmis)
- *ambiguitatea mesajului transmis*
- *logoreea* – defectul unor persoane de a vorbi prea mult și fără niciun rost
- *secretomania* - este opusă logoreei și face referire la tendința excesivă a unor persoane de a ascunde secretele care mai devreme sau mai târziu oricum vor fi scoase la iveală.
- *jargonul și argoul* – reprezintă **bariere intenționate** de limbaj. Jargonul este un limbaj folosit mai ales de tineri care schimbă forma unor anumite cuvinte pentru a nu fi înțeleși de restul societății. Argoul este un limbaj codificat, o adevărată nouă limbă folosită de cei care vor să comunice fără a fi înțeleși de persoanele prezente cum ar fi hoții sau bandiții.
- *dificultățile de exprimare* se referă la dificultatea de a comunica cu interlocutorul într-o anumită limbă sau greutatea de a comunica cu unele persoane care au diferite probleme de sănătate (handicaturi)
- *deficiențe acustice (zgomot ambiental crescut)*

- *intonația rostirii cuvintelor*

- *topica frazei*

II. Barierele de mediu

- climat de muncă necorespunzător

- folosirea de suporti informaționali necorespunzători

III. Bariere determinate de factori interni

- presupuneri subiective - pacientul consideră că ceea ce i se spune are un subînțeles sau un înțeles ascuns

- teama de grup

- agenda ascunsă – pacientul este cu *mintea în altă parte*, atenția fiindu-i distrasă de alte probleme pe care știe că le mai are de rezolvat

- atac asupra statutului personal – ceea ce recepționează este tratat ca o critică personală

- implicare negativă - pacientul are o părere negativă despre medic

IV. Barierele de concepție

- existența presupunerilor

- lipsa de atenție în receptarea mesajului

- lipsa de interes a receptorului față de mesaj

- rutina în procesul comunicării

- concluziile grăbite asupra conținutului mesajului

- exprimarea cu stângăcie a mesajului de către emițător

V. Bariere de comunicare create de medic

- timpul pierdut

- consum nervos crescut
- imposibilitatea medicului de a se pune în locul pacientului

V. Bariere de comunicare create de pacient

- tentativa de disimulare în exteriorizarea trăirilor interioare
- evitarea de a fi pus într-o situație neplăcută/jenantă
- teama de a fi bolnav
- teama față de medic
- barierele pot apărea în orice etapă a comunicării, uneori chiar anterior acestora

Succesul comunicării dintre medic și pacient depinde de:

- ✓ experiența profesională a medicului;
- ✓ nivelul intelectual al pacientului;
- ✓ durata interacțiunii dintre părți;
- ✓ menținerea contactului între medic și pacient până la atingerea obiectivului propus (îmbunătățirea stării de sănătate a pacientului)

Eșecul comunicării dintre medic și pacient depinde de:

- ✓ lipsa de încredere a pacientului;
- ✓ nerespectarea deontologiei profesionale.

Asociația Americană de Management a elaborat 10 reguli de comunicare eficientă

- ❖ înainte de a comunica, emițătorul trebuie să își clarifice ideile, să le sistematizeze și să le analizeze pentru a fi corect transmise
- ❖ este necesar să fie consultați și cei din jur pentru asigurarea unei mai mari obiectivități
- ❖ cei care inițiază comunicarea nu trebuie să se piardă în detalii

- ❖ emițătorul trebuie să fie atent la tonul pe care îl folosește când dorește să transmită un mesaj
- ❖ cei care comunică trebuie să țină seama de întregul ansamblu al contextului în care se realizează comunicarea, deoarece mesajul nu se transmite întotdeauna exclusiv prin intermediul cuvintelor
- ❖ emițătorul trebuie să-și dezvolte capacitatea de a vedea lucrurile și din perspectiva celui căruia îi este destinat mesajul
- ❖ emițătorul și receptorul trebuie să comunice în viitor la fel de bine ca și în prezent
- ❖ participanții la comunicare trebuie să pună întrebări și să se încurajeze reciproc în exprimarea reacțiilor, emițătorul putând prin feed-back să își dea seama dacă mesajul a fost înțeles
- ❖ cei care comunică trebuie să fie conștienți că cel mai adecvat mijloc de comunicare este exemplul personal
- ❖ cei care comunică trebuie să se facă înțeleși, dar și să înțeleagă mesajul ce li se transmite și să perceapă cuvintele și mesajele nonverbale

1) *Ascultarea activă*

- reprezintă o modalitate de a reacționa pe parcursul comunicării, prin intermediul căreia partenerul de discuție este stimulat să continue să vorbească, având certitudinea că a înțeles ceea ce i s-a transmis

2) *Ascultarea pasivă*

- receptarea mesajelor asociată cu absența răspunsurilor și a întrebărilor din partea interlocutorului
- o persoană poate asculta activ până la 800 de cuvinte pe minut
- există o serie de obstacole în calea ascultării active, și implicit a unei comunicări eficiente

- ***ascultarea activă*** este centrată pe trăirile celuilalt, ascultarea empatică, non-directivă, punând accentul pe respectul de sine și respectul pentru celălalt
- ***ascultarea activă*** reprezintă o atitudine de înțelegere a interlocutorului și denotă o puternică dorință de a facilita comunicarea
- ***nu există ascultare activă fără contact vizual!***
- empatia reprezintă și ea un element important al acultării active
- atitudinea înțelegătoare reprezintă un alt element al ascultării active
- ***elementele de comunicare nonverbală*** însoțesc în permanență o ascultare care se vrea a fi activă
- ***prima tehnică*** utilizată pentru ascultarea activă
- o altă tehnică a ascultării active este cea a ***interogării***
- ***tehnica reformulării spuselor*** interlocutorului din fața ta (parafrizarea)
- ascultarea activă permite depășirea unor bariere importante în procesul comunicării, dezamorsarea conflictelor și stabilirea unor relații pozitive cu cei din jur

Etapele procesului de comunicare:

- a. ***Codificarea înțelesului*** – constă în selectarea anumitor simboluri, capabile să exprime semnificația unui mesaj.
- b. ***Transmiterea mesajului*** – constă în deplasarea mesajului codificat de la emitent la receptor, prin intermediul unui canal (vizual, auditiv, tactil sau electronic).
- c. ***Decodificarea și interpretarea*** – se referă la descifrarea simbolurilor transmise și, respectiv, explicarea sensului lor. Prin intermediul acestora se constată dacă mesajul a fost perceput corect.
- d. ***Filtrarea*** – constă în deformarea sensului unui mesaj, datorită unor limite fiziologice sau psihologice. Barierele de comunicare se referă la totalitatea elementelor ce pot stingheri transferul de informații.

e. **Feed-back-ul** – răspunsul pe care emitentul îl primește din partea receptorului și prin intermediul căruia acesta verifică în ce măsură mesajul a fost înțeles ori a suferit filtrări. Oamenii percep mesajele dintr-un anumit punct de vedere. Există mai multe bariere de comunicare.

f. **Canalele de comunicare** – reprezintă „căile” urmate de mesaje. Canalele de comunicare au un suport tehnic reprezentat de toate mijloacele tehnice care pot veni în sprijinul procesului de comunicare: telefon, fax, PC, audio-video. Există două tipuri de canale de comunicare:

- canale formale, prestabilite cum ar fi sistemul canalelor ierarhice într-o organizație.
- canalele neformale stabilite pe relații de prietenie, preferințe, interes personal.

Axiomele comunicării

Axioma 1: „Comunicarea este inevitabilă” sau „Non-comunicarea este imposibilă”

Axioma 2: „Comunicarea se desfășoară la două nivele: informațional și relațional, cel de-al doilea oferind indicații de interpretare a conținutului celui dintâi”

Axioma 3: „Comunicarea e un proces continuu, ce nu poate fi tratat în termeni de cauză-efect sau stimul-răspuns”

Axioma 4: „Comunicarea îmbracă fie o formă digitală, fie una analogică”

Axioma 5: „Comunicarea este ireversibilă”

Orice comunicare produce, o dată receptată, un anumit efect asupra receptorului. Efectul poate fi extrem de variabil: imediat sau manifestat cu întârziere, perceptibil sau nu pentru un observator din afară, efemer sau de lungă durată. Orice comunicare are capacitatea de a ne modifica, căci noi suntem rezultatul interacțiunilor cu ceilalți, care, voit sau nu, modifică ceva în percepția și concepția noastră despre lume și despre noi înșine. Comunicarea este ireversibilă, pentru că, odată produsă, ea declanșează un mecanism care nu mai poate fi dat înapoi ca acele unui ceasornic. Zadarnic te scuzi sau „îți retragi cuvintele” după ce l-ai jignit pe interlocutor, efectele spuselor noastre s-au produs deja. Revenirea asupra mesajelor transmise nu mai poate anihila efectele. De aceea, trebuie să ne controlăm manifestările comunicative.

Axioma 6: „Comunicarea presupune raporturi de forță și ea implică tranzacții simetrice sau complementare”

Egalitatea participanților la actul de comunicare trebuie să existe pentru o comunicare eficientă. Afișarea superiorității, neacordarea dreptului la replică, snobismul comunicațional, toate acestea minează procesul de comunicare și îi diminuează valoarea socială și umană.

Există două tipuri principale de interacțiuni:

- *interacțiuni tranzacționale*
- *interacțiuni personale*

În cazul interacțiunilor tranzacționale, rolul participanților rămâne neschimbat de-a lungul comunicării (profesor-student, medic-pacient, vânzător – cumpărător), aceste raporturi fixe eliminând din start posibilitatea realizării egalității în comunicare. Interacțiunile personale (dintre prieteni, soți, colegi) presupun nu dispariția rolurilor, ci fluidizarea lor, participanții la comunicare ajungând pe rând în poziție dominantă.

Axioma 7: „Comunicarea presupune procese de ajustare și acomodare”