

H.1 An overview of Communication

Everyday Communication and the Relational Perspective

Dagelijkse communicatie creëert, onderhoudt, daagt uit en verandert relaties en identiteiten, evenals cultuur, gender, seksualiteit, etniciteit, betekenis en zelfs de werkelijkheid. Het relationele perspectief is gebaseerd op de overtuiging dat communicatie en relaties onderling verbonden zijn.

What Is Communication?

Communicatie is het transactionele gebruik van symbolen, beïnvloed, gestuurd en begrepen in de context van relaties. Eigenlijk is die definitie niet half slecht, maar ze doet niet echt recht aan wat communicatie werkelijk inhoudt. Communicatie heeft 7 sleuteleigenschappen:

1. Communicatie is symbolisch
2. Communicatie heeft betekenis nodig
3. Communicatie is cultureel
4. Communicatie is relationeel
5. Communicatie omvat kaders/frames
6. Communicatie is zowel presenterend als representatief
7. Communicatie is een transactie.

Bestudering van deze kenmerken zal leiden tot een beter begrip van wat communicatie en de bestudering ervan werkelijk inhouden.

Communication Is Symbolic

Symbolen zijn verbaal of nonverbaal. Verbale communicatie omvat taal, nonverbale communicatie omvat alle andere symbolen. Symbolen en tekens worden soms door elkaar gebruikt, maar ze zijn niet hetzelfde. Tekens hebben een directe causale connectie (bv natte straten en regen, vuur en rook), symbolen hebben geen connectie met wat ze representeren (het woord 'stoel' heeft niks met het object zelf te maken). Een symbool is een arbitraire representatie.

Symbol/Symbool = een willekeurige voorstelling van iets anders. Dit kan een voorwerp, een idee, een plaats, een persoon of een relatie zijn, om er maar een paar te noemen.

Sign/Teken = Een gevolg of een indicator van iets specifiek, dat niet kan worden veranderd door willekeurige handelingen of labels (bv. "natte straten zijn een teken van regen").

Communication Requires Meaning

De betekenis van symbolen verandert door de verschillende contexten, andere symbolen die worden gebruikt (zowel verbaal als non-verbaal) en zelfs de manier waarop de symbolen worden verzonden.

Meaning/Betekenis = Wat een symbool voorstelt.

Social Construction of Meaning

Als je bv een gebogen paperclip abdak gaat noemen kan dit gebruik gaan verspreiden, zo krijgt uiteindelijk een gebogen paperclip voor de gehele samenleving het symbool abdak. Op die manier is bv ook het symbool voor stoel sociaal geconstrueerd. Over de tijd kunnen dus originele betekenissen verloren gaan en nieuwe kunnen erg variëren.

Social Construction/Sociale constructie = De manier waarop symbolen in een sociale context of samenleving betekenis krijgen naarmate ze in de loop der tijd worden gebruikt.

Meaning and Context

Een alleenstaand symbool of bericht kan meerdere betekenissen hebben als het in verschillende contexten gebruikt wordt:

- Fysieke context → bv 'er is vuur' (kamperen vs bioscoop)
- Relatieve context → 'ik hou van jou' (tegen je moeder vs tegen je vriend)
- Situationele context → 'ik hou van jou' (op je verjaardag vs na een ruzie vs op een sterfbed)

Verbal and Nonverbal Influence on Meaning

Verbale symbolen gecombineerd met nonverbale symbolen (bv lichaamstaal) beïnvloedt ook de betekenis.

Meaning and the Medium

Het medium beïnvloedt ook de betekenis. Een medium kan geluidgolven of zicht omvatten (bv bij face-to-face interactie) maar ook mobieltjes, tekstberichten, e-mail, chat rooms, social networking sites, een notitie, rooksignalen en veel andere vormen van communicatie.

Medium = middel waarmee een boodschap wordt overgebracht.

Communication Is Cultural

Een andere eigenschap van communicatie is dat het cultureel is. Verschillende culturen gaan uit van verschillende veronderstellingen en beschouwen verschillende kennis als vanzelfsprekend. Cultuur beïnvloedt communicatie, en communicatie creëert en versterkt deze culturele invloeden.

Communication Is Relational

Communicatie heeft invloed op relaties, en relaties hebben invloed op communicatie. Elke keer als je communiceert met iemand zijn relaties verondersteld.

Communication Involves Frames

Frame = Een basisvorm van kennis die een definitie geeft van een scenario, hetzij omdat beide mensen het eens zijn over de aard van de situatie, hetzij omdat de culturele vooronderstellingen die in de interactie zijn ingebouwd en de eerdere relationele gesprekscontext hen een aanwijzing geven. Communication frame = Een grens rond een gesprek die iemands aandacht trekt naar bepaalde dingen en weg van andere.

Coordinating Interactions

Frames helpen mensen hun rol in een conversatie te begrijpen en wat er van hen wordt verwacht. Een gedeeld begrip van deze frames stelt mensen in staat hun symbolische activiteiten te coördineren.

Assigning Meanings

Mensen gebruiken ook framing assumpties om beslissingen te nemen over welke symbolen worden gebruikt en hoe deze symbolen moeten worden geïnterpreteerd.

Perspectives

Communicatieframes zijn deels gebaseerd op de perspectieven die iemand heeft van situaties en relaties met anderen. Deze frames beïnvloeden de coördinatie van interacties en het toekennen van

betekenis sterk. Dit verklaart ook waarom mensen het niet altijd eens zijn met wat er precies heeft plaatsgevonden.

Communication Is Both Presentational and Representational

Representation/Representatie = Beschrijft feiten of brengt informatie over (in tegenstelling tot presentatie).

Presentation/Presentatie = de specifieke versie van, of "kijk" op, de feiten of gebeurtenissen van één persoon (in tegenstelling tot representatie).

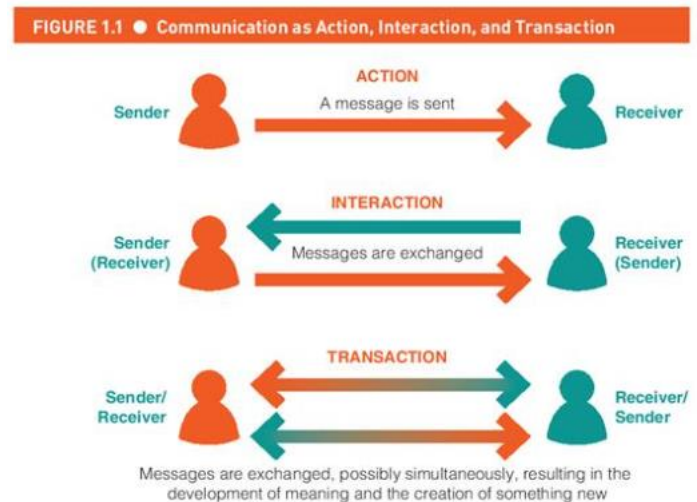
Communication Is a Transaction

Wanneer we communicatie als transactie beschouwen, moeten we echter eerst twee andere gangbare manieren om over communicatie te denken aan de orde stellen: communicatie als actie en communicatie als interactie.

Communication as Action

Communicatie als actie kan enigszins worden ontwikkeld door de vraag te stellen of iemand een boodschap moet ontvangen om van communicatie te kunnen spreken. Maar als communicatie alleen een actie is zou er geen reden zijn om het te bestuderen.

Communication as action/Communicatie als actie = de handeling van het verzenden van berichten - ongeacht of zij al dan niet worden ontvangen.



Communication as Interaction

Hoewel deze opvatting van communicatie iets geavanceerder is dan communicatie als actie, blijft zij beperkt in haar toepassingsgebied en slaagt zij er niet in te vatten wat er werkelijk gebeurt wanneer mensen communiceren.

Communication as interaction/Communicatie als interactie = een uitwisseling van informatie tussen twee (of meer) personen.

Communication as Transaction

Communicatie in deze zin is meer dan alleen de uitwisseling van symbolen. De sprekers halen er meer uit, en er worden extra betekenissen gecommuniceerd boven op de inhoud van de uitgewisselde boodschappen. Vanuit de constitutieve benadering van communicatie construeert communicatie niet alleen betekenissen. Door communicatie ontstaan relaties, culturen, geslachten, etniciteiten, sexualiteiten en zelfs werkelijkheden. Deze worden gecreëerd door communicatie en in stand gehouden, onderhandeld, uitgedaagd en veranderd door communicatie.

Communicatie als transactie = De constructie van gedeelde betekenissen of inzichten tussen twee (of meer) individuen.

Constitutive approach to communication/Constitutieve benadering van communicatie = Communicatie kan iets creëren of tot stand brengen dat er voordien niet was, zoals een overeenkomst, een contract of een identiteit.

H.2 Identities, Perceptions, and Communication

Soorten identiteiten:

- Persoonlijke identiteiten (lui, vriendelijk)
- Relationale identiteiten (kind, ouder, vijand)
- Sociale identiteiten (klant, werkgever)
- Demografische identiteiten (seksuele oriëntatie, biologisch geslacht, ras, SES)

Identities/Identiteiten = Symbolische creaties gebaseerd op het vervullen van persoonlijke rollen, hoe mensen zichzelf zien, en hoe mensen door anderen gezien willen worden.

Perception/Perceptie = Proces van actief selecteren, organiseren, interpreteren en evalueren van informatie, activiteiten, situaties, mensen en in wezen alle dingen die je wereld vormen.

Basic Assumptions of Identity Creation

Myth of the Core Self

Mensen beschikken niet over een onveranderlijk kernzelf dat handelingen beïnvloedt en wacht om te worden onthuld. Mensen beschikken wel over kernwaarden en kernovertuigingen. Onze biologische opmaak en fysieke kenmerken kunnen de manier waarop wij communiceren, en anderen met ons, beïnvloeden.

Different Moods

Je communicatie hangt af van je gemoedstoestand. Daarom verschilt je manier van communiceren ook. Als je een onveranderlijke kernzelf had, zou je manier van communiceren altijd hetzelfde zijn, maar dit is niet het geval.

Different Situations

Mensen hanteren meerdere identiteiten in verschillende situaties en op verschillende gebieden van hun leven.

Different Relationships

Mensen handelen meerdere identiteiten af gezien de verschillende relaties die zij met anderen delen. Als mensen een onveranderlijke zelfkern hadden zou er geen verandering in communicatie zijn, maar die is er wel.

Different Evaluations

Soms waarderen mensen dezelfde persoon op verschillende manieren (een vind hem aardig, ander niet). Als iedereen slechts 1 identiteit had in de kern van zijn persoonlijkheid zou iedereen elkaar hetzelfde waarnemen en zouden we ook nooit onze gedachten over iemand veranderen.

Culture and Identities

Een tweede basisidee is dat culturele groepen waartoe je behoort je manieren aanreiken om identiteiten te beschrijven en te evalueren. Labels voor identiteiten als vraatzuchtig, sexy, paranoïde, mannelijk en vrouwelijk kun je gebruiken. En culturele groepen waartoe je behoort informeren je over de juiste manieren om identiteiten uit te voeren. Gemeenschappen en groepen geven meer waarde aan de ene identiteit dan aan de andere.