

## FUNCȚIA DE COMUNICARE

Vladislav Zeanov

(Cond. șt. - A. Eșanu, dr. în filoz., conf. univ., cat. Filosofie și Bioetică)

**Introducere.** Proces de relații și interacțiune a societăților, comunităților (clase, grupuri, indivizi în parte), în care are loc schimbul de informații, experiențe, aptitudini, activități, precum și rezultatele performanțelor .

**Scop.** Formarea ideilor pe scurt despre importanța comunicării.

**Material și metode.** Sistematizarea informației colectate. Studiul detaliat surselor literare

**Rezultate.** Este cunoscut faptul că comunicarea este un mecanism complex format din mai multe aspecte. Cel mai important dintre ele este funcția de comunicare. Cele mai multe dintre tipologiile de comunicare existente nu au contribuit la analiza a însăși funcției de comunicare. Se presupune că comunicarea ca proces prezintă o interacțiune socio-psihologică. Interacțiunea dintre persoane în viața lor de împreună, inclusiv un număr de procese psihologice: a) percepția aspectului exterior al partenerului, b) interpretarea lui psihologică, c) alegerea partenerului. Acest proces conține și conținut semantic, prezentat în formă de texte orale și scrise. În cazul expedierii unui mesaj, expeditorul (corespondentul) deține adresa destinatarului (respondentului). Filogeneza întregii societăți omenești și ontogeneza fiecărui individ în parte a confirmat că formarea omului este imposibilă fără comunicare, care acționează ca o "condiție unică a existenței societății umane" (Jaspers).

**Concluzii.** Funcțiile de bază a procesului de comunicare ne permit să distingem valoarea a cel puțin două aspecte: pragmatico-utilitară, orientată spre obținerea rezultatelor de importanță socială și personală și ca o valoare în sine - comunicare de dragul comunicării, sensul căreia constă în exprimare de sine și atașare spirituală între parteneri, inițiindu-se la valorile spirituale ale lui, în așa mod sporind valorile personale.

**Cuvinte cheie.** Comunicare, corespondent, respondent.

## FUNCTION OF COMMUNICATION

Vladislav Zeanov

(Sci. adviser: Anatolie Eșanu, PhD., associate prof., chair of Philosophy and Bioethics)

**Introduction.** Process of relationship and interaction of societies entities (classes, groups, individuals), in which the exchange of activity, information, experience, skills, abilities and skills, as well as performance management.

**Purpose.** Form a brief idea about the importance of communication.

**Material and methods.** It is known that communication is a complex mechanism consisting of many aspects. The main aspect among them is the function of communication. It should be noted that phenomena of communication is extremely diverse, unique in many of its parameters. Numbers of attempts to create a unified and universal classification of communication grow. Scientists made absolutely any actual quality, property, a side or function of communication. Most of the existing typologies of communication don't contribute to the analysis of the communication. It is assumed that communication is a social – psychical a process & the interaction of people in common life, including a number of psychical processes: a) perception appearance of partner, b) its psychological interpretation, c) selection of a partner. The process of communication includes semantic content that represent in the form of oral and written texts. Sender's message (correspondent) has recipients (respondents). There are many different functions of communication. Communication is the condition of the formation and existence. Phylogeny and ontogeny of humanity each individuality confirm that the formation of man impossible without communication, because it is «unique state of human being » (Jaspers).

**Conclusions.** Identified role functions of communication allow us to consider it like value & divide it in two aspects: as a pragmatic utilitarian oriented at achievement socially important and personal results. As a value for itself - communication for communication, the meaning of which is self-expression and spiritual connection of people attached to the spiritual values of the partner and thereby multiplying their values.

**Key words.** Communication, correspondent, respondent.