

**UNIVERSITATEA TEHNICĂ A MOLDOVEI**

**COMUNICARE  
ȘI SCRIERE ACADEMICĂ**

**SUPPORT DE CURS**

**Chișinău  
2024**

**UNIVERSITATEA TEHNICĂ A MOLDOVEI**  
**FACULTATEA CALCULATOARE, INFORMATICĂ**  
**ȘI MICROELECTRONICĂ**  
**DEPARTAMENTUL ȘTIINȚE SOCIOUMANE**

**COMUNICARE**  
**ȘI SCRIERE ACADEMICĂ**

**Suport de curs**

**Chișinău**  
**Editura „Tehnica-UTM”**  
**2024**

**CZU**

Lucrarea a fost discutată și aprobată pentru editare la ședința Consiliului Facultății Calculatoare, Informatică și Microelectronică, proces-verbal nr.4 din 26.02.2024.

Prezentul suport de curs este destinat studenților Universității Tehnice a Moldovei de la toate specialitățile, cu ambele forme de învățământ.

Autori: dr., conf.univ. Ecaterina Lozovanu  
dr., conf.univ. Rodica Maistru  
dr., conf.univ. Viorelia Lungu  
dr., lect.univ. Andrei Perciun  
dr., lect.univ. Dina Barcari  
lect.univ. Vitalie Maftei  
asist.univ. Alexandru Lupușor  
asist.univ. Natalia Cărbune  
asist.univ. Cristina Lazariuc

Recenzent: dr., conf.univ. Dumitru Dodul

**DESCRIREA CIP A CAMEREI NAȚIONALE A  
CĂRȚII DIN RM**

Redactor E. Balan

---

Bun de tipar

Hârtie ofset. Tipar RISO

Coli de tipar 11,75

Formatul hârtiei

Tirajul **70** ex.

Comanda nr.

---

MD-2004, UTM, Chișinău, bd. Ștefan cel Mare și Sfânt, 168  
Editura "Tehnica-UTM" MD-2045, Chișinău, str. Studenților, 9/9

**ISBN**

**© UTM, 2024**

## PRELIMINARII

*Comunicare și scriere academică* este disciplina care se axează pe dezvoltarea de abilități de comunicare și ascultare activă, de scriere academică prin intermediul diferitor tehnici necesare pentru o relaționare eficientă atât în plan profesional, cât și în plan personal; atât în interiorul companiei, cât și cu mediul extern – concurenți, furnizori, beneficiari etc.

*Comunicarea și scrierea academică* trebuie privită prin prisma faptului că are un trecut, un prezent și un viitor. Conform viziunii tranzacționale, comunicarea este determinată de o perspectivă dinamică. Viitorul, de asemenea, afectează comunicarea. Dacă dorim ca relația de comunicare să continue, vom comunica cu persoana respectivă în această direcție în prezent. În același timp, comunicarea este un proces irepetabil și ireversibil. Fiecare experiență de comunicare este unică, iar două experiențe de comunicare nu pot fi identice. Experiența de comunicare produce schimbări în persoanele implicate în proces, schimbări care vor condiționa acest deziderat.

Indiferent de domeniul în care este specializat omul sau în care are experiență relevantă de lucru, există un set de competențe-cheie, care îl pot ajuta pe specialist pe termen lung în realizarea sarcinilor de serviciu cu succes, însă și felul de a redacta documente îl reprezintă ca personalitate, dar și ca specialist. Luând în considerare faptul că atât tehnologia cât și metodele de recrutare evoluează și se modifică constant, absolvenții trebuie să fie pregătiți pentru toate aceste schimbări și să-și păstreze relevanța pe piața forței de muncă.

Setul de competențe dezvoltate în această disciplină îl poate ajuta atât în cazul în care vrea să se reorienteze profesional, cât și în situația în care își dorește să avanseze în cariera pentru care s-a pregătit.

Johan Lönnblad și Matti Veriainen sunt autorii cărții „Future Competences – Competences for new ways of Working” care au identificat competențele-cheie în funcție de modul de lucru (fizic sau virtual, de echipă sau individual), dar și în funcție de poziția pe care o ocupă persoana într-o companie (angajat, lider, competențe colective), printre care este *evidențiată competența de comunicare și ascultare* urmată de cea a scrierii academice.

Tot în ceea ce privește competențele de bază, UE a întocmit în „Recommendation 2006/962/EC on key competences for lifelong learning” fiecare dintre aceste competențe și utilitatea lor pe o piață a forței de muncă în continuă schimbare. În acest sens, Codul Educație din RM accentuează importanța dezvoltării/formarea competenței de comunicare (art. 11) ca finalitate a educației.

Printre cele mai căutate și apreciate de angajatori se numără *competența de comunicare, scrierea documentelor oficiale academice, utilizarea diferitor tehnici de relaționare etc.*

Comunicarea optimă asigură un mediu de lucru armonios și constructiv, contribuind la crearea unei echipe de lucru eficiente. 20% dintre angajatori au afirmat că lipsa competențelor de comunicare/relaționare (soft skills) este unul dintre motivele principale pentru care angajatorii au dificultăți în ocuparea posturilor vacante.

Aceștia sunt conștienți că o comunicare deschisă și directă poate aduce mai multe rezultate pozitive și poate îmbunătăți maniera de lucru a echipei, de aceea caută candidați care sunt capabili să abordeze neînțelegerile și confruntările, știind să deschidă în mod voluntar canale de comunicare.

Suportul de curs *Comunicare și scriere academică* include teme de actualitate permanentă pentru învățământul tehnic superior. Prin selecția abordării sistemice a comunicării ca expresie a organizării interne a psihicului, coordonată de inteligența emoțională și accentuată prin dimensiunea relațională interpersonală, dar și în cadrul organizației, finalizată de scrierea academică.

De asemenea, cursul urmărește *scopul* formării competenței de comunicare, responsabile față de activitatea tehnică a inginerului în condițiile în care aceasta devine una din cele mai revoluționare în societatea contemporană.

Prezentul curs reliefează problematica societății actuale, a personalității, a organizațiilor, marea diversitate a modului de dialogare, retorică și persuasiune prin argumentare și susținerea prezentărilor în public, sau organizări de seminare și conferințe. Important este că studenții sunt pregătiți să aplice diferite modalități de prezentare a rezultatelor în condițiile de concurență contemporană.

## **I. OBIECTIVELE GENERALE ALE DISCIPLINEI**

### ***1. La nivel de cunoaștere și înțelegere:***

- a) Cunoașterea particularităților de conținut și de strategie proprii comunicării intra- și interpersonalității ca mod de interacțiune în viața socială/organizațională;
- b) Înțelegerea diferențelor care apar în utilizarea regulilor ce guvernează comunicarea, în funcție de rol, context și scopul acesteia;
- c) Identificarea profilului multidimensional coerent al ansamblului personalității prin retorică și persuasiune;
- d) Cunoașterea conceptelor și a strategiei de construcție a mesajului care stau la baza comunicării publice;
- e) Înțelegerea modului în care cuvintele determină atât particularitățile constructive ale personalității, cât și calitățile interne și predictive ale personalității.

### ***2. La nivel de aplicare:***

- a) Analiza mesajului din perspectiva modului de influență și manipulare intercalat cu argumentarea;
- b) Sesizarea componentelor structurate ale argumentației aplicate în practică;
- c) Determinarea punctelor forte și punctelor slabe ale prezentării lucrării științifice în public.

### ***3. La nivel de integrare:***

- a) Elaborarea unei critici constructive la diferite încălcări ale regulamentelor organizației;
- b) Inițierea dezbaterii publice cu utilizarea prezentărilor (Power Point etc.) argumentării ca element fundamental al comunicării;
- c) Întocmirea unui raport, dare de seamă, CV, scrisoare de motivare, cerere, carte de vizită, invitație la conferință etc.;

d) Formularea conținutului științific al proiectului de an, referatului;

e) Estimarea activității de cercetare prin analiza condițiilor de originalitate a rezultatelor cercetării științifice și respectarea premiselor etice, principiilor scrierii academice;

f) Elaborarea unui articol științific cu tema din domeniul profesional.

**Cuvinte-cheie:** *comunicare, ființă umană, psihic, inteligență emoțională, cunoaștere, bariere în comunicare, comunicarea orală/scrișă/nonverbală, ascultarea, persuasiunea, scrierea academică, cercetarea științifică, textul științific, integritatea academică.*

## II. ADMINISTRAREA CURSULUI

Cod	An	Semestrul	Numărul de ore				Credite	
			Curs	Seminar	Lucrări de laborator	Lucrul individual		
Învățământ cu frecvență								
	I	I	30	15	-	-	45	3
Învățământ cu frecvență redusă								
	I	I	12	6	-	-	18	3

## COMPETENȚE PROFESIONALE

Disciplina prevede formarea următoarelor competențe profesionale și transversale:

**Competențe transversale:**

- Motivarea necesității adoptării unei perspective interdisciplinare pentru o mai bună cunoaștere a fenomenelor studiate;

- Dezvoltarea competențelor de cercetare științifice în acest domeniu;

- Definirea și argumentarea legilor și principiilor care orientează acțiunea *de proiectare și de realizare a cercetării* la nivel *de sistem și de proces*;

- Promovarea cercetării științifice din perspectiva evoluției tehnologiei la nivel de comunitate și la nivelul organizațiilor, asigurând *reglarea–autoreglarea* permanentă a sistemului și a procesului de învățământ, de lucru, prin *inovațiile* proiectate și realizate axate pe un nucleu *informațional–decizional*, bazat pe cunoștințe științifice aplicate sau aplicabile.

### **Competențe generale:**

- Competența cognitivă: valorificarea potențialului existent al comunicării orale, scrise;

- Competența de învățare: capacitatea de a parcurge un demers de cercetare complex, concretizat în elaborarea unei teze de licență;

- Înțelegerea importanței comunicării în viața cotidiană, personală și profesională;

- Sesizarea principalelor componente și mijloace ale procesului de comunicare;

- Relevarea tipurilor esențiale de comunicare;

- Aprofundarea principiilor deontologice care trebuie urmate în comunicare;

- Aplicarea principiilor de scriere academică.

### **Competențe specifice:**

- Aplicarea principiilor de cercetare științifică în elaborarea lucrărilor științifice, inclusiv a tezei de licență;

- Elaborarea prezentărilor în public;

- Elaborarea tezei de an;

- Scrierea și publicarea științifică a articolelor;



- Explicarea specificului diverselor metode, tipuri și strategii de cercetare științifică.

### **Competențe profesionale:**

- Aplicarea tipurilor sau formelor de comunicare în funcție de diverse situații;

- Recunoașterea conceptelor de bază din aria de formare profesională, identificând variabile și modele de cercetare teoretico-aplicată;

- *Competența de aplicare*: rafinamentul și rigoarea expunerii clare, simple și comprehensive a rezultatului unui demers de cercetare într-o lucrare individuală;

- *Competența de analiză*: asumarea prezentării rezultatelor într-o confruntare directă sau indirectă cu lumea specialiștilor din domeniu;

- Competența de creare a confortului sociopsihologic la locul de muncă;

- Competența de critică constructivă asupra unor probleme de comunicare din domeniul activității ingineresti;

- Competența de organizare a conferinței științifice studențești pe baza materialelor analizate în procesul cercetării individuale a problemelor de comunicare din domeniul ingineresc;

- Competența de aplicare a tehnicilor de comunicare, cooperare în procesul de organizare a sarcinilor de lucru;

- Soluționarea diverselor problemele specifice ale profesiei, utilizând tehnici de comunicare.

### III. STRATEGII DE EVALUARE

Periodică EP1	EP2	Curentă	Studiu individual	Proiect/teză	Examen
15%	15%	15%	15%		40%

Standard minim de performanță;

Prezența și activitatea la prelegeri, seminare;

Obținerea notei trecătoare de „5” la fiecare evaluare curentă și activitate individuală;

Demonstrarea în lucrarea de evaluare finală a cunoașterii procedeelelor și principiilor de elaborare a unei prezentări în Power Point conform criteriilor propuse sau elaborarea unui articol științific.

<i>Denumire</i>	<i>Modul de desfășurare</i>	<i>Pondere pe componente de conținut</i>
<b>Evaluare curentă</b>	<b>Scris și oral</b>	<b>15%</b>
<b>Studiu individual</b> Sarcina 1. Elaborati un articol științific, ținând cont de etapele de redactare și structura acestuia Sarcina 2. Elaborati și prezentați în Power point una din teme la <i>Comunicare și scriere academică</i> respectând condițiile propuse la curs	Scris	<b>15%</b>
<b>Evaluare periodică</b>	Oral	
EP 1. Itemi din Evaluarea 1		<b>15%</b>
EP 2. Itemi din Evaluarea 2		<b>15%</b>
<b>Proiect/teză</b>		-
<b>Examen semestrial</b>	<b>Scris/Oral</b>	<b>40%</b>

## **Lista de subiecte pentru evaluările periodice și finală**

### **Chestionar pentru EP I**

1. Obiectul de studiu și funcțiile comunicării
2. Originile și conceptele de bază ale comunicării
3. Axiomele comunicării
4. Comunicarea ca expresie a organizării interne a psihicului
5. Inteligența emoțională în procesul comunicării
6. Comunicarea și cunoașterea
7. Modalități de dezamorsare a barierelor în comunicare
8. Calitățile personale și comunicarea
9. „Cuvântul” ca putere și fragilitate
10. Tipuri de comunicare
11. Comunicare orală
12. Vocabularul transformațional
13. Ascultarea activă. Artă de a pune întrebări
14. Comunicarea scrisă
15. Tipuri de texte oficiale (Cerere, CV, Scrisoare de intenție, Recomandare, Referință, Dare de seamă, Raport, Proces-verbal etc.)
16. Comunicare nonverbală
17. Analiza sistemică a comunicării prin intermediul tranzacțiilor
18. Dimensiunea relațională a comunicării
19. Comunicarea în organizații
20. Comunicarea intrapersonală și interpersonală: stima de sine și inteligența emoțională
21. Tehnici de formare și menținere a comunicării în grup
22. Pregătirea și susținerea unei prezentări publice
23. Retorică și persuasiune
24. Argumentarea ca element fundamental al comunicării

### **Chestionar pentru EP a II-a**

1. Pregătirea și susținerea prezentării în public
2. Organizarea unui seminar, conferințe
3. Critica și combaterea în procesul argumentației
4. Organizarea unui seminar, conferințe

5. Principiile scrierii academice
6. Condițiile originalității rezultatelor cercetării științifice
7. Tipurile de lucrări științifice
8. Premise etice și normative ale procesului de cercetare științifică
9. Scrierea academică. Structura conceptuală a textului științific
10. Valori tematice în cercetarea științifică
11. Studiul surselor bibliografice și determinarea câmpului tematic. Slow reading ca etapă a scrierii academice
12. Prelucrarea datelor și sistematizarea materialului
13. Diseminarea și impactul publicației științifice
14. Etapele scrierii academice. Importanța formulării problematicei, problemei, întrebării
15. Organizarea conceptuală a textului științific
16. Concluzia științifică ca finalitate a procesului de cercetare
17. Planificarea lucrării științifice și identificarea publicațiilor de specialitate adecvate și relevante pentru diseminarea rezultatelor cercetărilor realizate. Identificarea cerințelor pentru publicare
18. Elaborarea structurii publicației științifice. Pregătirea materialului pentru publicare
19. Elaborarea articolului științific
20. Elaborarea și redactarea tezei de licență
21. Susținerea tezelor de licență
22. Ghidul privind elaborarea și susținerea proiectelor/tezelor de licență UTM
23. Consecințele încălcării integrității scrierii academice
24. Principiul integrității – element esențial al activității de cercetare
25. Acțiuni de încălcare a integrității scrierii academice
26. Consecințele încălcării integrității scrierii academice

## **Chestionar pentru EXAMEN**

1. Obiectul de studiu și funcțiile comunicării
2. Originile și conceptele de bază ale comunicării
3. Axiomele comunicării
4. Comunicarea ca expresie a organizării interne a psihicului
5. Inteligența emoțională în procesul comunicării
6. Comunicarea și cunoașterea
7. Modalități de dezamorsare a barierelor în comunicare
8. Calitățile personale și comunicarea
9. „Cuvântul” ca putere și fragilitate
10. Tipuri de comunicare
11. Comunicare orală. Vocabularul transformațional
12. Ascultarea activă. Artă de a pune întrebări
13. Comunicare scrisă
14. Tipuri de texte oficiale (Cerere, CV, Scrisoare de intenție, Recomandare, Referință, Dare de seamă, Raport, Proces-verbal etc.)
15. Comunicarea nonverbală
16. Analiza sistemică a comunicării prin intermediul tranzacțiilor
17. Dimensiunea relațională a comunicării
18. Comunicarea în organizații
19. Comunicarea intrapersonală și interpersonală: stima de sine și inteligența emoțională
20. Tehnici de formare și menținere a comunicării în grup
21. Pregătirea și susținerea unei prezentări publice
22. Retorică și persuasiune
23. Argumentarea ca element fundamental al comunicării
24. Pregătirea și susținerea prezentării în public
25. Organizarea unui seminar, conferințe
26. Critica și combaterea în procesul argumentației
27. Organizarea unui seminar, conferințe
28. Principiile scrierii academice
29. Condițiile originalității rezultatelor cercetării științifice
30. Tipurile de lucrări științifice

31. Premise etice și normative ale procesului de cercetare științifică
32. Scrierea academică. Structura conceptuală a textului științific
33. Valori tematice în cercetarea științifică
34. Studiul surselor bibliografice și determinarea câmpului tematic. Slow reading ca etapă a scrierii academice
35. Prelucrarea datelor și sistematizarea materialului
36. Diseminarea și impactul publicației științifice
37. Etapele scrierii academice. Importanța formulării problematicii, problemei, întrebării
38. Organizarea conceptuală a textului științific
39. Concluzia științifică ca finalitate a procesului de cercetare
40. Planificarea lucrării științifice și identificarea publicațiilor de specialitate adecvate și relevante pentru diseminarea rezultatelor cercetărilor realizate. Identificarea cerințelor pentru publicare
41. Elaborarea structurii publicației științifice. Pregătirea materialului pentru publicare
42. Elaborarea și redactarea tezei de licență
43. Susținerea tezelor de licență
44. Ghidul privind elaborarea și susținerea proiectelor/tezelor de licență UTM

#### IV. TEMATICA ȘI REPARTIZAREA ORIENTATIVĂ A ORELOR DE CURS, DE SEMINAR

Nr.	Unități de conținut	Numărul de ore, <i>c/f</i>		Numărul de ore <i>f/r</i>	
		Curs	Seminar	Curs	Seminar
1	Comunicarea-paradigmă structural-expresivă a ființei umane	4	2	1	1
2	Abordarea sistemică a comunicării	4	2	2	1
3	Paradigma formal-tranzacțională și relațional sistemică a comunicării	4	2	1	1
4	Dimensiunea persuasivă a comunicării	4	2	2	1
5	Scrierea academică. Structura conceptuală a textului științific	2	-	2	1
6	Etapele de elaborare a lucrării științifice	4	2	1	-
7	Conceperea și elaborarea lucrărilor științifice	6	3	3	1
8	Integritatea scrierii academice	2	2	1	-
	<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>15</b>	<b>12</b>	<b>6</b>

## V. CONȚINUTUL ORELOR DE CURS ȘI DE SEMINAR

### Tema 1. COMUNICAREA – PARADIGMĂ STRUCTURAL-EXPRESIVĂ A FIINȚEI UMANE

**Autori: Viorelia LUNGU, dr., conf. univ.  
Vitalie MAFTEI, lect. univ.**

#### **Unități de conținut pentru curs:**

- Obiectul de studiu, funcțiile comunicării
- Originile și conceptele de bază ale comunicării
- Comunicarea ca expresie a organizării interne a psihicului
- Inteligența emoțională în procesul comunicării
- Comunicarea și cunoașterea

#### **Unități de conținut pentru seminar:**

- Axiomele comunicării
- Modalități de dezamorsare a barierelor în comunicare
- Calitățile personale și comunicarea
- „Cuvântul” ca putere și fragilitate

#### ***În rezultatul însușirii temei studentul trebuie să cunoască:***

– să descrie tipurile de comunicare;  
– să selecteze stilul de vorbire în dependență de situația propusă;

– să descrie caracteristicile comunicării verbale, nonverbale și paraverbale;

#### ***să fie capabil:***

– să stabilească trăsăturile caracteristice ale textului oficial;  
– să estimeze rolul mijloacelor non-verbale în comunicarea umană;

– să stabilească importanța deținerii competenței de comunicare scrisă;

– să redacteze textul propus după stilul oficial;



- să argumenteze importanța comunicării asertive în comunicare.
- să estimeze rolul comunicării orale în a fi eficient.

### **Obiectul de studiu, funcțiile comunicării**

*Comunicarea înseamnă putere. Cei care îi stăpânesc modul de utilizare pot schimba modul în care percep lumea și modul în care sunt ei însuși percepuți de lume. Modul în care comunicăm cu ceilalți și cu noi înșine determină, în cele din urmă, calitatea vieții noastre (A. Robbins).*

**Nevoia de a comunica, de a transmite sau de a afla de la semenii noștri idei, informații, sentimente este o trăsătură fundamentală a omului, ea condiționându-i existența și întreaga evoluție, devenindu-i prima necesitate vitală.**

„A trăi în societate înseamnă a comunica” spune Bernard Voyenne. **Nevoia de a comunica, de a transmite sau afla de la semenii noștri idei, informații, sentimente este o trăsătură fundamentală a omului, devenind o necesitate vitală.**

*Obiectul de studiu* – procesul de comunicare.

*Comunicarea* este un proces de schimb de informații și interacțiune între oameni bazat pe percepția și înțelegerea reciprocă.

*Scopul comunicării* este cel pentru care o persoană are orice fel de activitate.

**Comunicarea umană se poate desfășura pe patru niveluri distincte:**

*Comunicarea intrapersonală* este comunicarea cu sinele, realizată de fiecare individ în forul său interior. Ea este un proces real de comunicare, chiar dacă emițătorul și receptorul este același, iar codificarea și decodificarea mesajelor nu este absolut necesară.

*Comunicarea interpersonală* permite dialogul cu celălalt. Ne ajută să-i cunoaștem pe ceilalți. Ne cunoaștem mai bine pe noi prin imaginea lor despre noi. Ne ajută să stabilim, întreținem, distrugem relații umane (prieteni, iubite, familie, cunoștințe noi) și să ne dezvoltăm competența de comunicare interculturală.

*Comunicarea în grup* asigură schimburile în interiorul micilor grupuri umane care pot fi de diferite naționalități. În cadrul acestora, individul petrece o mare parte din viața socială și profesională. Se împărtășesc cunoștințe, experiențe, se rezolvă probleme, apar idei noi (consiliu de administrație, cerc de prieteni).

*Comunicarea publică* - orice gen de cuvântare, expunere, prezentare susținută în fața unui auditoriu de mai mult de 3 persoane.

*Comunicarea de masă* este cea prin care informăm pe alții sau suntem informați, panicați, amuzați, stresați de alții prin intermediul comunicațiilor de masă și în afara unei relații interpersonale.

*Întregul proces de comunicare poate fi împărțit în 5 etape:*

- *Conștientizarea nevoii.* Totul începe cu faptul că o persoană are nevoie să transfere informații către alta.

- *Analiza circumstanțelor și inițierea comunicării.* În această etapă, ei aleg cel mai potrivit canal și metodă de codificare a informațiilor (apel telefonic, întâlnire personală, chat).

- *Comunicare directă* (transmiterea unui mesaj). Expeditorul își formulează gândul și îl transmite destinatarului în modul ales.

- *Primirea și analizarea feedback-ului.* Expeditorul citește reacția destinatarului (mesajul de răspuns) și îl interpretează.

- *Corectarea metodelor de comunicare.* Expeditorul schimbă stilul de comunicare și formulare, ajustându-se la interlocutor pentru a continua comunicarea în direcția dorită.

**Comunicarea se manifestă sub diferite forme:**

1. Comunicarea verbală; 2. Comunicarea scrisă; 3. Comunicarea orală; 4. Comunicarea nonverbală; 5. Elementele paraverbale.

*Comunicarea verbală* se realizează prin limbaj într-un anumit mediu între emițător și receptor. Participanții la comunicare folosesc cuvinte în funcție de mediul în care se află. Diferitele cunoștințe asimilate permit persoanelor utilizarea diferitelor tipuri de limbaj, mai redus sau mai înalt specializate. Gândirea și limbajul se dezvoltă împreună. Așa cum modul de gândire a fiecărei persoane este unic, și modul de vorbire este unic. Această unicitate a limbajului, legată

de fiecare persoană în parte, poate fi înglobată sub denumirea de stil. Deci, stilul este un indicator al persoanei în integralitatea sa.

*Comunicarea scrisă* poate avea o dominanță intrapersonală, dar și una interpersonală. Într-o comunicare scrisă se folosesc, de obicei, elemente precum: fraze cu lungime medie (15-20 de cuvinte), paragrafe centrate asupra unei singure idei, cuvinte înțelese, redundante, cuvinte încărcate de afectivitate optimă, expresii afirmative.

Comunicarea scrisă are câteva avantaje:

- durabilitatea în raport cu forma orală a comunicării;
- textul poate fi văzut/citit de mai multe persoane;
- textul poate fi citit la momentul potrivit precum și recitit.

Pașii în comunicarea scrisă sunt similari celor din structura unui discurs: există o fază de pregătire (stabilirea obiectivelor, a rolului și a audienței, cei care vor citi textul – punctelor-cheie pe care dorim să le rețină aceștia din urmă) și o fază de redactare (ideile principale sunt dezvoltate urmărind o scriere) după indicatori precum: claritate, credibilitate, concizie, folosind cele trei părți ale redactării: introducere, cuprins și încheiere.

*Comunicarea orală* este cea mai înaltă modalitate de comunicare. Comunicarea orală e un instrument prin care avem acces la studiul altor forme și procese de comunicare, pentru că principalul mijloc de comunicare este limba vorbită atât în sensul priorității istorice, cât și pentru că este forma de comunicare cea mai frecvent utilizată și care stabilește un model pentru alte forme de comunicare.

*Comunicarea nonverbală* o însoțește pe cea verbală, definindu-se în relație cu aceasta într-un mod aparte, în sensul sprijinului pe care ea îl furnizează prin elemente de întărire, nuanțare și motivare a mesajului. Comunicarea nonverbală se realizează fără limbaj și este influențată de societate și de cultură.

Între limbajul nonverbal și cel verbal nu se poate trasa o linie pentru a le separa, ele fiind legate unul de altul, sunt dependente unul față de altul. Limbajul prin care nu folosim cuvintele pentru a ne exprima s-a dezvoltat la om prin imitație, asupra lui neputând deține un control strict, deoarece în mod involuntar transmitem mesaje

nonverbale, spre deosebire de cel verbal, unde este marcat începutul și finalul comunicării.

Comunicarea îndeplinește simultan și succesiv, următoarele **funcții**:

1. Prin *funcția cognitivă* se transmit și se receptează cunoștințe, opinii, experiențe, se elaborează concepte, se vehiculează idei.

2. Prin *funcția de informare* se satisface nevoia fundamentală a omului fie prin diverse canale (ziare, radio, TV, Internet etc.) care pot nu doar informa dar și influența, orienta, dirija opinia, interesele și motivațiile oamenilor.

3. Prin *funcția reglatoare* se orientează actul perceptiv, se stimulează atenția, memoria, stările afective, atitudinile etc.

4. La *funcția persuasivă*, oamenii fac deseori apel, adresând sfaturi, recomandări, îndemnuri sau emițând ordine. Ea induce atitudini și influențează convingeri.

5. *Funcția instructiv-culturalizatoare/educativă* se realizează prin transmiterea de informații, cunoștințe cultural-științifice, promovându-se valori, fiind inclusă și funcția persuasivă.

6. Prin *funcția expresivă* se comunică stări afective de aprobare/dezaprobară, de aderență sau respingere, de apropiere sau ostilitate etc.

*Clasificarea funcțiilor comunicării* propusă de Roman Jakobson:

1. *Funcția emotivă a comunicării* constă în evidențierea stării interne a emițătorului. Această funcție este extrem de importantă, în special în campaniile electorale. Candidatul trebuie să știe să-și exprime foarte bine emoțiile în contact cu o realitate de pe teren.

2. *Funcția conativă sau persuasivă, sau retorică*. Construcția mesajului este la modul imperativ prin excelență.

**Exemplu:** Dacă doriți să vină prosperitatea, votați-ne!

Prin această funcție se urmărește un anumit răspuns de la receptor.

3. *Funcția poetică* se referă în special la mesaj. Limbajul poetic pune accentul pe modul în care se spune, se vorbește, spre deosebire de limbajul științific, care pune accentul pe “ce se spune”.

Anumite reclame fac apel la acest tip de mesaj, în special reclamele pentru serviciile turistice.

4. *Funcția metalingvistică.* Se realizează prin elemente nonverbale precum: mimica, gestică, intonația și conțin referiri la codul utilizat.

5. *Funcția fatică.* Are în vedere caracteristicile mijlocului de comunicare și controlul bunei funcționări a acestuia. Nenumărate semnale fatice însoțesc comunicarea interpersonală: confirmări verbale sau prin mișcări ale capului, dar mai ales jocul privirilor prin care se reconfirmă mereu păstrarea contactului.

### **Originile și conceptele de bază ale comunicării**

Etimologic cuvântul „comunicare”, este un derivat al cuvântului „comun” (care aparține mai multor limbi) < lat. *communis*, având la origine verbul latin *communicare* (sec. XVIII), și fiind în limba română un dublet (ca împrumut ulterior) al rom. *cumineca*. De la aceeași rădăcină au evoluat și rom. *comună*, < fr. *comunist* sau *comunicat*, *comunicație*, *comunicabil*, *comunicativ*, *comunicant*, *comuniune*.

Din punct de vedere semantic, verbul latin (influențat, probabil, de gr. *κοινός* – comun, din care au derivat și ngr. *κοινοτικός* – comunal, și *κοινοποιώ* – a comunica, *συγκοινία* – comunicație sau *ανακοινωθέν* – comunicat) aflat la originea termenului rom. *comunicare* a desemnat și acțiunea de a face ceva împreună și cea de a împărtăși. Cel de-al doilea sens stă la originea actualului cuvânt românesc și presupune interrelaționarea dintre indivizi. Prin intermediul termenului latin târziu, cuvântul a pătruns în majoritatea limbilor indo-europene (ca neologism), găsindu-se deopotrivă, în limbile romanice: sp. *comunicar* (v.), *comunicación* (s.), fr. *communiquer* (v.), *communication* (s.), it. *comunicare* (v.), *comunicazione* (s.), cât și în cele germanice: engl. *to communicate* (v.), *communication* (s.), germ: *kommunizieren* sau slave: 12 rus. *коммуникация* (s.), pol. *komunikować* etc. Majoritatea limbilor păstrează ambele sensuri din latina târzie atât cel privitor la relația instituită, cât și cel referitor la transferul informațional între oameni.

Se pot distinge 6 epoci ale dezvoltării comunicării:

1. *Epoca semnelor și semnalelor*. Ea aparține ființelor „preumane”. La început, ființele umane comunicau prin sunete (mârâituri, mormăieli, țipete), semne cu mâna, prin mișcările și pozițiile corpului. Față de primatele de astăzi, comunicarea lor era complexă, dar simplă, în raport cu cea umană, și mult mai lentă, iar creierul, încă neevoluat, determina doar o memorie de scurtă durată. Ea servea nevoilor biologice, proprii și lumii animale.

2. *Epoca vorbirii și a limbajului*. Această nouă epocă este plasată în timp acum circa 40.000 de ani, când oamenii de Cro-Magnon aveau structura craniană, limba și laringele ca și la oamenii contemporani. Aceste particularități anatomice le-au facilitat formarea vorbirii și limbajului, oferindu-le astfel un avantaj semnificativ față de oamenii de Neanderthal. Limba i-a ajutat să-și organizeze gândirea, să producă și să transmită mesaje din ce în ce mai complexe, astfel că oamenii își puteau planifica și coordona activitatea (munca, vânătoarea etc.) mult mai eficient, se puteau apăra mult mai bine. Ea le-a oferit posibilitatea de a transmite urmașilor noile invenții și modalități de preparare și conservare a hranei și tot ce era legat de supraviețuirea într-un mediu sever, astfel că acești oameni au avut mult mai multe șanse de supraviețuire. Pe măsură ce oamenii s-au răspândit în alte regiuni, modalitățile de vorbire s-au dezvoltat și diversificat.

3. *Epoca scrisului*. Istoria scrisului este cea a evoluției de la reprezentări pictografice convenționalizate la sisteme fonetice, de la reprezentarea ideilor prin imagini sau desene stilizate, la folosirea scrierii fonetice, adică a literelor. Sistemul pictografic reprezenta o idee, un obiect, o ființă ori un concept printr-un simbol general, ceea ce făcea dificilă reproducerea trăsăturilor specifice, adică a particularităților, a nuanțelor obiectelor reproduse. Scrierea fonetică reprezenta un sunet printr-un semn, iar un ansamblu de sunete – printr-un complex de semne. Crearea alfabetului a simplificat producerea și transmiterea mesajelor. Scrierea alfabetică se bazează pe un sistem de semne (litere) într-o ordine convențională, care redau sunetele de bază ale unei limbi. Primele mărturii ale unei scrieri

integral alfabetice se află pe insula Creta: semnele au fost preluate din alfabetul consonantic fenician, iar grecii au avut inițiativa folosirii unei serii de semne feniciene cu valoare consonantică pentru a transcrie vocale. În pofida contactelor strânse dintre greci și romani, în prezent se admite că alfabetul latin nu se inspiră din prototipul grecesc, ci din cel etrusc, el însuși a fost adaptat după modelul alfabetului grecesc, așa cum se va întâmpla mai târziu și cu alfabetul chirilic. Marele progres al epocii scrisului a fost eliberarea minții umane de necesitatea memorării unui enorm masiv de informații (date despre fapte istorice, valori culturale etc. ale popoarelor) și reproducerii lor în conștiința generațiilor care s-au succedat.

4. *Epoca tiparului.* Înainte de apariția tiparului, cărțile erau scrise manual și se considerau adevărate opere de artă. Se pare că tehnica tipăriturii era cunoscută chinezilor încă din sec. al V-lea î.Hr. Prima carte din lume a fost tipărită de chinezi în anul 868 î. Hr. În Europa, spectaculoasa invenție îi aparține lui Johann Gutenberg din Mainz, care, în anul 1456, a finalizat tipărirea Bibliei latine care avea câte 42 de rânduri pe fiecare pagină. În anii următori, arta tiparului s-a răspândit repede în Germania și în întreaga Europă. Sunt atestate tipografiile care au preluat tehnica lui Gutenberg, în Köln (1466), Veneția (1469), Paris (1470), Milano (1471), Londra (1480) și în alte orașe europene. Totuși, apariția tiparului nu a revoluționat lumea orientală la fel de repede cum s-a întâmplat în Occident, deoarece folosirea tiparului a fost interzisă de autoritățile otomane. Tipografiile au apărut la început în marile centre ale ortodoxiei, Belgrad (1548) și Moscova (1558). Excepție face tiparul introdus de ieromonahul Macarie, care a imprimat la Târgoviște o carte liturgică, ce este cunoscută astăzi ca Liturghierul lui Macarie (1508). Existența unei tipografii în Țara Românească, la o dată atât de apropiată de inventarea tiparului, dovedește că românii sunt printre pionierii artei tiparului în spațiul ortodox.

*Inventarea tiparului a reprezentat o revoluție în comunicare, făcând posibilă o difuzare mult mai amplă, mai rapidă a informației, ceea ce a contribuit la progresul gândirii și al cunoașterii.*

Alfabetizarea crescândă a oamenilor a modificat însăși evoluția umanității prin dezvoltarea radioului, televiziunii etc.

5. *Epoca mijloacelor de comunicare în masă*. Odată cu sec. al XIII-lea, influențată și stimulată de marile descoperiri și de spiritul Renașterii, începe să se dezvolte o informație cu adevărat universală, capabilă să susțină interesul crescut al oamenilor pentru știri și cunoaștere. Încă din timpul civilizațiilor antice, oamenii se adunau în agora, târguri, piață, forum sau templu pentru a afla știri. Noutățile zilei se afișau pe zidurile din piețele publice sau a forumurilor din Grecia și Roma – „Acta Publica, acta diurna”, „Acta Senatus” – spre informarea cetățenilor. Actul de naștere al presei periodice se semnează la începutul sec. al XVII-lea prin două împrejurări: perfecționarea tiparului și organizarea poștei drept serviciu regulat. Tipărirea ziarelor a marcat nu numai o cotitură în istoria comunicării de masă, dar a fost percepută și ca o inovație de factură socioculturală ce a influențat întreaga societate umană.

6. *Epoca mijloacelor de comunicare computerizată*. Ceea ce s-a schimbat de-a lungul secolelor și, mai ales, în ultimele decenii, sunt modalitățile și amploarea cu care informația este produsă, colectată, prelucrată, păstrată și difuzată. Dacă adăugăm la toate acestea crearea calculatoarelor personale (1976), aplicarea calculatoarelor în telecomunicații, apariția Internetului (1990), observăm comunicarea devenind dependentă de o societate informațională. Sistemele informaționale sunt supuse astăzi unor importante schimbări tehnologice. Microelectronicii îi revin noi modalități și cantități enorme de prelucrare și păstrare a datelor, în timp ce telecomunicațiile se îndreaptă spre anularea distanțelor în comunicare. Triada automatizare, informatizare și computerizare se află într-un permanent proces al inovațiilor tehnologice. Internetul și mijloacele de comunicare asistate de calculator sunt privite tot mai des ca definind o nouă epocă în istoria comunicării sociale.

La finele sec. al XX-lea și la începutul sec. al XXI-lea comunicarea a devenit un fenomen global. Ne aflăm în era comunicării, dar și în criza comunicării. Capacitatea de a dialoga, de a schimba mesaje este esențială pentru formarea personalității



individului și absolut necesară participării acestuia la interacțiunile sociale.

**Aspect filosofic.** Elemente concrete de teorie a comunicării apar însă prima dată în lucrarea lui Corax din Siracuză „Arta retoricii”, în secolul VI î.Hr. Platon și Aristotel vor continua aceste preocupări, instituționalizând comunicarea ca disciplină de studiu, alături de filosofie sau matematică, în Lyceum și în Academia Greacă. În jurul anului 100 î.e.n. filozofi romani, printre care și Cicero, elaborează primul model al sistemului de comunicare.

Romanii vor prelua de la greci aceste preocupări, dezvoltându-le și elaborând în jurul anului 100 î. Hr. primul model al sistemului de comunicare. Evul Mediu, odată cu dezvoltarea bisericii și a creșterii rolului său în viața oamenilor, odată cu dezvoltarea drumurilor comerciale și cu cristalizarea primelor formațiuni statale, va conferi noi dimensiuni comunicării. Putem vorbi chiar de o instituționalizare a acestei activități, în sensul că exista în toate statele, pe lângă liderul autohton, erau instruiți cei care aveau menirea de a se ocupa de redactarea actelor oficiale, de elaborarea legilor.

Epoca Modernă a reprezentat avântul în ceea ce privește comunicarea ca obiect de studiu și știința care s-a dezvoltat sub toate aspectele, făcând obiectul unor analize clasice și moderne. Comunicarea reprezintă o trăsătură esențială și deosebit de importantă pentru existența și dezvoltarea omului ca personalitate complexă. Omul a comunicat încă din preistoric când predomina comunicarea directă de la om la om prin semne, simboluri, gesturi, iar procesul de comunicare a evoluat continuu, când în zilele noastre se simte tot mai mult prezența tehnologiei și a mijloacelor moderne de comunicare.

**Din punct de vedere psihologic,** comunicarea reprezintă o relație între indivizi: „comunicarea este în primul rând o percepție (Silamy N.). Ea implică transmiterea, intenționată sau nu, de informații destinate să lămurească sau să influențeze un individ sau un grup de indivizi receptori” .

Profesorul E.M. Dobrescu consideră comunicarea un concept fundamental în sociologie și în psihologia socială și grupează

accepțiile ce i se atribuie după cum urmează: • proces în care se observă stimuli și se reacționează în raport cu aceștia; • mecanism esențial în dezvoltarea relațiilor umane; • totalitatea simbolurilor gândirii și a mijloacelor prin care ele se difuzează și se conservă; • comunicare socială – expresie generală a tuturor formelor de relații sociale cu participarea conștientă a indivizilor și a grupurilor.

**Din punct de vedere sociologic**, comunicarea (de masă) este privită ca „un ansamblu de modalități și rețele de transmisie, echipamente individuale și autonome care permite punerea la dispoziția unui public destul de larg a unei multitudini de mesaje”. Wilbur Schramm (cercetător american care a jucat un rol important în afirmarea domeniului comunicării ca disciplină universitară) a definit comunicarea ca pe un proces prin care se stabilește o comuniune sau o identitate de reflecții, concepții, între un emițător de mesaje și un receptor, printr-un canal de comunicație.

**Din punct de vedere neurolingvistic**, termenul “programare neurolingvistică” (abreviat NLP, după denumirea englezească - Neuro Linguistic Programming) provine de la triumviratul științelor primare care constituie pilonii de sprijin ai acesteia: *programarea, neurologia și lingvistica*.

Programare, deoarece în existența noastră ne programăm modul de a gândi, de a simți și de a ne comporta în multiplele situații ale vieții. Putem stabili o analogie cu informatica: materia (corpul uman) este sistemul hardware: noi avem un creier și un sistem nervos. Ceea ce se schimbă sunt programele (soft-ul) de care noi dispunem pentru a ne servi de materie (corp). „Programming” se referă la modul unic prin care noi ne conducem sistemele neurologice. Termenul este împrumutat din informatică și a fost ales, îndeosebi, pentru a sublinia faptul că propriul nostru creier este „programabil”, adică putem modifica programele (strategiile, tehnicile și metodele prin care executăm diverse sarcini, mai mult sau mai puțin complexe) pe care deja le avem cu altele, mai „performante”, care ne vor mișca în direcția aleasă.

Neuro, pentru că de capacitatea de a ne programa răspunde activitatea neurologică. Creierul și sistemul nervos cu care suntem

capabili a percepe mediul înconjurător, de a crede și resimți, de a selecționa comportamentul adecvat situației etc. Procedurile de lucru la NLP țin direct de această organizare neurologică: cum este perceput mediul, care sunt părțile din mediu reținute și care sunt neglijate, care sunt reprezentările despre ei înșiși și despre ceilalți, cum se stochează informația în memorie și cum este accesată această informație când este nevoie de ea. “Neuro” se referă la sistemul nervos uman și, îndeosebi, la modul unic prin care fiecare om își formează experiența despre lume.

Lingvistică, deoarece structura limbajului reflectă modul nostru de a gândi. Discursul unei persoane este bogat în informații, despre modul cum și-a construit experiența de viață. “Linguistic” se referă la sistemele de comunicare verbală (limbaj) și la comunicarea neverbală (limbajul trupului) prin care “cartografiem” realitatea din jurul nostru.

Astfel, folosim limbajul pentru a comunica atât cu ceilalți, cât și cu noi înșine. De asemenea, termenul acesta se referă atât la comunicarea conștientă, cât și la cea inconștientă. Bandler și Grinder au dezvoltat cea mai mare parte a modelelor și tehnicilor inițiale specifice NLP cu un grup de colegi și studenți consacrați, au adus o contribuție semnificativă la dezvoltarea NLP. De fapt, științele care s-au aflat la baza sa au fost multiple, cercetătorii părănd să încerce să găsească un echilibru al universului prin armonizarea multiplelor domenii ale cunoașterii și ale artei. Unul din scopurile NLP este de a aduce la un loc diferite abilități din aceste teorii, științe și modele într-o singură structură coerentă și foarte eficientă când este pusă în aplicare. Cele mai multe tehnici și modele înglobate în NLP au fost create prin procesul numit “modelare”, care, în principiu, presupune: descifrarea modului în care creierul (“neuro”) operează prin analizarea pattern-urilor de limbaj (“lingvistic”) și comunicare nonverbală; rezultatele acestei analize sunt integrate apoi într-o strategie pas cu pas (“program”), strategie care poate fi folosită pentru a transfera abilitatea altor persoane.

NLP este un proces multidimensional care implică dezvoltarea competenței și a flexibilității comportamentale și include o gândire

strategică și o înțelegere a mecanismelor mentale și cognitive din spatele comportamentului. Pentru aplicarea programării neurolingvistice este important să știm care este specificul fiecărui tip senzorial. Diferențiem cinci tipuri: vizuali, auditivi, kinestezici/tactili, olfactivi, gustativi.

„*Vizualii*” sunt cei care își reprezintă interior informația prioritar în formă de imagini. Pentru ei cea mai credibilă informație este cea survenită prin văz. Când formulează anumite solicitări, ei utilizează cuvintele „Vreau să văd”; „Arătați-mi”; „Pot să mă uit?” Impresia despre cineva sau ceva și-o fac prioritar în baza celor ce văd și în vorbire utilizează adjective ce caracterizează imagini „mic-mare”, „frumos-urât”, „culori pale - culori aprinse” etc.

„*Auditivii*” sunt cei care-s atenți la sunet, inclusiv la vocea lor interioară și cred în cele ce aud. Ei sunt destul de minuțioși în formularea mesajelor. Atribuie importanță nu numai celor spuse de partener, dar și felului în care acesta rostește cuvintele și formulează frazele. În solicitările sale, ei utilizează frazele de tipul „Puteți să-mi povestiți?”, „Explicați-mi, vă rog”, „Vreau să aud”.

„*Kinestezicii*” folosesc, în mod special, perceperea prin atingere, ei „simt” lucrurile (doresc să le pipăie), spre deosebire de ceilalți, care le „văd” sau le „aud”. Când comunică cu persoanele pe care le agreează simt necesitatea să le atingă. Dacă se interesează de un obiect, neapărat îl ating, îl pipăie.

Destul de rar se întâlnesc oameni la care predomină registrul *olfactiv* (adesea ei devin mari creatori de parfumuri) sau *gustativ* (bucătarii renumiți, degustătorii de vinuri etc.). Felul reprezentanților acestor tipuri de a percepe realitatea este diferit și poate influența în comunicare informația care survine prin antrenarea organului senzorial respectiv. Un om bine îmbrăcat va fi acceptat din start de vizual, iar auditivul va aprecia înalt o persoană care vorbește coerent, are un vocabular select și un timbru plăcut al vocii.

În primul rând, trebuie să ne pregătim pentru stabilirea raportului. Raportul este capacitatea de a intra în armonie cu interlocutorul, astfel încât să respectăm sistemul de credințe și valori, și să utilizăm o comunicare verbală și neverbală, care să ne permită

să fim înțeleși. Raportul presupune adaptarea maximă la partenerul nostru. Trebuie să manifestăm capacitatea de a alege, din comportamentele pe care le avem, anume pe acelea, care ne permit să găsim cât mai rapid o bază comună de înțelegere.

O importanță semnificativă au pentru NLP cuvintele utilizate în procesul comunicării. Dacă dorim să-i sugerăm cuiva să realizeze anumite succese, atunci vom utiliza cuvinte optimiste cu impact constructiv. Atunci când adresăm partenerului cuvinte negative, distructive în esență, șansele lui de a realiza succese devin precare. Astfel, un șef delegă pe un colaborator să poarte negocieri cu un reprezentant al altei instituții și îl povățuiește: „Să nu accepți...”, „Să fii atent, să nu...”, „Ia seama...”, „Vezi, să nu te tragă pe sfoară”, „Dacă pierzi ...” etc. Colaboratorul pleacă la masa de tratative încurcat și programat negativ, respectiv rezultatele vor fi insuficiente. Managerul e supărat, dar nici nu bănuiește că vinovatul principal este anume el, deoarece l-a „programat” pe subaltern pentru nereușită.

### **Comunicarea ca expresie a organizării interne a psihicului**

În esență, semnele verbale au fost inventate de inteligența umană pentru a transmite gânduri și sentimente de la un om la altul, altfel spus, pentru a comunica.

Comunicarea presupune o abordare diferită, prin prisma unui mod de gândire impropriu schemelor mentale, ideilor directoare și propozițiilor epistemologiei clasice.

Comunicarea are o mare importanță în formarea psihicului uman, dezvoltarea acestuia și formarea unui comportament rezonabil, cultural. Prin comunicarea cu persoane cu un nivel dezvoltat din perspectivă psihologică, datorită oportunităților largi de învățare, o persoană dobândește cele mai înalte abilități și calități productive. Prin comunicarea activă cu personalități dezvoltate, el însuși se transformă într-o persoană.

Dacă o persoană ar fi fost lipsită de posibilitatea de a comunica cu oamenii de la naștere, nu ar fi devenit niciodată un cetățean civilizat, cultural și moral dezvoltat.

Mai ales important pentru dezvoltarea mentală a unui copil este comunicarea acestuia cu adulții. În acest moment își dobândește toate

calitățile umane, mentale și comportamentale aproape exclusiv prin comunicare, deoarece până la începutul școlii, și chiar mai sigur, înainte de adolescență, este lipsit de capacitatea de autocunoaștere și autoeducare.

*Comunicarea personală* formează o persoană ca persoană, îi oferă posibilitatea de a dobândi anumite trăsături de caracter, interese, obiceiuri, înclinații, de a asimila norme și forme de comportament moral, a determina obiectivele vieții și a alege mijloacele de realizare a acestora. Diverse în conținut, scop și mijloace de comunicare îndeplinesc, de asemenea, o funcție specifică în dezvoltarea mentală a unui individ. De exemplu, comunicarea materială permite unei persoane să primească elementele culturii materiale și spirituale necesare vieții normale, care, după cum am aflat, acționează ca o condiție pentru dezvoltarea individuală.

*Comunicarea cognitivă* acționează direct ca un factor de dezvoltare intelectuală.

*Comunicarea condiționată* contribuie indirect la dezvoltarea intelectuală și personală individuală a unei persoane.

*Comunicarea motivațională* servește ca sursă de energie suplimentară pentru o persoană, un fel de „reîncărcare” pentru aceasta. Dobândirea de noi interese, motive și obiective de activitate ca urmare a unei astfel de comunicări.

*Comunicarea socială* servește nevoilor sociale ale oamenilor și este un factor care contribuie la dezvoltarea formelor de viață socială, grupuri, colective etc.

Datorită *comunicării nonverbale*, o persoană are ocazia să se dezvolte psihologic chiar înainte de a stăpâni și de a învăța cum să folosească vorbirea (aproximativ 2-3 ani). În plus, comunicarea nonverbală în sine contribuie la dezvoltarea și îmbunătățirea capacităților de comunicare ale unei persoane, ca urmare a faptului că devine mai capabilă de contacte interpersonale și deschide oportunități mai largi de dezvoltare.

În ceea ce privește *comunicarea verbală*, aceasta este legată de asimilarea vorbirii și, după cum se știe, stă la baza întregii dezvoltări a unei persoane atât intelectuale, cât și personale.

Când ne referim la organizarea internă a psihicului, S. Freud se referă la **Inconștient** = rezervorul trăirilor și al actelor refulate, al instinctelor sexuale. Freud îl considera un veritabil obiect de studiu al psihologiei, deoarece el guvernează gândurile, acțiunile, imaginile, reprezentările. **Subconștient** = un fel de filtru care îndeplinește funcția de cenzură, permițând accesul selectiv în conștiință, a acelor impulsuri și tendințe care sunt acceptabile pentru ea. **Conștient** = strat superficial, expresia unor adâncuri în care inconștientul este predominant.

Comunicarea conștientă reprezintă tehnica dialogului și a comunicării fără ego, cheia spre relațiile armonioase. Toți știu să vorbească, dar oare știu într-adevăr să și comunice bine? Vorbim cumva în sensuri diferite? Îl înțelegem cu adevărat pe celălalt sau mai degrabă îi dăm sfaturile noastre? Știm să fim atenți și să ascultăm bine? Dar să ne susținem propriile necesități?

Limbajul, fiind o conduită de tip superior, restructurează profund activitatea și dezvoltarea tuturor celorlalte mecanisme psihice, mediatizându-le, indiferent dacă ele sunt conștiente sau inconștiente.

Sub influența limbajului, percepția conturează sens și semnificație, se îmbogățește, devine observație; reprezentările când sunt evocate cu ajutorul cuvintelor devin generalizate. La un nivel mai profund, în absența limbajului, nu putem vorbi de formarea noțiunilor, judecăților și raționamentelor; nu este posibilă activitatea de tip „problem-solving”.

Cu ajutorul formulărilor verbale avem garanția memorării de lungă durată. Verbalizând, omul reușește să transforme imaginile, să definească motivele și să-și ierarhizeze scopurile. Voința definită ca un proces de autoreglaj verbal, contribuie la formarea personalității, iar în mod global, subiectul uman, cu ajutorul limbajului, comunică idei, stări, dorințe, adică transmite semnale și coduri.

Comunicarea ca act, sistem, cod sau mijloc stă la baza organizării și dezvoltării sociale, influențând raporturile pe orizontală și verticală între oameni, intervenind chiar în aspirațiile lor intime, dar și în cunoașterea realității.

În acest sens, se acceptă ideea după care, capacitatea de a-și formula și transmite gândurile în termeni verbali, este definitorie pentru om. Mai mult decât orice deprindere ori abilitate, posibilitatea comunicării prin limbaj articulat reprezintă o trăsătură universală și specific umană.

Conceptele legate între ele în vederea deslușirii funcțiilor și interpretărilor comunicării sunt: **limba, limbajul, mesajul, activitatea creierului** etc.

În analiza unității dintre limbă și gândire trebuie evidențiate două aspecte. Pe de-o parte, limba are ca funcție principală exprimarea gândirii, iar pe de alta, gândirea nu se poate realiza decât în forme lingvistice. Se impune abordarea conceptului „comunicare” dintr-o largă perspectivă psihologică, cu puternice nuanțe sociale.

Dezvoltându-se solidar, gândirea a pornit de la un nivel primitiv, când, confuză și greoaie, se asocia unei limbi nesistematice, pentru a ajunge la stadiul în care poate emite idei și judecăți generale, ajutată de o limbă tot mai abstractă și, în același timp, mai sistematică.

Întrucât există legătura *sine qua non* între limbă, gândire și limbaj, sugerăm doar câteva jaloane în abordarea lor, dar toate noțiunile se vor raporta la cel mai general liant, și anume, cel de **comunicare**. Posibilitatea transpunerii totale a gândirii și trăirilor noastre în limbaj se vede pusă sub semnul îndoielii, de contradicția dintre varietatea infinită a acestora și numărul limitat de elemente ale codului, cu ajutorul căruia mesajele sunt transmise interlocutorului.

Comunicarea ilustrează echilibrul dintre fizic și psihic. Fie că este realizată față în față, fie virtual, aceasta are capacitatea de a alina, de a apropia și de a clădi relații.

### **Inteligența emoțională în procesul comunicării**

Există o strânsă legătură între comunicare și starea emotivă atât a emițătorului, cât și a receptorului.

Caracteristicile emoțiilor de bază sunt: durata și intensitatea; importanța manifestării nonverbale; efectele recurente ale controlului emoțiilor; diferențe individuale.



În contextul prezent, emoțiile influențează atât deciziile luate, cât și atitudinea adoptată față de ceilalți, astfel emoțiile dau culoare vieții noastre, iar lipsa lor ar duce la monotonie.

În domeniul comunicării emoțiile sunt primordiale, deoarece ele apar în mod spontan și se manifestă la nivel corporal, iar interacțiunea cu ceilalți incită interesul. Expresia individului produce o anumită impresie asupra partenerului, care este informat de starea și dispozițiile celui dintâi și pot permite comunicarea interindividuală.

Numeroase argumente dovedesc că sistemul expresiv emoțional este primul și constituie o bază pentru dezvoltarea sistemului de comunicare, care este limbajul și se construiește ulterior.

Emoția este soclul comunicării interumane și al organizării sociale, astfel că sistemul emoțional posedă o funcție semiotică subordonată în mod normal sistemului discursiv, însă comunicarea emoțională este cea care furnizează baza comunicării discursive.

Câți oameni sunt conștienți că fiecare cuvânt rostit are un potențial în el, va produce un efect în cei care o aud? Orice vorbă va produce un ecou în ceilalți, îi va afecta, îi va transforma. Dacă vorbele sunt pozitive ascultătorii își vor schimba starea, dispoziția într-una bună, pozitivă. Dacă acele cuvinte vor fi negative schimbarea celorlalți va fi în consecință.

Orice individ se confruntă cu pierderea încrederii în forțele proprii, în anumite momente ale vieții, adună tensiuni interioare care se exteriorizează prin limbaj. Aceste exteriorizări se numesc derapaje verbale. Derapajele verbale pot fi accidentale, premeditate, salvatoare sau permanente. Derapajele accidentale sunt determinate de situațiile explozive, în care managementul emoțiilor nu este exercitat în mod eficient. Prin urmare, se recurge la exteriorizarea comunicațională a frustrărilor. Derapajele premeditate sunt pregătite cu minuțiozitate, obiectivele acestora fiind intimidarea interlocutorului, răzburarea unui afront verbal anterior, rănirea ireversibilă, dominarea prin intimidare. Derapajele salvatoare se

dovedesc necesare în cazul erorilor malefice, vătămătoare ale semenilor.

Comunicarea desăvârșită este mediatorul perfect dintre minte, intelect, spirit și inimă, găsind în același timp soluția perfectă pentru a se face înțeles de un receptor care are date spirituale diferite de ale sale. A comunica perfect înseamnă a traduce pentru ceilalți individualitatea ta, selectând corect ceea ce este de dezvăluit de ceea ce este interzis de a se spune. Emoția este deseori confundată cu sentimentul, care este un proces afectiv ce exprimă atitudinea omului față de realitate sau față de alte persoane. Uneori sentimentele se identifică cu dispoziția, cu starea sufletească. Prezintă interes atât emoțiile emițătorului, cât și cele ale ascultătorilor.

Emoțiile, preponderent cele pozitive, sunt provocate de așa indici paralingvistici precum intonația, pronunția, fluența. Ticurile sunt cele care provoacă emoții negative.

*Intonația* are multe componente psihice. Cea mai importantă ar putea fi considerată capacitatea sau tendința exteriorizării pe plan social a trăirilor emoțional-afective. Astfel, intonația bogată în flexiuni este caracteristică indivizilor cu un fond afectiv bogat și care în același timp tind, conștient sau mai puțin conștient, să-și impresioneze (afectiv) interlocutorii. În lectura cu voce tare, intonația săracă, neadaptată semnelor de punctuație, denotă lipsă de exercițiu în materie de scris-citit. Dar chiar și în vorbirea liberă, intonația reflectă până la un punct gradul de cultură și de educație a individului.

*Pronunția* depinde pe de o parte de caracteristicile neuropsihice, iar pe de altă parte de nivelul de cultură generală și profesională a individului. Ca tipuri se disting: pronunția corectă (reflectând o grijă pentru corectitudine mergând până la pedantism), pronunție de claritate și corectitudine medie, pronunție neclară, neglijentă. Ca exemplu: eliminarea unor sunete din unele cuvinte, contopirea într-un sunet confuz a sfârșitului unor cuvinte, coborârea tonului și pronunțarea neclară a sfârșiturilor de frază.

*Fluența* - respectiv caracterul continuu sau discontinuu al vorbirii, constituie un indice direct al mobilității proceselor cognitive. Vorbirea fluentă (continuă, curgătoare) denotă ușurința în găsirea

cuvintelor, a termenilor corespunzători pentru exprimarea ideii dorite, ceea ce presupune, printre altele, rapiditate și precizie în desfășurarea activității cognitive (implicând diverse aspecte din procesele de gândire, memorie, mergând până la atenție și imaginație). Dimpotrivă, vorbirea lipsită de fluență (discontinuuă, întreruptă frecvent de pauze) denotă dificultăți de conceptualizare, respectiv dificultăți în găsirea cuvintelor adecvate demersului.

*Ticurile* reprezintă reacții stereotipe ce se repetă des, de multe ori fără știrea și, în orice caz, fără voia individului. Ele pot apărea fie numai într-una dintre categoriile menționate (pantomimă, mimică, gesturi, vorbire), fie ca o manifestare complexă, împrumutând elemente din mai multe categorii. Uneori ticurile dezvăluie anumite particularități psihice ca nervozitate, emotivitate etc. Totdeauna însă ele ajută la particularizarea cunoașterii oamenilor, facilitând evocarea lor. Se întâmplă chiar ca un detaliu, în aparență neînsemnat, precum un tic, o dată reamintit, să fie suficient pentru evocarea unei serii întregi de însușiri sau fapte la un om.

Drept recomandări pentru evitarea emoțiilor negative pot servi îndemnul:

+*nu ascultați cuvinte „stricate” (poluate)*. Nu ascultați cuvinte stricate, vorbe fără sens, glume ieftine, tâmpenii. Dacă țineți cât de cât la dvs., trebuie să renunțați la a le asculta pentru că „vă vor strica”. Feriți-vă de oamenii care vorbesc așa, feriți-vă de orice sursă de poluare a cuvintelor. Asociați-vă, căutați anturajul oamenilor care vorbesc bine, care au cuvinte bune;

+*nu roștiți cuvinte urâte*. Fiecare avem în noi cuvinte alterate, pentru că am ascultat cuvinte stricate și ne-a afectat, dar încercați să nu roștiți cuvinte „stricate”, e foarte important să aveți mereu vorbe de apreciere, de încurajare, de îmbărbătare.

*Nu uitați*: Cuvintele pot vindeca fie afecțiuni care țin de psihic, fie boli fizice. Cercetările confirmă că un om care aude cuvinte pozitive se vindecă mult mai repede, răspunde cu eficiență la orice fel de tratament.

## **Comunicarea și cunoașterea**

De la bun început trebuie să constatăm că în esența sa, comunicarea și cunoștințele sunt profund interconectate, împletite. Comunicarea ca act poate îmbunătăți cunoștințele. Angajarea în dialog și discuții cu ceilalți poate duce la noi idei, perspective, extinzând astfel baza de cunoștințe. Prin schimbul de informații și provocându-și reciproc ipotezele și convingerile, indivizii își pot aprofunda înțelegerea unui subiect și pot descoperi noi soluții la probleme. Comunicarea eficientă facilitează schimbul și dobândirea de cunoștințe, iar cunoștințele, la rândul lor, îmbunătățesc comunicarea prin furnizarea de substanță pentru dialog și discuție. Comunicarea poate ajuta și la rafinarea și clarificarea cunoștințelor. Articulându-și ideile, indivizii pot identifica lacune în înțelegerea lor, își pot clarifica gândirea și își pot perfecționa argumentele. Comunicarea și cunoștințele sunt importante pentru stimularea conexiunilor sociale și construirea de relații. Prin comunicare, indivizii își pot împărtăși experiențele, emoțiile, valorile și pot dezvolta un sentiment de empatie, înțelegere pentru ceilalți. Acest lucru, la rândul său, poate duce la stabilirea unor relații mai puternice, la un sentiment de apartenență la comunitate. De aici rezultă că comunicarea și cunoașterea sunt cruciale pentru promovarea schimbărilor sociale și abordarea problemelor societale, promovarea înțelegerii și cooperării globale, pentru promovarea inovației și a progresului, pe motiv că indivizii trebuie să posede o înțelegere profundă a principiilor și conceptelor care stau la baza progresului științific și tehnologic. Prin comunicarea eficientă a informațiilor și ideilor, indivizii și organizațiile pot crește gradul de conștientizare cu privire la problemele importante, pledează pentru schimbare și pot influența politicile publice, pot construi relații peste barierele culturale și lingvistice. Cunoașterea, oferă o bază pentru asimilarea, înțelegerea și aplicarea informațiilor și ideilor într-o varietate de contexte. Prin schimbul de informații și idei, indivizii și organizațiile pot învăța unul de la celălalt, pot promova înțelegerea și pot lucra împreună pentru a aborda provocările globale.

Comunicarea și cunoștințele eficiente sunt esențiale în diverse contexte, inclusiv afaceri, educație, sănătate, protecția mediului, politică, justiție socială, relații internaționale, artă și tehnologie. Ele promovează inovația, democrația, dezvoltarea durabilă, schimbul cultural, creativitatea și împlinirea personală. Prin urmare, este esențial să acordăm prioritate dezvoltării abilităților de comunicare eficientă și gândire critică și să promovăm cunoștințele bazate pe fapte pentru a naviga în problemele complexe cu care se confruntă comunitatea umană.

Cunoașterea și comunicarea se presupun și se află într-o relație directă. Comunicarea se realizează prin actul de transmitere a informației cu semnificație de la obiect-subiect prin intermediul semnului. În acest sens, comunicarea trebuie privită în cel mai larg sens, ca o proprietate, caracteristică a materiei (fenomenului, procesului, obiectului etc.), care transmite informație mediului înconjurător, dar și prin faptul existenței sale.

Comunicarea poate fi privită ca un proces fundamental de schimb al experienței colectivității umane, schimb de semnificații, schimb de cunoștințe. Pentru a pătrunde în esența problematicii studiate, a corelației între comunicare și cunoaștere este necesar să înțelegem specificul comunicării și evident al cunoașterii. În acest sens, evidențiind *comunicarea* va fi supusă analizei specificul a ceea ce este: *semn, semnificație, limbaj, limbă, informație, gândire*; evidențiind *cunoașterea* va fi supusă analizei: *cunoștințe, cunoașterea*.

*Semnul*, de regulă este un obiect material, perceput senzual de subiect și folosit pentru a desemna, reprezenta, înlocui un alt obiect, numit valoarea acestui semn. Obiectele de diferite tipuri pot acționa ca semn: obiecte, fenomene, proprietăți, relații, acțiuni etc. Semnul reprezintă o entitate, eveniment sau obiect perceptibil, care se referă la altceva decât la sine însuși, fiind constituit din trei elemente: *obiectul desemnat; sensul, informația transmisă; utilizatorul*. Semnificația semnului se realizează ca urmare a interdependenței dintre aceste elemente. Semnul este componentul de transmitere a informației și semnificarea în sine. Semnul este fundamentul

comunicării. Comunicarea aici poate fi privită drept transmitere de informații prin intermediul semnului. Limba (naturală, artificială) este reprezentarea semnului, a semnului lingvistic. Semnele sunt obiecte de studiu în diverse discipline: logică și lingvistică, filozofie și psihologie, biologie și antropologie, estetică și sociologie etc., dar au devenit obiectul central de studiu într-o știință specială a semnelor - semiotica. Prin *sistem de semne* vom subînțelege unități convenționale, abstracte, care prin combinare pot forma unități semantice, cuvinte cu semnificație, expresii cu sens.

Altă noțiune esențială este *semnificația*, care în esență are un spectru larg de interpretări și poate avea mai multe sensuri: operație de cercetare a obiectului studiat; modalitate de utilizare a semnului în limbaj; obiect ideal sau o caracteristică specifică a gândirii despre obiect; reacția comportamentală a subiectului la semnul perceput. Semnificație – conținutul informației transmise. Este acordată semnului de către subiect în corespundere cu experiența acumulată și scopul urmărit. Un semn poate avea una sau mai multe semnificații. Semnificația (în semiotică) denotă un obiect care este desemnat, înlocuit, reprezentat de un alt obiect - un semn; între două obiecte, acționând respectiv în rol de semn și semnificație, în procesul de semioză se stabilește o relație de desemnare. Stabilirea unei astfel de relații depinde de natura semnelor. Pentru semnele convenționale, relația de desemnare este stabilită de subiect în mod arbitrar sau prin acord cu alți subiecți. Relația dintre semne și semnificațiile lor este subiectul central de studiu într-o ramură specială a semioticii (știința semnelor) numită semantică. Ca o secțiune specială se remarcă în lingvistică - semantica lingvistică, în logică - semantica logică. În lingvistică se disting mai multe tipuri de semnificații ale semnelor lingvistice, în dependență de tipurile de semne în sine; semnele lingvistice cele mai importante și tipice sunt cuvintele ale căror sens (semnificat) denotă sensul lexical. Cuvântul poate fi perceput ca semn (indicând o realitate) și ca simbol. Prima presupune o percepție de reducere, a doua acordă un caracter de depășire a unei limite prin înlocuirea obiectului (problemă dezbătută în perioada medievală între *realism* și *nominalism*).

*Limbă–limbaj: clarificări conceptuale.* Fiecare individ percepe realitatea în mod constant. Fenomenele din jurul nostru, prestabilite ca o existență reală, par a fi independente de perceperea fiecăruia dintre noi. Limbajul marchează coordonatele vieții individuale în societate. Cunoașterea, cunoașterea rațională prin intermediul limbajului ca element de descriere a realității este capabilă să acorde, să configureze o viziune integră asupra obiectului, asupra realității.

*Limba* – aspectul comun în utilizarea cuvântului, a scrisului. Cuvânt - semn care permite exprimarea sau comunicarea unei realități cu specific individual. Cuvântul este modalitatea de existență a semnului. În acest sens, individul învață sunetele, identifică termenii, acordă semnificația corespunzătoare acestora prin înțelegere. Limbajul - însușirea de a stăpâni în plan individual a elementelor limbii. Este procesul de comunicare între oameni, prin intermediul limbii.

*Limba* (sens comun) – produs particular al facultății limbajului, ansamblu de convenții necesare comunicării, schimbului de informații adoptate în mod mai mult sau mai puțin convențional de către vorbitorii unei societăți, pentru exercitarea acestei funcții prin vorbire.

Delimitarea între limbă și limbaj este una convențională și servește caracterului operațional, în esență, acestea fiind într-o relație de interacțiune și interdependență. În esența sa, limba transmite semnificații despre lumea înconjurătoare. Prin intermediul limbii noi reprezentăm, acumulăm, transmitem și comunicăm experiența umană; cunoaștem, acordăm semnificație lumii reale etc. Limba (limbajul) este generatorul și creatorul unei lumi. Această lume este creată de către individ în procesul existenței (ființării) sale, cunoașterea ei (om-realitatea existențială), cât și în procesul existenței (ființării) lumii ca atare la un moment dat. Limba reprezintă depunerea sedimentului semnificativ în mintea omului. Materializarea limbii se realizează prin vorbire, astfel ea se exteriorizează. Este posesoarea unei amprente personale, ea impune amprenta individualului, a eului propriu în reflectarea realului.

*Limbă și gândire.* Limba impune gândirii organizare, o manifestare specifică și originală. Limba este modalitatea de exteriorizare a gândirii în vederea reflectării realității. Ea exprimă realitatea înconjurătoare, îi acordă semnificație. Gândirea este dependentă de limbă. Limba este inseparabilă de gândire, vorbirea este procesul de transformare a gândirii în cuvânt, este materializarea gândirii. Noi cunoaștem lumea înconjurătoare prin limbă, putem constata că nu există gândire fără vorbire. Cea mai importantă funcție a vorbirii ca activitate în procesul de comunicare este funcția de exprimare a gândurilor. În vorbire, gândul nu este doar formulat, ci și format. Conceptelor le revine un rol important în descrierea proprietăților esențiale ale fenomenelor. Conceptele sunt notate prin cuvinte în care dobândesc învelișul material necesar comunicării. A gândi înseamnă a opera cu concepte. Pentru a gândi este necesar să cunoaștem cuvintele, care denotă semnificații. Prin urmare, stăpânirea mijloacelor lingvistice (stocul de cuvinte, forme și construcții gramaticale etc.) este o condiție necesară pentru dezvoltarea gândirii și complicarea treptată a activității cognitive.

*Informația.* Noțiune vastă, vagă cu abordare multilaterală. Poate fi tratată ca reprezentare, reflecție, proiecție a realității, dar în același timp nu este subiect, obiect, conținut, proprietate, proces, metodă, ci o putem trata ca o categorie de sine stătătoare, este o stare, un element al cunoașterii. Cunoașterea umană poate fi tratată ca sumă a actelor cognitive (reflectare) realizate de comunitatea umană la diferite etape ale dezvoltării sale și în final fiind încheiate într-un sistem de idei (cunoștințe). Aceste idei sunt purtătoare de informații (conținut informațional). Informația este o stare ce vine din lumea externă și posedă o semnificație, un sens; există prin însuși faptul existenței anumitor caracteristici, proprietăți ale sursei informaționale, dacă există o informație atunci există ceva (sisteme, obiect, proces, fenomen) și ea redă existența sa. Informația nu ființează pentru sine, ci pentru realizarea comunicării.

Cunoașterea ca fenomen social este rezultatul unei intersecții de procese comunicative, unilaterale și bilaterale, diacronice și sincrone, în cadrul cărora limbajul nu joacă numai un rol de



mediator, ci și un rol de instrument activ în achiziția cunoștințelor noi. Limbajul este cel care conferă cunoașterii extensiune și universalitate și, totodată, prin capacitatea sa de tezurizare asigură caracterul cumulativ la nivelul succesiunii generațiilor. Cunoașterea acționează ca o formă obiectivă, ideală a oricărei activități și comunicare. Este o modalitate de a transforma sistemele de semne, conștiința, activitatea și comunicarea, dându-le o nouă formă, un nou sens și semnificație. Orice cunoștințe ar trebui considerate ca un aspect al conexiunii omului cu lumea, explorarea de către om a lumii.

### ***Esența și modalitățile de manifestare a cunoștințelor.***

Procesul cunoașterii captează anumite componente relativ stabile – *cunoștințe*. Cunoașterea și cunoștințele pot fi corelate ca proces și, respectiv, ca stare finală, rezultat. Cunoașterea ca proces duce la cunoștințe ca rezultat. Cu alte cuvinte, cunoașterea este o caracteristică dinamică a asimilării spirituale și teoretice de către o persoană a condițiilor ființei sale, iar cunoștințele sunt o caracteristică care fixează rezultatele acestei asimilări, gata de utilizare, aplicare și distribuție.

Conceptul de **cunoștințe** poate fi privit ca un rezultat, care este atins în cursul unui anumit proces al cunoașterii, de obicei exprimat prin intermediul limbajului sau semnului; rezultatul procesului de cunoaștere a realității, certificată de logică și verificată de practica istorică, socială, care este prezentată în mintea umană sub formă de idei, concepte, judecăți, teorii; un rezultat al activității cunoașterii, care poate fi justificat logic sau faptic și ce permite verificarea empirică sau practică; informație formalizată obținută într-un anumit mod (metodă), cu caracter selectiv, ordonat și în conformitate cu anumite criterii (norme), având o semnificație socială și recunoscută drept cunoștință de către anumiți subiecți sociali și de societate în ansamblu; o formă de memorie socială și individuală, o schemă pliată de activitate și comunicare, rezultat al desemnării, structurării și înțelegerii unui obiect în procesul de cunoaștere.

Este important să facem distincția între cunoștințe și informație. Cunoștințele acționează ca un element al conștiinței individuale, parte integrantă a acesteia, fiind inclusă în integritatea

lunii spirituale a individului, în sistemul său de sensuri. Cunoștințele sunt întruchipate în gândurile și activitățile unei anumite persoane, iar informația este impersonală, în afara semnificațiilor și valorilor individului. Este element factic. Pe de altă parte, cunoștințele nu pot deveni obiect al însușirii, dar informația poate.

În afară de cunoștințe, există și alte rezultate ale activității cunoașterii cum ar fi: *opinia, îndoiala, credința*.

Există următoarele tipuri principale de cunoștințe:

**1. Cunoștințe obișnuite.** Obișnuite sunt cunoștințele practice, de natură cotidiană. Se exprimă cel mai adesea în abilități și competențe cu caracter aplicativ, formă de exprimare corporală (abilități de citire, scriere și vorbire, capacitate de a se menține cu încredere, stăpânire a mijloacelor tehnice specifice). Cunoștințele practice sunt impregnate în activitate și comunicare, îmbinate cu acestea, vizează deservirea lor situațională. Nu dezvoltă semnificații pe care obiectele și metodele de activitate le posedă, ci le transpune într-o practică dată din alte contexte de experiență. Cunoștințele practice sunt, de regulă, implicite, ritualizate.

**2. Cunoștințe științifice.** Cunoștințele științifice apar ca urmare a activității colective de studiere a lumii și a omului în interesul societății în ansamblu. Cunoașterea științifică se bazează pe norme și principii acceptate colectiv, este sistematică și se bazează pe proceduri cognitive intenționate. Varietățile cunoștințelor științifice sunt fapte, legi, axiome, ipoteze, teorii etc. Teoria este recunoscută ca un element-cheie al cunoștințelor științifice, deoarece îndeplinește cel mai holistic funcțiile inerente ale acestui tip de cunoaștere: funcțiile de descriere, sistematizare, explicarea și prezicerea fenomenelor, proprietăților, evenimentelor, proceselor lumii.

Cunoștințele științifice sunt împărțite în cunoștințe **empirice** și **teoretice**. Primul este rezultatul aplicării metodelor empirice de cunoaștere (observarea și experimentul) și se referă la lucruri și fenomene percepute senzual. În acest sens, se apropie de cunoștințele obișnuite. Cunoștințele teoretice exprimă conexiunile esențiale, regulate ale fenomenelor domeniului studiat. Cunoștințele teoretice

sunt axate pe dezvoltarea de noi semnificații și punerea lor în realitate. Este într-o oarecare măsură îndepărtată de obiect și conține, mai degrabă, scheme de activitate specifică (discurs, cercetare) și de comunicare (dispută, dialog), care iau forma unor concepte, legi, teorii în cursul dezvoltării lor reflexive.

**3. Cunoștințe personale** sunt cunoștințe orientate social. Sunt legate de nevoia de a se exprima ca subiect al relațiilor sociale și al activității sociale (convingeri, atitudini morale și culturale, moduri de comportament public, respectarea normelor și regulilor sociale, de etichetă, aderarea la normele vestimentare, stereotipuri, idealuri etc.).

**4. Cunoștințe existențiale** - se datorează însuși specificului activității umane, existenței unei persoane prin experiența individuală a relațiilor cu lumea, existenței ca personalitate concretă, unică, ca unicitate în toate situațiile specifice. Cunoștințele existențiale sunt strâns legate de proprietățile interne ale unei persoane și conferă integritate tuturor celorlalte cunoștințe ale sale. Un tip special de astfel de cunoștințe este cunoașterea artistică în care sunt exprimate idealurile și atitudinile estetice.

**Cunoașterea** este un proces vital pentru o persoană, activitate practică, de transformare materială a lumii în ansamblu. Cunoașterea în cel mai larg sens al cuvântului este dobândirea de cunoștințe despre sine și despre lume, procesul căutării intenționate a omului pentru tot ceea ce îi oferă posibilitatea de a se crea (a se realiza) pe sine. Aceste cunoștințe întotdeauna au un colorit individual și este imposibil să echivalezi complet elemente similare de cunoaștere la diferiți oameni. Cunoașterea constă în impunerea lumii unei rețele de semnificații - formule științifice, norme morale, imagini artistice, simboluri magice care permit unei persoane să-și fluidizeze ființa, să-și structureze psihicul în așa fel, încât să îi confere mobilitate și variabilitate, oferind posibilitatea unei activități productive și comprehensivitatea înțelegerii comunicării. Cunoașterea este procesul de obținere și actualizare a cunoștințelor, activitatea oamenilor de a crea concepte, scheme, imagini, concepții care le permit să-și reproducă și să-și modifice viața, orientarea în lumea înconjurătoare. Este privită ca o categorie filozofică care descrie

procesul de construire a planurilor ideale pentru activitate și comunicare, crearea sistemului de semne, semne simbolice care mediază interacțiunea omului cu lumea și cu alți oameni în cursul sintetizării contextelor experienței. În centrul procesului cunoașterii se află problema relației dintre sens și semnificație, care formează structura acestui proces ca relație a unității stabilului și a schimbării.

Conceptele de **subiect** și **obiect** ale cunoașterii au devenit o prioritate în filosofie. *Subiectul cunoașterii* este o persoană (colectiv, umanitatea în ansamblu), care joacă rolul principal în cunoaștere, poartă principalele caracteristici ale relației de cunoaștere și, cel mai important, formează scopul și organizează cursul cunoașterii. Subiectul, ca latură activă a procesului cunoașterii, se distinge, în primul rând, prin prezența *interesului*.

*Obiectul cunoașterii* este de regulă ceva exterior subiectului, este un fragment al realității – material sau ideal, este ceea ce se îndreaptă activitatea subiectului cunoașterii. Un obiect al cunoașterii nu poate fi identificat cu nicio realitate care există în afara noastră: lucruri, proprietăți, procese ale lumii exterioare. Un obiect al cunoașterii se consideră acel *interes* în planul cunoașterii, pe care omul le recunoaște ca forme de realitate în lucruri, proprietăți, procese. Obiectul cunoașterii este ceea ce pare a fi bază și condiția pentru atingerea scopului. Atitudinea subiectului față de diferite obiecte nu poate fi echivalentă, dar nicio relație a persoanei cu lumea nu se construiește fără momentul cunoașterii.

**Structura cunoașterii:** principalele niveluri și forme. Principalele niveluri ale activității de cunoaștere sunt cel *perceptiv* și *rațional* (putem vorbi de cunoașterea comună – științifică, cunoașterea empirică și teoretică). Cunoașterea perceptivă este una senzorială și se realizează prin simțuri. Conștiința și psihicul în ansamblu sunt elemente care asigură cunoașterea. Organele de simț sunt instrumente specifice ale cunoașterii și conștiința este cea care le organizează. Nivelul rațional al cunoașterii este organizat prin activitatea minții și a rațiunii. *Mintea* este un subnivel al conștiinței în cadrul căruia se exprimă capacitatea de a acționa după anumite reguli general acceptate, de a forma o ordine mentală stabilă, de a

juđeca. Este capabilă să înțelegă logic realitatea, să cunoască lucrurile și relația lor în concepte. Ea nu creează cunoștințe noi, ci doar le sistematizează pe cele existente, este starea obișnuită a conștiinței. *Rațiunea* - facultate specifică omului de a cunoaște lumea prin noțiuni, judecări, raționamente. Permite să fie depășite limitele stabilității, permite dezordinea, acceptări noi și contradictorii, formează idealuri. Rațiunea este sursa abilităților creative și a relației omului cu lumea. Cunoașterea fără rațiune este imposibilă.

*Cunoașterea științifică* reprezintă modul teoretic de cunoaștere. *Cunoașterea comună* reprezintă gradul redus de rigoare științifică și specializare. *Cunoașterea de observație* se realizează prin intermediul simțului și al gândirii. *Cunoașterea empirică* se realizează cu ajutorul rațiunii prin observație și experiență. *Cunoașterea teoretică* se realizează cu ajutorul gândirii.

*Formele senzoriale ale cunoașterii includ: senzația, percepția, reprezentarea.* Senzația este informația furnizată direct de organele de simț despre caracteristicile și trăsăturile specifice ale unui obiect material. Percepția este o imagine holistică a unui obiect, formată pe baza senzațiilor, în timpul interacțiunii directe cu obiectul. Reprezentarea este stocarea în memorie a imaginii unui obiect perceput anterior. Reprezentarea asigură legătura dintre cunoașterea senzorială și cea rațională.

Formele cunoașterii raționale: **noțiunea, judecata, raționamentul:**

*Noțiunea* – construcție logică, abstractă în care subiectul exprimă anumite fenomene (obiecte) în legătură cu ele, denotă o anumită trăsătură generalizată a acestora, fixează relația lor semnificativă, construiește dependența lor reciprocă etc. (de obicei este exprimată sub forme lingvistice - cuvinte, semnificații științifice). Noțiunile sunt *particulare, generale, universale*. Noțiuni particulare - conceptul (competență, abreviere, orizontală, biosferă, manager, mamifere, sus, jos, roșu, vii, uscat, masă, viteză, putere etc.). Noțiunile generale constituie o categorie de astfel de forme verbale și mentale care servesc nu numai la îndeplinirea unei anumite funcții informaționale, ci și acționează ca bază pentru o ierarhie a

altor concepte, exprimă semnificația oricărei clase de fenomene din viața umană (respect, principal, nevoie, reguli etc.). Noțiuni universale - sunt categoriile menite să exprime existența lumii și a omului în ansamblu, adică să exprime o anumită caracteristică universală în care este subliniată unitatea lumii (realitate, materie, lucru, număr, cauză, calitate, atitudine, esență, frumos, vorbire, sens, înțelepciune etc.).

*Judecata* – proces de cunoaștere, o afirmație, propoziție despre un obiect în care ceva este afirmat sau negat cu privire la proprietățile, schimbările, condițiile sale de a fi. Orice judecată este construită ca o formă de stabilire a legăturilor între noțiuni, ca un anumit sistem (lanț semantic) de concepte. Judecățile sunt mai des de natură specifică, exprimând o anumită caracteristică a unui obiect, implicarea acestuia într-o anumită legătură cu alte obiecte.

*Raționamentul* – înlănțuirea logică de judecăți care duce la o concluzie, este o concluzie construită, un rezultat al înțelegerii judecăților inițiale, simple. Raționamentul - operația logică prin intermediul căreia, din propoziții date, numite premise, derivă o altă propoziție, numită concluzie.

Toate abilitățile cognitive au o anumită ordine și corespondență reciprocă într-un act mental complex special, care se numește imaginație. *Imaginația* este capacitatea inerentă a unei persoane de a crea modele ideale în care interesele sale în raport cu obiectul sunt exprimate la maximum și în unitatea tuturor componentelor mentale. Imaginația poate fi arbitrară (controlată) și involuntară (spontană), productivă (creativă) și reproductivă (reproducătoare).

O mulțime de lucruri nu sunt exprimate în forme ordonate rațional și senzitiv. În acest sens, cunoașterea ia naștere ca urmare a activității altor mecanisme ale psihicului. Ele apar sub forma unor explozii și aspirații interne indiferent de controlul și intenția conștientă. Astfel de fenomene mentale de natură cognitivă se numesc iraționale (adică intuiție, iluminare, senzație în interior - un fel de empatie), impresie interioară obsesivă, percepție directă (fără nicio justificare logică) a cunoașterii, un fel de presupunere iluminatoare, presupunere asociativă etc.).

Modalitatea de percepere, reflectare, redare, exprimare a cunoștințelor se realizează prin limbaj care se manifestă prin forma limbajului natural (propoziții de observație), limbaj empiric (termeni generali), limbaj teoretic (exprimat prin obiecte reale sau ideale și corelarea lor logică), limbaj nespecializat, simplist, intuiția (limbajul tăcerii). Se poate constata că tipurile și formele cunoașterii umane, modalitățile de manifestare a cunoștințelor se redau în relația subiect-obiect (subiect-subiect, obiect-obiect) în elemente comunicaționale precum semn, semnificație, sens, limbaj, informație etc. Concluzionând, determinăm existența relației dialectice între comunicare și cunoaștere.

### **Tematica și sarcinile seminarului:**

#### **Sarcini de învățare/evaluare:**

##### **1. Exercițiu: expuneți fraza în diverse moduri:**

„Șefu, nu pot veni în această dimineață la birou”.

- normal;
- cu surprindere în glas;
- cu nesiguranță;
- cu disperare în glas;
- ca pe un secret;
- ca pe o întrebare.

*Analizați modalitățile expuse reușite și mai puțin reușite. Cum credeți, de ce unele nu au reușit? La ce concluzii ajungem?*

**2. Sarcină: formulați mesajul**, adică ceea ce vrem să spunem de fapt. O formulă universală, pentru un mesaj de succes, constă din afirmație + mijloc de probă + caz ilustrativ. Însă această formulă poate fi aplicată în mod diferit. Dacă destinatarul este o persoană rațională, atunci folosim cifre, studii, date statistice și declarațiile unor experți. Dacă trebuie să avem un impact emoțional (preferabil în toate cazurile), atunci creăm o imagine remarcabilă și folosim citate remarcabile ale oamenilor care fac parte din același grup ca și publicul-țintă.

### **3. Reformulează enunțul atașat pentru a fi sigur că ai înțeles corect mesajul:**

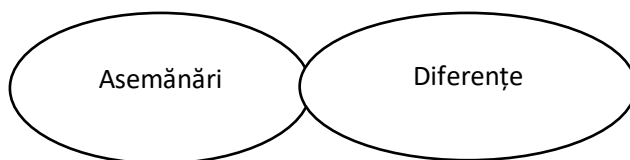
Când Academia australiană a început pentru prima dată procesul de utilizare a povestirii digitale pentru publicul larg, semenii noștri nu au fost convinși. Câțiva ani în jos, iar implicarea noastră în social media a crescut la peste două milioane, iar mass-media de știri vin la noi pentru a ajuta la crearea de povești digitale care să livreze mesaje științifice complexe pentru ca publicul să le înțeleagă. Folosirea mediului de povestire digitală a fost un succes imens.

### **4. Transformați propoziția lungă în câteva scurte fără a submina sensul:**

Comunicarea este o formă de comportament uman, care apare din nevoia de a relaționa și a interacționa, pentru că actul comunicațional poate conduce la relații de armonie, colaborare sau, dimpotrivă, la dispute ori conflicte, atunci când este denaturat, astfel, comunicarea reprezintă soluția pentru relații interpersonale pozitive, care, la rândul lor, determină dezvoltarea psihosocială atât a indivizilor, cât și a societății.

### **5. Elaborați un microeseu la tema: Rolul școlii de la Palo Alto în dezvoltarea comunicării.**

### **6. Analizați barierele în comunicare:**



### **Anexe**

#### **Bariere în comunicare**

O primă tipologie a zgomotelor, plecând de la modelul canonic al comunicării, presupune o distincție în raport cu elementul procesului de comunicare asupra consolidării modalității speciale de relaționare cu mediul și, prin urmare, creează forme individuale de



semnificare, asupra căruia acționează: zgomotul mecanic – asupra canalului și zgomotul semantic – asupra mesajului:

1. Zgomotul mecanic – adică zgomotul de pe canal; de exemplu, microfonia la radio, „puricii” la televizor, distorsiuni ale anunțurilor din gări, bâlbâieli sau alte probleme de discurs.

2. Zgomotul semantic – adică interferența cu mesajul cauzată de disonanța semnificației; ea este provocată de obicei de diferențele sociale și culturale dintre cel care codifică mesajul și cel care îl decodează. Jargonul poate fi considerat un zgomot semantic (un enunț în jargon poate să însemne „nu că-s deștept?” sau „nu că subiectele mele sunt grele?” sau „nu-i așa că sunt diferit de tine?”, împiedicând decodificarea corectă a mesajului, așa cum a fost intenționată.

Mai târziu, „zgomotul” din modelul canonic a fost înlocuit de barierele de comunicare, expresie care desemnează orice perturbație care poate interveni în procesul de comunicare. Natura perturbațiilor și momentul apariției acestora pot diferi, motiv pentru care barierele de comunicare îmbracă diverse forme. Există numeroase clase de bariere, analizate în special în raport cu eficiența comunicării, în comunicarea organizațională.

### **Tipuri de bariere de comunicare**

Există diferite tipuri de bariere de comunicare. În funcție de caracteristicile lor deosebim:

**Bariere semantice.** Barierele semantice sunt legate de sensul cuvintelor. În acest fel, aceste tipuri de bariere explică faptul că nu înțelegem un cuvânt, o frază sau un discurs. Adică ne îngreunează să înțelegem un mesaj sau să-i dăm un sens. Astfel, ar acționa atunci când, de exemplu, receptorul nu interpretează corect mesajul transmis de către expeditor.

Pe de altă parte, dacă, în calitate de destinatari folosim un cuvânt cu un sens care nu îi corespunde cu adevărat, producem o barieră semantică; acest caz specific se numește „schimbare de semnificație”.

## **Obstacole care pot duce la întreruperi sau care determină alterarea mesajului:**

1. *Limbajul vorbitorului*. Un vocabular neadecvat poate desființa comunicarea. Nu se poate comunica orice folosind doar câteva zeci de cuvinte din fondul principal al unei limbi. Referitor la vocabular, există cel puțin două pericole grave: vorbirea simplă, expresie a sărăciei de cuvinte care face imposibilă comunicarea elevată, transmiterea ideilor și a conceptelor, abuzul de neologisme; vorbirea savantă - pentru epatare și punerea în dificultate a ascultătorului.

De asemenea, adesea, cuvintele folosite în comunicarea interpersonală au mai multe sensuri. Ascultătorul este tentat să aleagă sensurile directe, cunoscute și care concordă cu sistemul lui personal de gândire. Cuvintele auzite în timpul comunicării și care au înțeles necunoscut sau neclar îl îndepărtează pe ascultător de conținutul mesajului. Ambiguitatea mesajelor se poate datora efectelor de polisemie, sinonimie și omonimie ale cuvintelor, confuzie între denotația și conotația unui cuvânt.

2. *Nesiguranța asupra conținutului mesajului* - prezentă mai ales în cazul comunicării orale, dar și comunicarea scrisă poate suferi limitări din cauza nesiguranței, mai ales ca în asemenea situații lipsește feed-back-ul.

3. *Supraevaluarea vorbitului*. Expeditorul poate supraevalua vorbitul și subevalua ascultarea. Persoanele cu o bună comunicare știu să-și proporționeze raportul vorbire-ascultare.

4. *Egocentrismul*. Dacă ne pasă mai mult de noi înșine, nu vom putea asculta pe cei din jur. Trebuie să acceptăm că și alții au dreptate, că nu deținem monopolul asupra adevărului, că nu suntem primii și nici singurii care gândesc sau pot vorbi.

5. *Ideile preconcepute*. Fiecare dintre noi este prizonierul unor idei preconcepute, chiar dacă credem că avem convingeri obiective, dobândite în urma unor experiențe înțelese, ori în urma unor lecturi de bună calitate. Or, în acest caz, de unde oare să avem tocmai noi idei preconcepute? Alții - da, fiindcă ei chiar demonstrează acest

lucru ori de cate ori nu sunt de acord cu noi! Dacă lucrurile spuse vin în dezacord cu ceea ce așteptam este dificil să ascultăm. Dar dacă suntem cu adevărat interesați de comunicare, înțelegem cu ușurință că este mult mai important să discutăm cu cineva care ne contrazice, care ne atrage atenția asupra superficialității unei idei, asupra incoerențelor în argumentare. O discuție cu cineva care dă din cap afirmativ și spune doar "da , da" nu va fi de nici un folos, oricâtă satisfacție am simți la moment.

6. *Tendința spre polemică.* Există anumite persoane cărora li se pare de bună calitate comportarea certăreață, polemică, indiferent de prețul care urmează a fi plătit. Ei cred ca așa își demonstrează personalitatea, curajul. În aceste condiții, ascultătorul, dându-și seama ca nu e de acord cu ceea ce aude, nu mai ascultă în continuare mesajul, ci începe pregătirea răspunsului adoptând o atitudine defensivă sau agresivă, care alterează ideea de comunicare.

7. *Tendința de a-i încadra pe oameni în categorii stereotipe:* buni, rai, deștepți, incompetenți, fără a se avea în vedere ca într-un om găsim din toate acestea, modul de manifestare fiind însă diferit.

8. *Lipsa de interes din partea destinatarului.* Este una dintre cele mai importante bariere în procesul ascultării, deoarece blochează vorbitorul în cursul discuției. Trebuie să direcționăm mesajul în așa fel, încât acestea să corespundă intereselor și nevoilor destinatarului. Este necesar să ne întrebăm pentru ce nu este cineva dispus să ne asculte? Răspunsul poate fi: interlocutorul preferă să vorbească; ascultătorul se convinge ca nu i se comunică nimic nou; mesajul este negativ și destinatarul comunicării consideră părerile ca un act al persoanei etc.

9. *Concluziile grăbite.* Enunțarea răspunsului înaintea terminării întrebării îl poate bloca pe emițător, iar comunicarea eșuează. În plus, gestul poate fi interpretat drept superficialitate sau dezinteres ori suficiență. Anticipând ceea ce vorbitorul vrea sa spună, terminând propozițiile în locul lui nu înseamnă decât că îți este suficientă propria-ți prezență.

10. *Lipsa de cunoaștere* sau volumul redus de cunoștințe despre un anumit domeniu fac dificilă comunicarea. Într-o lume a

specializărilor trebuie să acceptăm că nu putem ști totul. A face afirmații despre lucruri care nu sunt de competența ta e o dovadă de diletanțism. Mult mai eficient ar fi să-l informăm pe interlocutor că nu cunoaștem subiectul, acesta fiind obligat să-și adapteze mesajul.

**Barierile psihologice** - au legătură cu situația psihologică specifică a expeditorului sau a receptorului mesajului. Pe de altă parte, ele au de-a face și cu simpatia sau respingerea pe care o avem față de expeditor sau receptor, care poate influența modul în care primim sau interpretăm mesajul.

Prejudecățile joacă, de asemenea, un rol causal în aceste tipuri de bariere de comunicare, deoarece influențează modul în care îi vedem pe ceilalți și modul în care mesajul lor ajunge la noi.

**Barierile fiziologice** la fel ca toate barierele de comunicare fac dificilă sau imposibilă transmiterea mesajului cu claritate și precizie, dar în acest caz se datorează anumitor modificări fiziologice din partea expeditorului sau ale receptorului. Dacă unul dintre ei (sau chiar ambii) se află într-o stare modificată, la un nivel fiziologic (de exemplu, beat, supărat, confuz, somnoros ...), acest lucru va modifica emisia și / sau recepția mesajului care va fi denaturant.

**Barierile fizice** - sunt cele mai evidente. Este vorba despre toate acele circumstanțe din context sau mediu care împiedică o comunicare fluidă și clară. Vorbim, de exemplu, despre zgomot, lipsă de lumină, distanță excesivă între interlocutori, probleme în mijloacele utilizate pentru a comunica (televizor, telefon, mobil ...) etc.

**Barierile administrative** - cele care au legătură cu canalele prin care mesajul este transmis într-un proces de comunicare, precum și cu structuri organizatorice sau planificare într-un act comunicativ. Pentru a ne oferi o idee mai clară, ar fi, de exemplu: supraîncărcarea informațiilor, pierderea informațiilor, lipsa de planificare, distorsiuni semantice, comunicare impersonală.

**Cum să detectăm barierele de comunicare?** Nu este întotdeauna ușor de detectat când comunicarea este perturbată sau distorsionată. Adică, atunci când mesajul nu este transmis, înțeles sau primit în mod corespunzător. Uneori, interferențele care apar într-un

proces de comunicare sunt subtile, iar altele mai evidente. Câteva elemente pe care le putem lua în considerare când detectăm aceste bariere sunt: frecvența tăcerilor în actul comunicativ, apariția sau nu (și frecvența lor) a propozițiilor neterminale, tonul vocii, limbajul non-verbal, modul de exprimare.

**Cum să depășim aceste bariere?** Există diferite moduri de a depăși sau de a combate barierele de comunicare și fiecare persoană va folosi tehnica care i se potrivește cel mai bine sau care se potrivește cel mai bine nevoilor lor, în funcție de context. Ideile pe care le veți vedea mai jos pot fi aplicate indiferent dacă suntem expeditori sau destinatari ai mesajului (fiecare tehnică va fi pusă în practică la momentul potrivit), acestea fiind:

- Clarificați întotdeauna mesajele care nu sunt înțelese înainte de a merge mai departe în interacțiune.
- În cazul în care nu înțelegeți un mesaj, întrebați direct.
- Utilizați expresii care încurajează o comunicare clară și fluentă (adică, fiți clar și direct).
- Empatizează cu interlocutorul.
- Practicați ascultarea activă (ascultați cu atenție, priviți în ochi, întrebați ...).
- Folosiți un limbaj în funcție de vârsta interlocutorului (de exemplu, copii vs. adulți).
- Fii congruent cu ceea ce spunem și cu modul în care îl spunem (limbaj verbal și non-verbal).
- Nu lăsați prejudecățile să ne afecteze.
- Aveți grijă de mediu (iluminat, zgomot ...) pentru a facilita comunicarea.
- Verificați dacă ne urmăresc atunci când vorbim.
- Exerți controlul - pe cât posibil - al emoțiilor, împiedicându-le să denatureze mesajul.

**7. Propuneți exemple de aplicare a axiomelor comunicării în practică.**

## **Bibliografie:**

1. Borțun, Dumitru. Bazele epistemice ale comunicării, Tritonic, 2013. ISBN: 978-606-8571-07-2.

2. Cojocaru-Boroșan, M., Ohrimenco (Boțan) A. Psihologia comunicării. Suport de curs. Chișinău, 2019. – 179 p. ISBN 978-9975-134-69-9.

3. Stroe, Constantin. Filosofia comunicării, Buc.: Editura universitară 2015. ISBN: 978-606-28-0230-1.

4. Crăciun, C. Programarea neurolingvistică în comunicarea funcționarilor publici. În: *Administrarea Publică*. 2009, nr. 2(62), pp. 26-34. ISSN 1813-8489.

5. Stănciugelu, I., Tudor, R., Tran, A., Tran, V. Teoria comunicării. Tritonic, 2014. ISBN: 978-606-749-002-2.

6. Jajobsons, R. *Functions of Language*  
<https://www.academia.edu/4971545/>  
Roman\_Jakobsons\_Functions\_of\_Language

7. Lesenciuc, A. Teorii ale comunicării. Brașov: Editura Academiei Forțelor Aeriene „Henri Coandă”, 2017. - 305 p. ISBN 978-606-8356-46-4.

8. Lopatiuc, A. Emoțiile în comunicare. Abordarea psiholingvistică a emoțiilor. In: *Integrare prin cercetare și inovare. Științe umanistice*. 10-11 noiembrie 2014, Chișinău, Republica Moldova: Universitatea de Stat din Moldova, 2014, pp. 84-86.

9. Lungu, V. Rolul comunicării interculturale într-o societate europeană. In: *Învățământ superior: tradiții, valori, perspective*, Ed. 1, 27-28 septembrie 2019, Chișinău, Republica Moldova: Universitatea de Stat din Tiraspol, 2019, Vol. 1, pp. 50-55. ISBN 978-9975-76-285-4.

10. Lungu, V. Rolul comunicării în relaționarea interetnică. In: *The contemporary issues of the socio-humanistic sciences*, Ed. 9, 6-7 decembrie 2018, Chișinău, 2018: "Print-Caro" SRL, 2018, Ediția 9, pp. 140-149. ISBN 978-9975-3277-5-6..

11. Mohorea, E., Ciobanu, E., Capcelea, V. *Introducere în știința comunicării*. Material didactic: pentru instituțiile de

învățământ superior. Bălți: Indigou Color, 2018. - 192 p. ISBN 978-9975-3156-8-5.

12. Popescu, N. Niveluri, forme și funcții ale comunicării. In: *Anatol Ciobanu – omul cetății limba română. În memoriam: 85 de ani de la naștere În memoriam: 85 de ani de la naștere*. 17 mai 2019, Chișinău: CEP USM, 2019. - 2019, pp. 212-217. ISBN 978-9975-149-05-1.

13. Șeremet, L. Impactul emoțiilor asupra procesului de comunicare. În: *Economie Lucrări științifice*. Vol.37, 27 septembrie 2013, Chișinău. Republica Moldova: Centrul editorial UASM, 2013, pp. 329-333. ISBN 978-9975-64-252-1.

14. Философия: Энциклопедический словарь. М.: Гардарики / Под ред. А.А. Ивина 2004. ISBN 5-8297-0050-6.

15. Философский энциклопедический словарь. М.: Советская энциклопедия. Гл. редакция: Л.Ф. Ильичёв, П.Н. Федосеев, С.М. Ковалёв, В.Г. Панов, 1983.

## **Tema 2. ABORDAREA SISTEMICĂ A COMUNICĂRII**

**Autor: Natalia CĂRBUNE, asist. univ.**

### **Unități de conținut pentru curs:**

- Tipuri de comunicare
- Comunicare orală
- Comunicare scrisă
- Comunicare nonverbală

### **Unități de conținut pentru seminar:**

- Vocabularul transformațional. Ascultarea activă. Artă de a pune întrebări
  - Comunicarea scrisă.
  - Tipuri de texte oficiale (cerere, CV, scrisoare de intenție, recomandare, referință, dare de seamă, raport, proces-verbal etc.)
  - Elementele comunicării nonverbale

### **Obiective**

***În rezultatul însușirii temei studentul trebuie să cunoască:***

- să descrie tipurile de comunicare;
- să selecteze stilul de vorbire în dependență de situația propusă;
- să descrie caracteristicile comunicării verbale, nonverbale și paraverbale;

***să fie capabil:***

- să stabilească trăsăturile caracteristice ale textului oficial;
- să estimeze rolul mijloacelor non-verbale în comunicarea umană;
- să stabilească importanța deținerii competenței de comunicare scrisă;
- să redacteze textul propus după stilul oficial;



- să argumenteze importanța comunicării asertive în comunicare;
- să estimeze rolul comunicării orale în a fi eficient.

**Cuvinte-cheie:** *comunicare, ascultarea activă, comunicare scrisă/orală/ nonverbală, texte oficiale (cerere, CV, scrisoare de intenție, recomandare, referință, dare de seamă, raport, proces-verbal etc.).*

### **Tipuri de comunicare**

Majoritatea dintre noi se gândește la comunicare ca pur și simplu la transmiterea verbală a informațiilor de la o persoană la alta, însă realitatea e mai complexă și se definește ca mai mult decât atât. Comunicarea include un șir de modalități și canale prin care se face posibilă transmisia de idei și emoții. Tipurile de comunicare esențiale sunt: scrisă, verbală și paraverbală. Pentru fiecare din aceste categorii se disting alte subcategorii care sunt definite ca și comunicarea gesturilor, vizuală, tactilă, individuală (cu propriul eu) etc.

Datorită progresului tehnico-științific, tipurile de comunicare s-au diversificat. Au apărut noi căi de a concepe un dialog, prin diferite metode precum mesajele text, sms, mesaje vocale sau mesaje foto-video. Acum, fiecare om civilizată percepe apelurile ca o sursă zilnică de schimb de informații și emoții. Apelurile au făcut comunicarea verbală mai ușoară, contribuind astfel la adaptarea în situațiile când contactul fizic nu este posibil din diverse motive. Ele sunt posibile datorită sursei de internet sau prin conectarea unei SIM la operatorii telefonici.

Comunicarea variază de la non-verbal, cum ar fi o privire, o răsufare adâncă și sprâncenele ridicate, până la verbal, cum ar fi o schimbare a tonului și a ritmului vocii sau chiar la perceperea comunicării prin desene, gesturi sau mesaje codate.

Din punct de vedere al transmiterii mesajului, comunicarea poate fi:

- **directă** - când partenerii de comunicare se află față în față, într-un context situațional comun;

• **mediată** - pentru a comunica, partenerii folosesc diverse alte mijloace de transmitere a mesajului (scrisoarea, telefonul, faxul, rețelele electronice).

Din punct de vedere al relației dintre emițător și receptor, se poate vorbi despre:

• **comunicare bilaterală** - când într-o anumită situație de comunicare receptorul poate deveni la rândul său emițător (dialog cotidian, emisiuni interactive la radio sau la televiziune);

• **comunicare unilaterală** - în cazul în care receptorul nu poate deveni, la rândul său, emițător, mesajul transmițându-se într-un singur sens (de exemplu, dinspre ecran sau dinspre scenă spre spectator sau cu sine însuși).

*Comunicarea verbală* - se bazează pe cuvântul vorbit sau cuvântul scris. Folosește o limbă și un limbaj comun.

*Comunicarea nonverbală* - denumită și limbajul trupului sau comunicare analogică. Are o pondere mult mai mare în ceea ce privește conținutul unui mesaj decât comunicarea verbală. O formă deosebită de comunicare nonverbală este reprezentată de utilizarea spațiului.

*Comunicarea interpersonală* - se realizează între două sau mai multe entități, este influențată de o serie întreagă de factori și produce mai multe efecte dintre care unul foarte important, și anume, efectul Steinzor.

El constată că, independent de orice criteriu legat de indivizi sau de teme de discuție, interacțiunile se structurează într-un mod specific: *numărul maxim de emisii ale fiecărui membru sunt orientate spre vecinii din față și descrește pe măsură ce ne îndepărtăm de poziția „față în față”*. Cu cât numărul de scaune care despart două persoane este mai mare, cu atât interacțiunile lor vor fi mai frecvente.

*Comunicare intrapersonală* - reprezintă dialogul individului cu sine însuși. Are un rol important în realizarea echilibrului intrapsihic al ființei umane.

*Comunicarea Așa-Zis de Masă* - o formă a comunicării mediatizate care se adresează maselor. Folosește specialiști ai

comunicării, iar comunicatorii se confruntă cu o serie întreagă de probleme.

*Comunicarea esopică* - se realizează prin intermediul analogiilor, fabulelor, aluziilor.

*Comunicarea politică și electorală* - strategii ale comunicării politice: proiectarea, aducerea la cunoștința opiniei publice, verbal și nonverbal. Reguli de bază ale comunicării politice: păstrarea coerenței, adaptarea la prezent, crearea și menținerea unei identități proprii, coordonarea.

*Comunicarea de întreprindere* - comunicarea din interiorul sistemului - intrasistemică. Comunicare cu exteriorul - intersistemică.

*Comunicarea publică* - comunicare prin intermediul instituțiilor statului, ministere, regii autonome etc.: comunicare locală, primăriei, consilii etc. Are ca scop principal crearea unei identități proprii a oamenilor care trăiesc într-o anumită regiune.

*Comunicarea publicitară* - se referă la crearea de imagine pentru orice sistem și promovează imaginea sistemului.

*Comunicare educativă* - are ca principal scop promovarea științei în rândul maselor.

*Comunicarea organizațiilor societății civile* - funcționează ca un sistem de alarmă în următoarele cazuri: calamități naturale, războaie, secetă etc.

*Comunicarea paradoxală* - se folosește în situații de război. Constă în principal din dezinformarea și manipularea adversarului. Folosește cenzura.

*Comunicarea internațională* - prezintă două înțelesuri majore: transfer și contratransfer informațional dintre reprezentanții puterilor lumii și opinia publică; dialogul sau negocierea diplomatică.

Toate aceste tipuri de comunicare au fost divizate după scopul lor și mediul unde sunt aplicate, însă există trei tipuri de bază, și anume - comunicarea orală, scrisă și nonverbală.

### **Comunicarea orală**

Comunicarea orală, cunoscută și sub denumirea de comunicare verbală, implică folosirea cuvintelor pentru a vorbi ca mijloc

principal de comunicare. Se caracterizează prin utilizarea de cuvinte, sunete și expresii cu voce tare pentru a transmite un mesaj. Este una dintre principalele forme de comunicare. Dar, spre deosebire de ceea ce cred mulți dintre noi, experții consideră că doar aproximativ 15% din comunicarea noastră aparține acestei categorii. Cu toate acestea, este una dintre cele mai bune modalități de a transmite informații concrete, deoarece este cea mai exactă pe care o putem folosi, combinând în ea și comunicarea non-verbală, adică cea vizuală.

În esență, comunicarea verbală optimizează procesele de utilizare a discului în majoritatea cazurilor, deoarece oamenii pot participa direct și continuu la fluxul de comunicare. Astfel, participanții își pot comunica reciproc feedback-ul și pot face schimb de informații la fața locului. Mai mult ca atât, deoarece comunicarea verbală lasă adesea loc pentru discuții mici despre chestiuni banale între participanți, ea deschide posibilitatea schimburilor sociale și dezvoltării relațiilor interpersonale.

Când vorbim, comunicăm mult mai mult decât conținutul cuvintelor noastre. De asemenea, folosim tonul și subtonul, precum și nivelul de formalitate pe care îl folosim pentru a transmite un subtext important persoanei cu care vorbim. Alegând cu atenție modul în care folosim fiecare dintre aceste aspecte, putem fi siguri că mesajul nostru este primit exact așa cum este prevăzut. De la salutarea colegilor până la conducerea unei întâlniri de prezentare a clienților pentru a prezenta în fața întregii companii, factorii de comunicare verbală în viața noastră profesională sunt utilizați într-un mod masiv.

**Vocea** - când vorbim, emoțiile noastre pot intra adesea în joc. Dacă suntem furioși, supărați sau frustrați, vocea noastră s-ar putea ridica, transmițând ascultătorului că trăim o emoție puternică. Acest lucru nu este neapărat un lucru rău, dar posibilitatea de a gestiona vă permite să vă asigurați că comunicați eficient.

**Tonul** - cu toții întâlnim situații care sunt frustrante sau supărătoare. Tonul transmite ascultătorului o mulțime de informații despre modul în care vorbitorul le vede. Pentru a construi relații

interpersonale pozitive într-un mediu de birou, cu toții ar trebui să ne străduim să vorbim pe un ton profesionist și respectuos.

**Conținutul** - desigur, conținutul este cea mai importantă parte a comunicării verbale. Ceea ce spunem și cuvintele pe care le alegem să le folosim sunt cruciale. În timp ce majoritatea comunicărilor de la birou tind să fie mai formale decât, de exemplu, întâlnirea cu un prieten la o cafea, ar trebui să ne asigurăm că lăsăm spațiu pentru discuții personale și construirea relațiilor.

Dacă dorim să ne controlăm existența în mod conștient, ar trebui să ne evaluăm și să ne îmbunătățim vocabularul permanent, pentru a ne asigura că el ne îndreaptă în direcția dorită și nu înspre cea pe care ne dorim să o evităm. Limbajul este plin de cuvinte care, pe lângă înțelesul lor propriu-zis, transmit și o intensitate emoțională mare. Utilizarea unor cuvinte cu încărcătură emoțională poate transforma propria noastră stare sau a celor din jurul nostru. Putem înlocui toate cuvintele negative de genul „nu suport”, „urăsc”, „groaznic” cu variante mai puțin intense, cum ar fi „prefer altceva”, „e greu, dar reușesc să mă descurc”, „e neplăcut, dar fac față”. Schimbând cuvintele din frazele respective, am schimbat intensitatea stării emoționale negative și dintr-o dată situația nu mai pare atât de dificilă. Acest lucru necesită exercițiu, perseverență, dar efortul depus merită.

### **Vocabularul transformațional**

O modalitate de a folosi cuvintele pentru a-ți modela experiențele într-un mod pozitiv este să folosești *Vocabularul transformațional*. Aceasta este teoria lui Tony Robbins (un antrenor motivațional, instructor financiar personal și autor de cărți pentru dezvoltare personală) conform căreia cuvintele pe care le folosești determină starea ta emoțională și comportamentul. Aceasta presupune înlocuirea strategică a anumitor cuvinte pe care le folosești pentru a vă schimba reacția emoțională la situații și evenimente.

Există două moduri de a folosi vocabularul transformațional:

1. *Folosește cuvinte care atenuează emoțiile negative și le intensifică pe cele pozitive.* Înlocuiți adjectivele negative cu altele

mai blânde sau mai pozitive (cum ar fi „supărat” în loc de „enervat”). Utilizați „puțin” „un pic” „extrem de...” „incredibil de...”.

2. *Când ești supărat, folosește cuvinte care îți perturbă tiparul emoțional pentru a te împiedica să te simți supărat.* De exemplu, înlocuim cuvântul „gelos” cu „iubitor”, care este un cuvânt destul de amuzant încât s-ar putea să ne smulgă din gelozie și să ne distragă gândurile către motivele pentru care iubești persoana care te face gelos.

3. *Extindeți-vă vocabularul pentru a vă îmbogăți viața emoțională.* Pe lângă folosirea vocabularului dvs. obișnuit cu cuvinte împuternicitoare, urmăriți să vă extindeți vocabularul. Întrucât cuvintele pe care le folosiți vă modelează experiențele, având doar un vocabular limitat pentru a vă descrie sentimentele, bogăția emoțiilor și a vieții tale, limitându-ți capacitatea de a simți și de a exprima emoții. De fapt, un exemplu bun ar fi un studiu care a remarcat că deținuții din închisori își exprimau adesea durerea prin violență fizică, deoarece nu aveau vocabularul pentru a-și descrie emoțiile.

### **Ascultarea activă**

Ascultarea activă este una dintre acțiunile care susțin și întrețin orice conversație, aducând beneficii oricărui proces ce îi urmează în relațiile interumane. Suntem cu toții în căutarea persoanelor care sunt dispuse să ne asculte, fie pentru a ne spune problemele personale, fie pentru a ne rezolva situațiile profesionale. În consecință, atunci când nu suntem ascultați sau nu ascultăm, se ridică anumite bariere care împiedică buna funcționare a lucrurilor. Ascultarea activă are rolul de a sublinia atenția și de a evita neînțelegerile, dar și îi dă o siguranță, încredere persoanei care ne comunică mesajul. În cazul liderilor, majoritatea nu fac un efort vizibil spre a-și dezvolta ascultarea activă. În medie, managerii ascultă doar 35-40 % din timp și rețin doar jumătate din informația primită de la interlocutor. Lipsa de atenție se poate transforma în răbdare, cu puțin efort, însă nivelul de calitate a conversației scade, acest factor al liderilor este datorat faptului că ei mereu sunt ocupați, îngrijorați și plini de strategii.

La baza ascultării pasive stă un principiu simplu, dar foarte eficient, principiu ce ar trebui să se regăsească în setul de trăsături

specifice ale fiecărui manager: RASA (Receive - Primește. Appreciate - Apreciază. Summarize - Rezumă. Ask - Întrebă).

1. Receive (Primește): Fii atent la persoana care comunică către tine.

2. Appreciate (Apreciază): Folosește cuvinte precum „da?”, „chiar așa?” etc.

3. Summarize (Rezumă): Folosește cuvinte precum „deci” sau „așadar”.

4. Ask (Întrebă): Pune întrebări după ce interlocutorul se oprește din vorbit.

### **Ascultarea pasivă**

Ascultarea pasivă este ascultarea în care o persoană, deși îi ascultă pe ceilalți, dar nu cu atenție deplină, se distrage adesea de la discuțiile în curs. El stă liniștit fără să răspundă la ceea ce spune vorbitorul. Un exemplu obișnuit de ascultare pasivă este să ascuți muzică sau radio atunci când faci ceva. În acest scenariu, deși muzica rulează, ascultătorul acordă o atenție totală altor lucrări. Ascultătorul se deconectează de ceilalți sau manifestă un interes minim. Făcând acest lucru, el creează impedimente pentru el însuși, deoarece într-un moment de nevoie uită de cele spuse anterior.

Ascultătorul pasiv:

- ascultă stilul, cuvintele și gramatica;
- ascultă numai faptele;
- pretinde că ascultă și își pierde ușor atenția;
- face și alt ceva în timp ce ascultă;
- trage concluzii în timp ce ascultă;
- dă semne de nerăbdare;
- nu verifică înțelegerea din timp în timp;
- nu arată un interes real față de interlocutor.

Mai simplu spus, în ascultarea pasivă, ascultătorul ascultă doar cuvintele, dar nu și mesajul. Acest lucru duce adesea la o neînțelegere între vorbitor și ascultător, deoarece vorbitorul ar crede că ascultătorul a înțeles mesajul cu acuratețe. De exemplu: ascultarea pasivă este observată în cadrul seminarului la care participă elevii.

## **Arta de a pune întrebări**

Procedura de punere a întrebărilor dă posibilitatea interpretării semnalelor primite de la interlocutor, a identificării motivației și cerințelor lui, a culegerii informației, a influențării cursului unei conversații sau pur și simplu vă permite să câștigați timp. A asculta activ și atent este foarte important când puneți întrebări. Și totuși, ceea ce întrebăm și modul în care o facem – lucruri pe care eu le definesc ca abordare respectuoasă – reprezintă până la urmă baza construirii relațiilor de încredere, care facilitează o mai bună comunicare și, prin urmare, asigură un climat de colaborare acolo unde este necesar pentru a ne face treaba.

Câteva exemple de întrebări care se pot adresa interlocutorului pentru a-i testa reacția:

- Ce părere aveți despre ce s-a spus mai devreme?
- Sunteți de acord?
- Regăsim multe tipuri de Pare a fi o idee bună, ce ziceți?

Astfel, se poate afla ce gândește persoana cu care s-a discutat și ce părere are referitor la cele comunicate anterior.

Distingem următoarele tipuri de întrebări:

**Întrebarea deschisă** - încurajează oamenii să vorbească și să dezvolte subiectul, transmițând informații actuale, opinii, exprimând sentimente etc.

**Întrebarea închisă** - încurajează răspunsurile scurte (informații specifice, da/nu).

**Întrebarea de sondare** - solicită detalii suplimentare despre un aspect specific.

**Întrebarea de dirijare** - îndrumă pe ceilalți să adopte un anumit curs de gândire sau acțiune.

**Întrebarea ipotetică** - se bazează pe schițarea unui „scenariu”, permițând testarea modului cum reacționează cineva într-o situație specifică. Negociatorul: „Care ar fi prețul dacă cumpărăm o cantitate dublă?”.

**Întrebarea ecou** - repetarea în formă interogativă un cuvânt sau expresii menționate de interlocutor cu scopul de a încuraja



interlocutorul să continue. X: „Cu noul soft de calculator, viața mea a devenit parcă mai grea” (afirmație); Y: „Mai grea?”.

Răspunsul la o întrebare prin altă întrebare permite menținerea controlului asupra dialogului; determinarea interlocutorului să gândească singur la rezolvarea problemelor. Un membru al echipei: „Cum să prezint rezultatele proiectului la prezentarea de mâine?”; Managerul echipei: „Tu cum te-ai gândit să procedezi?”.

Ca principii generale se recomandă în cursul dialogului combinarea întrebărilor deschise (prin care se obțin informații variate) cu cele închise (se aprofundează anumite aspecte sau se evită devierea de la subiect). În condiții de stres (ex.: interviu de angajare), trecerea treptată de la întrebări închise la deschise pe măsură ce interlocutorul câștigă încredere.

Câteva recomandări referitor la modul de adresare a întrebărilor pentru interlocutori:

- se adresează o singură întrebare și se evită a cere prea mult de la interlocutor;
- se formulează întrebări simple și scurte;
- se încurajează răspunsurile lungi pentru întrebările deschise;
- se alege cu precauție întrebarea care va fi pusă, dar și felul în care se face, tonul folosit;
- se asigură dacă interlocutorul a înțeles perfect întrebarea care i s-a adresat;
- pe parcursul discuției se păstrează un ton liniștit, se stăpânesc emoțiile și se concentrează asupra problemei care a fost pusă în discuție.

Nu există reguli exacte referitor la modalitatea cea mai corectă de a pune întrebări, în ce moment, pe ce ton, sau cui? Fiecare personal va ajunge la ideea aceasta, în dependență de tipurile de personalitate ale interlocutorilor, de reacțiile cele mai frecvente ale acestora etc.

### **Comunicarea scrisă**

Comunicarea scrisă reprezintă transmiterea de mesaje, gânduri, emoții, sentimente, idei ș.a. prin utilizarea simbolurilor literare și non-literale. Acest tip de comunicare a progresat în ultimele decenii

odată cu dezvoltarea tehnică, însă rădăcinile comunicării scrise vin din miile de ani în urmă.

Istoria scrisului începe din cele mai vechi mijloace de comunicare vizuală care s-au păstrat până în prezent și au fost cercetate de oamenii științei mondiale. Reprezentările picturale din paleolitic care, cu trecerea timpului, au evoluat în „protoscieri”, aveau funcția exprimării trăirii sau a imaginației, tocmai de aceea se vorbește de o „artă preistorică”. Cu toate acestea, reprezentările picturale constituie baza documentară pe care se construiește, istoria primului mijloc de comunicare: vorbirea care ulterior a progresat în reprezentări scrise. Principala ocupație a omului în acea perioadă era vânătoarea, prin urmare, reprezentările acestuia erau de obicei animale. Pentru a picta se foloseau, în afara degetelor, peneluri primitive din fibre vegetale sau cărbuni de lemn. Se mai foloseau unele materiale moi care puteau absorbi culoarea, ca de exemplu păr de animale sau mușchi vegetal. Ca substanțe colorante se utiliza ocrul cu toate nuanțele sale, de la galben la brun-auriu și cărbunele de lemn; verdele și albastrul nefiind cunoscute.

Primele sisteme de scriere apărute la începutul epocii bronzului nu au reprezentat o invenție bruscă. Mai degrabă ele s-au dezvoltat pe baza unor tradiții mai vechi ce constau din diferite sisteme de simboluri care nu pot fi clasificate ca scrieri proprii deși au multe caracteristici asemănătoare cu scrierea. Aceste sisteme folosesc simboluri ideografice și/sau primele simboluri mnemonice pentru a transmite informații au fost lipsite de conținut lingvistic direct. Aceste sisteme au apărut în mileniul al VII-lea î.Hr.

Cum s-au dezvoltat diferitele civilizații conform diferitelor religii și principii de viață, așa s-au dezvoltat numeroase metode de exprimare scrisă.

Grafia semnelor s-a modificat continuu, în același timp cu evoluția sensului. A apărut scrierea cuneiformă, hieratică după care dezvoltarea a ajuns până la alfabet.

Astfel, au apărut și primele documente scrise, acestea fiind silite de apariția legilor, istoricilor și oamenilor artei. Scrierea din

acest moment a fost de neoprit și astfel a progresat până la transmisia codată a mesajelor sau până la dialogul pe dispozitiv electronic.

Comunicarea scrisă are diferite metode de exprimare, însă scopul rămâne comun. În timpul nostru, caracteristic este să utilizăm zilnic scrierea pentru un mesaj de salut sau întocmirea unor documente care ne-ar schimba viața. Pentru reușita noastră este nevoie să cunoaștem metoda corectă de întocmire a unor acte de valoare pentru a ne putea atinge anumite obiective precum angajarea în câmpul muncii.

Există foarte multe tipuri de texte oficiale, însă cele care sunt solicitate la schimbarea mediului de muncă sau la atingerea unor scopuri la locul precedent sunt: CV, darea de seamă, raportul, procesul-verbal ș.a.

### **Structura actelor oficiale**

În corespondența oficială există o serie de elemente obligatorii, dar și elemente ocazionale. Elementele obligatorii sunt următoarele:

- **Antetul.** Acesta cuprinde denumirea și adresa unității emitente. Atunci când instituția este subordonată unei autorități publice centrale se menționează și denumirea acesteia. În antet se pot menționa numărul postului telefonic, al faxului, E-mailul, codul poștal etc. Antetul poate fi *scris central* (în partea de sus a paginii, pe mijloc) în cazul utilizării formatului A.4, sau *lateral* (pe latura din stânga a paginii) când se utilizează formatul A.5. Denumirea instituției se scrie cu majuscule, iar celelalte mențiuni cu litere minuscule.

- **Numărul și data înregistrării.** Aceste elemente sunt necesare pentru a proba identitatea scrisorii, momentul de la care se nasc drepturi și obligații precum și pentru clasarea numerică. De regulă, numărul și data înregistrării se scriu în colțul din dreapta sus al paginii. Denumirea lunii este de preferat să fie scrisă cu litere.

- **Adresa destinatarului.** Aceasta cuprinde următoarele elemente: denumirea instituției cu indicarea direcției sau serviciului cărui ea este destinată; localitatea cu numărul de cod poștal; strada și

numărul; județul sau sectorul, după caz. Numele de persoane se scrie integral cu majuscule, iar titlurile se scriu prescurtat, pe același rând.

- **Textul scrisorii.** Scrisul trebuie să înceapă la un interval de patru rânduri față de antet. De regulă, textul se scrie la un interval de un rând și jumătate, sau la un rând, cu interval dublu între alineate, pe ambele fețe ale hârtiei. Dacă se face mențiunea „în atenția domnului”, aceasta se subliniază. Mențiunile de tipul „Secret” și „Strict secret” se scriu în dreapta sus, deasupra adresei destinatarului, cu majuscule și se subliniază.

- **Semnăturile.** Scrisorile oficiale conțin în principiu două semnături: a conducătorului instituției și a funcționarului care a redactat textul precedate de denumirea funcției acestuia (director, șef serviciu, consilier, inspector etc.). Inițialele celui care a redactat și a celui care a dactilografiat scrisoarea se scriu în colțul din stânga jos, despărțite printr-o linie oblică (ex. AP/CO).

- **Ștampila** se aplică pe semnătura conducătorului instituției. În cazul documentelor tipizate există un spațiu special marcat cu inițialele LS (locul pentru ștampilă).

- **Inscripții exterioare.** Pe plic se inscripționează denumirea persoanei și/sau a instituției căreia i se adresează scrisoarea, adresa completă, a destinatarului, pe verso adresa expeditorului, numărul scrisorii, mențiuni speciale (secret).

Personalizat, pentru fiecare, trebuie să conțină:

**CV-ul**, există 2 tipuri - clasic și Europass.

Prima parte a CV-ului trebuie să conțină numele, poziția actuală și datele de contact. Numele este titlul cel mai potrivit. Când vine vorba de datele de contact, **adresa de e-mail și numărul de telefon sunt esențiale.**

Următoarea parte este secția *Despre mine* care este paragraful în care prezinți în câteva cuvinte experiența ta, realizările tale notabile pe care le consideri că te califică pentru noul job și planurile tale în carieră.

Pentru a fi mai ușor poți să răspunzi aici la următoarele întrebări:

- Cine ești? (de ex.: pasionat de marketing).

- Ce poți să oferi companiei? (cu peste 7 ani experiență pot face ca...).
- Care sunt planurile tale în carieră?

Include în secția *Experiența profesională* joburile pe care le-ai avut până acum în ordine invers cronologică, de la cel mai recent job la jobul din trecut pe care îl consideri relevant pentru locul de muncă la care aplici.

În *Abilități* ideal este să menționezi 4-6 abilități care au legătură cu jobul pentru care aplici.

În *Alte informații*: interese, hobby-uri, proiecte.

Include aici hobby-urile și activitățile pe care le practici. Astfel de informații nu fac decât să susțină povestea ta și să arate că ești o persoană dedicată.

Ține minte că aceste detalii merită incluse doar dacă le consideri relevante pentru jobul la care aplici, iar la interviu poți să adaugi alte informații adiționale.

Sfaturi pentru un CV bun!

1. Structurează, oferă relevanță și personalizează CV-ul! Pune poza.

2. Ai grijă să fie corect scris din punct de vedere gramatical și ortografic!

3. Personalizează obiectivul profesional în funcție de jobul la care aplici!

4. Fii onest în informațiile pe care le transmiți!

5. Fii tu autorul CV-ului tău și arată la interviu că știi informațiile pe care le-ai scris.

6. Folosește o singură limbă în CV. De cele mai multe ori, recrutorii întâlnesc CV-uri în română care conțin multe cuvinte în engleză.

7. Gândește CV-ul în funcție de nivelul tău de seriozitate! Arată competențele tale care să reflecte acest nivel.

8. Trimite CV-ul de pe o adresă de e-mail serioasă. Poți alege acest model: prenume.nume@gmail.com

**Darea de seamă** - reprezintă un raport, referat asupra unei activități, unei gestiuni etc. într-o anumită perioadă; prezentare critică a unei scrieri literare sau științifice, recenzie; relatare (în ziare) a unor

fapte, întâmplări etc. Aceasta se realizează cu titlul *darea de seamă* și urmează relatarea în scurt detaliu a acțiunilor în concordanță cu perioada solicitată. Necesită dată și semnătură, precum și adresare.

### **Scrisoare de referință/ recomandare**

Către [se menționează societatea, departamentul/secția]

Subsemnata/ul...[numele și prenumele celui care redactează scrisoarea de recomandare]

lucrez împreună cu...[numele și prenumele persoanei pentru care se redactează scrisoarea]

în cadrul ... [societatea, departamentul/secția/biroul]

încă din ... [se menționează anul, luna sau de cât timp cunoaște persoana pentru care redactează scrisoarea].

În calitatea mea de ... [se menționează calificarea/poziția ierarhică și relația cu cea/cel pentru care redactează scrisoarea] am avut ocazia să-mi pot forma o părere obiectivă despre... [numele celei/celui pentru care redactează scrisoarea],

fapt ce consider că sunt în dreptate să redactez această scrisoare de recomandare. După care se oferă detalii despre capacitatea de muncă a persoanei pentru care se oferă această scrisoare.

Data emiterii scrisorii.

Numele și semnătura celui care a redactat scrisoarea.

**Procesul-verbal** este documentul cel mai des utilizat în majoritatea domeniilor de activitate.

În general, procesul-verbal este conceput ca un raport simplu și la obiect care consemnează anumite constatări, acte juridice, fapte, declarații sau situații. Mereu format în scris!

Într-un sens mai larg, procesul-verbal poate fi considerat ca un act prin care o autoritate publică autorizată primește o declarație, o plângere sau un denunț, notează o infracțiune sau înregistrează rezultatul operațiunilor efectuate în vederea colectării dovezilor.

Orice proces-verbal ar trebui să fie semnat cel puțin de persoana care l-a întocmit. În general, trebuie însă semnat și de persoana ale cărei cuvinte sau acțiuni sunt transcrise, precum și de persoana căreia îi este destinat raportul.

Se scrie titlul - PV, al ședinței X din 12.12.12, după care lista participanților, obiectivul ședinței, ce s-a discutat și ce s-a decis după care semnătura.

### **Comunicarea nonverbală**

Comunicarea nonverbală este procesul de transmitere și primire de mesaje, fără a folosi cuvinte spuse sau scrise. Similar cuvintelor italiice, limbajul nonverbal poate scoate în evidență anumite părți ale unei conversații, fără a fi nevoie de un semnal verbal. În realitate, comunicarea nonverbală reprezintă între 80 și 93% din cuprinsul conversației.

### **Elementele comunicării nonverbale**

1. *Expresiile faciale* sunt responsabile pentru un procent semnificativ al comunicării nonverbale. Gândește-te cât de multe informații sunt oferite printr-un zâmbet sau o încruntare. De foarte multe ori, vedem mai întâi chipul unei persoane, înainte de a-i auzi vocea.

2. *Gesturile*. Mișcările regulate sau apărute spontan pot fi semnale importante în comunicare. Indicarea cu degetul arătător, salutul prin mișcarea mâinii, ilustrarea semnului OK sau folosirea degetelor pentru a exprima un număr sunt cele mai comune. Dacă avem ticuri sau folosim telefonul în loc să fim prezenți în conversație vom transmite mesajul că nu avem suficient respect sau interes pentru conversația respectivă.

3. *Elementele paralingvistice*. Acestea se referă la elementele comunicării vocale separate de cuvinte. Pot include tonul vocii, timbrul, inflexiuni etc. Gândește-te ce efect oferă tonul vocii asupra modului în care este percepută o propoziție. Spusă pe un ton puternic, ascultătorul poate percepe aprobare și entuziasm. Aceleași cuvinte, rostite pe un ton ezitant, pot transmite dezaprobare și lipsă de interes.

4. *Limbajul corporal și postura*. Încrucișarea picioarelor sau a mâinilor, de exemplu, reprezintă indiciul unei posturi defensive. Este un element foarte important, deoarece un spate drept inspiră verticalitate, asumare și încredere.

5. *Proxemica*. Se referă la nevoia de spațiu personal, ceea ce reprezintă o formă importantă de comunicare nonverbală. Distanța de

care avem nevoie poate fi influențată de normele sociale, particularitățile culturale, factorii situaționali, personalitate și nivelul de familiaritate. În general, vom sta mai aproape de copii sau de partenerul de viață decât de un necunoscut. Spațiul necesar pentru o conversație cu o altă persoană variază între 46 cm și 122 cm.

6. *Contactul vizual.* Ochii joacă un rol vital în comunicarea nonverbală. Atunci când oamenii petrec timp alături de o persoană pe care o plac, crește rata de clipit, iar pupilele se dilată. Privirea unei persoane poate indica emoții dintre cele mai variate, de la interes la ostilitate. În mod normal, contactul vizual stabil reprezintă un semn că persoana spune adevărul și este de încredere. Persoanele care nu mențin contactul vizual sunt percepute drept mincinoase.

7. *Aspectul.* Culorile folosite, hainele, părul și alți factori similari reprezintă alte elemente de comunicare nonverbală, putând declanșa reacții psihologice, interpretări și judecăți. Reflectează la lucrurile pe care le gândești când vezi o persoană pentru prima oară: ce îți spune ținuta aleasă, modul în care este prins părul etc.

Limbajul nonverbal mai este utilizat prin emoticoane pe dispozitive electronice, mesajele cu poze, video de asemenea sunt considerate non-verbale. Emoticoanele aranjate pe pagini în general pot crea o poveste și adesea sunt incluse în mesaj pentru o completare a ideii.

Adesea acestea imită niște fețe galbene însă acum ele sunt în diverse forme și obiecte.

Emotigramele au devenit un simbol al culturii Internetului, constând în imagini de tip GIF animate sau create cu ajutorul caracterelor obișnuite de tipar care pot fi scrise cu o tastatură sau mașină de scris.

O altă formă a comunicării non-verbale este limba mimico-gestuală utilizată pentru persoanele surdo-mute.

Limba mimico-gestuală (sau limba semnelor) este un limbaj de exprimare prin semne manuale combinat cu gestică, mimică a feței, cuvinte rostite fără sunete și ținută a corpului, care realizează gesturi naturale de configurare - spațiu și percepția vizuală prin care persoana surdă poate stabili un canal de comunicare în mediul social,



indiferent dacă sunt persoane surde care știu limbajul sau cineva care cunoaște limbajul semnelor. În timp ce un canal de comunicare pentru vorbire este vocal-auditiv, limbajul semnelor se transmite pe un canal gestual-vizual.

Nu există o limbă a semnelor unică și universală care să fie înțeleasă de toată lumea. De fapt, în lume există peste 100 dialecte ale semnelor.

### **Comunicarea paraverbală**

Mesajul din spatele cuvintelor ține de comunicarea paraverbală.

În cazul acestui tip de comunicare informația este codificată și transmisă prin elemente prozodice și vocale ce însoțesc cuvântul și vorbirea în general și care au semnificații comunicative aparte.

#### ***Elementele acestei comunicări sunt:***

##### *Volumul vocii*

Prin volumul vocii dominăm sau ne lăsăm dominați. O persoană cu voce volubilă induce ideea de putere și vitalitate, pe când una cu voce slabă dă impresia de pasivitate și lipsa de încredere în forțele proprii. Pentru a fi ascultați trebuie să uzăm de puterea vocii fără a exagera, deoarece volumul foarte mare indică o devalorizare a interlocutorului.

##### *Tonul vocii*

Nuanțele de tonalitate reprezintă înălțimea de care uzăm pentru a pronunța cuvintele. Tonul înalt, strident arată nemulțumire, nervozitate și poate fi lesne interpretat ca o „invitație” la conflict. Utilizând un ton alintat, vei sugera nesiguranță, lipsa de experiență, iar interlocutorul te va percepe ca pe o persoană fără autoritate.

##### *Ritmul vocii*

Viteza în vorbire este dată de ritm care poate fi lent sau rapid, calm sau precipitat, însă ideal ar fi să păstrezi o linie de mijloc. Un ritm prea lent indică o persoană plictisită și fără vlagă – este imposibil să transmiți un mesaj important vorbind în acest mod, pe când un vorbitor cu ritm prea rapid va transmite starea de urgență.

### *Accentul*

Accentul are un rol important în vorbire, de multe ori decisiv – putem accentua silabe, cuvinte sau chiar fraze. Pentru a evidenția anumite idei dintr-un discurs, accentuează-le rostindu-le mai rar și apăsat în timp ce treci rapid peste ceea ce ți se pare ne semnificativ sau care te dezavantajează.

### *Pauzele în vorbire*

Pauzele în vorbire sunt de multe ori mai eficiente decât o mie de cuvinte. Ne putem exprima indignarea, uimirea sau tristețea, doar păstrând câteva secunde de tăcere. De multe ori ceea ce nu este rostit, dar se subînțelege, influențează în mai mare măsură auditoriul.

### *Dicția*

Arta de a pronunța corect (dicția) putem afirma că este elementul paraverbalului cel mai cunoscut, dar nu neapărat și pus în practică. Pronunțând cuvintele clar, vei fi perceput ca o persoană competentă și sigură pe sine.

## **Concluzie**

Comunicarea reprezintă baza relațiilor umane care a avansat din antichitate și s-a dezvoltat pe diferite principii, introducând noi căi de exprimare a emoțiilor care pot fi înțelese de toți oamenii. Comunicarea include un șir de modalități și canale prin care se face posibilă transmisia de idei, iar comunicarea eficientă cuprinde combinarea tipurilor comunicării și capacitatea de redactare a textelor oficiale.

### **Tematica și sarcinile seminarului:**

#### **Sarcini de învățare/evaluare:**

- Elaborați la alegere 2 exemple personale de acte oficiale (CV, scrisoare de recomandare, dare de seamă, proces-verbal).

- Alegeți tipul de comunicare care îl considerați cel mai important și argumentați prin exemple personale.

- Elaborați un eseu de 1-2 pag. cu tema „Comunicarea și aspectele ei”, „Scrierea și comunicarea oficială – consecințe și aspecte”.

### **Bibliografie:**

1. Tipuri de comunicare. Disponibil:  
<https://www.portalmanagement.ro/tipuri-de-comunicare/>
2. Comunicarea nonverbală: de ce e importantă și la ce să fii atent. Disponibil: <https://bundeangajat.olx.ro/comunicarea-nonverbalade-ce-e-importanta-si-la-ce-sa-fii-atent/>
3. Ascultarea activă ascunde soluții. Disponibil:  
<https://coaching.ro/articole-recomandate/ascultarea-activa-ascunde-solutii/>
4. Types of Communication Strategies. Disponibil:  
<https://www.studysmarter.co.uk/explanations/business-studies/organizational-communication/types-of-communication/>
5. Transformational Vocabulary: The Power of Words. Disponibil: <https://www.shortform.com/blog/transformational-vocabulary/>
6. Comunicare educațională.  
Disponibil: <https://www.creeza.com/didactica/comunicare-si-relatii-publice/Structura-de-grup-comunicarea-252.php>
7. Proces-verbal – ce este și când îl folosim? Disponibil:  
<https://mywiz.ro/proces-verbal-ce-este-si-cand-il-folosim/>

### **Tema 3. PARADIGMA FORMAL-TRANZACȚIONALĂ ȘI RELAȚIONAL-SISTEMICĂ A COMUNICĂRII**

**Autori: Vitalie MAFTEI, lect. univ.  
Andrei PERCIUN, dr., lect. univ.  
Alexandru LUPUȘOR, asist. univ.**

#### **Unități de conținut pentru curs:**

- Analiza sistemică a comunicării prin intermediul tranzacțiilor
- Dimensiunea relațională a comunicării
- Comunicarea în organizații

#### **Unități de conținut pentru seminar:**

- Comunicarea intrapersonală și interpersonală: stima de sine și inteligența emoțională
- Tehnici de formare și menținere a comunicării în grup
- Pregătirea și susținerea unei prezentări publice
- Critica și combaterea în procesul argumentației
- Organizarea unui seminar, conferințe

#### **Obiective:**

***În rezultatul însușirii temei studentul trebuie să cunoască:***

- să evidențieze aspecte ale ascultării active;
- să determine nivelul de comunicare în organizație prin exemplele propuse;

***să fie capabil:***

- să estimeze rolul dimensiunii relaționale a comunicării în organizație;
- să propună întrebări din perspectivă științifică, familială, publicistică;
- să analizeze tipuri de comunicări în organizații.

Trăim într-o societate formată din varii tipuri de organizații, grupuri, unde fiecare în parte își are specificul său, unicitatea sa. Comunicarea în cadrul unei organizații constituie modul de a exprima, determină nu numai activitățile, valorile, strategia, misiunea, ci și cultura organizațională la general. Procesul comunicării organizaționale în vederea realizării esenței sale este orientată spre mediul intern și extern în care joacă un rol constitutiv.

Organizația are nevoie de o condiție pentru existența sa, și anume, coordonarea activităților comune ale angajaților pentru a-și atinge obiectivele. Acest lucru necesită un sistem care să funcționeze bine pentru recepționarea, procesarea și transmiterea informațiilor. Pentru ca o organizație să existe eficient și ca rezultatul activității sale să răspundă așteptărilor propuse, este nevoie de un sistem de comunicare dezvoltat, care să asigure sincronismul și acuratețea în înțelegerea a ceea ce se transmite. Am putea spune că aproape tot ceea ce se întâmplă într-o organizație are legătură directă sau indirectă cu procesele de comunicare, deci, sunt un mijloc semnificativ de asigurare a integrității și funcționării sale.

De la bun început este necesar să atragem atenție la semnificația conceptului de organizație și comunicare organizațională. În sens larg, conceptul de „organizație” se aplică obiectelor biologice, sociale și tehnice. În lucrările științifice, conceptul „organizație” capătă o conotație de ordine internă, cooperare, interacțiunea mai mult sau mai puțin a unor părți diferențiate și autonome ale întregului; un set de procese sau acțiuni care conduc la formarea și îmbunătățirea relațiilor dintre părți ale întregului; o asociație de persoane, o sistemă socială, care implementează în comun un program, un scop și acționează pe baza unor reguli, principii și proceduri.

Autorul manualului de management I.N. Shapkin subliniază unele aspecte ale comunicării: fenomen social, proces care are loc în sistemul organizațional la toate nivelurile ierarhice și în toate structurile organizaționale; este o practică naturală de interacțiune între un lider și subordonați individuali, grupuri de subordonați și departamente individuale ale organizației; este o funcție specifică a

managementului, care face obiectul unei reglementări țintite de către manager, o componentă a activității sale manageriale pentru a pune în acțiune părțile întregului.

Comunicarea este o modalitate de existență și o funcție de conducere a unei organizații, un instrument important pentru a se asigura că membrii organizației își percep rolurile și își integrează unitățile. Comunicarea oferă mijloacele necesare pentru luarea și executarea deciziilor, oferirea de feedback, ajustarea obiectivelor și activităților organizației în conformitate cu cerințele unei anumite situații. Organizația apare ca o rețea dezvoltată de canale de comunicare ce sunt concepute pentru a colecta, organiza și analiza informații despre mediul extern, precum și pentru a transmite mesaje procesate înapoi în acest mediu.

Comunicarea este o realitate discursivă care formează o organizație. Comunicarea în condiții moderne stă la baza suportului de viață a fiecărei companii, organizații, întreprinderi. Integritatea organizației, apartenența acesteia la un anumit tip este determinată de modul în care comunicarea unește elementele mediului extern și intern și direcționează activitățile spre atingerea scopurilor.

Comunicarea într-o organizație este influența reciprocă a structurii organizației și a fluxurilor sale de comunicare, ce manifestă necesitatea comunicațională a organizației. Organizația se creează și se transformă în fiecare moment în fiecare act de interacțiune (extra)intra organizațională.

Dacă am încerca să definim comunicarea organizațională am percepe ca pe un schimb de mesaje pentru a obține înțelegerea în cadrul organizației, între organizații și lumea exterioară. Comunicarea organizațională se manifestă la nivel individual (șef – subordonați sau angajați individuali), de grup (întâlnire de departament sau grup de lucru), public (discurs al managerilor), în masă (comunicate de presă ale companiei, prezentarea de noi produse la conferințe, la televizor etc.). Pe scurt, comunicarea organizațională se extinde asupra tuturor zonelor companiei și însăși la modul ei de a fi. Comunicarea organizațională este procesul prin care informațiile, ideile și sentimentele sunt transmise între membrii unei organizații

sau între organizație și mediul extern. Aceasta implică schimbul de informații și interacțiunea dintre angajați, departamente, niveluri ierarhice și alte entități legate de organizație.

Comunicarea organizațională are rolul de a facilita coordonarea activităților, luarea deciziilor, rezolvarea problemelor, a conflictelor organizaționale, dezvoltarea culturii organizaționale și construirea relațiilor interpersonale și extraorganizaționale. Obiectivele comunicării organizaționale includ transmiterea informațiilor și instrucțiunilor, încurajarea comunicării ascendente și descendente, promovarea unei culturi organizaționale coerente, stimularea angajaților și creșterea încrederii în organizație, gestionarea schimbărilor și a conflictelor, precum și menținerea relațiilor cu părțile interesate externe, cum ar fi clienți, parteneri, comunitatea etc.

Comunicarea organizațională eficientă se bazează pe claritate, coerență, consistență și adaptabilitate la diferitele nevoi și contexte. În plus, utilizarea tehnicilor și instrumentelor de comunicare adecvată, ascultarea activă, feedback-ul și comunicarea deschisă constituie elemente-cheie în procesul de comunicare organizațională.

### **Subiecții și structura comunicării interne în organizație**

În linii generale, în cadrul organizației o structură organizațională poate fi privită ca o rețea formală de transfer de informații care asigură nivelul necesar al eficienței comunicaționale. Acesta definește principiile diviziunii muncii, structura și dimensiunea unităților, regulile de delegare a autorității, interacțiunea structural-funcțională. În cadrul organizației putem vorbi de: structura sociodemografică a organizației, care transmite informații și stabilește relații în dependență de sexul, vârsta, componența etnică a angajaților întreprinderii, nivelul lor de educație, calificări, experiență și vechime în muncă; structura profesională care denotă diviziunea muncii, specializarea, profesionalismul și nevoia de armonizare și coordonare a acțiunilor reale ale tuturor participanților la activități comune la îndeplinirea misiunii organizației.

Dacă ne referim la subiecții comunicării organizaționale, aceștia sunt actorii implicați în procesul de comunicare în cadrul

organizației. Comunicarea organizațională se referă la procesul de transmitere și recepționare a informației în cadrul unei organizații. Acest proces poate avea loc într-o varietate de moduri - direct, indirect, verbal, scris, prin mijloace electronice sau prin mijloace nonverbale, cum ar fi limbajul corpului etc. Subiecții comunicării organizaționale joacă un rol crucial în procesul de comunicare, iar relația dintre aceștia poate influența semnificativ succesul organizației. În cadrul comunicării organizaționale, subiecții sunt cei care își asumă rolul de a transmite sau primi mesaje. Aceștia pot include:

**Angajații (personal de producție)**, care reprezintă unul dintre cei mai importanți subiecți ai comunicării organizaționale, sunt implicați în transmiterea și primirea informațiilor în interiorul organizației atât în cadrul departamentelor lor, cât și în relația cu ceilalți colegi. Angajații sunt printre cei mai importanți subiecți ai comunicării organizaționale, deoarece transmit și primesc informații despre sarcinile, obiectivele și politica organizației.

**Managerii și liderii** (personalul administrativ) joacă un rol crucial în comunicarea organizațională. Managerii și liderii sunt responsabili de conducerea, coordonarea, controlul activității organizației și trebuie să comunice cu angajații pentru a-și îndeplini rolul cu succes. Aceștia sunt responsabili de transmiterea obiectivelor, direcțiilor și politicilor organizației către angajați și de asigurarea unei comunicări eficiente în cadrul organizației.

**Departamentele și echipele funcționale** - comunicarea organizațională se desfășoară la nivelul diferitelor departamente și echipe din cadrul organizației. Acestea pot avea propriile lor canale și modalități de comunicare adaptate nevoilor și scopurilor lor specifice. Aici se include **personalul de deservire** - angajați implicați în furnizarea sistemului de producție (marketing, aprovizionare, vânzări, siguranță); **personalul ingineresc și tehnic** - angajați implicați în crearea de noi echipamente și tehnologii, asigurând în același timp buna funcționare a echipamentelor existente.



Comunicarea organizațională nu se limitează doar la angajați, ci implică și comunicarea cu părțile interesate externe, cum ar fi **clienții, furnizorii, investitorii, mass-media sau comunitatea locală**. Acești subiecți pot fi implicați în schimbul de informații, negocierea contractelor, gestionarea relațiilor, transmiterea imaginii organizației în mediul extern. Comunicarea eficientă cu acești subiecți poate ajuta la construirea unei reputații solide pentru organizație și la dezvoltarea unor relații durabile, atingerea obiectivelor comune. Odată cu dezvoltarea tehnologiei și a mediului digital, comunicarea organizațională s-a extins și către canalele online și social-media. Astfel, subiecții comunicării organizaționale includ și administratorii de pagini web, specialiștii în social-media și alți angajați responsabili de gestionarea comunicării organizaționale pe platformele online. **Mediul online și social-media** a devenit o parte importantă a comunicării organizaționale, cu mulți subiecți, comunicând prin intermediul platformelor online și a rețelelor sociale. Acești subiecți interacționează și colaborează în cadrul comunicării organizaționale pentru a facilita fluxul de informații, colaborarea și realizarea obiectivelor organizației.

Subiecții comunicării organizaționale sunt esențiali pentru buna funcționare și succesul organizației. Înțelegerea rolurilor și relațiilor dintre acești subiecți poate ajuta la dezvoltarea unui proces de comunicare eficient și la atingerea obiectivelor și misiunii organizației.

### **Rețele de comunicare, tipuri de rețele de comunicare**

O rețea comunicativă este un grup mic de oameni care au contacte stabile, comunică intens între ei. Poate fi privit ca un set de astfel de grupuri conectate prin canale, mesajele transmise între ele. O rețea de comunicare este un grup structurat, care după dimensiuni ocupă o poziție intermediară, între un individ și o organizație. Dacă numărul de angajați din organizație este suficient de mare și le este greu să comunice simultan cu toți ceilalți, atunci se vor forma în curând rețele de comunicare. Există o tendință naturală de a forma subsisteme în cadrul cărora indivizii vin în contact unul cu celălalt mai des decât cu indivizii altor subsisteme. În practică, sistemul de

comunicații dintr-o organizație poate fi privit ca o colecție a unui număr mare de rețele, suprapuse și interconectate. Sistemul de comunicații este atunci o rețea de rețele mai mici. Rețeaua este formată din indivizi conectați între ei prin fluxuri ordonate de mesaje. Fiecare rețea este un grup mic de oameni care comunică intens între ei, sau multe astfel de grupuri conectate prin fluxuri de mesaje transmise unul altuia. De regulă, în organizație se pot evidenția următoarele niveluri de rețele de comunicare – la nivelul organizației, între elementele structurale, în cadrul unui element structural.

Termenul *rețea* de comunicare conceptual poate fi analog conceptului sociologic de „grup”. Cu toate acestea, o rețea diferă de un grup prin aceea că cuprinde un număr de indivizi care interacționează în mod consecvent între ei, în conformitate cu modelele de comunicare stabilite. Rețelele nu sunt întotdeauna observabile vizual; cu toate acestea, numeroase studii de comunicare sugerează cu tărie că acestea sunt configurate într-o structură sau alta. Termenul *rețea* este de fapt folosit de cercetători pentru a se referi la un sistem complet care acoperă modele stabile de comunicare ale tuturor indivizilor dintr-un sistem (de exemplu, într-o organizație). Într-o organizație mare, această rețea poate include mii de angajați. Cele mai multe grupuri includ de obicei între 5 și 25 de persoane. Rețeaua personală este o schemă stabilă a fluxurilor de comunicare ale unui anumit individ cu orice alți indivizi. Fiecare persoană are o rețea personală care îl conectează cu cei cu care contactează constant pe anumite probleme. Analiza rețelei, ajută la înțelegerea comportamentului membrilor grupului individual, la prezicerea proceselor de comunicare și la introducerea unor sisteme de comunicare mai eficiente. Aceste rețele pot fi clasificate în tipuri centralizate și descentralizate.

Rețelele de comunicații centralizate se caracterizează prin faptul că în ele unul dintre membrii grupului se află în centrul fluxurilor informaționale și joacă rolul principal în organizarea schimbului de informații și a interacțiunii interpersonale. Prin intermediul acesteia, comunicarea se realizează de către restul participanților la această activitate, care nu pot contacta direct între

ei. Există diverse opțiuni pentru o rețea centralizată: frontală, radială, ierarhică. Astfel, utilizarea rețelelor centralizate de comunicații este indicată pentru rezolvarea sarcinilor specifice atribuite grupului, precum și în cazurile în care este necesară stimularea dezvoltării conducerii și a coeziunii organizaționale a grupului.

În rețelele descentralizate, participanții sunt egali, fiecare dintre ei putând primi, procesa și transmite informații, intrând în comunicare directă cu participanții la activități comune. Informațiile din rețelele descentralizate pot fi transmise în cerc, adică interacțiunea participanților la comunicare este liberă în direcționare. Utilizarea rețelelor descentralizate este adecvată când se rezolvă sarcini complexe non-standard, creative, limitate în timp, precum și în cazurile în care activitatea organizată ar trebui să servească dezvoltării relațiilor interpersonale, să crească satisfacția membrilor grupului cu apartenență la grup.

Trăsăturile structurii comunicative a unui grup mic sunt în mare măsură determinate de structura statut-rol. Alegerea unei anumite rețele de comunicații depinde de tipul și scopul interacțiunii. Necesitatea de a apela la analiza rețelelor de comunicare existente într-un grup apare în cazurile în care comunicarea între membrii acestuia devine ineficientă în lumina sarcinilor care se rezolvă sau crește un fond emoțional negativ în relații.

Studiul proceselor de comunicare în organizații relevă anumite tipare ce stau la baza comunicării între membrii colectivului de muncă. Rețelele de comunicare pot fi construite în diferite moduri: sub formă de **X**, **lanț**, **rețeaua de tip Y**, **sub formă de cerc sau stea**.

În cazul unui grup format din 5 persoane, unul dintre care, de exemplu A, este managerul, șeful de proiect, conducătorul ceilalți fiind restul membrilor grupului de muncă atunci:

- în cazul **rețelei de comunicare de tip X**, fiecare membru al rețelei comunică numai cu persoana din centru, inițierea comunicației este generată de un conducător cu stil autoritar de conducere, interacțiunile comunicaționale între membrii grupului sunt excluse, acest tip permite luarea deciziilor rapide și răspunde bine situațiilor de criză;

- în cazul **rețelei de comunicare de tip Y** este începutul descentralizării comunicării, un membru al rețelei nu comunică direct cu conducătorul, ci prin intermediul unui coleg.

Informațiile sunt transmise secvențial de la un membru al grupului la altul. Sistemul centralizat și stilul predominant autoritar se menține;

- în cazul **rețelei de comunicare de tip lanț**, persoanele de la nivelul 3 comunică cu conducătorul, nivelul 1 prin intermediul persoanelor de nivelul 2, se creează trepte ierarhice, fluxul vertical de comunicare, predominant de sus în jos. Rolul liderului este unul de control. Avantajul comunicării este rapiditatea în adoptarea și executarea deciziei. Liderul are posibilitatea de a identifica orice imperfecțiune ce apare pe parcurs. Dezavantajul îl reprezintă gradul scăzut de satisfacție al membrilor și caracterul autoritar al conducerii;

- în cazul **rețelei de comunicare de tip cerc** apare prima încercare de a descentraliza procesul de comunicare, membrii tind să comunice cu cei de lângă ei. Poziția și rolul liderului nu sunt foarte bine conturate. Unul dintre membri poate să-și impună rolul de lider. Acest tip de rețea este specifică comitetelor executive, grupurilor autonome care iau decizii (comunicarea pe orizontală, ca egali). Membrii grupului au aceeași pondere, fără excepție. Informațiile pot circula pe termen nelimitat între membrii grupului, pot fi completate și rafinate. Într-o astfel de structură, participanții pot observa direct reacțiile celuilalt și le pot lua în considerare;

- în cazul **rețelei de comunicare de tip stea** fiecare membru poate comunica deschis și liber cu oricare altă persoană din grup, aparține unui stil de conducere democratic sau permisiv, are un nivel înalt de descentralizare, nu există obstacole în procesul comunicării, toți membrii generează și primesc informații în mod liber. Poate fi privit ca ineficientă din motiv că grupul are un grad crescut de neorganizare.

Tipurile de rețele prezentate sunt folosite în procesul interacțiunii unor grupe mici, dar schematic pot fi reprezentative și pentru organizarea activității părților componente ale organizației (departamente, direcții etc.). Acestea depind de stilul de conducere al

conducătorului, de situația concretă în care se află organizația (reformare, criză, dezvoltarea stabilă etc.), de categoriile de activități pentru care sunt create (sarcini simple, de rutină, activități complexe etc.).

### **Esența și varietatea comunicării organizaționale**

Comunicarea într-o organizație este un sistem complex orientat pe mai multe niveluri, care acoperă atât organizația în sine și elementele acesteia, cât și mediul extern. Comunicarea organizațională constituie un set de comunicări bazate pe comunicarea mediată de informații despre organizația în sine, scopurile și obiectivele acesteia. Este procesul prin care conducătorii dezvoltă un sistem pentru furnizarea de informații și transmiterea lor către un număr mare de oameni din cadrul organizației și către indivizi și instituții din afara acesteia.

Pe baza orientării direcției de comunicare, comunicarea organizațională este divizată în două mari grupe: externă și internă. Comunicarea organizațională externă denotă faptul că orice organizație se află într-un anumit mediu extern, depinde de acesta și este nevoită să se adapteze constant la schimbări, realizând o comunicare constantă și intensă cu mediul extern. Comunicarea organizațională externă poate fi privită ca interacțiune informațională cu mass-media, organizațiile guvernamentale de reglementare, furnizori, consumatori, concurenți, parteneri de afaceri etc. Mijloacele de comunicare cu mediul extern sunt diverse: activitățile șefului de publicitate, a managerului, crearea și întreținerea imaginii companiei, realizarea unei politici de marketing pe piața externă, întocmirea de rapoarte periodice pentru organizațiile de stat, negocieri cu partenerii etc.

**Comunicarea internă** reprezintă interacțiunea personalului, comunicarea între angajați. Interacțiunea cu personalul este direcția politicii de comunicare a unei întreprinderi sau organizații adresată angajaților acesteia sau potențialilor angajați. Sarcina interacțiunii cu personalul este de a asigura motivarea angajaților de a-și îndeplini munca în cel mai bun mod posibil. Activitățile desfășurate în cadrul interacțiunii cu personalul contribuie la crearea unei atmosfere

umane, prietenoase în întreprindere, desigur, are un impact semnificativ asupra optimizării proceselor de producție și, de asemenea, are o funcție socială și morală semnificativă din punct de vedere personal și social.

Fluxul de comunicare în cadrul unei organizații se poate deplasa atât în direcție **verticală**, cât și **orizontală**. *Comunicarea verticală* reprezintă direcționarea informației ca parte principală a procesului de comunicare managerială. Componentele comunicării verticale sunt următoarele: clarificarea sarcinilor, priorităților, rezultate așteptate; asigurarea implicării subordonaților în rezolvarea problemelor; discutarea problemelor de performanță și funcționalitate ale organizației; obținerea recunoașterii și recompenselor în scopul motivației; îmbunătățirea și dezvoltarea abilităților subordonaților; colectarea de informații despre o problemă emergentă sau din viața reală; notificarea subordonaților cu privire la schimbările viitoare; îmbunătățiri și sugestii. Comunicarea verticală este de două tipuri: **de sus în jos și de jos în sus** (sau altfel, descendentă și ascendentă). Direcția de sus în jos este fluxul de comunicare care trece de la un nivel al colectivului de muncă sau organizație la altul, la nivel inferior, este descendent. Este folosit de liderii de echipă pentru a stabili obiective, a repartiza sarcini, a comunica proceduri etc. Ele sunt forma principală în care managerul își implementează influențele manageriale: ordine, instrucțiuni, dispoziții, recomandări, directive etc. Direcția ascendentă este fluxul de comunicare care trece de la nivelurile inferioare la cele mai înalte. Este folosit pentru feedback de la subordonați către conducere pentru a-i informa cu privire la rezultatele muncii, enunțarea problemelor curente cu care se confruntă subalternii, servește ca mijloc de a aduce opiniile angajaților în atenția conducătorilor.

*Comunicarea orizontală* în organizație apare în procesul interacțiunii persoanelor cu statut egal (subaltern – subaltern, între șefii diferitor direcții, departamente), când interacțiunea are loc între membrii aceluiași grup sau între personal de același nivel. Această interacțiune comunicațională oferă subiecților sprijinul social necesar, modalitate de poziționare socială, autoexprimare și realizare.

Comunicarea orizontală asigură coordonarea sarcinilor, rezolvarea în comun acord a problemelor cu care se confruntă membrii organizației, schimb de informații, soluționarea conflictelor etc.

Comunicarea verticală reprezintă schimbul de informații între nivelurile ierarhice ale organizației, iar comunicările orizontale sunt schimbul în cadrul nivelurilor ierarhice. Comunicarea verticală și orizontală joacă un rol decisiv în funcționarea organizației. Este general acceptat că direcția verticală a comunicațiilor este mai semnificativă, deoarece implementează principiul de bază al construirii unei organizații (cu caracter ierarhic). Pe de altă parte, este întotdeauna sintetizat cu principiul de coordonare, asociat direcției orizontale a comunicațiilor. Prin combinarea acestor două principii și tipuri propriu-zise, este asigurată funcția comunicativă a organizației în ansamblu. Această combinație formează un fel de carcasă a întregii rețele de comunicare a organizației.

Comunicarea în cadrul organizației, în funcție de canalul de comunicare, este împărțită în **formală și neformală**. *Canalele formale* de comunicare sunt direct determinate de structura organizației, de scopurile și obiectivele sale. Comunicarea formală se manifestă prin intermediul întâlnirilor oficiale, ziar corporativ, corespondență internă, documentelor interne etc. (comunicarea formală servește la transmiterea mesajelor care sunt recunoscute ca fiind oficiale în organizație). O bună parte de organizații dezvoltă planuri pentru partajarea informațiilor și detalierea canalelor de distribuție. Astfel de planuri, a căror execuție devine obligatorie pentru diferite departamente, servicii și direcții, devin un instrument eficient pentru schimbul de informații. Ele sunt strâns legate de sistemul formal de putere din organizație. Structura ierarhică, înzestrată cu autoritatea de a controla procesul de schimb de informații și de reglare a canalelor fluxului de informații.

*Comunicarea neformală* are loc spontan într-o organizație, nu este controlată de conducător, este în mare parte generată de interesele individuale (zvonuri, comunicare în pauze, în timpul meselor, mituri, bârfe etc.). Comunicarea neformală are o viteză mai mare de difuzare a informațiilor și are un risc mai mare de distorsiune

a acestuia. Un sistem informal poate umple în mod semnificativ golul asociat cu pierderea (lipsa) de informații. Există destul de multe modalități de a realiza un astfel de schimb (promovare) de informații. Schimbul informal de informații are loc nu numai în cadrul structurii organizației, ci și în afara acesteia. Comunicarea privată își formează propria structură de grupuri sociale informale, a căror funcționare presupune nu numai comunicarea interpersonală bazată pe interese neproductive (de agrement), ci și pe cele de producție. Adesea, informația transmisă neformal are o nuanță de subiectivitate și este, în consecință, distorsionată. Într-o organizație, canalele de comunicare formale și informale sunt interschimbabile și se completează reciproc.

Comunicarea în organizație poate fi clasificată în funcție de formele de comunicare – se distinge cea **verbală, non-verbală, scrisă**. Comunicarea *verbală* este transmiterea și perceperea informațiilor (idei, gânduri etc.) prin anumite semne (cuvinte) specifice. Comunicarea verbală poate fi orală, când se folosește limbajul vorbit (conversații față în față, la telefon, interviu, negocieri etc.) și scrisă (scrisori, note, formulare, e-mail, ordin etc.). Comunicările orale au avantajul de a permite comunicarea imediată, directă, bidirecțională între persoane (grupuri de persoane), în timp ce mesajele scrise sunt fie unidirecționale, fie necesită timp pentru a obține un răspuns.

Informațiile transmise de emițător fără utilizarea cuvintelor ca sistem de codificare formează un mesaj non-verbal care stă la baza comunicării *non-verbale*. Există o diferențiere a comunicării pe baza stadiului de funcționare organizațională care joacă un rol predominant. Acestea sunt respectiv: comunicarea la angajare, la orientarea în cercul atribuțiilor de serviciu, chiar în procesul de activitate, în procesul de evaluare a acesteia, în cursul controlului disciplinar.

### **Forme de comunicare în organizație**

Comunicarea într-o organizație constituie acele interacțiuni informaționale, care urmăresc diverse scopuri și obiective pe care oamenii le propun când își îndeplinesc sarcinile, funcțiile oficiale



într-o organizație. Modalitățile prin care anumite comunicări sunt implementate în organizație, depind de un șir de factori (forma manifestării organizaționale, modalitatea de implementare, durata, periodicitatea, componența, mărimea organizației etc.), unde rolul principal în stabilirea acestora are conducătorul organizației. Astfel, conducătorul (managerul) ar trebui să se concentreze direct pe destinatarul informației, și nu pe sursa acesteia. În cazul în care liderul însuși acționează ca sursă de informație, trebuie să se asigure nu numai că vorbește aceeași limbă cu destinatarul informațiilor, ci și că forma de comunicare este corect selectată. Astfel, faptul că comunicatorul evaluează corect forma de primire a informațiilor, precum și semnificația feedback-ului pare unul semnificativ.

Principalele forme de comunicare de afaceri includ discuții, *conversații, întâlniri, ședințe, negocieri, briefing-uri, conferințe de presă, prezentări, recepții pe probleme personale, convorbiri telefonice, corespondență de afaceri, acte oficiale* etc.

*Dialogul* este un tip de comunicare desfășurat sub forma unui schimb verbal de replici între doi, trei sau mai mulți interlocutori care interacționează. Într-un sens restrâns, un schimb bidirecțional de informații între oameni. Într-un sens mai larg, este un transfer orizontal de informație, în procesul căruia comunicatorul și receptorul iau o parte egală.

*Discuția* este o comunicare publică despre orice problemă controversată, dispută. Cele mai importante două caracteristici ale discuției, care o deosebesc de alte tipuri de dispute, sunt publicitatea (prezența unui public) și argumentarea (furnizarea de fapte, dovezi, exemple). Discutând o problemă controversată, fiecare parte, opunându-se părerii interlocutorului, își argumentează poziția proprie. Discuția este un fel de dispută, o competiție verbală. Luați în considerare conținutul activităților diferitelor tipuri de discuții. A discuta înseamnă a discuta public o problemă controversată. Dispute - a participa la o dispută, o discuție publică pe o problemă. A dezbate - a aranja o dezbateră, a dezbate orice problemă. A polemiza - a participa la polemici, a vorbi public cu obiecție, cu infirmarea punctelor de vedere, opiniilor cuiva, exprimarea și apărarea punctului

de vedere al cuiva. Astfel, dacă o discuție este o dispută publică pentru a obține adevărul prin compararea diferitelor opinii, atunci o dispută este o dispută publică pentru a-și apăra punctul de vedere și a infirma opinia adversarului.

*Conversația* este o metodă de obținere a informațiilor bazată pe comunicare verbală (cuvânt); întrebare-răspuns - formă colectivă de discuție a diverselor probleme cu un scop specific. Într-o organizație, o conversație poate fi purtată sub forma unei întâlniri, a unei ședințe (care poate îmbrăca o formă dictatorială, autocratică și liberă).

*Negocierile* sunt un proces în care se dezvoltă poziții reciproc acceptabile ale părților, se fac schimb de opinii pentru a clarifica punctele de vedere ale părților și a lua o decizie.

*Conferința* de presă este o prezentare exclusivă a informațiilor cu drept de a le publica, cu sau fără dezvăluirea sursei acesteia (conferință de presă închisă). O conferință de presă este o întâlnire organizată a jurnaliștilor cu reprezentanții companiilor, organizațiilor sau persoanelor fizice. Conferințele de presă sunt organizate pentru a oferi mass-media informații problematice și de comentariu și se caracterizează prin posibilitatea de a obține informații de primă mână, de a verifica informații și de a clarifica versiuni cu ajutorul întrebărilor.

*Briefing-ul* constituie o întâlnire special pregătită cu jurnaliști pentru un scurt raport asupra activităților organelor de conducere (parlament, guvern etc.), precum și a evenimentelor actuale care afectează interesele organelor guvernamentale și ale populației. În mod obișnuit, un briefing este o scurtă întâlnire a oficialilor, reprezentanților structurilor comerciale sau a altor structuri cu lucrătorii mass-media, la care se enunță o poziție cu privire la o anumită problemă.

*Prezentarea* presupune prezentarea oficială a unei întreprinderi, companii, proiect, produs, produs nou creat către un cerc de persoane invitate. De obicei, prezentarea se realizează cu scopuri publicitare și comerciale de a câștiga cumpărători ai bunurilor afișate.

*Recepția pe probleme personale* este procesul de interacțiune dintre șef și angajați pentru a clarifica problemele neoficiale care apar pentru aceștia.

*Convorbirile telefonice, corespondența oficială* folosind faxuri, e-mailul, internetul și alte dispozitive sunt mijloacele de comunicare în afaceri.

În cadrul organizației, interacțiunea dintre angajați se realizează folosind o varietate de mijloace ale sistemului de comunicații interne. Acestea pot fi realizate în scris, verbal, nonverbal, însă pentru a evidenția aspectul lor calitativ, comunicarea în cadrul organizației ar trebui să aibă o serie de caracteristici:

- să fie clară și precisă;
- informativă;
- transparentă (adică de înțeles, veridic, bazat pe fapte);
- să promoveze stabilirea de relații de încredere în echipă;
- ușor decodificabilă.

Aproape tot ceea ce se întâmplă într-o organizație are legătură directă sau indirectă cu procesele de comunicare, deci, sunt un mijloc semnificativ de asigurare a integrității și funcționării organizației. Comunicarea este specifică fiecărei organizații în parte, fiecare organizație are sistemul propriu de comunicare, puternic influențat de cultura organizațională. Elementele specifice comunicării sunt cele care determină climatul organizațional. Astfel, ele reprezintă un mijloc puternic de asigurare a integrității și funcționării organizației în sine. Cunoașterea și capacitatea de a utiliza eficient procesul comunicațional în organizație asigură în ultimă instanță funcționarea ei eficace, adaptabilitatea și reacția pozitivă la influențele interne/externe, o rezistență mai sporită a acestora la situații de tranziție, criză, asigură coeziunea și integritatea colectivului de muncă, creând astfel un climat prielnic de funcționare.

### **Bibliografie:**

1. Crasmaru, Diana Maria, *Comunicarea internă în organizații*, București: Tritonic, 2008.
2. Graur, E., *Tehnici de comunicare*. Cluj Napoca: Mediamira, 2001.
3. Minulescu, Mihaela, *Comunicare organizațională*, București, 2004.
4. Mucchielli, Alex, *Comunicarea în instituții și organizații*, București: Polirom, 2008.
5. Rosemarie, Haines, *Tipuri și tehnici de comunicare în organizații*, București: Editura Universitară, 2008.
6. Roșca, L., *Tehnici de comunicare profesională*, Note de curs, Sibiu: Ed.ULB, 2000.
7. Shapkin, I.N. *Management. Teorie și practică: un manual pentru universități* [Text] / Ed. I. N. Shapkina. Ed. IV-a, revizuită și suplimentată. M.: Editura Yurayt; ID Yurayt, 2014. - 692 p.
8. Vlăsceanu, M. *Organizații și comportament organizațional*. Iași: Editura Polirom, 2003.
9. Vlăsceanu, Mihaela, *Organizații și cultură organizațională*, București: Editura trei. 1999.
10. М.В. Каймакова, *Коммуникации в организации: текст лекций*. Ульяновск: УлГТУ, 2008.

## Tema 4. DIMENSIUNEA PERSUASIVĂ A COMUNICĂRII

**Autori: Viorelia LUNGU, dr., conf. univ.  
Andrei PERCIUN, dr., lect. univ.  
Alexandru LUPUȘOR, asist. univ.**

### **Unități de conținut pentru curs:**

- Retorica și persuasiunea
- Argumentarea ca element fundamental al comunicării
- Pregătirea și susținerea prezentării în public
- Organizarea unui seminar, conferințe

### **Obiective:**

***În rezultatul însușirii temei studentul trebuie să cunoască:***

- să explice noțiunile retorică, persuasiune;
- să descrie modele de influență și manipulare din diferite situații contextuale;
- să analizeze componentele structurale ale argumentației;

***să fie capabil:***

- să formuleze mesaje evidențiind aspecte ale persuasiunii ca elemente în context situațional de comunicare;
- să explice metodele neargumentative de influență asupra auditoriului;
- să formuleze critica constructivă la o încălcare a unui angajat;
- să propună modele de argumentație simplă și argumentație complexă în comunicare;
- să elaboreze o prezentare publică a unei lucrări științifice cercetate;
- să organizeze o conferință seminar/ conferință științifică studențească.

## **Retorica și persuasiunea**

**Retorica** este o disciplină fondată și, totodată, privilegiată, în Antichitatea elină și în cea romană. Numele cele mai sonore asociate cu această disciplină sunt Aristotel, Cicero, Quintilian și alții.

Aristotel este cel dintâi care s-a preocupat de acest domeniu și este cel care a impus retorica prin tratatul cu același nume. Cicero și Quintilian, care i-au împrumutat și i-au dezvoltat ideile referitoare la clasificarea „părților retoricii”.

**Retorica** - arta oratorului (retorului) de a convinge auditoriul cu privire la justetea ideilor sale. Sau într-o altă formulare, retorica este arta al cărei obiectiv este elocvența (elocința). Despre retorică, romanii spuneau că este arta de a vorbi bine sau arta de a vorbi corect!

**Retorica** - este, în același timp, știința ce cuprinde totalitatea conceptelor, principiilor și ideilor folosite pentru convingerea auditoriului.

**Retorica** - este de asemenea, tehnica ce cuprinde ansamblul metodelor și procedeele pe care le utilizează un orator pentru un discurs persuasiv.

### **Principiile retoricii:**

1. *Invenția* (lat. *inventio*). Se referă la conceperea discursului, la operațiunea de proiectare a acestuia astfel, încât să corespundă exigențelor.

Sunt trei operațiuni pe care le presupune această etapă:

a) *Delimitarea temei/subiectului și stabilirea ipotezei centrale a discursului*. Aici importanță decisivă are stabilirea ipotezei pentru coerența și coeziunea discursului.

Ipoteza centrală a discursului este generată de perspectiva proprie pe care o proiectează individul asupra subiectului abordat. Problema poate fi expusă astfel: formularea ipotezei este echivalentă, practic, cu fixarea unui obiectiv; absența unui astfel de obiectiv transformă redactarea/rostirea discursului într-o rătăcire debusolată printre idei și cuvinte, care va provoca disprețul sau, cel mult, compasiunea receptorului.

b) *Documentarea* este indispensabilă pentru a se putea îndeplini operațiunea următoare.

c) *Identificarea argumentelor* și a exemplurilor prin care va fi susținută ideea centrală, fiind selectate argumentele concludente și exemplele relevante pentru atingerea obiectivului.

2. *Dispoziția* (lat. *dispositio*) privește structura internă a textului, modul în care sunt ordonate ideile (argumentele, exemplele). În fond, prevăzând această etapă, oratorii antici au atras atenția asupra imperativului de a proiecta textul, de a construi un plan preliminar, astfel încât elaborarea ulterioară să nu stea sub semnul improvizăției. Structura unui discurs include patru părți.

a) **Exordiul** – plasat la începutul discursului are rolul să capteze atenția auditoriului, interesul. Exordiul poate avea o dimensiune emoțională (introducerea face apel la latura afectivă a auditoriului) sau una rațională (prin care se urmărește justificarea alegerii temei de către emițător).

b) **Narațiunea** – are ca obiectiv expunerea faptelor, a conjuncturilor care circumscriu discursul. Reamintim pe scurt că oratoria a fost întâi o artă și abia apoi a devenit obiectul unei discipline. Era practică, în special, de către oamenii politici sau de către avocați în adunările obștești care aveau loc în agora sau în forum. În astfel de circumstanțe, era evident că vorbitorii, fie ei politicieni sau avocați, trebuiau să descrie împrejurările care au generat discursul și față de care urmează să își exprime opinia. Preocuparea pentru includerea narațiunii în discurs este cât se poate de actuală. Într-un discurs care abordează o chestiune de interes public (fumatul, consumul de droguri, reducerea pensiilor, federalizarea Europei etc.) sau care acuză sau apără un inculpat este determinant modul în care sunt prezentate faptele înainte de a avansa și susține propria opinie. La fel se întâmplă și în cazul unui discurs științific, unde este indicat să fie evocat, oricât de succint, stadiul cercetării în ce privește subiectul abordat (este vorba, de fapt, tot de împrejurările în care se naște textul și care îl condiționează, doar că acestea sunt de ordin teoretic).

c) **Confirmația** – partea importantă a textului, deoarece conține argumentele care susțin ipoteza. Ni se atrage atenția asupra necesității de a căuta ordonarea optimă a acestora și de a evidenția

conexiunile logice dintre unitățile argumentative și dintre acestea și ipoteza centrală a textului. În Grecia antică, termenul artă avea nuanțe diferite față de accepțiunea actuală. Era o noțiune care se referea atât la dimensiunea estetică a produselor artistului, cât și la cea pragmatică.

d) **Perorația** – parte a discursului, plasată în general la sfârșit, care se concretizează printr-o recapitulare cu accent pe liniile de forță ale discursului și, deopotrivă, prin apelul (recomandat) la subiectivitatea receptorului. Este recomandat acest apel întrucât acțiunea persuasivă trebuie să se adreseze atât rațiunii, cât și afectivității. De exemplu, într-un discurs despre efectele poluării sau ale încălzirii globale se poate descrie sau se poate prezenta vizual imaginea unor animale marine moarte pe țărmul oceanului; de asemenea, se poate recurge la imagini elocvente într-o pledoarie pentru valori tradiționale pe cale de dispariție. Imaginile vor sensibiliza receptorii, se vor întipări în memorie și vor eficientiza discursul.

3. *Elocuția* (lat. *elocutio*). Are în vedere dimensiunea estetică a discursului, stilul adoptat și figurile de stil la care se recurge pentru a conferi un plus de forță persuasivă discursului. Aici sunt implicate două aspecte: întâi este vorba de adaptarea la contextul în care se află emițătorul și, în consecință, de măsura în care își cenzurează sau își expune subiectivitatea. În al doilea rând, dacă se optează pentru un discurs subiectivizat, utilizarea figurilor retorice va trebui să fie de asemenea controlată cu atenție, adaptarea la context și la așteptările publicului fiind și în acest caz obligatorie. Figurile retorice (mai cunoscute ca figuri de stil) nu sunt instrumente de „înfrumusețare” a limbajului, ci forme de eficientizare a discursului.

4. *Memoria* (lat. *memoria*). În sens restrâns, se referă la bagajul de cunoștințe (exemple, idei și teorii consacrate, citate celebre etc.) depozitat în memoria emițătorului și aflat la dispoziția acestuia pentru a putea susține unul sau altul dintre argumentele expuse. Utilizarea unor astfel de exemple, imagini, citate etc. sunt o modalitate de potențare a forței persuasive a discursului.



5. *Acțiunea* (lat. *actio* sau *pronuntiatio*). Acest canon al retoricii prevede congruența optimă a dimensiunii verbale a discursului cu cea nonverbală. Se impune imperativul de a controla cu atenție toate mesajele transmise prin aceste mijloace, pentru ca ele să completeze mesajul verbal.

**Persuasiunea** reprezintă activitatea de influențare a atitudinilor și comportamentelor unor persoane în vederea producerii unor schimbări care sunt în acord cu scopurile sau interesele agenției inițiatoare (persoane, grupuri, instituție sau organizație politică, socială, culturală, comercială etc.).

Unii autori definesc *persuasiunea* ca pe un proces modificator de atitudine, credințe, păreri sau comportamente ce are la bază existența cooperării între sursă și receptor. Plecând de la adevărul ca *persuasiunea* este un proces de influențare, unii autori o definesc astfel: *persuasiunea* este crearea împreună a unei stări de identificare între sursă și receptor.

*Persuasiunea*, ca formă de comportament uman, conține întotdeauna potențiale **probleme morale si etice** deoarece:

1) Implică o persoană sau un grup ce încearcă să îi influențeze pe alții, modificându-le convingerile, atitudinile, valorile și acțiunile publice.

2) Presupune alegeri conștiente dintre obiectivele urmărite și mijloacele retorice folosite pentru a le atinge.

3) Implică, în mod necesar, un judecător potențial (unul sau toți receptorii, agentul persuasiv sau un observator independent).

Responsabilitățile etice ale agenților persuasivi își pot avea originea în statutul sau poziția socială dobândite ori acordate, în îndatoriri asumate de către aceștia (promisiuni, angajamente solemne, acorduri) sau în consecințele (efectele) comunicării în numele altora. Responsabilitatea include ca element îndeplinirea sarcinilor și obligațiilor, a fi răspunzător în fața altor indivizi sau grupuri, a fi răspunzător în condițiile evaluării pe baza unor standarde anterior convenite, a fi răspunzător în fata propriei conștiințe.

Întrebuințarea morală a tehnicilor persuasive, a responsabilității etice sunt cuprinse în standardele persuasiunii etice,

mai ales, cele care au în vedere persuasiunea publică. Sunt propuse standarde etice ce vizează comunicarea interpersonală, în grupuri, în special în grupuri mici și în public. De exemplu, standardele etice pentru discuțiile în grupuri mici, cu sarcină bine precizată, într-o formă rezumativă sunt:

1) Trebuie să li se permită participanților să ia o hotărâre fără a fi constrânși ori manipulați.

2) Participanții trebuie încurajați să își mărească și să își dezvolte potențialul.

3) Trebuie încurajat raționamentul valid și judecata de valoare relevantă.

4) Conflictul și dezacordurile ce au în centru persoane și nu idei sau informații trebuie evitate.

5) Nu este recomandabil ca participanții să îi manipuleze pe membrii grupurilor, urmărindu-și propriile scopuri egoiste.

6) Când își asumă rolul de consilieri, participanții ar trebui să prezinte informațiile onest, exact și corect. Ar trebui să își precizeze sursele, să îngăduie și altora cercetarea dovezilor și argumentelor pe care le dețin. Nu le este permis să mintă, deoarece minciuna conduce la pierderea încrederii necesare participanților pentru evaluarea informației.

7) Participanții incluși în grup ar trebui să se oblige să aprobe aserțiunile factuale corecte, promovând pe cele ce exprimă valori dezirabile și sfaturi competente.

8) Participanții ar trebui să comunice cu ceilalți așa cum ar dori ca aceștia să comunice cu ei.

9) Exercițiul comunicării în grup se cuvine analizat în contextul valorilor relevante și al criteriilor etice, nu exclusiv prin prisma obiectivelor urmărite. Fundamentul etic al lui Gandhi rămâne valabil: „Mijloacele rele duc la rezultate nefaste chiar și atunci când servesc unui scop nobil”.

### **Dimensiunea persuasivă a comunicării**

Felul în care se poziționează subiectul față de sine și față de ceilalți, precum și calitatea relațiilor interpersonale, indică posibilitatea asigurării transferului potențialului afectiv al

personalității în randament personal și social. Iar aceasta poate fi realizată cu ajutorul inteligenței emoționale, care evidențiază potențialul personalității de a identifica și gestiona eficient stările afective.

Se poate considera că inteligența emoțională are la bază două aspecte importante. Mai întâi, inteligența emoțională înseamnă să fii conștient de emoții - identificarea și înțelegerea emoțiilor, atât de cele proprii, cât și de cele ale altor oameni. În al doilea rând, inteligența emoțională presupune utilizarea și gestionarea emoțiilor personale, dar și ale altora. La cel mai simplu nivel, identificarea emoțiilor înseamnă să poți numi și descrie o emoție. Dar mai presupune și recunoașterea stărilor fizice, a gândurilor și a acțiunilor care alcătuiesc o emoție. Include, totodată, recunoașterea emoțiilor în cadrul comunicării nonverbale și comportamentului; în expresiile faciale, în tonul vocii și în limbajul trupului. Identificarea emoțiilor mai presupune și să înțelegi cât de clară, tipică, influentă și justă este o anumită emoție într-un context particular și să poți recunoaște exprimarea corectă sau incorectă a emoției.

Inteligența emoțională (IE) implică o dimensiune emoțională, una personală și o alta socială – toate contribuind la înțelegerea propriei persoane și a celorlalți, gestionarea situațiilor sociale pe care individul le traversează și la adaptarea optimă la solicitările externe.

R. Bar-On organizează componentele structurale ale IE în dependență de comportamentele observabile, împărțindu-le în cinci zone sau domenii și 15 trepte:

1. *Domeniul intrapersonal* include capacitatea de autocunoaștere și autocontrol, fiind constituit din: a) conștiința emoțională de sine - identificarea propriilor sentimente și emoții, precum și impactul pe care un anumit comportament îl are asupra celorlalți; b) caracterul asertiv - exprimarea clară, directă și constructivistă a gândurilor și sentimentelor, eludând maniera distructivă; c) independentă - autocontrolul și independența emoțională; d) respectul de sine - acceptarea propriei persoane și evaluarea punctelor forte și punctelor vulnerabile; e) împlinirea de sine - recunoașterea propriului potențial și autorealizarea.

2. *Domeniul interpersonal* se referă la capacitatea de a interacționa și de a colabora cu celelalte persoane din jurul nostru. Ele alcătuiesc trei trepte: a) empatia - înțelegerea, conștientizarea gândurilor și sentimentelor celorlalți, precum și capacitatea de a vedea lumea prin ochii altora; b) responsabilitate socială - cooperarea activă și constructivă cu ceilalți; c) relațiile interpersonale - stabilirea și menținerea relațiilor interpersonale pozitive.

3. *Domeniul adaptabilității* se referă la capacitatea de a flexibiliza și a rezolva diverse probleme. Cele trei trepte ale acestui domeniu sunt: a) testarea realității - constatarea lucrurilor așa cum sunt în realitate și nu cum ar dori să fie; b) flexibilitatea - adaptarea emoțiilor, sentimentelor, gândurilor și acțiunilor la realitate; c) soluționarea problemelor - definirea, conștientizarea problemelor și colaborarea pentru implementarea soluțiilor eficiente și adecvate.

4. *Domeniul gestionării stresului* se referă la capacitatea de a tolera stresul și de a ține sub control impulsurile. Cele două trepte ale sale sunt: a) toleranța la stres - capacitatea de a rămâne calm și concentrat pentru a face față în mod constructiv evenimentelor adverse și stărilor emoționale, conflictuale, fără a fi afectați; b) controlul impulsurilor - capacitatea de a rezista sau de a reține reacția la un anumit impuls.

5. *Domeniul stării generale* are două trepte: a) optimismul - capacitatea menținerii unei atitudini realiste și pozitive, în special în fața unor momente grele; b) fericirea - capacitatea de a fi satisfăcuți de viață, bucuria de sine și de alții.

### **Caracteristicile comunicării organizaționale**

- Este **orientată spre finalitate** (scop) - reflectă un plan de ansamblu și obiectivele pe care și le asumă organizația.

- Este **multidirecțională** - se realizează de sus în jos, pe orizontală, pe verticală.

- Este **instrumentală** - se sprijină pe o mare varietate de suporturi în funcție de obiectiv.

- Este **adaptată** - folosește sistemele de informare specifice fiecărui sector de activitate și este în concordanță cu cultura organizațională promovată.

- Este **flexibilă** - integrează comunicarea informală și creează structurile care o favorizează.

### **Principiile comunicării persuasive**

**Principiul dovezii sociale.** Acest principiu susține faptul că pentru majoritatea oamenilor exemplele din jur au un mare impact. Oamenii fac de obicei ceea ce văd la alții din aceeași categorie socială cu ei. Își pot controla nesiguranța dintr-un anumit moment al vieții privind în jur și luând exemple de acțiune într-o situație similară. Dacă vei folosi exemple în discursul tău, arătându-le acțiuni ale oamenilor asemănători cu ei și dându-le curaj, oamenii vor face lucruri pe care, în alte condiții, nu le-ar fi abordat.

**Găsește cel puțin o părere comună cu cel pe care vrei să-l convingi.** Chiar dacă nu există decât un singur punct comun cu persoana pe care vrei să o convingi, găsește acel punct și pornește demersul tău de acolo. Părerile comune creează un teren propice pentru a ajunge în cele din urmă la o concluzie pozitivă.

**Creează empatie.** În momentul în care îți prezinți punctul de vedere apelând la emoționalul oamenilor mai mult decât la mentalul lor, dându-le ocazia să relaționeze mai ușor cu ceea ce spui, oferindu-le exemple personale sau din experiență, atunci ei vor avea tendința să empatizeze cu tine.

**Creează acord asupra unor idei mici la început!** Apoi treci către punctele esențiale. Practica spune că după 2-3 “da” este mult mai greu să urmeze un “NU”.

### **Fă-te plăcut!**

**Pune-te în locul celuilalt.** Îi va fi mai ușor să fie de acord cu cineva pe care-l place. Deci, încearcă să devii pentru toți cei din jur o persoană care îi face să se simtă bine. Acceptă-i pe toți așa cum sunt, fii politicos, refuză să bârfești, fii un bun ascultător, folosește umorul și ai încredere în tine fără să ofensezi pe nimeni. Secretul nu constă în a face aceste lucruri, ci în a le face constant.

**Ține-ți cuvântul dat.** Când obții un acord cu cineva asupra etapelor care urmează să fie parcurse, e necesar să obții angajamentul și promisiunea lui că va fi responsabil. Iar acest lucru nu îl poți cere dacă tu știi că nu ești responsabil. Dacă simți că lucrurile nu se

îndreaptă în direcția dorită, poți spune ceva de genul: “Am convenit că eu voi face asta și tu vei face așa. Eu am îndeplinit partea de înțelegere, ce te împiedică să urmezi partea ta? Te pot ajuta cu ceva în acest sens?”

### **Argumentarea ca element fundamental al comunicării**

*Argumentarea – demers prin care justificăm o afirmație pe care o facem, încercând să convingem că avem dreptate; proces de justificare logică a unei propoziții pe care vrem să o susținem sau să o combatem; relație între un locutor – care argumentează – și un interlocutor – pentru care se argumentează; sistem de temeuri organizate astfel, încât să poată convinge auditoriul de adevărul sau falsitatea unei teze.*

**Argumentarea** este procesul prin care demonstrăm (*justificăm*) adevărul propriilor noastre opinii și încercăm să-i convingem pe ceilalți să le accepte.

Dacă privim argumentarea din perspectiva revigorării ei în activitatea noastră cotidiană, atunci se poate afirma că ea reprezintă o manieră de rezolvare constructivă, prin colaborare.

Ca instrument al procesului de comunicare argumentarea poate fi definită ca un proces de interacțiune între sursă și receptor, în cadrul căruia are loc expunerea unor teze, susținerea lor cu suporturi raționale, analiza unor teze contrarii și evaluarea concluziilor.

Pentru a ști *ce este și cum recunoaștem o argumentare* trebuie să analizăm parcursul gândirii și să identificăm elementele constitutive ale acesteia.

Pentru a ști *dacă o argumentare este corectă* trebuie să analizăm câteva tipuri de argumentare și să identificăm condițiile corectitudinii lor.

### **Tipurile de argumentare:**

- *Argumentarea deductivă* - trage concluzii din premise care pot fi testate și verificate. Valabilitatea argumentelor deductive vine din raționamentul care se face în jurul premiselor: dacă sunt prezentate premise valide, concluzia nu poate fi decât validă. Dacă A este B și B este C, atunci A este C. Ex.: dacă delfinii sunt mamifere

și mamiferele produc lapte matern, atunci delfinii produc lapte matern.

• *Argumentarea inductivă* - constă în asumarea premiselor pentru a genera argumente care servesc la susținerea concluziei. Astfel, este probabil și nu sigur că concluziile sunt adevărate. În acest caz, validitatea concluziei provine din capacitatea de inducție a persoanei care face premisele. Argumentarea inductivă este slabă, deoarece rezultatele oferite de aceasta sunt plauzibile, acceptabile, dar nu concludente. În acest sens, ei se opun argumentării deductive. Ex.: concluzie: iarba este umedă când plouă, premisa: de fiecare dată când plouă iarba crește.

• *Argumentarea abductivă* - aceasta este cea mai bună explicație pentru concluzia care este prezentată. Argumentarea abductivă seamănă cu argumentarea inductivă, deoarece concluziile sunt trase dintr-o premisă. Ex.: concluzie: iarba este umedă, dar nu am udat-o, argumentul: probabil a plouat.

Într-o discuție, fiecare parte are păreri sau idei diferite care îi situează pe poziții diferite. Pentru a ajunge la o soluție de comun acord, ei trebuie să înțeleagă poziția celuilalt. Forma argumentelor poate fi diferită: afirmații, opinii ale unor persoane, probe etc.

Prin argumentare îl ajutăm pe interlocutor să înțeleagă punctul nostru de vedere sau să-si schimbe opinia referitoare la acesta. Importanța argumentării în negociere este determinată de mai mulți factori:

• Contextul și orientarea negocierii - pentru acest factor se ține cont de negocieri. În cazul în care avem de a face cu o negociere conflictuală, argumentarea se face cu ajutorul dovezilor bazate pe putere, și invers.

• Credibilitate - pentru aceasta este nevoie de o încredere reciprocă între cele două părți. De asemenea, credibilitatea poate fi foarte utilă în funcție de competența noastră.

• Forța argumentării. În primul rând, argumentele prezentate trebuie să fie corecte, relevante și complete. Prezentarea unor argumente incomplete sau omiterea unor fapte nu poate decât să îngreuneze negocierea și să aducă neîncredere interlocutorului.

De obicei, argumentele corecte te pot face câștigător într-o dezbatere de idei sau în orice conflict verbal la care iei parte. Argumentarea este un proces mental care are drept scop găsirea unor temeuri. Argumentarea dată se aseamănă cu o mică cercetare – ai o idee pentru care cauți dovezi reale, deci, dacă dovezile nu sunt implicite, atunci argumentarea poate fi ușor stopată de cineva care știe regulile de bază din argumentare. Practic, argumentul este o construcție care susține o concluzie. Premisele sunt faptele cunoscute, în timp ce concluzia este un fapt necunoscut, este acea noutate pe care o oferim interlocutorului nostru.

### **Fundamentele argumentării:**

*Opinie* - este absolut necesară și poate avea în vedere o idee, temă sau convingere.

*Vorbitorul* - cel ce argumentează și vrea să transmită opinia proprie.

*Argumentul* - este punerea într-o anumită formă a opiniei pentru a convinge interlocutorul. Poate lua forma unei scrisori, a unei reclame, a unui discurs.

*Auditoriul/interlocutorul* - este cel care receptează argumentul. Poate fi un individ, un grup sau un public larg.

*Contextul* - reprezintă situația în care se desfășoară comunicarea. Este compus din contextul relațional și normativ.

**Indicatorii de premise** sunt: deoarece, întrucât, fiindcă, pentru că. Argumentarea este nelipsită din actele de comunicare, când intenționăm să susținem, să întărim, să convingem pe cineva sau să probăm un punct de vedere.

**Forma standard** a unui argument este:

**premise–concluzie** (ultima propoziție dintr-un argument în formă standard este întotdeauna concluzia). În limbajul natural, un argument nu apare întotdeauna în forma standard (concluzia nu apare de fiecare dată la finalul argumentului), ci poate fi și într-o formă non-standard (concluzia poate să apară la mijlocul sau chiar la începutul argumentului). Altfel spus, într-un argument care nu este în formă standard *concluzia poate ocupa orice loc*.



### **Exemplu de argument în formă standard:**

*Cei care întârzie sunt nepunctuali (premisă).*

*Tu ești o persoană care întârzie (premisă).*

.....  
*Tu ești nepunctual (concluzie).*

### **Exemplu de argument în forma non-standard:**

*Tu ești nepunctual întrucât întârzi, iar cei care întârzie sunt nepunctuali.*

### **Indicatorii argumentării**

Argumentarea este nelipsită din actele de comunicare, când intenționăm să susținem, să întărim, să convingem pe cineva sau să probăm un punct de vedere.

În centrul analizei argumentării stă raționamentul, deoarece orice argumentare este o organizare inedită de raționamente (*argumentare amplă*), existând și argumentări care presupun un singur raționament (*argumentare simplă*).

Raționamentul este operația logică prin care din propoziții numite *premise* este derivată o altă propoziție numită *concluzie*. În structura raționamentului sunt incluse *premisă/premisele* și *concluzia*.

Identificarea unor premise și a concluziei unui argument se poate realiza cu ajutorul unor cuvinte sau expresii numite

**Indicatori logici.** Există două tipuri de indicatori logici:

**Indicatori logici de premisă.** Exemple: *deoarece, pentru că, întrucât, dat fiind că, presupunând că, pe baza faptului că, datorită (faptului că), fiindcă, pornind de la ideea că* etc.

**Observație:** orice propoziție care urmează după un indicator de premisă poate fi considerată premisă a argumentului.

**Indicatori logici de concluzie.** Exemple: *deci, prin urmare, rezultă că, așadar, în concluzie, (de aici) decurge (că), deducem că, concluzionăm (că)* etc.

**Observație:** orice propoziție care urmează după un indicator de concluzie poate fi considerată drept concluzie a argumentului.

### **Exemple de argumente:**

(1) Ai luat notă mică (*concluzia*), pentru că (*indicator logic de premisă*) nu ai învățat (*premisă*).

(2) Șoferul a trecut pe roșu (*premisă*). Prin urmare, va primi amendă (*concluzie*).

Observație: un argument poate conține indicatori de ambele tipuri.

**De exemplu:** Având în vedere că (*indicator de premisă*) *echipa a câștigat toate partidele*, rezultă că (*indicator de concluzie*) *ea se va califica pentru faza următoare a competiției*.

Un caz special îl reprezintă indicatorul „**de aceea**”; acesta reprezintă un indicator de premisă atipic, deoarece premisa nu apare după indicator, ci *înaintea* acestuia, iar următoarea propoziție este, de regulă, concluzia argumentului.

**Exemplu:** *Ai rămas corigent la trei discipline (premisă); de aceea vei repeta anul (concluzia)*.

**Notă:** *nu este necesar să apară un indicator logic pentru a spune că suntem în prezența unui argument*.

**De exemplu:** *Colegul meu este criticat mereu de către profesori. Uită întotdeauna să-și scrie numele pe lucrare*. Acest enunț este un argument, deși nu are în componența lui nici un indicator logic. Concluzia: *Colegul meu este criticat mereu de către profesori* este justificată logic de premisa: *uită întotdeauna să-și scrie numele pe lucrare*. Am putea subînțelege aici indicatorul „întrucât” (sau un alt indicator de premisă); reformulat, argumentul ar putea arăta astfel: *colegul meu este criticat mereu de către profesori, întrucât uită mereu să-și scrie numele pe lucrare*.

*Să recapitulăm:*

Prezența unei argumentări este vizibilă printr-o serie de cuvinte/expresii caracteristice – **indicatori ai argumentării**:

„pentru că”, „deoarece”, „întrucât”, „fiindcă”, „presupunând că”, „așadar”, „datorită” etc. – expresii care introduc propozițiile **temei** (*indicatori de premise*);

„nu poate”, „nu trebuie” – indică prezența unei concluzii/recomandări cu valoare de argument;

„dacă ... atunci” – semnaleză faptul că, fiind date anumite elemente, se va produce o concluzie;

„rezultă”, „prin urmare”, „în consecință”, „deci”, „conchidem” – introduc *teza (indicatori de concluzie)*.

### **Structura argumentării – analiza unei argumentări**

Un argument poate avea una din următoarele *trei structuri argumentative*:

(1) *Structură argumentativă simplă (argument simplu)* – formată dintr-o premisă și o concluzie.

**Exemplu:** *Geamul s-a spart (concluzia), deoarece (indicator de premisă) copilul vecinei a aruncat cu piatra în el (premisă).*

(2) *Structură argumentativă în cadrul căreia argumentul este format din două sau mai multe premise și o concluzie.*

**Exemplu:** *Întrucât olimpicii intră la facultate fără concurs, iar tu ești olimpic, rezultă că și tu vei intra la facultate fără concurs (argument format din două premise și o concluzie).*

(3) *Structură argumentativă complexă (argument complex).* Argumentele complexe sunt cele în care cel puțin una dintre premise este justificată/susținută de către una sau mai multe propoziții. În componența unui argument complex intră următoarele *componente*:

– o *concluzie finală*;

– una sau mai multe *concluzii intermediare – propozițiile (premisele) care justifică concluzia finală și care sunt justificate la rândul lor de către una sau mai multe propoziții*;

– *premise care justifică concluzia finală, dar care nu sunt concluzii intermediare (libere)*;

– *propozițiile care justifică concluziile intermediare.*

**Observație:** unele argumente complexe pot să nu conțină premise libere.

### **Exemplu de argument complex:**

*„La primul extemporal elevul a obținut nota 10, întrucât a rezolvat corect toate subiectele. La ultimul extemporal acesta a fost prins copiind; de aceea a primit nota 1. Prin urmare, elevul va avea*

*media semestrială 7, deoarece a obținut nota 10 la examinarea orală”.*

Un argument nu este puternic prin sine însuși, ci prin impactul pe care îl are asupra interlocutorului. Din această cauză, trebuie să fim atenți la modul în care ne construim argumentația și de felul în care o prezentăm. Astfel, putem face o argumentare dezechilibrată, care presupune doar prezentarea dovezilor sau putem face o argumentare echilibrată prin care prezentăm argumentele pro și contra. Ca să evităm conflictele, trebuie să fim atenți la modul de formulare a ideilor, semnele nonverbale și atitudinea noastră. De aceea trebuie să ne exprimăm argumentele foarte clar și concis, să evităm vorbirea inutilă; să folosim fraze scurte; să prezentăm argumente concrete, nu abstracte; să formulăm argumente pozitive și să vorbim calm, având un ton ce afișează siguranța.

### **Critica constructivă**

În societatea noastră deseori se confundă utilizarea sau sensul conceptelor de morală și critică. Astfel, conceptul de morală este definit ca ansamblul normelor, regulilor, principiilor care ajută la relaționarea dintre oameni, fiind și o formă a conștiinței morale, pe când conceptul de critică implică în sine reguli care atenționează încălcarea normelor morale. Este greșită expresia „a face morală”, deoarece morala reprezintă reguli, norme, fiind corectă expresia „a face critică”. Important de clarificat că există critică constructivă și critică distructivă. Ceea ce noi percepem prin a face morală are sensul de critică distructivă. Ceea ce prezintă interes pentru noi este că, dacă studenții vor fi învățați să realizeze critica constructivă, vor rezolva problema, dar nu vor ataca persoana.

*Critica constructivă se concretizează în respectarea câtorva reguli:*

1) Critica începe cu o vorbă bună sau cu un compliment. Acest lucru va dovedi faptul că dvs. nu sunteți supărat pe cineva sau aveți vre-o problemă personală și vă descărcați pe persoana care o criticați. Vorba bună sau complimentul va descărca atmosfera și va face comunicarea mai eficientă.

2) „*Atacarea*” problemei și nu a persoanei. Problema noastră este că atunci când o persoană întârzie sau nu este pregătită etc., noi atacăm persoana prin expresia „*tu*”.

3) *Exprimarea descriptivă*, și nu evaluativă, reflectă faptul că cel care critică trebuie să descrie comportamentul realizat și nu să evalueze, de aceea în loc de „*tu ești un lenos*” se acceptă „*mă deranjează faptul că ai întârziat ieri – ai venit la ora 8.20*”.

4) *Referire la specific, concret și nu la global, general*. Tendința de generalizare: „*tu întotdeauna întârzi*” sau „*tu nu doar întârzi, ci nici nu înveți*” provoacă un conflict intern și unul extern, deoarece cel criticat nu percepe ce se dorește de la el, ba i se vorbește de o problemă, ba de alta și, doar atunci când ne axăm pe o problemă, ea poate fi soluționată. Însă când ne axăm pe mai multe probleme odată, nu soluționăm nici una. De aceea, se cere ca cel care critică să fie concret, clar și concis: „*Mă deranjează faptul că ai întârziat pe data de 16 cu 35 de minute, ieri cu 15 și azi cu 20 de minute*”.

5) *Explicarea consecințelor atât pentru grup, cât și pentru sine*. Subalternul poate să nu conștientizeze consecințele întârzierii, de aceea este important a expune care pot fi consecințele: întârzierea dvs. poate fi preluată de 30 de studenți, poate fi preluată și de colegii dvs. care sunt pedagogi/ingineri etc., ca și dvs., în consecință studenții se angajează la 30 de organizații unde vor aplica același comportament - întârzierea. Rezultă că universitatea noastră pregătește specialiști care să întârzie - imaginea universității are de suferit. Dacă vor fi spuse cele relatate de mai sus, subalternul își va modifica comportamentul.

6) *Aflarea cauzei comportamentului sau a problemei*. De obicei, există tendința de a întreba la început care este cauza. Dar cine nu a întârziat niciodată?! Atunci când se întârzie, fiecare se gândește că dacă va fi întrebat, pregătește o scuză. De aceea, la început prezentăm consecințele comportamentului, apoi ne interesăm de cauză, pentru a vedea în ce constă problema și cum putem s-o soluționăm pentru a nu se repeta.

7) *Validarea interlocutorului* - recunoașterea importanței lui ca individ, indiferent de opiniile pe care le exprimă sau de sistemul său

de valori. Tendința de a propune soluții o are fiecare, mai ales dacă se prezintă a fi expert. Dar interlocutorul care cunoaște problema poate cunoaște mai bine și soluția. De aceea, ar fi ideal să întrebăm interlocutorul nostru ce părere are despre problema respectivă și cum crede că e mai bine a o soluționa.

8) *Congruența* în comportamentele de comunicare. Cererea părerii interlocutorului despre problema respectivă va prezenta atât atitudine și respect față de sine, cât și sentiment de echipă.

9) *Asigurarea continuității* în procesul de comunicare. După propunerea soluțiilor din ambele părți, este bine a-l asigura pe interlocutor că este un angajat apreciat pentru funcția pe care o exercită și că se mizează pe colaborare în continuare.

10) *Asumarea răspunderii pentru afirmațiile făcute*, pentru părerile, ideile comunicate. Atunci când interlocutorul propune soluția pentru a nu mai întârzia, de exemplu: nu pot veni la prima oră că nu are cine să-mi ducă copilul la grădiniță, de aceea schimbați-mi orarul ca să nu am întâia pereche. În acest caz, este important de a-și asuma răspunderea pentru cele afirmate.

11) *Ascultare suportivă*. Cât de mare ar fi problema, este important a asculta interlocutorul până la capăt și a-l susține când are probleme, astfel el se va simți ca parte componentă a echipei în care activează și va manifesta o atitudine responsabilă atât față de echipă, cât și față de activitatea profesională.

Cele unsprezece reguli expuse conturează o atitudine de considerație, respect și înțelegere față de interlocutor, de dorința de a satisface nevoile sale psihosociale fundamentale, cum ar fi nevoia de înțelegere, de apartenență, de prietenie, de protejare a propriei imagini.

Cea de-a unsprezecea regulă, ascultarea suportivă, trebuie tratată în mod special, ea reprezentând o tehnică esențială atât în interacțiunile din cadrul populației în general, cât și în procesul de lucru în special. Managerii întâmpină dificultăți în ascultare, în acceptarea punctului de vedere al interlocutorului, deseori și al managerilor, precum și în susținerea opiniei personale.

## **Pregătirea și susținerea prezentării în public**

Nu există succes fără o pregătire. Orice prezentare începe cu întrebarea: ce vreau să obțin ca prezentator/oare? Ce vreau să transmit? Ce vrea auditoriul să asculte?

Susținerea unei prezentări orale este una dintre cerințele frecvente în facultăți și colegii. Faptul ca mulți studenți se tem să apară în public sau nu toți reușesc să aibă succes ține și de o oarecare ignoranță: a ști cum trebuie să faci o prezentare orală este o abilitate care poate fi dezvoltată și perfecționată. Uneori suntem surprinși de faptul că ne place mai mult să-i ascultăm pe oameni vorbind, povestind și explicând decât să le citim. E mai rapid și mai spectaculos. Ascultătorii nu vor neapărat numai informație; ei vor să fie luați în considerație, stimulați, antrenați, bine dispuși. Acesta este și motivul pentru care ne place să-i ascultăm pe cei care nu-și dezlipesc privirile de pe foaia de hârtie.

1. *Factori interpersonalii*. Toți cei care se sperie că trebuie să vorbească în public sunt sfătuiți să înceapă discursul cu ideea că auditoriul e de partea lor. Publicul este de partea vorbitorului și va rămâne de partea lui până la sfârșitul prezentării mai ales dacă vorbitorul nu va crea stare de conflict. Se poate întâmpla ca pe parcursul prezentării să uităm ce am vrut să spunem, sau cum trebuie să continuăm o idee, să nu găsim imediat folia transparentă cu datele pe care trebuie să le interpretăm, să ne împiedicăm când coborâm de pe podium și totuși să fim aplaudați cu căldură la sfârșit și să ni se spună că prezentarea a plăcut. Dacă vom ști cum să comunicăm publicului faptul că îl tratăm cu interes și seriozitate, că avem să le spunem lucruri importante și interesante, dacă avem conștiința depunerii unui efort cât de mic pentru a ne pregăti în vederea marii confruntări, publicul va simți și va manifesta toleranță. Cu cât publicul se va apropia, sub conducerea noastră, de miezul dezbaterilor, cu atât se va simți mai antrenat. Acesta este și motivul pentru care se sugerează vorbitorului menținerea unui contact vizual permanent cu auditoriul. E bine să privim pe rând fiecare segment de grup, apoi o persoană sau alta. Dacă în general întimpinăm greutăți în stabilirea contactului vizual, va trebui de exersat.

Dacă dorim ca publicul să acorde atenție, să urmărească ideea, trebuie să luăm în calcul următoarele aspecte: verificarea acusticii sălii; plasarea optimă în spațiu a materialelor vizual; evitarea grimaselor; crearea unei atmosfere destinsă prin zâmbet; evitarea vulgarităților; evitarea glumelor însoțite de râs zgomotos; expunerea pe un ton plictisit; încadrarea în limita de timp impusă prezentării.

2. *Pregătirea prezentării.* Factorul timp este decisiv în pregătirea unei prezentări. Oratorii spuneau că pentru a putea vorbi cinci minute aveau nevoie de două săptămâni de pregătire, iar pentru a vorbi o oră, de o singură săptămână. Putem să ne bucurăm de concentrarea maximă a publicului preț de 10 minute, după care va trebui să facem eforturi pentru a o menține la cote ridicate. De aceea, este indicat să ne structurăm prezentarea cât mai riguros, acordând între 10 și 20% din timp introducerii, 60-80% din timp să-l alocăm problemelor de conținut și să păstrăm 10-20% din timp pentru concluzii. Exersarea prezentării acasă, cu ceasul în față, este o excelentă modalitate de a verifica dacă selecția materialelor se încadrează în spațiul de timp solicitat; înregistrarea prezentării, apoi analiza ei poate scoate la iveală atât deficiențele de natură paraverbală, cât și cele de conținut și logică. Pentru a nu permite memoriei să vă scape unele aspecte importante, pregătiți-vă notițe clare și ușor de urmărit, adoptând formatul fișelor scrise pe o singură parte și nu pe coli A4 scrise pe ambele fețe. Ele vă vor ajuta să nu omiteți ideile importante, să construiți argumentări solide și să nu vă abateți de la succesiunea normală sau corectă a faptelor și aspectelor selectate pentru prezentare.

3. *Folosirea mijloacelor vizuale.* La pregătirea materialelor vizuale trebuie pornit de la premisa că ele au rolul să orienteze publicul, să ajute la crearea de corelări și conexiuni ideatice, să completeze doar ceea ce aveți de spus. Cuvintele nu vor ajuta prea mult dacă nu vor fi asociate sau întărite vizual prin procedee grafice cum ar fi sublinieri, încercuiri sau încadrări.

În cazul în care considerați că aveți nevoie de un program de grafică de prezentare precum PowerPoint 2000, care să vă ajute să comunicați ideile cu forța, evitați următoarele clișee vizuale:



butoanele animate; topirea unei imagini în alta; formarea textului prin căderea literelor; sporirea spectaculozității trecerii de la o pagină la alta prin punctarea sonoră cu sunete de fanfară.

4. *Rostirea discursului*. Nu începeți să vorbiți până nu vă asigurați că publicul acordă atenție, până când nu este stabilit un contact vizual cu auditoriul și nu ați găsit poziția cea mai comodă în fața celor care așteaptă să audă cuvintele dumneavoastră. Nu folosiți clișee sau expresii banale de tipul “Am marea plăcere de a ...”, nu se prezintă nici mulțumiri și nici scuze în primele fraze ale discursului. Controlați starea de nervozitate din primele minute ale prezentării. Există mai multe moduri de a începe un discurs: denumirea temei urmată eventual de câteva precizări referitoare la alegerea titlului prezentării; referirea la obiectivele și aspectele pe care doriți să le abordați în cadrul temei propuse; anticiparea unor întrebări sau aspecte problematice; deschiderea discursului cu o anecdotă sau cu o glumă; mărturisire; prezentarea unor fapte sau date statistice; folosirea unui citat nu foarte lung și relevant pentru subiectul discursului; afirmații cu un conținut șocant; povestiri interesante.

5. *Finalizarea discursului*. Modalitățile pentru încheierea prezentării sunt la fel de numeroase: prezentarea unor concluzii punctuale; lansarea unor interogații (retorice) prin care să recăpătați interesul slăbit al publicului; anecdote scurte care să ilustreze aplicabilitatea ideilor dumneavoastră; invitarea publicului de a trece la acțiune în spiritul celor afirmate în prezentare; folosirea de citate prin care să subliniați credibilitatea performanțelor sau rezultatelor expuse. E preferabil ca să nu vă abateți de la concepția inițială. Conținutul discursului nu se memorează, fraza de început și cea de încheiere sunt bătute în cuie. Dacă vreo întrebare adresată ne pune într-o încurcătură încât ne dăm seama că nu putem răspunde, este mult mai corect și mai elegant să nu încercăm “s-o scăldăm” și să rostim cu sinceritate și aplomb - “Îmi pare rău, nu știu/nu cunosc/nu vă pot ...”. Iar dacă ni se adresează o întrebare care nu are nimic de-a face cu subiectul prezentării noastre, nu trebuie să ne simțim obligați să răspundem. Irelevanța se poate sancționa cu eleganță și diplomație.

## **Reguli de a pregăti o prezentare de succes**

### **1. Alege tema în funcție de scopul pe care îl ai pentru prezentare**

Mulți oameni au impresia că primul pas este să îți alegi tema. Dar tema nu are atât de mare importanță ca scopul pentru care ținem acel discurs.

De ce vorbești în public? De ce susții acea prezentare?

Dacă o faci doar pentru că te-a pus cineva sau crezi că ar fi interesant să încerci, atunci e foarte posibil să ratezi ținta (indiferent de cât de bună e tema).

De fapt, scopul este important pentru aproape orice acțiune pe care o întreprindem, te poate ajuta foarte mult, chiar și în relațiile tale. Chiar dacă ți se impune un subiect specific (de exemplu în mediul profesional), poți găsi un scop prin care să oferi ceva de valoare publicului.

**2. Documentează-te.** Documentarea este un pas important, deoarece poate aduce credibilitate sau informații deosebite pentru discursul tău, care fac diferența față de cineva care nu s-a pregătit bine.

**Prima despre care vorbim este documentarea clasică** din diferite cărți de specialitate, de pe internet, din studii etc. Informațiile și studiile dau credibilitate prezentării, deoarece auditoriul își dă seama că tu ai făcut o cercetare și îți bazezi concluziile pe lucruri reale. Adaugă întotdeauna sursa exactă a informațiilor, pentru a spori credibilitatea – de exemplu ”cercetătorii britanici” nu reprezintă o sursă demnă de crezut.

**Apoi vom adăuga o documentare pe care unii o trec cu vederea: povestirile.** Povestirile (sau poveștile) au o magie aparte – atrag publicul și îl poartă pe firul întâmplărilor palpitate. Sunt convins că te-au captivat și pe tine povestirile spuse de prieteni la o cafea – parcă abia așteptai să auzi cum se termină. Pot fi din propria experiență – publicul va aprecia sinceritatea și va empatiza cu tine. Pot fi din întâmplările prietenilor sau chiar din cărți sau biografii ale persoanelor celebre. De asemenea, poți spune și povești ficționale,

fabule sau anecdote, deoarece acestea au un efect deosebit asupra publicului, care se va lăsa purtat pe aripile imaginației.

**După ce ai strâns datele, ideile și povestirile, pune aluatul la dospit.** Lasă aceste informații să ”fermenteze” peste noapte. Uită-te peste ele din când în când, gândește-te la ele în timp ce te plimbi sau îți faci duș. Vei face noi conexiuni între aceste elemente, îți vor veni noi idei și îți se vor clarifica anumite lucruri.

**3. Stabilește structura.** După ce ai strâns ideile pentru discurs, ai nevoie să le introduci într-o structură simplă, în care să se vadă cum treci de la o idee la alta, fără să divaghezi. **Pentru o prezentare de maxim 30 de minute, e indicat să ai o singură idee principală,** iar restul ideilor să graviteze în jurul acesteia. Dacă vorbești de prea multe subiecte deodată, vei deruta publicul.

**Cea mai simplă structură are trei părți: introducere, conținut și încheiere.** Punctele esențiale sunt introducerea și încheierea, deoarece delimitează cuprinsul discursului tău. Poate fi și o structură circulară, în care finalizezi cu aceeași frază ca în introducere, doar că la sfârșit va avea un înțeles diferit, mult mai profund.

**4. Repetă și rafinează.** Repetarea discursului este adeseori neglijată de multe persoane, deoarece au impresia că ”știu” ce au de zis. Realitatea este că în fața unui public intervin emoții sau întreruperi neprevăzute și avem nevoie să fim foarte stăpâni pe ceea ce vom vorbi. E bine să repeți discursul de cel puțin trei ori, oricât de plictisitor îți s-ar părea. În acest fel, vei evita **blocajele** care se întâmplă uneori din cauza lipsei de pregătire. **Pentru cele mai bune rezultate, repetă cu voce tare,** pentru a exersa modul de exprimare și a te familiariza cu discursul.

**Acesta este procesul de rafinare** prin care un discurs devine din ce în ce mai bun. Așa că fii deschis(ă) la îmbunătățiri asupra prezentării de fiecare dată când o repeți, cu excepția ultimei repetări: atunci nu mai schimbi nimic pentru a avea clar în minte varianta finală.

**5. Pregătește-te și din punct de vedere emoțional.** Am putea crede că pregătirea unei prezentări înseamnă doar documentare și

repetare. Dar când avem mai multe perechi de ochi ațintiți asupra noastră, ne dăm seama că pregătirea emoțională este la fel de importantă!

**Primul lucru pe care ai nevoie să-l faci este să-ți îmbrățișezi emoțiile legate de discurs.** Și pe cele plăcute, și pe cele mai puțin plăcute. Ți-a spus cineva vreodată înainte de un examen sau un interviu, sau o prezentare de orice fel: ”Să nu ai emoții”? DE CE să nu avem emoții? Tocmai acestea ne fac umani și ne ajută să transmitem mesajul nostru cu impact și ne ajută să ne conectăm cu publicul. Într-adevăr, există și emoții negative, cum ar fi teama, care ne pot împiedica sau bloca într-un discurs, dar sunt normale! Dacă le refuzăm, nu vom face nimic altceva decât să măturăm gunoiul sub preș – sigur va ieși la un moment dat de acolo. Așa că îmbrățișează-ți temerile și astfel vei deveni mai confortabil – știind că sunt normale și că toată lumea le are. **Apoi ai nevoie să accepți faptul că poți greși.** Te poți încurca, te poți bâlbâi, poți uita ceea ce ai de spus sau cine știe – publicul te va pune în dificultate. Există multe lucruri neprevăzute care se pot întâmpla într-o prezentare. Am fost întrebant de multe persoane: ”Cum să fac să nu mă încurc, să vorbesc perfect fluent? Cum să fac să nu fiu pus niciodată în dificultate de public?” Răspunsul este: NU poți să eviți total aceste situații. Cu timpul, având mai multă experiență, le vei putea rezolva mult mai ușor. Dar tocmai mentalitățile ”nu vreau să se întâmple” sau ”va fi un dezastru dacă mi se întâmplă mie” te fac să te blochezi sau să îți fie foarte frică de vorbitul în public. Deoarece pui prea multă presiune pe tine. Marea greșală aici este că atenția ar trebui să fie concentrată pe ceea ce primește publicul – pe scopul discursului și nu pe propriul orgoliu (care țipă: vreau să fie perfect!!) Atunci când accepți, te relaxezi – nu înseamnă că nu vei mai greși, dar șansa va fi mai slabă. Iar publicul va simți atitudinea relaxată și dorința de a contribui.

**În final, ultimul pas înainte de a ieși pe scenă este să îți crezi o rutină care să te pună într-o stare de încredere.** Ai observat sportivii profesioniști? Fiecare are un tic sau o superstiție înainte să intre în teren: unii își sărută tricoul, alții fac câteva mișcări de încălzire (dar mereu pe aceleași), alții ating cu mâna fanionul

echipei etc. Este metoda lor de a se pregăti emoțional și o fac de fiecare dată la fel. Starea interioară ne afectează enorm performanța, de aceea avem nevoie ca înainte de o activitate importantă să ne aducem acea stare de bine și de încredere care ne va permite să ne accesăm mai multe resurse. Poate fi un exercițiu fizic intens, care să-ți pună sângele în mișcare, cum ar fi săritul în sus. Poate fi un gest de victorie, care te va face să te gândești cât de bine te vei simți la sfârșitul discursului.

Sau poate fi și ceva mai relaxant: să respiri adânc sau să ascuți un minut dintr-o melodie care te inspiră. Cel mai important lucru este să faci același lucru de fiecare dată. În acest fel, acea activitate se va lega în creierul tău de o stare de bine și vei putea să o readuci mereu înaintea prezentărilor tale. **Toate aceste elemente pot părea simple, dar puse laolaltă reprezintă o structură deosebit de puternică. Tot ce ai nevoie acum este să le pui în practică!** Iar după ce participi măcar o dată în public, poți susține și tu un discurs, într-un mediu prietenos unde vei exersa fără grijă, deoarece nu te va judeca nimeni.

### **Organizarea unui seminar, conferințe**

Organizarea unei conferințe este un proces complex, iar planificarea minuțioasă a fiecărei etape influențează succesul întregului eveniment. Astfel, pentru a pregăti o conferință, este necesar nu doar să găsiți un loc de desfășurare, reieșind din confortul locației și numărului de persoane, dar și să asigurați echipamentele necesare, precum și alimentația corespunzătoare evenimentului. Un centru special amenajat poate suporta cerințele unei simple conferințe, dar când invitații provin din diverse locații, situația se schimbă.

Pentru participanții din alte țări sau orașe este necesar să se ofere cazare în hotel și asistență în achiziționarea билетelor de avion și a transferului la hotel.

La capitolul cazare Chișinău este lider absolut, dar există și o serie de alte interese, care trebuie satisfăcute în paralel. Cu siguranță, participanții invitați vor fi interesați să se familiarizeze cu orașul și țara, de aceea ar putea fi utilă organizarea unui program de excursii.

Cele mai bune hoteluri în Moldova sunt anume cele care oferă condiții depline și oportunități suplimentare altor alternative de cazare. Pentru participanții la o conferință, cerințele diferă oarecum de necesitățile unui simplu turist, iar acest lucru trebuie luat în considerație.

Desfășurarea evenimentelor în format de conferință presupune atât cunoașterea informală a participanților, cât și întâlnirile de afaceri. De aceea, este foarte important să planificați competent nu doar partea „business”, dar și să creați toate condițiile necesare pentru o atmosferă degajată.

Pentru a obține rezultatele dorite de la conferință, este important să planificați totul până la cele mai mici detalii. Organizarea unei conferințe poate fi simplificată la maxim, dacă aveți cunoștințele și deprinderile necesare. Cel mai important – să aveți la dispoziție o sală de conferințe cu echipament tehnic potrivit.

**Etapele de organizare a conferinței.** Organizarea conferinței implică un volum foarte mare de pregătiri, încă de la primele etape. Pentru a organiza la cel mai înalt nivel o conferință sau un forum, trebuie nu doar să urmăriți cu meticulozitate planul evenimentului, dar și să reacționați rapid la situațiile neprevăzute.

Este important să aveți întotdeauna opțiuni alternative, astfel încât, în caz de urgență, fără a suporta pierderi majore, să continuați conferința. Indiferent dacă alegeți ca și gazdă centre specializate ori hoteluri din Chișinău sau Moldova în general, un plan bine pus la punct, racordat la posibilitățile locației alese este singura cale spre succes.

**Selectarea sălii de conferință.** Alegerea corectă a locației de desfășurare a conferinței este extrem de importantă pentru atingerea obiectivelor acesteia. Punctele-cheie cărora trebuie să le acorde atenție organizatorii: capacitatea încăperii; nivelul asigurării tehnice; locația sălii de conferință; alte servicii suplimentare.

La alegerea sălii de conferință, organizatorii iau în considerație numărul aproximativ al participanților. Într-o sală care nu corespunde amplitudinii evenimentului, participanții vor simți disconfort: aerul închis și insuficiența de scaune, sau, dimpotrivă, spațiile goale pot

complica cursul negocierilor. Sala ar trebui să fie disponibilă tuturor participanților, deci, când este vorba de invitați de peste hotare, cea mai bună locație este chiar acel hotel, unde sunt cazați. A devenit deja o tradiție de bun gust ca un hotel de 5 stele să dispună numaidecât de un spațiu destinat unor astfel de evenimente.

Partea tehnică trebuie să corespundă la maxim obiectivelor propuse de organizatori și participanți. Organizatorii trebuie să aleagă o astfel de încăpere, în care fiecare din cei prezenți ar putea să comunice în mod liber.

Amplificatoare de sunet, microfoane, proiectoare, un monitor sau ecran de proiecție, alte elemente ale sistemelor audio și video sunt incluse în echipamentul necesar pentru organizarea unei conferințe.

Masă cu gustări, pauze de cafea: în prezent, orice conferință, negociere sau întâlnire de afaceri presupune pauze de cafea și o masă cu gustări, care permit participanților să se relaxeze după un val atât de mare de informații. Organizarea pauzelor de cafea necesită o atenție deosebită la cele mai mici detalii, pentru a nu perturba atmosfera, surprinzând plăcut participanții. Este foarte important ca de organizarea acestei părți a conferinței să se ocupe profesioniști în domeniu, pentru ca deservirea impecabilă să fie încă un punct forte al conferinței.

*Organizarea timpului liber a participanților.* În cazul conferințelor cu durata de câteva zile, este absolut necesar să fie planificate diverse activități pentru a facilita interacțiunea participanților. Pentru a demonstra că sunteți o gazdă primitoare ar fi foarte bine să organizați o cină într-un restaurant, excursii în oraș, niște proceduri de relaxare. Un hotel de 5 stele este locația perfectă pentru a desfășura o conferință la cel mai înalt nivel, ce presupune implicit și activități mai puțin formale. Și, într-adevăr, un hotel de lux, mai ales în Chișinău, vă poate oferi nu doar cele mai bune săli de conferință și cazare pentru participanții din alte țări și orașe, dar și numeroase opțiuni de agrement. Ca opțiune se poate organiza o excursie sau, de ce nu, chiar un tur vinicol.

Investiți în moderarea evenimentului care va dirija atmosfera evenimentului și desfășurarea acestuia conform planului prestabilit.

În primul rând, moderatorul ar trebui să umple pauzele între discursuri și rapoarte. În al doilea rând, unii oratori depășesc orice limită de timp pentru discurs, ceea ce poate lungi considerabil întreaga conferință. Moderatorul trebuie să monitorizeze regulamentul de desfășurare și să dea de înțeles tacticos unui orator că timpul se epuizează. În al treilea rând, moderatorul ar trebui să fie capabil să păstreze atenția ascultătorilor și, eventual, chiar să ajute vorbitorul în timpul discursului său, punând întrebări sugestive. Moderatorul are un rol foarte important în cadrul conferinței și, în funcție de calitățile sale profesionale, poate să dea o plus valoare evenimentului sau din contra să îl ruineze.

*Verificări finale.* Va fi foarte util de făcut ultimele verificări cu o zi înainte de eveniment. Asigurați-vă că ați pregătit toate materialele, toți speakerii și-au confirmat prezența și vor ajunge la timp. Verificați dacă toate persoanele implicate în organizare și-au făcut bine treaba.

Este bine să știți!

Când alegeți perioada de desfășurare a conferinței este mai bine să evitați ca aceasta să coincidă cu conferințele concurenților. Aveți un public-țintă comun și, prin urmare, s-ar putea să nu obțineți rezultatele dorite. De asemenea, este necesar să evitați datele sărbătorilor oficiale și religioase, publice importante. La organizarea unei conferințe este necesar să se țină cont și de sezonul concediilor.

Nu ar fi bine să începeți o conferință în zi de luni, deoarece oamenii încă nu au intrat în ritmul de lucru și posibil că nu își vor dori să participe la eveniment. Acordați prioritate zilelor de miercuri, joi și vineri.

O conferință reușită se bazează și pe experiență, dar și pe nivelul de pregătire, deci, puteți avea rezultate minunate chiar din prima tentativă, dacă urmați conștiincios toate etapele.



**Tematica și sarcinile seminarului:**  
***Dimensiunea persuasivă a comunicării***  
**Sarcini de învățare/evaluare:**

1. Organizați un eveniment științific (seminar, conferință) în cadrul căreia colegii vor veni cu prezentări publice, fiind apreciați de o comisie de evaluare.
2. Privește următoarea imagine și formulează 2-3 idei despre aceasta. Ce poți asocia cu imaginea respectivă? Argumentează!



3. Analizează figura și propune o prezentare la tema *Dimensiunea persuasivă a comunicării*.

**CUM SĂ PREGĂTEȘTI UN DISCURS SAU O PREZENTARE ÎN PUBLIC**

- 1. Alege tema în funcție de scop**
  - 2. Documentează-te
    - Adună informații
    - Folosește magia povestirilor
    - Lasă ideile să despească
  - 3. Stabilește structura
    - Alege o singură idee principală
    - Construiește cele 3 părți: introducerea, cuprinsul și încheierea
  - 4. Repetă și rafinează
    - Repetă cu voce tare, de cel puțin 3 ori
    - Îmbunătățește discursul prin rafinare
  - 5. Pregătește-te și emoțional
    - Îmbrățișează emoțiile
    - Acceptă că poți greși
    - Creează-ți o rutină

## **Bibliografie:**

1. Argumentarea. [https://www.creeaza.com/didactica/comunicare-si-relatii-publice/Argumentarea\\_472.com](https://www.creeaza.com/didactica/comunicare-si-relatii-publice/Argumentarea_472.com)
2. Argumentarea în comunicare <https://vdocuments.net/reader/full/argumentarea-in-comunicare>
3. Bariere de comunicare [https://www.academia.edu/7049212/BARIERE\\_%C3%8EN\\_COMUNICAREA](https://www.academia.edu/7049212/BARIERE_%C3%8EN_COMUNICAREA)
4. Distorsionări și bariere în comunicare <https://www.scrigroup.com/management/comunicare/DISTORSIONARI-SI-BARIERE-IN-CO12514.php>
5. Graur, E. *Tehnici de comunicare*. Cluj-Napoca: Ed. Mediamira, 2001.
6. Importanța elementelor de logică <https://www.qreferat.com/referate/psihologie/Importanta-elementelor-de-logi243.php>
7. Lungu, V. *Etica profesională*. Suport de curs. Chișinău, 2011.
8. Mîslîțchi, V., Podubnîi, A. Inteligența emoțională: note definitorii. In: *Materialele Conferinței republicane a cadrelor didactice pedagogie în învățământul preșcolar și primar*. Vol. 4, 27-28 februarie 2021, Chișinău: Tipografia UST, 2021, pp. 98-105. ISBN 978-9975-76-321-9.
9. Popovici, F-G. Indicatorii și structura unei argumentări. <https://floringeorgepopovici.wordpress.com/2011/09/17/indicatorii-si-structura-unei-argumentari-schema/>
10. Principalele tipuri de argumentare
11. <https://ro.warbletoncouncil.org/tipos-de-argumentacion-9781>
12. Stoian, D. Cum să pregătești un discurs sau o prezentare public. <http://www.dragosstoian.ro/cum-sa-pregatesti-un-discurs-sau-o-prezentare-in-public-infografic/>

## **Tema 5. SCRIEREA ACADEMICĂ STRUCTURA CONCEPTUALĂ A TEXTULUI ȘTIINȚIFIC**

**Autor: Dina BARCARI, dr., lect. univ.**

### **Unități de conținut pentru curs:**

- Principiile scrierii academice
- Condițiile originalității rezultatelor cercetării științifice
- Tipurile de lucrări științifice
- Premise etice și normative ale procesului de cercetare științifică

### **Obiective:**

***În rezultatul însușirii temei studentul trebuie să cunoască:***

- să descrie principiile scrierii academice;
- să caracterizeze tipurile de lucrări științifice;
- să analizeze condițiile originalității rezultatelor cercetării științifice;
- să formuleze idei cu caracter științific, evidențiind originalitatea rezultatelor;

***să fie capabil:***

- să analizeze actele normative și standard actuale de elaborare a tezei de licență;
- să stabilească impactul publicației științifice;
- să propună modalități de citări bibliografice conform condițiilor tehnice ale diferitor reviste.

### **Principiile scrierii academice**

În suportul de curs pentru disciplina „Scrierea academică”, A. Țiclea [5] oferă următoarele principii la scrierea unui text științific:

**1. Un obiectiv clar.** Sunt mai multe scopuri ale lucrării științifice care răspund la o întrebare formulată de la bun început:

– *Scopul persuasiv sau de a convinge.* Cititorul adoptă răspunsul la întrebarea formulată, susținând o poziție a evidenței și rațiunii prin care se va opta pentru schimbarea punctului de vedere al cititorului.

– *Scopul analitic și sintetic* constă în explicarea și evaluarea presupuselor răspunsuri la întrebarea formulată, alegând în baza unui sistem de criterii cel mai bun răspuns. Pe de o parte, prin problemele analitice se studiază cauzele, efectele, eficacitatea și modurile de rezolvare a acestora. Pe de altă parte, scopul sintetic urmărește formularea unui răspuns propriu la întrebarea formulată.

– *Scopul informativ.* În scrierea academică informativă, scopul este de a explica răspunsurile posibile la întrebarea formulată, furnizând cititorilor informații noi despre tema respectivă.

**2. Angajarea audienței.** Scrierea academică este îndreptată către o audiență specifică, prin care îi captăm atenția, utilizând logica adecvată pentru a o convinge și a-i transmite propriile idei.

**3. Un punct de vedere bine argumentat.** Scopul unei lucrări științifice este de a arăta ideile originale ale autorului asupra subiectului cercetat.

**4. Organizarea logică.** În cadrul scrierii academice se urmează un model standard de organizare a textului, cum ar fi: introducerea (captează atenția cititorului, oferă informații generale despre temă), corpul lucrării (susține afirmații logice despre tema cercetată) și concluziile (sintetizează rezultatele cercetării și îi demonstrează cititorului despre importanța acestora).

**5. Utilizarea efectivă a surselor de cercetare existente.** Lucrarea cuprinde o varietate de surse bibliografice citate, analizate și explicate.

**6. Stilul exprimării.** Se va utiliza un stil natural, evitându-se exprimările greoaie, plictisitoare sau discursul ultraformal.

### **Condițiile originalității rezultatelor cercetării științifice**

Cercetarea științifică are ca scop producerea de cunoaștere nouă. În continuare vom răspunde la întrebări care deseori apar în timpul scrierii academice: ce este noutatea științifică?, în ce constă originalitatea? etc. Originalitatea este adesea confundată cu noutatea

tematică. În momentul când studiem un subiect care nu a fost abordat până la moment, rezultatele vor fi atât noi, cât și originale. Pentru comunitatea științifică orice poate fi subiect de cercetare valoarea căruia contribuie la înțelegerea curentă a lumii. Cunoașterea nouă este accesibilă tuturor celor care își desfășoară activitatea în mediul academic și se țin cont de câteva principii [6]:

a) Informații noi despre lume (informații empirice noi).

b) Replicarea cunoașterii existente, invalidarea unor rezultate anterioare sau a eficienței unor metode reprezintă de asemenea un tip de informații noi despre lume – chiar dacă nu sunt fabulos de interesante. Conceptul de criză a reproductibilității („replication crisis”) surprinde tocmai eșecul cercetării contemporane de a consolida cunoașterea prin studii repetate ale aceluiași teme.

c) Concepte nuanțate. Pe măsură ce aprofundăm un subiect, este posibil să constatăm că felul în care l-am folosit inițial nu este perfect adecvat datelor empirice și este nevoie să propunem nuanțe sau modificări ale acestui concept.

d) Următorul pas constă în propunerea unui concept nou sau, mai departe, a unei teorii noi, care surprinde mai bine sau explică mai bine realitatea studiată față de conceptele sau teoriile anterioare.

e) La fel, putem propune noi abordări metodologice sau instrumente de cercetare adecvate înțelegerii asupra lumii pe care o susținem.

f) Atunci când un autor propune o teorie radical diferită de cele existente, care conduce la schimbarea semnificativă a metodelor folosite, a stilului de analiză și raportare, precum și a vocabularului general, putem vorbi despre o schimbare de paradigmă care reprezintă nivelul cel mai înalt de originalitate.

În curriculumul-cadru „Deontologie academică” [6], Liviu Papadima propune spre analiză abordări noi în etapele cercetării:

□ Scop: realizarea unei lucrări originale are ca scop folosirea potențialului interior creativ de a îmbunătăți sau de a crea ceva nou.

□ Literature review („State of the art”): pentru a afla care este stadiul actual al cunoașterii în domeniu, contextul în care va fi

dezvoltată această cercetare și pentru a fundamenta cercetarea proprie a temei (fezabilitatea temei).

□ Originalitate în instrumente, tehnici și proceduri: folosirea într-un mod nou și netestat anterior a tehnicilor, procedurilor și instrumentelor necesare în studiul respectiv sau dezvoltarea de noi tehnici, proceduri și instrumente pentru un scop specific.

□ Originalitate tematică prin explorarea necunoscutului: se efectuează o cercetare asupra unui subiect/obiect care nu a mai fost investigat până atunci.

□ Originalitate tematică prin explorarea neanticipatului: se pornește într-un studiu pe un subiect cunoscut, dar în timpul cercetării se deschid căi alternative, care nu au mai fost cercetate anterior.

□ Originalitatea datelor: abilități creative în procesarea datelor colectate de autori sau originalitate în modul de a interpreta date furnizate de terțe entități.

□ Originalitate în transferul modului sau locului de utilizare: datele cunoscute și deja publicate pot duce la cercetare originală dacă sunt testate în situații noi (în alt domeniu de studiu, în altă regiune geografică).

□ Originalitatea în produsele secundare: există aproape întotdeauna subproduse în timpul oricărei cercetări, probabil dezvoltarea unui anumit echipament sau a unor descoperiri secundare interesante din literatură. Acestea pot fi aduse în prim-plan, concentrate sau dezvoltate în continuare. Când se scrie teza, problema cercetării sau tema trebuie doar să fie reformulată pentru a reflecta noua natură a lucrării și implicit originalitatea acesteia.

□ Originalitate în experiență: propria experiență în elaborarea unui studiu în funcție de abilitățile de gândire creativă poate constitui o sursă de originalitate.

### **Tipurile de lucrări științifice**

Tipologia lucrărilor științifice specific studenților: referatul, recenzia și eseul.

### ***Referatul***

Referatul are un sens mai larg. Include și recenzia, dar se poate referi și la alte aspecte. Poate fi un studiu de caz, o listă de necesități

în cadrul unei firme, o reclamație la adresa cuiva etc. Regulile de bază ale realizării unui referat științific sunt:

- alegerea intențională a subiectului din cadrul temei de cercetare;
- schematizarea inițială a subiectului: Care este subiectul de la care pornesc? Ce semnificații pozitive are acest subiect? Între ce limite se plasează subiectul respectiv?
- definirea explicită a subiectului.

### ***Recenzia***

Recenzia este o prezentare pe scurt a unei opere literare sau științifice cu comentarii, aprecieri și/sau critici. Scopul recenziei este să trezească interesul față de lucrare. Sunt câteva indicii după care se elaborează o recenzie:

- coordonatele ediției (editura, formatul, numărul de pagini, a câta ediție este cea de față, traducătorul);
- autorul, alte lucrări publicate, legătura dintre lucrarea recenzată și alte opere ale autorului;
- contextul cultural, politic, istoric, social în care și-a făcut apariția lucrarea;
- titlul lucrării, structura (planul), subiectul (se indică câteva momente din lucrare pentru a trezi interesul cititorilor);
- personajele principale sau subiectul raport la cotidian;
- intențiile autorului, prezentarea subiectului în prefață;
- viziunea personală a autorului, forma de exprimare a acestuia;
- stilul scrierii;
- originalitatea textului.

### ***Eseul***

Eseul este o încercare de a comunica informații, opinii sau sentimente și, în mod obișnuit, reprezintă un argument referitor la tema abordată. Într-un context universitar, un eseu este un exercițiu care oferă studentului posibilitatea să exploreze și să-și clarifice

ideile despre un subiect. Un eseu este, de obicei, definit ca o lucrare coerentă ce are o lungime între 500 și chiar 5000 de cuvinte. La scrierea unui eseu sunt implicate aspecte ca: alegerea unei teme, documentarea referitoare la tema aleasă, analiza celor citite, proiectarea argumentelor pentru susținerea aspectelor prezentate. Eseul este o lucrare originală care presupune creativitate.

### **Premise etice și normative ale procesului de cercetare științifică**

În „Ghidul practic privind etica în cercetarea științifică” [7] sunt oferite mai multe premise etice și normative ale procesului de cercetare științifică care se bazează pe o bună conduită:

□ să urmeze moduri de acțiune aprobate de comunitatea științifică, adică integritate, meticulozitate și acuratețe în conduita în cercetare și prezentarea rezultatelor, cât și în judecarea cercetării și a rezultatelor ei;

□ să folosească colecții de date etic confirmate, metode de cercetare și de evaluare conforme cu criteriile științifice și să practice o deschidere proprie cunoașterii științifice la publicarea rezultatelor;

□ să ia în considerare munca și realizările altor cercetători, respectându-le munca și realizarea cercetărilor proprii și în publicarea rezultatelor;

Pe lângă aceasta, de buna practică științifică mai țin [7]:

+ planificarea, realizarea și raportarea cercetării în detaliu și în acord cu setul de standarde pentru cunoașterea științifică;

+ problemele legate de statut, drepturi, coautorat, răspunderi și obligații ale membrilor echipei de cercetare, de drepturi asupra rezultatelor cercetării și păstrării materialelor, sunt stabilite și înregistrate într-un mod acceptabil pentru toate părțile, înainte ca proiectul să înceapă sau ca cercetătorul să fie recrutat în echipă;

+ sursele de finanțare și asocierile importante pentru cercetare sunt făcute cunoscute tuturor participanților la cercetare și raportate când rezultatele sunt publicate;

+ buna practică administrativă și bunele practici în managementul financiar și al personalului.



Bunele practici științifice au caracteristici specifice, acestea fiind precizate în detaliu în codurile de practică ale organizațiilor și societăților profesionale. Conduita științifică incorectă include acțiuni sau omisiuni în cercetare, cum ar fi falsificarea sau deformarea mesajului științific sau inducerea grosolană în eroare privind informații sau acțiuni referitoare la eforturile unei persoane în cadrul cercetării.

La nivel internațional există organisme care au următoarele roluri principale:

- favorizarea dialogului între comunitățile științifice, factorii de decizie și marele public;
- asigurarea rolului de consiliere pe lângă factorii de decizie;
- decelarea semnalelor precursore situațiilor de risc;
- asigurarea unui forum intelectual de schimburi de idei și de experiențe cu elaborarea de recomandări.

Așa cum s-a arătat, toate definițiile, procedurile de constatare și măsurile sunt apanajul unor organisme naționale care, de regulă, poartă numele de comitete de etică. Organismele naționale au rolul de a elabora codurile de bună conduită științifică, specifice domeniilor de activitate. În mod cert, cercetarea și dezvoltarea tehnologică necesită un proces continuu de măsurare și control, care să fie acceptat, transparent, independent și bazat pe un dialog care să ia în considerare toate punctele de vedere și interesele, cu atât mai mult cu cât între știință și valorile etice există o strânsă legătură.

### **Bibliografie:**

1. Șerbănescu, A. Cum se scrie un text? Ediția a III-a, Iași: Ed. Polirom, 2007.
2. Godfrey, Jeanne, Academic Writing. Basingstoke: Macmillan Education/Palgrave, 2015.
3. Galikova, Silvia, Academic Writing. Frankfurt am Main: Peter Lang Edition, 2016.
4. Etică și integritatea academică,  
<https://eticasiintegritate.unibuc.ro/wp-content/uploads/2018/11/Etica-si-integritate-academica.pdf>
5. Țiclea, A. Scrierea academică., București, 2021  
<https://www.ueb.ro/drept/ebiblioteca/files%202022/SCRIERE%20ACADEMICA.pdf>
6. Papadima, L. Deontologie academică. București, 2018.  
<https://eticasiintegritate.unibuc.ro/wp-content/uploads/2018/10/Deontologie-Academica-Curriculum-cadru.pdf>
7. Ghidul practic privind etica în cercetarea științifică, 2007  
<http://date-cdi.ro/sites/default/files/uploads/1.%20ghid%20privind%20etica%200%C3%AEn%20cercetarea%20%C8%99tiin%C8%9Bific%C4%83%20.pdf>

## **Tema 6. ETAPELE DE ELABORARE A LUCRĂRII ȘTIINȚIFICE**

**Autori: Ecaterina LOZOVANU, dr., conf. univ.  
Rodica MAISTRU, dr., conf. univ.**

### **Unități de conținut:**

- Valori tematice în cercetarea științifică
- Etapele scrierii academice. Importanța formulării problematicei, problemei, întrebării
- Organizarea conceptuală a textului științific
- Concluzia științifică ca finalitate a procesului de cercetare
- Diseminarea și impactul publicației științifice

### **Obiective**

***În rezultatul însușirii temei studentul trebuie să cunoască:***

- să descrie structura tezei de licență/articol;
- să definească conceptele domeniului de cercetare;
- să analizeze fragmente din literatura de specialitate evidențiind problema cercetării;

***să fie capabil:***

- să formuleze titlul, problema, actualitatea și caracterul inovativ al problemei cercetate;
- să formuleze concluzia științifică ca finalitate a procesului de cercetare;
- să clasifice publicațiile științifice după diferite criterii;
- să disemineze rezultatele științifice în cadrul diferitor conferințe științifice studentești.

### **Valori tematice în cercetarea științifică**

Cunoașterea științifică include două momente esențiale: al acumulării de informații și al creației științifice. Aceste momente se află într-o relație permanentă de interdependență. Procesul creației

științifice cuprinde trei faze: faza pregătitoare, constând în formularea ipotezelor; faza de investigare sau testarea ipotezelor și faza de finalizare, respectiv comunicarea rezultatelor. Alegerea temei de cercetare are loc în faza pregătitoare a actului de creație științifică, fiind, de fapt, prima etapă a investigației științifice.

### **1. Alegerea temei**

În alegerea unei teme se recomandă parcurgerea următorilor pași:

- identificarea domeniului de interes;
- identificarea unor subdomenii din domeniul respectiv;
- formularea unor întrebări de cercetare;
- formularea obiectivelor generale și specifice ale cercetării;
- verificarea/evaluarea obiectivelor în funcție de cantitatea de muncă necesară, timpul de care dispunem, resursele financiare, expertiza cercetătorului sau a echipei de cercetare.

Cunoștințele pe care le are cercetătorul cu privire la subiectul cercetării reprezintă un criteriu determinant în alegerea temei. În primul rând, specializarea cercetătorului ar trebui să fie compatibilă, într-un grad cât mai înalt, cu cerințele, conținutul și natura temei de cercetare. În al doilea rând, cu cât cercetătorul deține mai multe cunoștințe despre subiect, cu atât volumul de documentare-învățare este mai mic, astfel încât termenul de realizare a temei să poată fi respectat. De aceea, când alege tema, cercetătorul ar trebui să se informeze temeinic în prealabil atât sub aspect teoretic, cât și practic.

### **2. Formularea problemei de cercetare**

Formularea unui subiect general într-o cercetare constituie primul pas într-o anchetă științifică. În esență, sunt implicați doi pași, respectiv formularea problemei de cercetare prin care este dovedită înțelegerea temeinică a acesteia și reformularea inteligibilă a termenilor din punct de vedere analitic. Cercetătorul va trebui să identifice mai întâi problema pe care dorește să o studieze. Cu alte cuvinte, el trebuie să se decidă cu privire la domeniul general de interes din care face parte subiectul vizat de cercetare. Astfel, problema poate fi abordată la modul general, urmând ca posibilele ambiguități să fie deslușite mai târziu. Cercetătorul studiază anumite

lucrări și observații de teren. Apoi încearcă să formuleze problema de cercetare prin dezvoltarea unei înlănțuriri de argumente care traduc preocuparea majoră față de această problemă, indicând motivele pentru care merită să fie studiată. C.R. Kothari identifică două tipuri de probleme de cercetare:

- care se referă la stările naturii;
- care se referă la relațiile dintre variabile.

Cea mai bună modalitate de a înțelege problema constă în discuții între colegi pe marginea subiectului dat sau cu alte persoane care au o anumită experiență în domeniu. Într-o instituție academică, cercetătorul poate căuta ajutor de la un coordonator care este, de obicei, un om experimentat și care are în vedere mai multe probleme de cercetare. Adesea, coordonatorul pune problema în termeni generali. La rândul său, cercetătorul trebuie să restrângă problema, exprimând-o în termeni operaționali. Întrebările au un rol esențial în cercetare și se prezintă sub formă de enunțuri interogative care reformulează problema, pe când ipotezele reprezintă răspunsurile anticipate la aceste întrebări. Poziția tezei reprezintă orientarea principală a cercetătorului, pe care acesta se străduie să o susțină, și se păstrează de-a lungul întregii cercetări, influențând selectarea literaturii de specialitate pe care cercetătorul urmează să o examineze ca să se familiarizeze cu subiectul cercetării. El poate revizui două tipuri de literatură: conceptuală, privind conceptele și teoriile, și empirică, constând în studii similare făcute anterior. Scopul acestei analize constă în însușirea datelor și a materialelor disponibile, conducând la așezarea problemei de cercetare într-un context semnificativ. Apoi cercetătorul repetă problema în termeni analitici sau operaționali, adică o formulează. Acesta reprezintă unul dintre cei mai importanți pași ai cercetării. Definirea cât mai exactă a problemei care urmează a fi investigată ajută la diseminarea datelor relevante de cele irelevante. Stabilirea obiectivului este fundamentală, deoarece determină datele care trebuie să fie colectate, caracteristicile datelor relevante, relațiile care urmează a fi explorate, alegerea tehnicilor care trebuie utilizate în aceste explorări și forma raportului final. Formularea problemei urmează un model secvențial,

prin setarea unui anumit număr de formulări, în care fiecare formulare este mai clară decât cea precedentă, fiind exprimată în termeni mai analitici și mai realiști în ceea ce privește datele și resursele disponibile. De precizat că în timpul redactării tezei pot să apară informații care să conducă la o reorientare (tehnică sau strategică) necesară a anumitor aspecte ale problemei sau ale întrebărilor și ipotezelor.

**Activitatea de cercetare** are scopul de a dezvolta programul de studii, a genera idei noi și a inova domeniul.

Conceptual, cercetarea științifică se dezvoltă de la ipoteză, trecând prin demonstrație, pentru a deveni treptat o teorie. Încă din perioada aristotelică știința, ca rezultat final al unei cercetări putea fi una aplicată sau teoretică, ceea ce reflectă o dualitate a cercetării științifice în ansamblu.

Demarcația între cercetarea științifică și pseudoștiințifică poate fi restrânsă la un aspect esențial, valabil în totalitate în științele exacte sau ale naturii, respectiv la valoarea de cunoaștere pe care o au diferite teorii științifice sau viitoare științe care depind de gradul de falsificabilitate sau de testabilitate, iar implicarea în predicții empirice care interzic o parte considerabilă din observațiile posibile selectând, în final, dintre toate teoriile care susțin toate testele, pe cele cu o adevărată valoare de cunoaștere. Succesul unei cercetări științifice depinde de proprietățile structurale ale fenomenelor investigate, dar și de înțelegerea faptului că natura sau lumea exterioară posedă un grad înalt de ordine, resimțit de rațiunea umană drept legi obiective.

În funcție de tipul de articol realizat, pe baza rezultatelor cercetării apar diferențe semnificative în redactare:

- individual sau în echipă (se preferă ultima alternativă care dovedește atât maturitatea cercetării, cât și inteligența partenerială a autorilor);
- aplicativ sau pur teoretic (primul fiind evident preferatul tuturor publicațiilor prestigioase, iar ultimul mai rar acceptat și numai în contextul unui grad ridicat de unificare teoretică);

- predominant deductive sau majoritar inductive (ambele categorii presupun redactări specifice și sunt acceptate);

- articole axate pe modelare sau pe imposibilitatea modelării (pur descriptive și prealabile unei modelări într-un interstițiu științific complet nou) etc.

1) citările în textul articolului și prezentarea prin tabel, respectiv reprezentarea grafică, sunt elementele care atestă calitativ nivelul cercetării, dar și cultura însușită și informația accesată de către cercetător în domeniul său, fiind relevante prin corectitudinea redactării lor și prin conținutul cât mai prompt, pentru aprecierea finală a unui articol cu adevărat de calitate;

2) bibliografia sau referințele bibliografice trebuie să dovedească atât o rigoare remarcabilă în redactarea conform instrucțiunilor, cât și o capacitate de documentare serioasă din partea autorului (autorilor);

3) demersul publicării este unul lung, acesta poate dura luni sau chiar ani în cazul publicațiilor de mare impact și perseverența sau voința devin factori esențiali, în situația în care un articol declarat eligibil trece prin revizii succesive minore sau majore.

Acest tip de gândire poate fi particularizat în modelări specifice, așa cum se exemplifică în continuare distinctiv cercetarea axată pe modelarea clasică și modernă.

### ***Etapele scrierii academice. Importanța formulării problematicei, problemei, întrebării***

După studiul literaturii de specialitate, urmează formularea și dezvoltarea ipotezelor de lucru. Astfel, orice cercetare debutează prin explicitarea naturii problemei care urmează a fi studiată, consolidând un set de concepte și noțiuni abstracte prin care este reprezentată lumea. Ipotezele se deduc din teorie, *fiind niște enunțuri despre posibila relație dintre mai multe variabile*. Astfel, fiecare propoziție dintr-o teorie este o posibilă ipoteză. O ipoteză este enunțul unei relații cauzale într-o formă care permite verificarea empirică. Din această definiție putem observa care este rolul cel mai important al ipotezelor – cel de testare sau verificare a teoriei. Într-un sens mai

larg, ipotezele au rolul de a descrie în termeni concreți ce ne așteptăm să se întâmple în studiul nostru. Ipotezele pot lua mai multe forme, gen variabila independentă influențează, afectează, prezice, crește împreună, este în legătură cu, este o condiție necesară, este o condiție suficientă, este o condiție necesară și suficientă, toate relativ la variabila dependentă. Un set de astfel de ipoteze se constituie într-o teorie. În practică, fiecare teorie conține un set restrâns de ipoteze. Ipotezele de lucru reprezintă încercările de a identifica și testa consecințele logice sau empirice ale cercetării, astfel încât maniera în care sunt dezvoltate este deosebit de importantă. Ele au rolul de a ghida cercetătorul prin delimitarea zonei de cercetare, menținându-l pe calea cea bună. Ipotezele afectează modul în care sunt efectuate testele în analiza datelor, precum și calitatea datelor necesare analizei. Într-o cercetare de tip deductiv, teoria și ipotezele se stabilesc în urma parcurgerii studiului bibliografic. Teoria este, în acest caz, o concluzie logică a studiului bibliografic. Într-o cercetare de tip inductiv, teoriile și ipotezele se dezvoltă pe parcursul studiilor.

Ipotezele de lucru survin examinării subiectului și a datelor sau materialelor disponibile, a studiilor aferente și avizului experților sau părților interesate. Cu cât sunt mai bine determinate terminologic, cu atât ipotezele de lucru sunt mai utile. Câteodată ipotezele de lucru pot lipsi, dar, ca regulă generală, existența lor constituie un pas important în majoritatea problemelor de cercetare.

Pentru a formula o problemă este necesar nu numai să se evalueze importanța acesteia în dezvoltarea științei și practicii, ci și să se dispună de metodele și mijloacele tehnice de rezolvare a acesteia. O sarcină foarte dificilă apare în selectarea și evaluarea preliminară a acelor probleme care ar trebui să joace un rol primordial în dezvoltarea științei și a practicii sociale. În esență, alegerea problemelor, dacă nu în totalitate, atunci într-o măsură enormă, determină strategia cercetării în general și direcția cercetării științifice în special. La urma urmei, orice cercetare este concepută pentru a rezolva anumite probleme, care la rândul lor contribuie la identificarea unor noi probleme.



Alegerea, formularea și soluționarea problemelor științifice depind atât de factori obiectivi, cât și de factori subiectivi. În primul rând, factorii obiectivi sunt gradul de maturitate și dezvoltare al obiectului cercetării științifice, care este deosebit de important pentru științele ce analizează obiecte în curs de dezvoltare genetică sau istorică. Mai mult, alegerea problemei este în mare măsură determinată de teorie. Elaborarea și nivelul teoriei existente determină în mare măsură profunzimea problemei, natura acesteia. Problema științifică diferă de tot felul de pseudoprobleme și speculații neștiințifice prin faptul că se bazează pe fapte bine stabilite și pe cunoștințe teoretice confirmate de practică.

Factorii subiectivi afectează în mod semnificativ atât formularea, cât și alegerea problemelor. Acestea includ, în primul rând, interesul omului de știință pentru problema studiată, originalitatea conceptului său, conștiințiozitatea științifică, satisfacția morală și estetică experimentată de cercetător în alegerea și rezolvarea ei.

Înainte de a aborda o problemă este necesar să se efectueze un studiu preliminar în procesul căruia se va formula problema în sine și sunt prezentate modalitățile de rezolvare a acesteia. O astfel de dezvoltare a problemei poate fi realizată în aproximativ următoarele etape principale:

**1. Discutarea noilor fapte și fenomene obținute care nu pot fi explicate în cadrul teoriilor existente.** Analiza preliminară ar trebui să dezvăluie natura și amploarea noilor informații. În științele experimentale, o astfel de analiză este în primul rând asociată cu o discuție despre noi rezultate experimentale și date din observații sistematice. Creșterea numărului de noi fapte îi obligă pe oamenii de știință să caute modalități de a crea noi teorii.

**2. Analiza și evaluarea preliminară a acelor idei și metode de rezolvare a problemei care pot fi prezentate pe baza luării în considerare a faptelor noi și a premiselor teoretice existente.** De fapt, această etapă de dezvoltare a problemei se transformă în mod natural într-o etapă preliminară de prezentare, fundamentare și evaluare a acelor ipoteze cu ajutorul cărora încearcă să rezolve

problema care a apărut. Cu toate acestea, acest lucru nu propune sarcina de a dezvolta în mod specific nicio ipoteză particulară. Cel mai probabil, ar trebui să vorbim despre o evaluare comparativă a diferitelor ipoteze, gradul validității lor empirice și teoretice.

**3. Determinarea tipului și scopului rezolvării problemei, precum și a relației acesteia cu alte probleme.** Dacă problema poate fi rezolvată, atunci este adesea necesar să se determine soluția care ar trebui preferată într-un anumit studiu. De regulă, o soluție mai completă la probleme depinde de volumul și calitatea informațiilor empirice, de starea și nivelul de dezvoltare a conceptelor teoretice. Drept urmare, trebuie adesea să ne limităm fie la soluții aproximative, fie la soluția unor probleme mai înguste și particulare. Este bine cunoscut ce restricții trebuie făcute uneori în astronomie, fizică, chimie, biologia moleculară din cauza lipsei unui aparat matematic fiabil și funcțional. Drept urmare, cercetătorul este obligat să introducă simplificări semnificative și să abandoneze astfel soluția completă a problemei.

**4. Descrierea preliminară și interpretarea problemei.** După clarificarea dispozițiilor necesare, a premiselor teoretice, a tipului de soluție și a obiectivului problemei, devine posibilă descrierea, formularea și interpretarea mai exactă a problemei cu ajutorul conceptelor, categoriilor, principiilor și judecăților dezvoltate în știință. În etapa descrisă, trebuie clarificate specificul relației dintre datele pe care se bazează problema și acele ipoteze teoretice și ipoteze care sunt prezentate pentru a o rezolva. Într-o anumită măsură, această etapă a dezvoltării problemei rezumă o parte din lucrările preliminare întreprinse pentru a formula și pune în mod clar problema în sine.

#### ***Definiția 1***

**Problemă de cercetare** - aceasta este o listă de probleme care necesită identificarea modelelor și confirmarea corectitudinii concluziilor cercetătorului, precum și un set de noi calcule teoretice sau rezultate obținute în practică care contravin cunoștințelor existente, metodelor aplicate dintr-un anumit domeniu științific, care necesită cercetare științifică.

## ***Definiția 2***

**Esența problemei** - aceasta este o contradicție care apare în analiza faptelor deja existente, în interpretarea lor, în rezultatele obținute în practică.

O problemă științifică nu se pune niciodată în mod arbitrar. Este rezultatul unui studiu amănunțit al literaturii științifice, al rezultatelor practice ale activității și reflectă contradicția dintre procesul cognitiv.

Subiectul cercetării poate fi un conflict care apare în practică și necesită depășire. Pe parcursul studiului sunt identificate probleme practice urgente și se caută o modalitate de a elimina neconcordanțele dintre teorie și practică.

Dacă cunoștințele științifice despre problemă sunt absente sau nu sunt complete, atunci se realizează sistematizarea experienței acumulate anterior și, pe baza datelor deja disponibile, se evidențiază problema și se formulează tema cercetării. Este logic să studiem atât ceea ce este în domeniul cunoștințelor legate de cercetător, cât și datele care au fost acumulate în disciplinele conexe.

Soluționarea problemelor practice poate necesita dezvoltarea unui set de probleme atât teoretice, cât și aplicate. Și, în același timp, soluția unei probleme globale face posibilă realizarea de progrese la nivelul mai multor sarcini mai mici.

Contradicțiile relevate în etapa pregătitoare ar trebui să se reflecte într-un fel sau altul în subiectul cercetării. Pentru aceasta, se utilizează formulări care fixează și definesc stadiul clarificării și limitării sferei problemei studiate. De asemenea, problema poate fi criptată în formulare astfel, încât esența sa să fie clară după decriptare.

## ***Organizarea conceptuală a textului științific***

*Cunoașterea*, așa cum a definit-o Platon, este o credință justificată prin adevăr. Doar pentru că noi suntem ferm convinși că ceva este adevărat nu înseamnă că știm că acel ceva este adevărat. Astfel, conform definiției lui Platon, nu putem afirma că știm cu adevărat ceva decât dacă putem demonstra acel ceva, adică putem prezenta dovezi irefutabile în acest sens. Cercetarea nu este destinată

doar a ajuta la descoperirea a ceva ce alții deja cunosc. Cercetarea înseamnă împingerea înainte a granițelor cunoașterii!

Sarcina de a găsi informații constă, în esență, în a te informa și, în special, a citi. Dacă cercetarea reprezintă împingerea înainte a limitelor cunoașterii umane, aceasta înseamnă, pe de o parte, descoperirea a noi adevăruri și, pe de altă parte, demonstrarea acestora prin găsirea probelor care să le verifice.

*Știința* este definită în Academic Press Dictionary of Science & Technology drept activitatea de observare sistematică a evenimentelor și condițiilor naturale pentru a descoperi fapte în legătură cu acestea și a formula legi și principii bazate pe aceste fapte. Corpul organizat de cunoștințe care derivă din astfel de observații poate fi verificat sau testat prin investigații suplimentare. Știința progresează când elementele separate sunt reunite. Inovarea este procesul de introducere a unei noutăți, a unui nou mod de a face ceva, exploatarea cu succes a ideilor noi. Deci, inovarea este un element important în lumea de astăzi, întrucât produsele, serviciile și tehnologiile se mișcă rapid pentru a-și face loc în inimile clienților, generând astfel beneficii și profituri consistente pentru companii.

*Inovația*, definită drept acel element destinat a crea sau îmbunătăți produse sau servicii pentru a oferi ceva nou, reprezintă un concept pe care multe firme de succes au început să-l aplice cu mult timp în urmă, pentru a le ajuta să-și depășească concurenții.

*Teoria științifică* are în vedere explicarea sau modelarea unui fenomen, construirea unui cadru conceptual care să explice observațiile existente și să prezică altele noi, o explicație logică, testată în timp pentru anumite evenimente care apar în natură. O teorie nu numai că descrie de ce și cum a apărut un anumit fenomen, ci și creează premisele cercetării ulterioare. Teoriile nu pot fi niciodată dovedite complet, ci doar infirmate. Atunci când apar dovezi noi în legătură cu o anumită teorie, aceasta trebuie modificată sau, uneori, chiar infirmată, iar întreg demersul se reiterează.

Numeroase studii au definit procesul cercetării științifice, pornind de la obiectivele și caracteristicile acestuia. Sintetizând

aceste observații, putem afirma că procesul științific urmează trei etape de bază:

a) observarea fenomenului care nu poate fi explicat prin nivelul actual de cunoaștere;

b) oferirea unei explicații sugerate pentru respectivul fenomen se numește ipoteză;

c) testarea ipotezei, pentru a afla dacă este adevărată.

*Ipoteza* este o presupunere formală bazată pe observație și reprezintă o explicație rațională a unui singur eveniment ori a unui fenomen, bazată pe ceea ce se observă, dar care nu a fost încă dovedită. O ipoteză este, de fapt, o presupunere, un posibil răspuns la o problemă sau întrebare.

*O ipoteză este în același timp testabilă, dar și falsificabilă.* O ipoteză constituie o explicație pentru un fenomen ce poate fi testat într-un mod care, ideal, dovedește sau respinge ipoteza. Pe durata testării, ipoteza este considerată adevărată, iar scopul cercetătorului este de a testa riguros termenii acesteia. Când o ipoteză susține testul, este adoptată ca teorie (sau teză), de vreme ce explică în mod corect o serie de fenomene, dar poate fi oricând infirmată prin noi dovezi experimentale.

*Teza* este o lucrare științifică ce expune rezultatele unor cercetări pe o anumită temă, reprezentând o formulare declarativă care arată ceea ce autorul crede și intenționează să dovedească prin argumente.

*Paradigma* este un cadru filosofic și teoretic al unei școli științifice sau al unei discipline, în care sunt formulate teorii, legi și generalizări, dar și experimentele efectuate în sprijinul acestora. O paradigmă constituie un „exemplu excelent”, un model la care alții aspiră. De obicei, oamenii de știință caută să coreleze munca și paradigma într-un mod care depinde de perceperea similitudinilor dintre munca proprie și paradigma respectivă.

*Schimbarea de paradigmă* se impune când se produce o modificare semnificativă sau o revoluție științifică, când oamenii de știință se confruntă cu anomalii care nu pot fi explicate prin

paradigma universal acceptată și în cadrul căreia s-au făcut până atunci progrese științifice.

*Disciplina* este o ramură specială a cunoștințelor științifice. O disciplină are șase caracteristici de bază: (1) problema centrală; (2) paradigma; (3) disciplinele de referință; (4) principiile și practicile; (5) agenda de cercetare; (6) educația necesară.

*Cercetarea* poate fi definită drept procesul sistematic de colectare și analiză a informațiilor, în scopul creșterii gradului de înțelegere asupra fenomenului studiat. În sensul cel mai larg al cuvântului, termenul „cercetare” include colectarea oficială de date, informații și fapte pentru progresul cunoașterii.

Activitatea de cercetare presupune, pe de o parte, un proces de investigare sistematică și studiere a materialelor, surselor etc. pentru a identifica fapte și pentru a ajunge la noi concluzii și, pe de altă parte, un efort pentru a descoperi fapte noi sau a combina fapte vechi etc. prin studiul științific al unui subiect sau printr-o investigare critică. Cercetarea cuprinde activități care sporesc nivelul cunoștințelor umane. Procesul cercetării înseamnă studiu atent, sistematic, cu răbdare, și investigație într-un anumit domeniu al cunoașterii întreprinse pentru a identifica fapte sau principii.

### ***Principiile cercetării științifice***

Metodele folosite în conducerea unui proces de cercetare științifică sunt: observarea, formularea ipotezelor, experimentul și interpretarea. Cercetătorii utilizează în mod diferit aceste metode, în raport cu principiile științifice la care se raportează, respectiv deducția sau inducția.

*Principiul deducției* are în vedere aplicarea de teorii și principii generale pentru a ajunge la o concluzie specifică. Această concluzie se bazează pe premise și ipoteze. Dacă premisele sunt adevărate, concluzia va fi adevărată.

*Principiul inducției* are în vedere generalizarea concluziilor obținute de la unul sau mai multe fenomene bazate pe observații specifice.

Prin urmare, concluzia obținută prin metode bazate pe inducție trebuie să fie testată în cadrul unui experiment, prin metode bazate pe principiul deducției.

Din această perspectivă, conceptele sunt imagini mentale sau percepții, iar semnificațiile lor variază de la individ la individ.

*Variabilele sau indicatorii* sunt elemente măsurabile (cu grade diferite de precizie). Comensurarea este principala diferență dintre un concept și o variabilă. Pentru a evalua rezultatele cercetării, este importantă transformarea conceptelor în variabile sau indicatori, deoarece numai aceste elemente pot fi supuse măsurătorilor. Operaționalizarea unui concept arată modul în care acesta va fi măsurat.

### ***Concluzia științifică ca finalitate a procesului de cercetare***

**Concluzia științifică** este rezultatul final al cercetării științifice. Orice concluzie științifică trebuie argumentată solid și concret, adică, ea trebuie să fie integrată organic în sistemul de cunoștințe existent și acceptat deja din punct de vedere teoretic, arătându-se cum se poate realiza această integrare, cum se poate face legătura cu vechile concluzii. Când concluziile formulate le contrazic pe cele vechi, trebuie să se demonstreze inconsistența celor vechi, să se argumenteze necesitatea renunțării la ele și să se arate felul în care concluziile formulate armonizează cu cele rămase valabile.

Concluziile rezumă rezultatele cercetării, argumentația din corpul lucrării, modul în care teza inițială ce a definit subiectul a fost confirmată sau nu în cuprinsul lucrării, contextul procesului de analiză desfășurat și subliniază importanța soluțiilor obținute în raport cu actualitatea temei de cercetare studiate. Este partea lucrării în care se subliniază importanța și noutatea descoperirilor intelectuale la care a dus tratarea subiectului. În final, se va deschide o nouă perspectivă argumentativă ce poate întemeia un nou obiect de cercetare.

### ***Diseminarea și impactul publicației științifice***

Într-o lume globală, vizibilitatea rezultatelor cercetării reprezintă o cerință fundamentală în aprecierea eficienței și a validării demersului științific. Cercetarea științifică, în esență, are caracter

social și vizează atât specialiștii în domeniu – care trebuie să înțeleagă o lucrare științifică, să o poată aprecia critic, să o poată reproduce și, eventual, continua –, dar și publicul larg, care trebuie să cunoască principalele rezultate și direcții de dezvoltare din diferite domenii ale științei.

Diseminarea rezultatelor cercetării, sub diferitele ei forme, urmărește în subsidiar și dobândirea unui anumit grad de notorietate și vizibilitate în lumea autorilor de literatură științifică. Vizibilitatea se poate referi la modalitățile prin care este percepută lumea prin intermediul instituțiilor și organizațiilor. Rezultatele obținute în procesul de cercetare științifică contribuie la extinderea percepției asupra lumii înconjurătoare, extinzând domeniul cunoașterii.

1. *Impactul academic* reflectă contribuția unei cercetări de excelență demonstrabilă și capabilă de a genera progrese științifice majore în cadrul unui domeniu de studiu sau al unei discipline de cercetare, inclusiv progrese în aprofundarea teoretică, metodologică și aplicabilitate.
2. *Impactul economic și social* al cercetării are în vedere contribuția demonstrabilă, generată de rezultatele cercetării științifice, în asigurarea unei dezvoltări sustenabile a societății și creșterea gradului de bunăstare a populației. Practic, cuprinde modalitățile concrete de valorificare a cunoștințelor noi formate de către indivizi, organizații și națiuni, dar și influențele pe care acestea le generează în modelarea evoluției societății umane.

Impactul rezultatelor cercetării științifice poate fi analizat atât din perspectivă cantitativă, cât și calitativă. Dacă din perspectivă cantitativă există o serie de indicatori dezvoltați și argumentați care pot fi puși în aplicare cu metodologiile specifice, în măsurarea impactului, aspectele calitative ale cercetării ridică o serie de dificultăți în aprecierea acestei dimensiuni. Însă, între cele două dimensiuni există o strânsă interdependență – o cercetare de calitate va colecta întotdeauna un număr semnificativ de referințe și citări, va fi prezentă în baze de date cu relevanță internațională, va avea un număr semnificativ de accesări și redistribuiri în rețelele de specialitate și va determina efecte sociale pozitive.



**Tematica și sarcinile seminarului:**

***ETAPELE DE ELABORARE A LUCRĂRII ȘTIINȚIFICE***

**Sarcini de învățare/evaluare:**

1. Clasificați publicațiile științifice după diferite criterii. Exemplificați fiecare tip identificat.

**Bibliografie:**

1. Hans-Georg, Gadamer. Adevăr și metodă, București: Teora, 1990.
2. Karl, Popper. Logica cercetării, 1934.
3. Christopher, G.Morris. Academic Press Dictionary of Science and Technology, Gulf Professional Publishing, 1992. – 2432 p.
4. Organizația pentru Cooperare și Dezvoltare Economică, <https://www.oecd.org/>
5. Etică și integritatea academică, <https://eticasiintegritate.unibuc.ro/wp-content/uploads/2018/11/Etica-si-integritate-academica.pdf>

## **Tema 7. CONCEPEREA ȘI ELABORAREA LUCRĂRILOR ȘTIINȚIFICE**

**Autori: Ecaterina LOZOVANU, dr., conf. univ.  
Rodica MAISTRU, dr., conf. univ.  
Dina BARCARI, dr., lect. univ.**

### **Unități de conținut pentru curs:**

- Planificarea lucrării științifice și identificarea publicațiilor de specialitate adecvate și relevante pentru diseminarea rezultatelor cercetărilor realizate. Identificarea cerințelor pentru publicare
  - Elaborarea articolului științific
  - Elaborarea și redactarea tezei de licență
  - Susținerea tezelor de licență
  - Identificarea cerințelor pentru publicare
  - Elaborarea structurii publicației științifice. Pregătirea materialului pentru publicare
    - Elaborarea și redactarea tezei de licență
    - Ghidul privind elaborarea și susținerea proiectelor/tezelor de licență UTM
  - Consecințele încălcării integrității scrierii academice

### **Obiective**

***În rezultatul însușirii temei studentul trebuie***

***să cunoască:***

- să identifice site-uri cu reviste, lucrări de specialitate;
- să analizeze regulamentele naționale și internaționale de elaborare a lucrărilor științifice;
- să compare cerințele pentru publicare în conformitate cu clasificarea publicației științifice;

***să fie capabil:***

- să elaboreze un articol științific, respectând structura publicației;

- să redacteze lucrarea științifică în conformitate cu recomandările/ghidurile propuse de instituție;
- să analizeze ghidul privind elaborarea și susținerea tezelor de licență;
- să redacteze proiectul: teza de an conform structurii propuse în ghid.

**Planificarea lucrării științifice și identificarea publicațiilor de specialitate adecvate și relevante pentru diseminarea rezultatelor cercetărilor realizate. Identificarea cerințelor pentru publicare**

**Elaborarea articolului științific**

Planificarea unei lucrări științifice constă în urmarea etapelor de cercetare și scriere academică. Articolul științific este baza primară prin care are loc diseminarea rezultatelor cercetării științifice. În lucrarea „Practici și exigențe în scrierea lucrărilor științifice” autorii definesc articolul științific ca „o metodă prin care oamenii de știință pot comunica între ei despre rezultatele cercetărilor lor” [5].

Calitatea unui articol științific începe cu planificarea studiului prin care autorul se obligă să-și organizeze ideile, să descopere elementele pe care nu le înțelege și în același timp să aprofundeze studiul. Pentru realizarea acestor obiective trebuie considerate o serie de elemente precum:

- identificarea mesajului care se dorește a fi transmis prin intermediul articolului și nu cum se întâmplă adesea, „Care a fost scopul studiului”;
- alegerea formatului optim pentru transmiterea mesajului;
- nivelul de originalitate al studiului prezentat;
- trecerea în revistă a literaturii de specialitate disponibilă în domeniu;
- audiența reală și adresabilitatea studiului realizat;
- limbajul utilizat pentru a facilita conținutul și mesajul transmis în cadrul lucrării științifice;

– identificarea jurnalului sau a altei categorii de publicații adecvate articolului realizat.

Modul de realizare a unui articol științific reflectă personalitatea autorului sau a autorilor, opiniile și perspectivele acestuia sau acestora asupra subiectului tratat, fiind în egală măsură o expresie a modului în care aceștia fac cercetarea. Din această perspectivă, când articolul este scris într-un mod adecvat, clar, armonios structurat și inteligibil, oferă comunității științifice informații pertinente despre modul în care a fost realizată cercetarea, respectiv ceea ce a fost făcut, de ce a fost făcut, cum a fost făcut, ce a rezultat din ceea ce a fost făcut, dar și despre mijloacele prin care s-a realizat cercetarea.

De regulă, un articol științific reprezintă o structură clasică, evidențiată în continuare:

- titlul articolului: reflectă subiectul abordat în cadrul lucrării științifice;
- autorii: sunt inserați în ordinea contribuției sau alfabetică, după caz;
- afilierea: organizația din care autorul/autorii fac parte;
- introducere: argumentația asupra motivației scrierii articolului;
- date și metode: informațiile care au stat la baza studiului;
- rezultate și discuții: ce a fost descoperit prin aplicarea metodologiei utilizate, plasarea rezultatelor în ansamblul cercetărilor preexistente în domeniu și care este relevanța studiului;
- concluzii: evidențierea importanței, a impactului și a descoperirilor desprinse în urma cercetării;
- referințe bibliografice: secțiunea cuprinde sub formă de listă, toate lucrările care au fost citate sau la care s-au făcut referire în articol.

Autorul de corespondență – este o categorie aparte prin care se identifică și se desemnează acea persoană din grupul de autori, care va menține și gestiona relațiile cu publicația și oficiul editorial. În așa fel se respectă câteva cerințe la prezentarea informațiilor despre autorul cu care se va menține legătura:

✓ Se indică afilierea. Afilierea constă în declararea și afișarea numelui facultății, departamentului, a universității sau al altei organizații din care autorul sau autorii fac parte la momentul când a fost redactată lucrarea ori a finalizat cercetarea care a condus la materializarea contribuției științifice.

✓ Se scrie un rezumat. Rezumatul articolului este plasat imediat după autori și datele de afiliere ale acestora și este format de regulă din 100-150 de cuvinte, prin care se sintetizează elementele esențiale conținute în articol și care trebuie să ofere cititorilor o imagine de ansamblu a conținutului articolului. Este important ca în rezumatul articolului să se precizeze pe scurt scopul, obiectivele, metoda de cercetare utilizată și un preliminar al principalelor rezultate. Per ansamblu, în acest text trebuie sintetizat conținutul științific. Se recomandă ca în rezumat să se evite utilizarea pronumelor personale la persoana întâi sau a treia, utilizându-se expresii precum „autorii”, „această cercetare”, „acest articol” sau „acest demers științific”.

✓ Se elaborează introducerea. Introducerea reprezintă secțiunea de început a lucrării științifice, care are rolul de a contura subiectul cercetării și de a aduce în prim-plan nevoia realizării articolului. Scopul introducerii este de a oferi cititorului elemente care să inițieze și să declanșeze în egală măsură lectura materialului, oferind în același timp informații relevante pentru fundamentarea problematicii care face obiectul articolului. Din aceste considerente, introducerea trebuie să fie scurtă, ușor de citit și la obiect, evitându-se aprecierile personale și exprimarea complicată.

### ***Elaborarea și redactarea tezei de licență***

#### ***\*Textul corespunde cerințelor indicate în Regulamentul de susținere a tezelor de licență UTM***

Finalizarea unui ciclu de studii universitare sau obținerea unui titlu științific impune realizarea unei lucrări științifice de anvergură și cu un înalt conținut științific, sub coordonarea unui mentor. Avem în vedere următoarele categorii: lucrarea de licență sau proiectul de diplomă, lucrarea de disertație, lucrarea sau teza de doctorat. Cele trei

categorii de lucrări prezintă însă niveluri diferite de abordare a subiectului cercetării și de scriere propriu-zisă, existând ghiduri și reglementări de redactare și conținut:

- Lucrarea de licență sau proiectul de diplomă constituie primul demers științific al unui absolvent de studii superioare, prin care investighează un subiect științific în strânsă legătură cu domeniul de studiu și prin care își dovedește capacitatea de analiză și de sinteză.

Lucrarea de licență va avea între 50-80 pagini și va cuprinde următoarele părți: foaia de titlu, cuprins, introducere, conținut, concluzii, bibliografie (nu se cuantifică în numărul total de pagini, va avea numerotație distinctă, de exemplu în cifre romane), anexe (opțional).

Pagina de gardă (coperta) trebuie să cuprindă: antetul instituției – centrat sus, cu font 12; denumirea tipului de lucrare – centrat, cu font 16, capital letters; numele complet al îndrumătorului, precedat de gradul didactic, aliniat stânga, cu font 12; numele complet al autorului, aliniat dreapta, cu font 12; localitatea și dedesubt anul (pe ultimele două rânduri din pagină), cu font 12.

**Notă:** nu se utilizează formatul „italic”. Prima pagină va avea conținutul copertei, cu mențiunea că în loc de denumirea tipului de lucrare (LUCRARE DE LICENȚĂ) se va trece titlul lucrării.

### **Cuprinsul**

Lucrarea de licență va avea un cuprins care să conțină titlurile tuturor capitolelor, subcapitolelor și secțiunilor până la nivelul 2, însoțite de numărul paginii la care începe fiecare dintre elementele de structură. În funcție de specificul domeniului de cercetare abordat și de complexitatea temei tratate, capitolele pot fi în număr mai mare sau pot avea denumiri diferite.

### **Introducerea**

Reprezintă maxim 15% din conținutul total al lucrării de licență și va surprinde motivația alegerii temei, un argument bine fundamentat pentru cercetarea realizată, gradul de noutate al temei, obiectivele generale ale lucrării, metodologia folosită, firul roșu al lucrării (titlurile capitolelor și legătura dintre ele), precum și limitele lucrării. Astfel, în partea introductivă trebuie realizat un rezumat al

întregului conținut al lucrării, într-o manieră elocventă și concisă pentru a oferi o orientare clară asupra obiectului cercetării (obiectul cercetării trebuie menționat explicit), asupra metodelor de analiză utilizate și asupra cheii de interpretare a concluziilor formulate.

Introducerea va avea următoarele etape: delimitarea ariei tematice a lucrării; decuparea din câmpul problematic ales al subiectului lucrării și precizarea sensului pe care obiectul științific în cauză îl capătă în cadrul perspectivei tematice generale (enunțarea tezei); explicarea perspectivei teoretice adoptate și urmate în tratarea subiectului și în construcția obiectului științific al lucrării; asumarea și descrierea metodelor ce au fost întrebuințate în tratarea subiectului și în construcția obiectului științific al lucrării; precizarea și descrierea corpus-ului de surse și referințe valorificat în vederea tratării subiectului; sublinierea caracterului de noutate a elementelor sau organizării acestui corpus.

Introducerea trebuie să atragă atenția asupra conținutului lucrării, să explice sensul, importanța și actualitatea temei ce va fi abordată și să justifice într-o manieră științifică alegerea acesteia. De asemenea, introducerea trebuie să cuprindă o descriere sumară a conținutului capitolelor lucrării și să precizeze dificultățile întâmpinate în realizarea temei de cercetare. Este obligatoriu ca introducerea să prezinte perspectiva proprie a autorului asupra tematicii abordate, practic toate elementele de noutate relevate de cercetarea realizată în raport cu alte puncte de vedere cunoscute în același domeniu. În enunțarea perspectivei proprii este necesară prezentarea întrebărilor-cheie pe baza cărora autorul a identificat necesitatea tratării obiectului cercetării. Pentru imprimarea unei note accentuate de originalitate se recomandă evitarea citatelor și trimerilor la subsol în introducere.

### **Conținutul lucrării**

Conținutul cuprinde circa 75-80% din corpul lucrării de licență. Din perspectiva conținutului pot fi realizate mai multe tipuri de lucrări de licență ce presupun modalități diferite de abordare, dintre care cele mai importante sunt: lucrările teoretice axate pe o cercetare de natură fundamentală pentru dobândirea de cunoștințe noi cu

privire la obiectul de studiu ales, precum și în vederea formulării și verificării de ipoteze, modele conceptuale și teoriile din domeniile de interes abordate; lucrările aplicative prin care sunt utilizate cunoștințele științifice pentru perfecționarea unei direcții de acțiune în domeniile de studiu abordate; lucrările de sinteză/de compilație care colectează rezultatele unei vaste cercetări științifice într-un anumit domeniu.

Nu există o ierarhie valorică a tipurilor de lucrări de licență, oricare dintre ele oferind posibilitatea obținerii punctajului maxim, în condițiile respectării riguroase a elementelor caracteristice menționate. Argumentele pentru această poziție rezidă în faptul că studentul trebuie să își aleagă calea, respectiv în modul în care studentul alege să realizeze legătura între teorie și aplicații, din punct de vedere cibernetic (instrumentele informatice utilizate). Conținutul lucrării de licență va cuprinde informații despre stadiul cercetărilor privitoare la subiectul lucrării sau la aria tematică din care aceasta face parte, urmărindu-se cu precădere felul în care teza enunțată în introducere își definește caracterul de noutate în raport cu stadiul cunoștințelor din domeniul respectiv. Conținutul trebuie organizat pe capitole, într-o succesiune logică, pornind de la analiza stadiului actual al domeniului studiat, continuând cu explicarea științifică a motivelor pentru alegerea metodelor de cercetare aplicate, utilizarea metodelor de cercetare și mergând până la evaluarea rezultatelor obținute în raport cu ipotezele alese. În toate tipurile de lucrări trebuie dovedită capacitatea studentului de a selecta cele mai relevante surse bibliografice pentru tematica studiată, abilitatea de abordare academică a obiectului cercetării și de formulare a perspectivei proprii asupra domeniului de referință. Orientativ, în conținutul lucrărilor de licență care se bazează pe cercetări, se pot regăsi următorii piloni (eventual concretizați în capitole):

### **Cadrul teoretic**

Lucrarea trebuie să cuprindă o trecere în revistă a literaturii de specialitate destinate temei de studiu alese. Va fi avută în vedere o prezentare completă, realizată într-o manieră sintetică, acordându-se importanță surselor celor mai relevante și celor mai recente, în egală



măsură. Este necesară utilizarea unui criteriu explicit de ordonare a informațiilor de referință din perspectivă tematică sau temporală. Vor fi subliniate aspectele controversate care rezultă din documentarea bibliografică în raport cu care studentul poate manifesta o evaluare critică.

### **Obiectivele și metodologia cercetării**

Lucrarea de licență trebuie să respecte structura unei lucrări științifice, cu respectarea specificității domeniului de studiu abordat. Structura de principiu este următoarea:

- formularea explicită, coerentă a obiectivelor cercetării;
- formularea explicită a ipotezelor cercetării;
- dezvoltarea modelului cercetării.

### **Rezultatele cercetării**

Capitolul destinat prezentării rezultatelor va trebui să valorifice în mod sistematic, clar și inteligibil datele obținute, în sprijinul validării sau invalidării ipotezelor cercetării.

### **Concluziile**

Lucrarea de licență finalizează în mod obligatoriu cu un capitol de concluzii finale. De asemenea, este necesar ca fiecare capitol al lucrării să se încheie cu una sau mai multe concluzii relevante. Concluziile se găsesc într-o strânsă corelație cu introducerea, astfel încât premisele cercetării și obiectivele propuse să își găsească confirmarea sau infirmarea în setul de concluzii formulate. Din perspectivă logică, introducerea este dezvoltată printr-un proces ierarhic descendent de la general la particular (deductiv), în timp ce concluziile sunt formulate într-o structură logică ascendentă, de la particular la general (inductiv). Concluziile rezumă rezultatele cercetării, argumentația din corpul lucrării, modul în care teza inițială ce a definit subiectul a fost confirmată sau nu în cuprinsul lucrării, contextul procesului de analiză desfășurat și subliniază importanța soluțiilor obținute în raport cu actualitatea temei de cercetare studiate. Este partea lucrării în care se subliniază importanța și noutatea descoperirilor intelectuale la care a dus tratarea subiectului. În final, se va deschide o nouă perspectivă argumentativă ce poate întemeia un nou obiect de cercetare.

## **Susținerea tezelor de licență**

Conform Regulamentului cu privire la organizarea examenului de finalizare a studiilor superioare de licență la Universitatea Tehnică a Moldovei, procedura de admitere la susținere a proiectului/tezei de licență se realizează pe două aspecte distincte:

a. Pe baza rezultatelor evaluărilor curente organizate pe parcursul elaborării proiectului/tezei de licență după fiecare etapă de elaborare a acestuia. Lucrul realizat de student se evaluează periodic conform calendarului universitar aprobat pentru anul curent de studii în mod distinct cu note, în baza scalei de notare de la 10 la 1. Nota pentru elaborarea proiectului/tezei de licență se calculează ca media aritmetică a notelor obținute la evaluările curente și se exprimă în număr cu două zecimale.

b. Pe baza rezultatelor verificării proiectelor/tezelor de licență la plagiat conform prevederilor Regulamentului antiplagiat al UTM. Pentru aceasta, textul lucrării în versiune finală și declarația candidatului scrisă de mână se prezintă coordonatorului pe hârtie și în format electronic DOC sau DOCX cu cel puțin 15 zile înainte de termenul stabilit pentru susținere. Responsabilitatea pentru calitatea tehnică a lucrării și originalitatea acesteia revine autorului lucrării și coordonatorului proiectului/tezei de licență. Direcția Tehnologia Informației și Comunicații va evalua lucrările în vederea depistării coincidențelor cu materialele incluse în baza de date în termen de maxim 5 zile calendaristice de la depunerea acestora și va genera rapoarte cu privire la gradul de coincidență. Rapoartele generate de sistem privind proiectele/tezele de licență la care s-a constatat o coincidență sumară mai mare de 30% cu alte surse vor fi prezentate Comisiilor antiplagiat pentru a fi analizate. Comisia antiplagiat analizează dacă coincidențele semnalate se încadrează în criteriile stipulate în art. 5 al Regulamentului. La decizia Comisiei antiplagiat lucrările, gradul de similitudine al cărora nu se încadrează în limita admisă, dar nu depășește 40% se returnează studenților în vederea eliminării plagiatului prin corectare în timp de maxim 5 zile. Proiectele/tezele de licență care au susținut repetat verificarea antiplagiat și gradul de similitudine nu depășește 30% sunt admise

spre susținere în anul curent de studii, în termenele prevăzute de Calendarul universitar.

Studentii care au admis plagiat, inclusiv repetat sau, după corectare, nu s-au încadrat în termenele Calendarului universitar, nu sunt admiși la susținerea proiectului/tezei de licență în anul curent de studii, fiind exmatriculați pentru nereușită academică. Proiectele/tezele de licență excluse din motiv de plagiere sunt anulate și nu mai pot fi susținute în cadrul UTM. Studentii care nu au fost admiși la susținere din motivul plagierii proiectului/tezei de licență vor fi reînmatriculați, cu condiția repetării tuturor activităților aferente proiectării de licență, iar pentru elaborarea proiectului/tezei de licență va fi aleasă o temă nouă. Se admite la susținerea proiectului/tezei de licență studentul care a obținut minimum nota „5” pentru fiecare etapă de elaborare a proiectului/tezei de licență și a susținut procedura antiplagiat. La Comisia pentru examenul de licență, cu o zi înainte de susținerea proiectelor/tezelor de licență, se prezintă următoarele materiale:

- memoriul explicativ copertat, raportul de susținere a proiectului/tezei în formă electronică (prezentare PowerPoint);
- elaborările, dacă în sarcina proiectului/tezei au fost prevăzute;
- extrasul din carnetul de note cu evaluarea notei medii pe anii de studii;
- avizul coordonatorului;
- recenzia la proiectul/teza de licență.

Pot fi prezentate, de asemenea, materiale ce caracterizează importanța practico-științifică a proiectului/tezei de licență (acte de implementare, brevete, patente) și copiile articolelor publicate la tema proiectului / tezei.

Pentru prezentarea proiectului/tezei de licență în cadrul ședinței Comisiei examenului de licență, fiecărui competitor i se oferă până la 10-15 min. Se recomandă ca studentul să aibă elaborat un plan de expunere a raportului. În raport trebuie să fie clar evidențiate: tema proiectului/tezei de licență; scopul proiectului/tezei de licență; sarcinile de proiectare; variantele posibile de soluționare a

subiectelor și compararea lor; expunerea rezultatelor și argumentarea soluțiilor obținute; analiza metodelor de optimizare și evaluare a fiabilității; rezultatele calculelor tehnico-economice; măsurile privind securitatea și sănătatea în muncă, protecției mediului ambiant; încheiere (concluzii).

Prevederile de bază ale raportului trebuie susținute prin date, grafice, diagrame, tabele, scheme de structură, de principiu, funcționale, formule matematice, simulări la calculator ale programelor elaborate etc. Competitorul trebuie să demonstreze o bună pregătire generală la profil, cât și o pregătire bună la tema proiectului/tezei de licență și să fie apt să răspundă la întrebările formulate de membrii Comisiei examenului de licență. Răspunsurile la întrebări trebuie să fie succinte, clare și la subiect. În unele cazuri, pentru a răspunde la întrebări, cu acordul președintelui Comisiei examenului de licență, competitorul poate utiliza memoriul explicativ al proiectului/tezei de licență. În timpul prezentării raportului și a răspunsurilor la întrebări competitorul trebuie să fie în contact direct cu membrii Comisiei. Pentru a obține deprinderile necesare pentru prezentarea raportului, cu o săptămână înainte de data susținerii proiectelor/tezelor de licență, sub conducerea șefului de departament sau de program se organizează susținerea publică preliminară a proiectelor/tezelor de licență. Pentru o bună organizare a susținerii rapoartelor, cu o zi înainte de susținere, în sala corespunzătoare vor fi instalate prezentările în format electronic.

Prezentările vor fi organizate cu respectarea cerințelor Ghidului de imagine al UTM, cu utilizarea culorii atribuite facultății, vor conține sigla UTM și a facultății. Prezentările, organizate în slide-uri vor respecta următoarele cerințe: prezentarea va conține de la 10 la 20 pagini; pe primul slide se va prezenta tema tezei, numele și prenumele absolventului și a coordonatorului și, după caz, denumirea instituției la comanda căreia a fost executată lucrarea; al doilea slide va conține enunțul problemei, tot aici se va menționa actualitatea și importanța lucrării pentru domeniu și pentru Republica Moldova, se va menționa aportul autorului la soluționarea problemei; următoarele 2-4 slide-uri (dacă este posibil) vor reflecta etapa de analiză și vor

avea drept rezultat orientările specifice proiectului; vor urma 2-5 slide-uri destinate modului de realizare, metodologiilor și tehnologiilor utilizate; dacă există documente de implementare (recenzia beneficiarului sau altele), atunci 1-2 slide-uri vor fi destinate acestui moment; ultimul slide va fi destinat concluziilor și recomandărilor.

În ziua susținerii proiectului/tezei de licență, studentul este obligat să se prezinte cu cel puțin 10 minute înainte de ora anunțată pentru începutul susținerii. La finele susținerii studentul este invitat pentru a participa la sondaje de opinie. După finalizarea susținerii în cadrul programului de studii, studentul se va prezenta la departament cu buletinul de identitate pentru a semna actele, pe baza cărora se vor tipări diplomele de licență. Acestea vor fi perfectate de secretarul comisiei de licență. După o săptămână de la semnarea actelor la departament, studentul poate ridica documentele depuse la înmatriculare (biroul 1-102), depunând carnetul de student. Se menționează că actele de studii depuse pot fi ridicate de studenții care au returnat bibliotecii UTM toate sursele împrumutate, au eliberat odaia în căminele UTM și nu au datorii financiare față de UTM. La înmânarea diplomei de licență, studentul se prezintă cu diploma de bacalaureat (sau documentul depus la înmatriculare) și buletinul de identitate. Diploma de licență se eliberează titularului sau unei alte persoane în bază de procură notarială.

### **Tematica și sarcinile seminarului:**

## ***CONCEPEREA ȘI ELABORAREA LUCRĂRILOR ȘTIINȚIFICE***

### **Sarcini de învățare/evaluare:**

1. Elaborați un articol științific, ținând cont de etapele de redactare și structura acestuia.

### **Bibliografie:**

1. Emerald Publishing,  
<https://www.emeraldgrouppublishing.com/>
2. The International Committee of Medical Journal Editors,  
<https://www.icmje.org/>
3. Ghidul de elaborare a tezelor de licență UTM.
4. Etică și integritatea academică,  
<https://eticasiintegritate.unibuc.ro/wp-content/uploads/2018/11/Etica-si-integritate-academica.pdf>
5. Andrei, J.V. (coordonator) și alții, *Practici și exigențe în scrierea lucrărilor științifice*, București, 2020.

## **Tema 8. INTEGRITATEA SCRIERII ACADEMICE**

**Autor: Cristina LAZARIUC, asist. univ.**

### **Unități de conținut pentru curs:**

- Principiul integrității - element esențial al activității de cercetare
- Acțiuni de încălcare a integrității scrierii academice
- Consecințele încălcării integrității scrierii academice

### **Unități de conținut pentru seminar:**

- Identificarea cerințelor pentru publicare
- Elaborarea structurii publicației științifice. Pregătirea materialului pentru publicare
- Elaborarea și redactarea tezei de licență
- Ghidul privind elaborarea și susținerea proiectelor/tezelor de licență UTM
- Consecințele încălcării integrității scrierii academice

### **Obiective**

***În rezultatul însușirii temei studentul trebuie să cunoască:***

- să descrie esența conceptului de *integritate*;
- să evidențieze principiul de integritate în activitatea de cercetare;

***să fie capabil:***

- să aplice principiul integrității în activitatea de cercetare;
- să analizeze acțiunile de încălcare a integrității scrierii academice;
- să deducă consecințele plagiatului, autoplagiatului, fabricarea sau alterarea voită a datelor experimentale în cercetare.

## **Principiul integrității - element esențial al activității de cercetare**

Trăim în era digitală, unde proprietatea intelectuală devine zi de zi mai importantă și mai valoroasă decât proprietatea fizică, stând la baza dezvoltării unei economii bazate pe cunoaștere. În condițiile în care elementul central în cadrul oricărei cercetări științifice îl reprezintă responsabilitatea socială a cercetătorului, atât față de felul cum își exercită activitatea, cât și față de rezultatele acesteia, în termeni de utilitate, valabilitate și beneficiu social, aplicarea principiilor etice în procesul de cercetare științifică nu mai poate fi tratată doar ca dorință, ci ca cerință fără compromis (cenzură morală).

În principiu, etica asigură fiecare cetățean că știința și tehnologia nu vor urma căi periculoase din punct de vedere omenesc și social [13, p.89]. Conform normelor internaționale și reglementărilor legale, orice cercetare, ca activitate de înalt prestigiu profesional, trebuie să respecte criteriile de etică ale cercetării științifice. Regulile etice favorizează calitatea rezultatelor științifice [12, p.97]. Codul de etică în cercetarea științifică are drept scop definirea cadrului etic și deontologic, astfel încât personalul de cercetare-dezvoltare să îndeplinească cu profesionalism, obiectivitate, rigurozitate, onestitate și loialitate atribuțiile care îi revin. Principiile etice ale cercetării sunt cele mai înalte standarde care orientează din punct de vedere moral activitatea cercetătorilor. Ele nu sunt reguli de conduită (care pot varia de la o instituție la alta), ci reperi morale ce impun o atitudine etică subiectului cercetării față de obiectul cercetat, și, mai ales, față de rezultatele obținute în urma procesului de cercetare.

**Principiile eticii cercetării științifice** unanim recunoscute de către comunitatea academică sunt [2, p.3-7]:



## 1. Principiul respectării demnității

*„Este moral să alegem acele căi de acțiune prin care să respectăm ființa umană ca valoare supremă în lumea naturală studiată de științe; aceasta înseamnă să nu o tratăm niciodată doar ca mijloc pentru a ne satisface interesele egoiste, ci întotdeauna ca scop suprem, dat fiind statutul său de ființă autonomă, adică de ființă rațională unică, aptă să își orienteze în mod decisiv comportamentul prin reguli pe care și le creează singură.*

*Trebuie totodată să adoptăm acele conduite în cercetare prin care să respectăm interesele animalelor de laborator, ca ființe capabile de suferință și de plăcere, în așa fel încât să le asigurăm „bunăstarea” înțeleasă ca funcționarea naturală a organismului lor.*

*Trebuie să respectăm toate ființele vii și să le protejăm în fața vătămărilor ce li se pot aduce în cursul cercetării, să asigurăm biodiversitatea, ele fiind sistemele cele mai valoroase din univers (etica ecologică)”.*

(Definiție preluată din Codul de Etică al Cercetării)

## 2. Principiul binefacerii

*„Cercetătorii au obligația să aleagă acele căi de acțiune prin care să evite facerea răului și să promoveze acele interese, care sunt importante și legitime, punând în balanță beneficiile, daunele și riscurile în vederea obținerii celui mai mare beneficiu net pentru toți cei implicați, tratați în mod imparțial. Principiul precauției obligă cercetătorii să ia în considerare chiar și cele mai mici riscuri posibile, mai ales atunci când consecințele lor pot fi grave și să evite facerea acțiunii”.*

(Definiție preluată din Codul de Etică al Cercetării)

### 3. Principiul dreptății

*„Trebuie să distribuim echitabil (nepărtinitor) resursele cercetării și beneficiile ei, să nu discriminăm persoanele care participă la cercetare sau care sunt subiecții acesteia, să le apreciem diferențiat, în funcție de nevoi, contribuție și responsabilitate, ținând cont de resursele disponibile”.*

(Definiție preluată din Codul de Etică al Cercetării)

### 4. Principiul vulnerabilității

*„Este moral să avem o grijă specială față de cei vulnerabili (ființe umane, animale), adică de cei a căror autonomie, demnitate sau integritate este posibil să fie amenințate prin distrugere sau limitare.*

*Principiul se extinde asupra oricărui sistem viu (plante, animale, ecosisteme) în sensul protejării integrității fizice și psihice și a capacității lor de perpetuare.*

*Acest principiu devine, în contextul prezentului cod, acela de protecție a viului format din sisteme vulnerabile. El compensează cazurile cu autonomie limitată”*

(Definiție preluată din Codul de Etică al Cercetării)

### 5. Principiul integrității

Pentru a asigura realizarea unei cercetări responsabile, fiecare cercetător trebuie să dea dovadă de integritate științifică, etică și conduită profesională. Conceptul de integritate aplicat în domeniul cercetării științifice denotă probitatea intelectuală, utilizarea riguroasă a resurselor destinate căutărilor și abținerea de a se plasa într-o situație de conflict de interese [1, pp.126-127]. Conform *Ghidului de integritate în cercetarea științifică (2020)*, elaborat de Consiliul Național de Etică a Cercetării Științifice, Dezvoltării Tehnologice și Inovării (CNECSDTI) din România, integritatea în

cercetarea științifică se asigură prin respectarea celor patru valori: onestitate, responsabilitate, verificabilitate și validitate a cunoașterii. „Un deficit de onestitate atrage după sine și o integritate redusă sub aspectul responsabilizării, verificabilității și al asigurării unei cunoașteri valide” [5, pp. 4]. Pentru a preveni astfel de situații, trebuie asigurată cooperarea mai multor cercetători competenți în cadrul aceluiași proces de cercetare. Aceasta permite schimbul de idei și identificarea unor soluții optime, criticile reciproce și evitarea încălcărilor standardelor de calitate, verificarea reciprocă a rezultatelor și prevenirea erorilor și omisiunilor. Altfel spus, cooperarea și colegialitatea în grupurile de cercetare științifică reprezintă un mecanism de protecție față de fraudă, asigurând transparența și calitatea rezultatelor și, drept rezultat, creșterea valorii și originalității produselor științifice.

Dr. Toni Gîbea, expert în etica cercetării în cadrul Comisiei de Etică a Cercetării, Universitatea din București, evidențiază faptul că „fabricarea sau falsificarea datelor de laborator, interpretarea intenționat eronată a dovezilor empirice, raportarea trunchiată a unor date, utilizarea banilor destinați cercetării în alte scopuri, colaborarea cu parteneri care nu au competența necesară pentru a desfășura activitățile de cercetare din proiect sunt strict interzise” [14, p.73], deoarece cercetătorii care recurg la astfel de comportamente încalcă în mod direct principiul integrității, care este definit astfel:

*„Trebuie să alegem acele căi de acțiune prin care să protejăm de orice ingerință externă valorile și credințele (religioase, morale, politice, filosofice etc.) prin care indivizii umani (cercetători și participanți la cercetare) sau instituțiile primate, ca entități morale, își identifică felul lor esențial de a fi sau a munci și care, dacă sunt afectate, pun în pericol identitatea acestora”.*

(Definiție preluată din Codul de Etică al Cercetării)

Așadar, integritatea cercetătorului științific se referă la valorile onestității și corectitudinii intelectuale, responsabilității și încrederii

care trebuie să guverneze întreaga sa activitatea și care nu trebuie tulburate de nici o intervenție externă. De asemenea, integritatea profesională presupune imparțialitatea, transparența și respectarea proprietății intelectuale în activitățile de cercetare. Reieșind de aici, în activitatea desfășurată, cercetătorul trebuie să se asigure:

- raportează onest datele și rezultatele obținute, metodele și procedurile aplicate în cercetare;

- asigură caracterul deschis al metodelor, datelor, rezultatelor, instrumentelor, resurselor fără a încălca regula confidențialității;

- susține cooperarea cu alți cercetători profesioniști și recunoaște contribuția acestora la rezultatele cercetării;

- este onest cu colegii, finanțatorii proiectelor de cercetare și publicul;

- nu se angajează în activități care îi depășesc competențele;

- este obiectiv și exigent în aprecierea atât a muncii proprii, cât și a celorlalți;

- nu își însușește rezultatele altora chiar dacă a contribuit parțial la producerea lor;

- nu împiedică publicarea oricăror rezultate obținute prin eforturi comune [2, pp.5-6].

Dezvoltarea și consolidarea unei culturi a integrității academice, precum și instruirea viitorilor cercetători privind respectarea principiilor etice în cercetarea științifică reprezintă o misiune deosebit de importantă a instituțiilor de învățământ superior. Drept rezultat, o conduită onestă a tuturor membrilor comunității academice contribuie nu numai la prestigiul universității, ci și la imaginea întregului sistem de învățământ.

## **2. Acțiuni de încălcare a integrității scrierii academice**

Membrii comunității academice (studenți, cadre didactice, cercetători științifici) folosesc scrierea academică pentru a transmite idei argumentate și a se angaja în conversații academice. Deși, când ne referim la integritate academică, accentul se pune, de regulă, pe valorile și principiile morale ce ghidează comportamentul și activitatea cadrelor universitare în toate aspectele practicii lor, de fapt

fenomenul este mult mai complex, fiind un indicator și al *conduitei morale* a studenților, în special în legătură cu fraudă academică. Astfel, pe de o parte avem integritatea academică care reprezintă o alegere personală de a fi onest cu sine și cu ceilalți și de a-și asuma responsabilitatea pentru acțiunile comise, iar pe de altă parte, avem necinstea academică, ce se manifestă prin diverse acțiuni înșelătoare și frauduloase, cum ar fi: *trișare, înșelăciune și plagiat*. Psiholoaga română Livia Durac definește *trișarea* ca „orice încercare înșelătoare sau frauduloasă la care apelează persoana pentru a se sustrage de la reguli, standarde, practici, obiceiuri și norme, cu scopul de a obține un avantaj necuvenit, sau pentru a proteja pe cineva care a făcut acest lucru” [7, p.34]. Acțiuni de trișare pot fi:

- utilizarea de materiale neautorizate (copii, conspecte, cărți, accesarea site-urilor prin intermediul telefonului sau calculatorului) în timpul unei probe de evaluare;

- schimbul de informații între studenți (furnizarea sau primirea răspunsurilor) în timpul unei probe de evaluare desfășurate într-o sală de clasă sau online;

- folosirea telefonului sau a altor mijloace electronice (căști) pentru a copia la un examen.

De asemenea, se atestă deficit de integritate și în activitatea de cercetare a studenților, care se poate manifesta sub diferite forme:

- luarea cuvintelor sau a ideilor altcuiva, prezentându-le ca fiind proprii (plagiat) în elaborarea temelor/referatelor de cercetare;

- parafrazarea ideilor fără indicarea detaliată a surselor acestora;

- achiziționarea lucrărilor/proiectelor de cercetare de pe site-uri specializate și asumarea acestor lucrări ca fiind contribuții proprii;

- asumarea frauduloasă a ideilor/datelor din proiecte de cercetare ale altor colegi, prin modificarea neesențială a acestora;

- preluarea, cu sau fără permisiunea autorului, a unei lucrări de cercetare și prezentarea acesteia ca fiind contribuție proprie;

- folosirea de mijloace nelegale sau nelegitime pentru colectarea de date în activitatea de cercetare;

- prezentarea unor date false sau interpretate greșit pentru susținerea anumitor concluzii.

Jurnalista română de investigație Emilia Șercan definește *înșelăciunea academică* ca fiind „fraudarea, păcălirea sau lipsa de corectitudine în spațiul academic, cu scopul de a obține o notă de trecere sau o notă mai mare sau pentru a realiza numărul de prezențe obligatorii” [17, p. 17]. Reieșind de aici, distingem următoarele forme de înșelăciune:

- folosirea de scuze mincinoase pentru a motiva întârzierea sau lipsa de la cursuri, seminare sau probele de evaluare;

- notarea prezențelor pentru colegii absenți;

- susținerea unei probe de evaluare în locul unui coleg sau scrierea unei lucrări pentru un alt cursant („uzurparea identității”);

- prezentarea aceleiași lucrări (eseu, referat, experiment de laborator etc. cu mici modificări privind foaia de titlu sau conținut) la alte cursuri, sau în încercările ulterioare de a promova un curs, sau în mod repetat de studenți din ani diferiți de studiu.

- difuzarea sau primirea neautorizată a testelor de evaluare sau a cheilor de răspuns în formă scrisă sau digitală.

În ceea ce privește fenomenul plagiatului în mediul studentesc, „există mai multe niveluri de intensitate ale acestuia” [16, p. 40]:

a. *Frauda*: copierea unei întregi lucrări, adăugându-i o nouă introducere și o concluzie;

b. *Plagiat substanțial*: preluarea consistentă a informațiilor dintr-un material fără a indica cu ghilimele sau prin citarea surselor bibliografice;

c. *Plagiat întâmplător*: preluare sau copiere parțială, parafrizarea fără indicarea sursei;

d. *Autoplagiatul*: re folosirea unor lucrări sau idei din cadrul acestora, lucrări ce au făcut deja obiectul publicării.

Totuși, riscul apariției unor manifestări de conduită incorectă (imorală) privind scrierea academică nu este specific doar studenților, în calitate de viitori specialiști și tineri cercetători, dar și cadrelor didactice și cercetătorilor științifici consacrați. Această

vulnerabilitate este determinată de caracteristicile domeniului cercetării științifice:

- cercetarea științifică este o activitate de *mare complexitate* care înaintea *criterii de performanță dificile* de atins și menținut în condițiile societății cunoașterii tot mai *competitive*. Drept rezultat, desfășurarea cu succes a unor proiecte de cercetare, respectând pe de o parte *standardele de calitate și termenele temporale*, iar pe de altă parte, *principiul binelui comun*, pune la grea încercare onestitatea cercetătorilor științifici;

- cercetarea științifică este un domeniu de *mare profitabilitate*. Lupta pentru finanțarea cercetării este crâncenă și nu întotdeauna reușește să facă față tentației machiavelice de a face apel la mijloace imorale: conflict de interese, trafic de influență, abuz de serviciu și corupție;

- personalitatea unor cercetători marcată de ambiții și orgolii excesive, precum și de labilitate morală face ca aceștia să exagereze numărul, caracterul inovativ și valoarea lucrărilor științifice realizate anterior doar pentru a mări șansele de accesare a fondurilor de finanțare.

Așadar, se disting două noțiuni antonime: “buna conduită” (bunele practici) și “conduita incorectă” (relele practici) în care se include și fraudă. Conduita imorală în cercetare înseamnă implicarea în orice activități care se abat de la regulile bunei conduite, a intenționa sau a înfăptui înșelăciune în oricare moment al cercetării sau acte de:

- *fabricare de date* – inventarea, crearea, confecționarea sau suplimentarea rezultatelor unei cercetări (date calitative sau cantitative, observații) în condițiile în care aceste rezultate nu au existat/nu au fost acumulate în cercetare;

- *falsificare a rezultatelor* – **a.** transformarea sau omiterea selectivă a unor rezultate ale cercetării (date calitative sau cantitative, observații) în vederea atingerii scopului cercetării, confirmării ipotezei de lucru, demonstrarea unor corelații; **b.** indicarea incompletă/incorectă a metodelor și mijloacelor de investigație aplicate în cercetare, astfel încât experimentul prezentat să nu poată

fi reprodus; **c.** modificarea neonestă a imaginilor prin deformarea informației reale, fie în sensul pierderii unor date, fie în sensul accentuării/suplimentării unor date;

- *plagiat* – **a.** însușirea, preluarea, copierea totală sau parțială a ideilor unui autor și prezentarea acestora ca fiind proprii; **b.** utilizarea ideilor sau lucrărilor care aparțin unui altui autor fără a indica/credita sursa originală; **c.** prezentarea unor idei deja creditate prin publicare ca fiind idei noi, originale; **d.** omiterea ghilimelelor pentru a indica preluarea unui citat; **e.** modificarea cuvintelor într-o propoziție, păstrând structura propoziției dintr-o sursă fără a menționa sursa;

- *publicații duble/suprapuse* – **a.** trimiterea duplicată a unui manuscris pentru publicare și drept urmare, posibilitatea ca mai multe jurnale să realizeze, fără să știe și fără să fie necesar, procesul de *evaluare inter pares* (*peer-review* – evaluarea textului de către experți independenți din domeniu, identitatea atât a autorilor, cât și a revizorilor fiind ascunse), să editeze și să publice același articol cu revendicarea consecutivă a drepturilor de publicare; **b.** prezentarea unui set determinat de date experimentale în mai multe lucrări științifice, comunicate public simultan/sucesiv în timp fără a menționa acest lucru în lucrările respective;

- *citarea excesivă* a lucrărilor științifice proprii comunicate anterior sau citarea în lucrările științifice proprii a unor referințe bibliografice de importanță periferică sau chiar neconsultate.

De asemenea, potrivit Codului de Etică în Cercetare al Universității din București, conduita imorală include „utilizarea neautorizată, intenționată sau imprudentă, divulgarea, distrugerea sau deteriorarea oricărei proprietăți a altui cercetător, inclusiv aparate, materiale, scrieri, date, hardware/software sau orice alte substanțe ori dispozitive, indiferent dacă fac parte din cercetare sau dacă sunt rezultatul acesteia” [2, p. 8].

La moment, numărul cazurilor de plagiat depășește numărul celorlalte acte de conduită imorală (falsificarea/fabricarea datelor, publicații duble etc.) și acest lucru fără a lua în considerare lucrările scrise ale studenților. Aceasta se datorează fenomenului globalizării și digitalizării, când internetul, considerat mai ales de către tineri ca



fiind Cartea Cărților, face posibilă extinderea plagiatului din surse tipărite la fenomenul atât al plagiatului online (*plagiarism*), cât și al copiatului online. Astfel, dezvoltarea societății informaționale și a mass-media generează, prin abundența și accesibilitatea informației, ușurința de a copia, modifica, partaja și disemina conținuturi preluate de pe web. Drept rezultat, asistăm astăzi la confruntarea dintre *cultura cititului și cultura „copy-paste”* fără măcar a supune analizei informația preluată. De asemenea, tot mai mult se practică *plagiatorismul* [18, p. 282] care se referă la „arta pe care unii o întrebuițează cu multă îndemânare de a deghiza tot felul de discursuri, compuse de ei sau ieșite de sub o pană străină, astfel încât autorul însuși să nu-și poată recunoaște propria lucrare, propriul său stil și fondul operei sale, arătând prin asta cât de bine va fi fost deghizat întregul” [9, p. 51].

În general, plagiatul este definit ca fiind: „opera literară, științifică sau artistică a altuia, însușită integral sau parțial de cineva și prezentată drept creație proprie”; „imitația frauduloasă a unei opere străine” sau „o reproducere parțială, neautorizată a unei opere, o formă de contrafacere a operei originale” [15, p. 25], însușirea ideilor, metodelor, procedurilor, tehnologiilor, rezultatelor sau textelor unei alte persoane, indiferent de calea prin care acestea au fost obținute, prezentându-le drept creație proprie. Etimologia cuvântului *plagiat* provine din latinescul *plagiarus* al cărui sens inițial era „răpitor, seducător sau tâlhar”, cuvânt care a intrat apoi în limba engleză sub forma *plagiary*, cu înțelesul de persoană care ia în mod abuziv cuvintele sau ideile altuia [11, pp. 471-488]. Indiferent de *tipul autorului real* (o persoană sau mai multe persoane, o organizație sau mai multe organizații, inclusiv o comunitate de contribuitori) și de *forma de publicare* (anonimă, sub pseudonim sau sub nume real), preluarea creației acestuia fără specificarea corectă a sursei reprezintă plagiat [6, p. 14].

Cercetarea științifică implică analiza activității cercetătorilor precedenți, astfel încât este obligatorie referirea la munca lor. Acest lucru presupune citarea sursei. Elena Ungureanu, doctor habilitat în filologie, cercetător științific superior la Institutul de Dezvoltare a

Societății Informaționale, reiterează că în textul științific (teze ale comunicării științifice, comunicare, articol științific, teză de licență, master, doctor (habilitat), monografie) „citatele și referințele reprezintă expresia cea mai clară a relațiilor intertextuale (adică dintre texte)”. În condițiile în care seducția de a plagia este extrem de mare, actualii, dar și viitorii cercetători trebuie să se familiarizeze și responsabilizeze atât cu principiile etice ale cercetării științifice, cât și cu normele redactării textelor, având ca imperativ respectarea proprietății intelectuale. În acest sens, Elena Ungureanu evidențiază importanța respectării celor „10 reguli de citare”, altfel spus, de evitare a plagiatului, înaintate de marele semiotician italian Umberto Eco [8], pe care le reformulează și aplicăm, „printr-o extensiune și asupra spațiului virtual” [18, p. 283-285]:

*„Proba cea mai sigură o veți avea atunci când veți reuși să parafrazați textul fără a-l avea sub ochi. Va însemna nu numai că nu l-ați copiat, dar că l-ați și înțeles.”*  
(U. Eco)

„Regula 1 – *Fragmentele-obiect de analiză interpretativă sunt citate cu o rezonabilă amplexare. Dacă ați identificat o sursă foarte bună care consună cu ideile pe care intenționați să le promovați – abțineți-vă să o citați de la un capăt la celălalt. Recunoașteți că v-a luat-o înainte.*

Regula 2 – *Textele din literatura critică sunt citate numai când autoritatea lor se coroborează cu ori confirmă o afirmație a noastră. Textele online reprezentând literatura critică nu se deosebesc de cele publicate în format hârtie decât prin faptul că sunt reflecții mai noi, mai „proaspete”, mai conectate cu tehnologiile informaționale.*

Regula 3 – *Citatul presupune să se împărtășească ideea autorului citat sau cel puțin ca fragmentul să nu fie precedat și urmat de expresii critice*. Recurgeți la citate care pun în valoare opinii rezistente, nu generalități.

Regula 4 – *Din orice citat (online) trebuie să reiasă limpede autorul și sursa tipărită ori manuscrisă* (în mod obligatoriu – linkul-adresa și data vizitării/accesării).

Regula 5 – *De preferință, trimerile de surse primare trebuie făcute la ediția critică sau la ediția cea mai acreditată*. Trimerile la surse (online) trebuie făcute mai ales la materialele cu factor de impact mai mare. A nu comite și a nu perpetua în greșeala de a cita surse deja plagiate.

Regula 6 – *(în cazul operelor literare), când se studiază un autor străin citatele trebuie să fie în limba originală*. În atare cazuri, poate fi mai mult ori mai puțin util ca citatul să fie urmat în paranteză sau în nota de traducere. Utilizați cu mai multă siguranță site-urile cu texte (literare) postate în format electronic, dar mergeți la surse de încredere – indicați însă neapărat adresa. Asemenea texte nu sunt, de obicei, mutilate.

Regula 7 – *Trimerirea la autor și la operă trebuie să fie clară, adică nu trebuie ghicită, nu trebuie dedusă, nu trebuie trunchiată ș.a.m.d.* E o formă de respect față de cei care le-au elaborat.

Regula 8 – *Atunci când un citat nu depășește două-trei rânduri se poate insera în corpul unui paragraf între ghilimele. Atunci când însă citatul este mai lung e mai bine a-l pune cu un spațiu mai înăuntrul paginii*.

Regula 9 – *Citatele trebuie să fie fidele*. În primul rând, trebuie transcrise cuvintele așa cum sunt. În al doilea rând, nu trebuie eliminate părți ale textului fără a marca acest lucru. Dacă e imposibil, recurgeți la parafrază sau aluzie – e mai dificil, dar vă scutește de mulțimea semnelor de punctuație, care și așa vă dau bătaie de cap.

Regula 10 – *A cita este ca și cum ai depune mărturie într-un proces. Trebuie să fiți totdeauna în măsură să reparați martorii și să demonstrați că sunt credibili. De aceea, referința trebuie să fie exactă și punctuală* (nu se citează un autor fără a spune în ce carte și la ce pagină) și trebuie să poată fi controlabilă de către oricine” [8, p. 170]. În format online, ar putea fi controlabilă doar prin link (apertura care permite deschiderea și intrarea în (hyper)textul Internetului) – iată încă o corespondență/asociere perfectă cu limbajul”.

Astfel, prin *citarea surselor*, cercetătorul dă dovadă de integritate și respect față de proprietatea intelectuală a autorilor

analizați ale căror idei reprezintă suportul intelectual pentru analizele și concluziile originale proprii. O modalitate alternativă prin care se evită plagiatul este *parafrizarea*, care „implică trei pași esențiali de restructurare a expresiei originale, reformularea și schimbarea cuvintelor cu sinonimele lor și, în final, recunoașterea sursei originale” [7, p. 42]. O atenție sporită, în acest caz, trebuie acordată noțiunilor, conceptelor, termenilor utilizați în exprimarea originală, care nu pot fi înlocuiți cu sinonimele lor. De asemenea, pentru ca parafrizarea să nu poată fi considerată drept plagiat, trebuie citate corect sursele. Mai mult decât atât, introducerea în textul științific a unor citări false, chiar dacă textul a fost parafrizat corespunzător, este calificată, de asemenea, ca plagiat.

### **3. Consecințele încălcării integrității scrierii academice**

Toți membrii comunității academice (studenți, cadre didactice, cercetători, manageri etc.) trebuie să conștientizeze că încălcarea integrității scrierii academice, precum și toleranța față de abateri, are consecințe:

- atât asupra *reputației personale*, manifestate prin devalorizarea statutului cadrelor didactice și al absolvenților de învățământ superior, inclusiv a deținătorilor titlurilor de doctor,
- cât și (dar, mai ales) asupra *reputației instituționale*, manifestate prin deprecierea, în timp, a calității învățământului superior și a imaginii universității respective în societate.

În condițiile în care, la nivel de universități, nu există un mecanism bine consolidat de abordare, prevenire și sancționare a cazurilor de lipsa de onestitate, inclusiv în activitatea de cercetare a studenților, un rol esențial îl au cadrele didactice, care trebuie să aprecieze gravitatea încălcărilor, luând în considerare parcursul academic al „făptașilor”. Ulterior, cadrul didactic, prin intermediul instrumentelor de evaluare pe care le are la dispoziție, urmează să sancționeze studentul fie prin scăderea notei acordate pentru elaborarea materialului în cauză, fie prin solicitarea de a reface materialul. În dependență de gravitatea încălcării, managerii universitari pot atenționa studenții care au dat dovadă de lipsă de

integritate academică, despre posibilitatea aplicării de sancțiuni disciplinare, ce pot culmina cu exmatricularea din respectiva instituție de învățământ superior.

**Potrivit legislației naționale, sancțiunile aplicabile pentru comiterea actului de plagiat sunt următoarele:**

**1. Răspunderea civilă:** achitarea unei despăgubiri de la 500 până la 500.000 lei pentru fiecare drept încălcat; repararea prejudiciului moral.

**2. Răspunderea contravențională:** achitarea unei amenzi de la 4.000 până la 12.500 lei.

**3. Răspunderea penală: Articolul 185 din Codul Penal al Republicii Moldova nr.985 din 18.04.2002 specifică practicile de încălcare a dreptului de autor și a drepturilor conexe și sancțiunile aplicabile, după cum urmează [3]:**

*„(1) Însușirea dreptului la paternitate (plagiatul) sau altă violare a dreptului de autor și/sau a drepturilor conexe, dacă valoarea drepturilor violate sau valoarea exemplarului licențiat de operă, de program de computer, de bază de date, de interpretare, de fonogramă, de emisiune, care formează obiectul dreptului de autor sau al drepturilor conexe, este de proporții mari, aceasta fiind săvârșită prin:*

*a) reproducerea integrală sau parțială, modificarea sub orice formă a obiectului protejat de dreptul de autor sau de drepturile conexe;*

*b) comercializarea, închirierea, importarea, exportarea, transportarea, depozitarea sau publicarea obiectului protejat de dreptul de autor sau de drepturile conexe;*

*c) comunicarea publică a unei opere cinematografice sau a unei opere audiovizuale pe cale radioelectrică sau prin cablu în regim interactiv, inclusiv prin Internet ori prin alt procedeu similar;*

*d) demonstrarea publică a originalului sau a unui exemplar de operă;*

*e) interpretarea publică a operei sau a fonogramei;*

*f) transmiterea simultană sau retransmiterea operei, fonogramei, interpretării sau emisiunii pe cale radioelectrică sau*

*prin cablu, prin alt procedeu similar ori în localurile unde intrarea este cu plată;*

*g) fixarea pe suport material a operei audiovizuale, emisiunii sau interpretării în săli de concert, cinematografe, precum și în alt loc public, fără acordul titularului de drepturi asupra operei, emisiunii sau interpretării;*

*h) permiterea accesului public la bazele de date din computer care conțin sau constituie opere protejate de dreptul de autor;*

*i) traducerea, publicarea în culegeri, adaptarea sau transformarea operei, precum și prelucrarea, aranjamentul acesteia se pedepsește cu amendă în mărime de la 800 la 1000 unități convenționale sau cu muncă neremunerată în folosul comunității de la 180 la 240 de ore, iar persoana juridică se pedepsește cu amendă în mărime de la 2000 la 4000 unități convenționale cu privarea de dreptul de a exercita o anumită activitate pe un termen de la 1 la 5 ani”.*

De asemenea, pe parcursul timpului, au fost elaborate și aplicate algoritme de prevenire și combatere a comportamentului științific neadecvat atât în etapa de cercetare și scriere, cât și în cea de publicare:

### ***1. La nivel instituțional***

În alte țări, de exemplu, plagiatul studentesc este sever pedepsit. La înscriere, studenții semnează un contract de nonplagiat, în care li se explică ce este plagiatul, care sunt modalitățile de citare din surse Web și care sunt sancțiunile aplicabile. În Franța, de exemplu, există cursuri obligatorii despre normele scrierii academice, fiind predate inclusiv metode de a căuta și folosi onest informația științifică de pe Internet (baze de date, reviste online).

Pentru a maximiza eficiența acestor bune practici, ar fi oportună, la nivel de universitate, obligativitatea testării cu softuri antiplagiat a tuturor referatelor, eseurilor, tezelor, comunicărilor, articolelor, lucrărilor de an, de licență redactate de către studenți și anexarea raportului de similitudini în procesul de evaluare. De asemenea, Comisia de Etică Universitară are obligația să analizeze

situațiile de comportament științific neadecvat sau publicații suprapuse, semnalate prin sesizări sau reclamații și de a aplica sancțiuni, în funcție de gravitatea încălcării.

În ceea ce privește studiile de doctorat, **conform Hotărârii Guvernului Republicii Moldova nr.1007 din 10.12.2014 pentru aprobarea Regulamentului privind organizarea studiilor superioare de doctorat, ciclul III**, sunt prevăzute următoarele modalități de prevenire și sancționare a conduitei neonest practice în perioada de cercetare doctorală [10]:

- art. 167: *„În urma identificării unor încălcări ale bunei conduite în cercetare-dezvoltare – inclusiv plagierea rezultatelor sau publicațiilor altor autori, confecționarea de rezultate ori înlocuirea rezultatelor cu date fictive – în timpul evaluării tezei de către conducătorul de doctorat sau de comisia de îndrumare, acordul de susținere publică nu se obține, iar studentul este exmatriculat”;*

- art. 176: *„În cazul în care un membru al comisiei de doctorat identifică în cadrul procesului de evaluare a tezei, atât anterior susținerii publice, cât și în timpul acesteia, abateri grave de la buna conduită în cercetarea științifică și activitatea universitară, inclusiv plagierea rezultatelor sau publicațiilor altor autori, confecționarea de rezultate ori înlocuirea rezultatelor cu date fictive, membrul comisiei de doctorat este obligat să ia următoarele măsuri:*

a) *sa sesizeze comisia de etică a instituției de învățământ superior în care este înmatriculat studentul-doctorand și comisia de etică a instituției în care este angajat conducătorul de doctorat pentru analiza și soluționarea cazului;*

b) *să notifice abaterea tuturor membrilor comisiei de doctorat și să propună acordarea calificativului „nesatisfăcător” în cazul în care abaterea a fost constatată în timpul susținerii publice a tezei de doctorat;*

- art. 182: *„În cazul constatării nerespectării standardelor de calitate sau de etică profesională, inclusiv în cazul constatării plagiatului, în baza unui raport întocmit asupra cazului de către autoritatea națională abilitată pentru confirmarea titlurilor științifice și a hotărârii Consiliului de anulare a deciziei de validare,*

*precum și în urma evaluării de către propriile structuri instituționale, rectorul instituției care a înmatriculat studentul-doctorand poate lua decizia administrativă de revocare a acordării titlului științific de doctor și de anulare a diplomei de doctor, în cazul în care aceasta a fost eliberată, indiferent de data constatării încălcării săvârșite”.*

## **2. La nivelul jurnalelor**

Orice politică editorială are ca scop protejarea prestigiului revistei/jurnalului și promovarea unei culturi a onestității, corectitudinii și acurateții creației științifice. În acest sens, autorii sunt responsabilizați să își asume, prin declarație (semnată de către autorul corespondent), faptul că lucrarea propusă spre publicare este:

- i.** originală;
- ii.** nu este trimisă concomitent pentru evaluare către un alt jurnal;
- iii.** rezultatele nu au fost publicate parțial sau integral anterior.

Editorul jurnalului solicită retragerea unui articolul dacă este dovedită compromiterea integrității cercetării (prin acte de plagiat, fabricare de date, falsificarea rezultatelor etc.). În acest sens, acesta inițiază proceduri de verificare, în conformitate cu algoritmul recomandat de COPE [4] (Committee on Publication Ethic – Comisia de Etica Publicării), care indică clar modul în care pot fi abordate problemele etice pentru manuscrisele trimise spre publicare, în fazele editoriale, dar și după publicarea acestora.

În cazul în care autorul/autorii trimit(e) același manuscris spre publicare, simultan, în două reviste, manuscrisul va fi respins dacă, înainte de finalizarea procesului de evaluare inter pares (peer-review) se depistează că același manuscris a fost publicat de o altă revistă. Dacă totuși dubla publicație a avut loc, articolul va fi retras de ambele reviste fără aprobarea autorului neonest.

Articolele retrase sunt însoțite de o notă informativă, cu caracter public, care explică motivul retragerii. În consecință, retragerea unui articol compromite imaginea autorului/autorilor în comunitatea științifică, având implicații negative și asupra credibilității atât a lucrărilor anterioare, cât și asupra celor ce urmează să apară.



Așadar, scrierea lucrărilor științifice înaintea ca cerință nu doar acuratețe și claritate în formularea ideilor și selectarea metodelor de cercetare, precizie în redactarea textului, dar și respectarea regulilor de citare a surselor, recunoașterea onestă a contribuției altor cercetători și responsabilitate în raport cu rezultatele obținute. În condițiile în care cercetătorii își desfășoară activitatea în limita unor constrângeri (obținerea finanțărilor, concurența, nu mereu meritocratică, în procesul de avansare în carieră; dorința de a fi recunoscut și apreciat) este necesar ca aceștia să-și consolideze verticalitatea și rezistența morală încă în perioada anilor de studii. Fiind educați în spiritul obiectivității, imparțialității și onestității științifice, studenții, în calitate de viitori cercetători, conștientizează importanța eticii ca parte integrantă a cercetării și ca criteriu al excelenței în cercetare. Promovarea principiilor de integritate academică, precum și cultivarea onoarei, încrederii, corectitudinii, loialității, toleranței și respectului are ca finalitate formarea unor comportamente oneste și responsabile pe care studenții să le adopte ulterior și în viața de zi cu zi.

### **Tematica și sarcinile seminarului:**

#### **INTEGRITATEA SCRIERII ACADEMICE**

#### **Sarcini de învățare/evaluare:**

1. Realizați un eseu cu tema „Consecințele plagiatului, autoplagiaturii, fabricarea sau alterarea voită a datelor experimentale în cercetare”.

#### **Bibliografie:**

1. Codreanu, O., Codreanu, T.-M. *Comportamentul etic în elaborarea unei cercetări*. În: Intellectus 1-2, 2021, pp. 124-129. Disponibil la adresa: <https://agepi.gov.md/ro/intellectus/intellectus-1-2-2021> (accesat 13.05.23).
2. Codul de Etică în Cercetare. Universitatea din București, 2017. Disponibil la adresa: <https://cometc.unibuc.ro/wp->

content/uploads/2018/10/Codul-de-etic%C4%83-a-cercet%C4%83rii-03.2017.pdf (accesat 10.03.23).

3. Codul Penal al Republicii Moldova nr.985 din 18.04.2002. Publicat: 14-04-2009 în Monitorul Oficial nr. 72-74 art. 195.

4. COPE. *All Flowcharts*. Available at: <https://publicationethics.org/resources/flowcharts-new/translations> (Accessed: 22.08.23).

5. Consiliul Național de Etică a Cercetării Științifice, Dezvoltării Tehnologice și Inovării, Ministerul Educației și Cercetării. *Ghid de Integritate în Cercetarea Științifică*. București, 12 noiembrie 2020. Disponibil la adresa: <https://www.old.research.gov.ro/uploads/sistemul-de-cercetare/organisme-consultative/cnecsdti/2020/ghid-integritate-in-cercetarea-stiintifica-cne-2020.pdf> (accesat 12.06.23)

6. Dincă, G. *Curs de scriere academică. Suport de curs*. Brașov: Universitatea Transilvania, 2018.

7. Durac, L. *Suport de curs la disciplina Etică și integritate academică*. 2021-2022. Disponibil la adresa: <http://www.upa.ro/wp-content/uploads/2022/03/Etica-si-integritate-academica.pdf> (accesat 18.08.23).

8. Eco, U. *Cum se face o teză de licență. Disciplinele umaniste*. Pontica, 2000.

9. Hennig, J-L. *Apologia plagiatului*. Colecția „Demonul teoriei”. București: ART, 2009.

10. Hotărâre nr.1007 din 10.12.2014 pentru aprobarea Regulamentului privind organizarea studiilor superioare de doctorat, ciclul III. Publicat: 26-12-2014 în Monitorul Oficial nr. 386-396, art. 1101.

11. Park, C. *In Other (People's) Words: plagiarism by university students – literature and lessons*. In: *Assessment & Evaluation in Higher Education*, 28(5), pp. 471-488.

12. Popa, M. *Evaluarea raportului de cercetare și etica cercetării științifice*. În: M. Popa, *Metodologia cercetării (note de curs)*. București, 2016.

13. Sandu, A. *Dimensiuni etice ale comunicării în postmodernitate*. Iași: Editura Lumen, 2009.

14. Socaciu, E., Vică, C., Mihailov, E., Gibeau, T., Mureșan, V., Constantinescu, M. *Etică și integritate academică*. București: Editura Universității din București, 2018.

15. Suport de curs pentru disciplina: Scrierea academică. Universitatea ecologică din București. 2021-2022. Disponibil la adresa:

<https://www.ueb.ro/drept/ebiblioteca/files%202022/SCRIERE%20ACADEMICA.pdf> (accesat 17.08.23).

16. Șarpe, D., Popescu, D., Neagu, A., Ciucur, V. *Standarde de integritate în învățământul universitar*. București, 2011. Disponibil la adresa: <http://old.uefiscdi.ro/Upload/27963931-6eb6-4a07-9e75-078a20de12b9.pdf> (accesat 20.08.23).

17. Șercan, E. *Deontologie academică*. Ghid practic. București : Editura Universității din București, 2017.

## VI. SUGESTII PENTRU ACTIVITATEA INDIVIDUALĂ A STUDENȚILOR

<i>Nr. crt.</i>	<i>Capitol, temă</i>	<i>Conținut activitate individuală</i>	<i>Durata, ore</i>	<i>Forma de control</i>	<i>Termeni de control (perioada)</i>
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>
1	<b>Comunicarea – paradigmă structural-expresivă a ființei umane</b>	1. Scrieți un mesaj scurt (jumate de pagină), clar către un investitor, convingându-l să vă finanțeze un proiect de dezvoltare universitară.	30 min.	Scris	Pe parcurs
		2. Formulați mesajul: ”Șeful, eu azi nu pot veni la serviciu” (normal, surprinzător, cu nesiguranță, disperare, secret, întrebare).	30 min.	Oral	Pe parcurs
		Studierea materialului teoretic.	2 ore	Oral	Pe parcurs la seminar
2	<b>Abordarea sistemică a comunicării</b>	1. Elaborați CV-ul și o scrisoare de intenție în baza unui anunț de angajare/ anunț cu privire la organizarea unui concurs de burse.	3	Scris	Pe parcurs
		2. Recomandare, referință, dare de seamă, raport, proces-verbal etc.	3	Scris	Pe parcurs

<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>
3	<b>Paradigma formal-tranzacțională și relațional sistemică a comunicării</b>	1. Realizați un studiu de caz: urmăriți cu atenție o conversație care vă este accesibilă (între părinți, la un magazin, între prieteni, între un profesor și un coleg al vostru, un fragment de dialog dintr-un film sau o piesă de teatru). Notați ce tehnici de feed-back au fost utilizate și care au fost efectele acestora. Discutați apoi rezultatele cu colegii voștri. Identificați un mic repertoriu de gesturi și expresii specifice diferitelor tehnici de feed-back.	2	Oral	Pe parcurs
		2. Urmăriți un talk-show de televiziune. Urmăriți cu atenție comportamentul verbal și nonverbal al participanților, în special al modera-torului și identificați diferitele tehnici de feed-back utilizate și rolul lor în desfășurarea conversației. Realizați un studiu de caz referitor la rolul feedback-ului în comunicare, folosind datele analizate anterior.	2	Oral	Pe parcurs

<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>
4	<b>Dimensiunea persuasivă a comunicării</b>	1. Identificați o situație de comu-nicare conflictuală (fie una în care ați fost implicat, fie una la care ați fost observator); stabiliți barierele de comunicare ce au contribuit la de-clanșarea și men-ținerea situației conflictuale. Propuneri de înlă-turate a acestor bariere. Comentați concluziile pe care le puteți desprinde din această analiză.	2	Oral	Pe parcurs
		2. <b>Elaborați o critică</b> pentru întârziere la ore/serviciu / sau nerealizarea pro-iectului în timpul planificat fără a supăra persoana, dar a soluționa problema întârzierii.	4	Scris	Pe parcurs

1	2	3	4	5	6
5		<p><b>3. Rugați colegii să</b> asculte discursul dumneavoastră despre evenimentele din acea zi sau din ziua precedentă și să vă acorde note de la 1 (slab) la 10 (excelent) pentru modalitatea în care vă folosiți energia pentru următoarele:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ați vorbit cu entuziasm</li> <li>- ați ridicat nivelul vocii pentru a sublinia anumite cuvinte?</li> <li>- ați folosit limbajul corpului pentru a vă întări ideile exprimate?</li> <li>- ați stabilit contactul vizual cu ascultătorii?</li> <li>- ați ținut ascultătorii implicați pe toată perioada discursului?</li> </ul>	1		
		<p><b>4. Elaborati o prezentare orală ținând cont de următoarele criterii:</b></p> <p><b>Prezența</b> personală (vestimentație, aspect, culori etc.).</p> <p><b>Contact</b> vizual cu publicul+ zâmbet.</p> <p>Comunicarea nonverbală (gesturi deschise, postura corpului, mimica).</p>	5		

		<p>Originalitatea și actualitatea temei. Centrarea pe subiect. Formularea clară a ideilor (valoarea cuvântului). Puterea argumen-telor aduse. Relevanța ideilor expuse. Respectarea structurii discursului (introducere, cuprins, încheiere).</p> <p><b>Centrarea axată pe scopul prezentării</b> (informare, forma-rea cunoștințelor, sensibilizare în raport cu o proble-mă, având ca efect o atitudine sau un comportament).</p> <p><b>Prezentarea grafică</b> (Power Point, Prezi, Canva etc.). Aranjarea corectă a conținutului fiecărui slide.</p> <p><b>Utilizarea</b> eficientă a paralimbajului (volumul vocii, tonalitatea, pauzele, ritmul vorbirii, claritate pronunțării etc.).</p> <p><b>Interacțiunea</b> emițător-prezentare-audiență.</p>			
--	--	--	--	--	--



		<p><b>Captarea și</b> menținerea atenției publicului.  <b>Încadrarea în timp.</b>  <b>Mobilitatea spațială.</b>  Entuziasm + atitudine pozitivă și prietenoasă.  Post prezentare (analiza autocritică a propriului discurs).</p>			
6	<p><b>Scrierea academică.</b>  <b>Structura conceptuală a textului științific</b></p>	<p>Organizați un eveniment științific (seminar, conferință) în cadrul căreia colegii vor veni cu prezentări publice, fiind apreciați de comisia de evaluare.</p>	6	Oral	Pe parcurs
7	<p><b>Conceperea și elaborarea lucrărilor științifice</b></p>	<p>Elaborați un articol științific, ținând cont de etapele de redactare și structura acestuia.</p>	10	Scris	Pe parcurs
8	<p><b>Integritatea scrierii academice</b></p>	<p>Eseu: Consecințele plagiatului, autoplgiatului, fabricarea sau alterarea voită a datelor experimentale în cercetare.</p>	4	Scris	Pe parcurs

## BIBLIOGRAFIE

1. Dinu, Vasile. *Ghid de bune practici privind elaborarea lucrărilor de finalizare a studiilor de licență și masterat*. București, 2019.
2. *Ghid Elaborarea și susținerea proiectelor / tezelor de licență*. UTM, 2019.
3. *Ghid pentru identificarea plagiatului în lucrările științifice*. București, 2017.
4. Ghid practic. *Referințe bibliografice: norme și stiluri de citare*. Chișinău, 2010.
5. Gavrilescu, Maria. *Elaborarea, redactarea și susținerea lucrărilor științifice*. Iași, 2011.
6. Lesenciuc, Adrian. *Teorii ale comunicării*. Brașov, 2017.
7. Radu, Cristian. *Elaborarea lucrărilor științifice*. Ghid. Cluj Napoca, 2019.
8. Radu, Cristian. *Tehnici de persuasiune*. Suport de curs. Cluj Napoca: Babeș-Bolyai, 2018.
9. Breton, Philippe. *Manipularea cuvântului*. Iași: Institutul European, 2006.
10. Boutaud, Jean. *Comunicare, semiotică și semne publicitare*. București: Tritonic, 2004.
11. Dinu, Mihai. *Comunicarea*. București: Ed. Științifică, 1997.
12. Ficeac, Bogdan. *Tehnici de manipulare*. București: Nemira, 2001.
13. Fiske, John. *Introducere în științele comunicării*. Iași: Polirom, 2003.
15. Florescu, Vasile. *Retorica și neoretorica*. București: Editura Academiei, 1978.
16. Haines, Ion. *Introducere în teoria comunicării*. București: Ed. Fundației "România de mâine", 1998.
17. Ionescu-Ruxăndoiu, Liliana. *Conversația: structuri și strategii*. București: Editura Albatros, 1995.

18. Larson, Charles. *Persuasiunea. Receptare și responsabilitate*. Traducere de Odette Arhip. Iași: Polirom, 2003.

19. Viorelia, Lungu, Silvia, Golubiți, Laura, Bobescu. *Scientific research from the perspective of functional stylistics*. Analele Universității din Craiova. Series PSYCHOLOGY - PEDAGOGY Year - XVIII, 2019, no. 40. p.71- 82

[https://aucpp.ro/wp-content/uploads/2020/01/D\\_AUC\\_PP\\_no\\_40\\_F\\_Lungu\\_V\\_Golubitci\\_S\\_Bobescu\\_L\\_pp.-71-82.pdf](https://aucpp.ro/wp-content/uploads/2020/01/D_AUC_PP_no_40_F_Lungu_V_Golubitci_S_Bobescu_L_pp.-71-82.pdf)

20. Lungu, V. *Rolul comunicării în relaționarea interetică*. În: Materialele Conferinței științifice internaționale, ediția a IX-a Preocupări contemporane ale Științelor Socioumane. Chișinău, 6-7 decembrie, 2018, p.140- 149. ISBN 978-9975-3277-5-6.

21. Lungu, V. *Tehnici de diminuare a agresivității la adolescenți*. În: Materialele Conferinței științifice internaționale din 26 octombrie 2018. *Formarea inițială și continuă a psihologilor în domeniul protecției copilului față de violență*. Chișinău, 2018 p.101-109; [https://ibn.idsi.md/sites/default/files/imag\\_file/101-109\\_1.pdf](https://ibn.idsi.md/sites/default/files/imag_file/101-109_1.pdf) .

22. Lungu, V. *Rolul comunicării interculturale într-o societate europeană*. În: Materialele conferinței științifice naționale cu participare internațională: *Învățământ superior: Tradiții, Valori, Perspective din 27-28 septembrie 2019*. Vol II. Pedagogia Școlii Superioare și Psihopedagogie și Didactica Învățământului Primar și Preșcolar. Chișinău, 2019. p.50-55.

23. Marga, Andrei. *Raționalitate, comunicare, argumentare*. Cluj-Napoca, 1991.

24. McQuail, Denis. *Comunicarea*. Iași: Institutul European, 1999.

25. Taylor & Francis. *Journals Standard Reference Style Guide: American Psychological Association*. Seventh Edition (APA).

26. Mucchielli, Alex. *Arta de a influența*. Iași: Polirom, 2002.

27. O'Sullivan, Tim *et alii*. *Concepte fundamentale din științele comunicării și studiile culturale*. Iași, 2001.

28. Pârvu, Ilie. *Filozofia comunicării*. București: Ed. Facultății Comunicare și Relații Publice “David Ogilvy”, 2000.
29. Reboul, Anne și Moeschler, Jacques. *Pragmatica azi*. Cluj, 2001.
30. Rybacki, Karyn, Rybacki, Donald. *Introducere în arta argumentării*. Iași, 2004.
31. Sălăvăstru Constantin. *Discursul puterii*. Iași: Institutul European, 1999
32. Slama-Cazacu, Tatiana. *Stratageme comunicaționale și manipularea*. Iași: Polirom, 2000.
33. Vlad, Carmen. *Sensul - dimensiune esențială a textului*. Cluj-Napoca: Dacia, 1994.
34. Etică și integritatea academică,  
<https://eticasiintegritate.unibuc.ro/wp-content/uploads/2018/11/Etica-si-integritate-academica.pdf>.

## CUPRINS

Preliminarii.....	3
I. Obiectivele generale ale disciplinei.....	5
II. Administrarea cursului.....	6
III. Strategii de evaluare.....	9
IV. Tematica și repartizarea orientativă a orelor de curs și lucrul individual.....	14
V. Conținutul orelor de curs și de seminar.....	15
<i>Viorelia LUNGU, Vitalie MAFTEI</i>	
Tema 1. Comunicarea – paradigmă structural-expresivă a ființei umane.....	15
<i>Natalia CĂRBUNE</i>	
Tema 2. Abordarea sistemică a comunicării.....	55
<i>Vitalie MAFTEI, Andrei PERCIUN, Alexandru LUPUȘOR</i>	
Tema 3. Paradigma formal-tranzacțională și relațional-sistemică a comunicării.....	75
<i>Viorelia LUNGU, Andrei PERCIUN, Alexandru LUPUȘOR</i>	
Tema 4. Dimensiunea persuasivă a comunicării.....	92
<i>Dina BARCARI</i>	
Tema 5. Scrierea academică. Structura conceptuală a textului științific.....	122
<i>Ecaterina LOZOVANU, Rodica MAISTRU</i>	
Tema 6. Etapele de elaborare a lucrării științifice.....	130
<i>Ecaterina LOZOVANU, Rodica MAISTRU, Dina BARCARI</i>	
Tema 7. Conceperea și elaborarea lucrărilor științifice.....	145
<i>Cristina LAZARIUC</i>	
Tema 8. Integritatea scrierii academice.....	158
VI. Sugestii pentru activitatea individuală a studenților.....	179
BLIOGRAFIE.....	185