### 1. Elementele procesului de comunicare

a) Recunoașteți elementele structurale ale procesului de comunicare:

- Emițătorul: Persoana sau entitatea care inițiază comunicarea.

- Receptorul: Persoana sau entitatea care primește mesajul.

- Mesajul: Informația transmisă de la emițător la receptor.

- Codul: Sistemul de semne și reguli utilizate pentru a transmite mesajul.

- Canalul: Mijlocul prin care mesajul este transmis (e.g., voce, text, video).

- Contextul: Situația sau mediul în care are loc comunicarea.

- Feedback: Răspunsul receptorului la mesajul primit.

- Zgomotul: Factorii care pot interfera cu mesajul (e.g., zgomot de fond, distorsiuni).

b) Stabiliți conexiunea dintre elementele procesului de comunicare și funcțiile limbajului:

- Emițătorul și Funcția expresivă: Emițătorul își exprimă emoțiile și atitudinile.

- Receptorul și Funcția conativă: Mesajul este destinat să influențeze receptorul.

- Mesajul și Funcția poetică: Se concentrează pe forma și structura mesajului.

- Codul și Funcția metalingvistică: Folosirea limbajului pentru a discuta despre limbaj.

- Canalul și Funcția fatică: Folosit pentru a verifica și menține canalul de comunicare.

- Contextul și Funcția referențială: Mesajul se referă la contextul situației.

c) Construiți o situație comunicațională și evidențiați elementele ei structural:

- Situație: O întâlnire de afaceri.

- Emițătorul: Managerul unei companii.

- Receptorul: Angajații companiei.

- Mesajul: Informații despre o nouă strategie de marketing.

- Codul: Limbajul de afaceri specific și jargonul folosit în prezentare.

- Canalul: O prezentare PowerPoint proiectată și discuția verbală.

- Contextul: Sala de conferințe a companiei.

- Feedback: Întrebări și comentarii din partea angajaților.

- Zgomotul: Zgomotul de la aerul condiționat sau notificările telefoanelor mobile.

### 2. Modelele teoretice ale comunicării

a) Precizați înțelesul noțiunii de „model teoretic al comunicării”:

- Un model teoretic al comunicării este o reprezentare abstractă care explică cum are loc procesul de comunicare, identificând și descriind principalele elemente și relații dintre acestea.

b) Comparați între modelele teoretice ale Școlii Proces cu cele ale Școlii Semiotice:

- Școala Proces: Se concentrează pe transmisia mesajelor și pe eficiența comunicării. Exemple includ modelul Shannon-Weaver și modelul Lasswell.

- Școala Semiotice: Se axează pe semnificație și interpretare. Exemple includ modelul semiotic de semnificație al lui Peirce și modelul semiotic al lui Saussure.

Comparație:

- Școala Proces: Accent pe canal, codificare și decodificare, eficiență și zgomot. Utilizat adesea în comunicarea de masă și tehnologică.

- Școala Semiotice: Accent pe semne, simboluri, conotație și denotație. Utilizat în analiza culturală și interpretativă a mesajelor.

c) Aplicați câte un model teoretic din cele două Școli analizei unei situații de comunicare:

- Modelul Shannon-Weaver (Școala Proces): Un profesor care predă online folosind o platformă de e-learning. Mesajul (informația didactică) este transmis prin canalul digital (platforma) și poate întâmpina zgomot (probleme tehnice, conexiune slabă).

- Modelul Semiotic al lui Saussure (Școala Semiotice): Un afiș publicitar. Semnul (afișul) conține un semnificant (imaginea și textul) și un semnificat (mesajul publicitar). Interpretarea semnului variază în funcție de experiențele și cunoștințele receptorului.

### 3. Axiomele comunicării

a) Enumerați axiomele comunicării (conform lui Paul Watzlawick și colegii săi):

Макс К, [30.05.2024 21:15]

1. Este imposibil să nu comunici.

2. Comunicarea are un aspect de conținut și unul de relație.

3. Natura relației depinde de punctul de vedere al secvenței de comunicare.

4. Comunicarea umană implică atât moduri digitale, cât și analogice.

5. Comunicarea este simetrică sau complementară.

b) Determinați dimensiunile comunicării implicate de axiomele comunicării:

- Dimensiunea inevitabilității: Toate comportamentele transmit mesaje.

- Dimensiunea conținutului și relației: Mesajele transmit informații și definesc relațiile.

- Dimensiunea punctului de vedere: Interpretările comunicării pot varia în funcție de perspectiva participanților.

- Dimensiunea modurilor de comunicare: Comunicarea implică semne verbale și nonverbale.

- Dimensiunea simetriei și complementarității: Comunicarea poate fi egalitară sau bazată pe diferențe de statut.

c) Ilustrați funcționalitatea practică a axiomelor comunicării:

- Într-o ședință de echipă, fiecare membru își exprimă opiniile (axioma 1). Relațiile dintre colegi sunt clarificate prin interacțiunile lor (axioma 2). Fiecare contribuție este interpretată diferit în funcție de perspectiva fiecăruia (axioma 3). Comportamentul nonverbal (gesturi, expresii faciale) și verbal (cuvinte) sunt ambele esențiale (axioma 4). Liderul echipei gestionează discuția într-un mod complementar, având o poziție de autoritate, în timp ce restul echipei adoptă o poziție de ascultare (axioma 5).

### 4. Semnele ca mijloc de realizare a comunicării

a) Recunoașteți principalele tipuri de semne:

- Semne iconice: Reprezentări directe ale obiectului sau conceptului (e.g., pictograme, diagrame).

- Semne indiciale: Legături directe și cauzale cu referentul (e.g., fum indică foc, o umbră indică prezența unui obiect).

- Semne simbolice: Legături arbitrare și convenționale cu referentul (e.g., cuvinte, steaguri naționale).

b) Determinați rolul semnelor în realizarea actului de comunicare:

- Semnele permit transmiterea și interpretarea mesajelor. Fiecare tip de semn (iconic, indicial, simbolic) joacă un rol crucial în diferite contexte comunicaționale, de la claritatea reprezentării vizuale la înțelegerea simbolică.

c) Ilustrați aplicabilitatea modelelor teoretice a semnelor în analiza situațiilor de comunicare:

- Modelul Semiotic al lui Peirce: Într-o campanie de marketing, un logo (semn iconic) reprezintă direct compania, o reclamă (semn indicativ) poate sugera beneficii directe ale produsului, iar sloganul (semn simbolic) captează esența valorilor brandului.

- Modelul Semiotic al lui Saussure: Într-o conversație, cuvântul „casă” (semnificant) evocă imaginea unei locuințe (semnificat). Interpretarea poate varia în funcție de experiențele și contextul cultural al interlocutorilor.

### 5. Comunicare și limbaj

a) Enumerați funcțiile limbajului conform tipologiei lui R. Jakobson:

1. Funcția referențială

2. Funcția expresivă

3. Funcția conativă

4. Funcția fatică

5. Funcția metalingv

istică

6. Funcția poetică

b) Stabiliți conexiunea dintre elementele procesului de comunicare și funcțiile limbajului:

- Emițătorul și Funcția expresivă: Emițătorul transmite emoții.

- Receptorul și Funcția conativă: Influențarea receptorului.

- Mesajul și Funcția poetică: Forma artistică a mesajului.

- Codul și Funcția metalingvistică: Discuția despre limbaj.

- Canalul și Funcția fatică: Menținerea canalului deschis.

- Contextul și Funcția referențială: Referirea la contextul extern.

c) Justificați, cu exemple, importanța funcției metalingvistice și a funcției fatice:

- Funcția metalingvistică: Importantă pentru clarificarea înțelesului cuvintelor și a limbajului utilizat. Exemplu: Într-o lecție de gramatică, profesorul explică sensul și utilizarea unei forme verbale.

- Funcția fatică: Esențială pentru inițierea, menținerea și încheierea comunicării. Exemplu: Conversațiile de politețe („Bună ziua”, „Cum ești?”) care verifică dacă canalul de comunicare este deschis și funcțional.

### 6. Comunicarea verbală

a) Recunoașteți formele comunicării verbale:

- Orală: Conversații, discursuri, discuții telefonice.

- Scrisă: Email-uri, scrisori, articole, mesaje text.

b) Determinați principalele bariere ce intervin în comunicarea verbală:

- Lingvistice: Diferențe de limbă, jargon.

- Perceptuale: Diferențe de interpretare și percepție.

- Emoționale: Emoții puternice care distorsionează mesajul.

- Fizice: Zgomotul de fond, distanța fizică.

- Culturale: Diferențe de cultură și valori.

c) Propuneți strategii de îmbunătățire a comunicării verbale:

- Clarificarea și simplificarea mesajelor.

- Ascultarea activă și feedback-ul constructiv.

- Adaptarea limbajului la audiență.

- Evitarea jargonului inutil și a ambiguității.

- Controlul emoțiilor și menținerea unui ton calm și respectuos.

### 7. Comunicarea nonverbală

a) Recunoașteți formele comunicării nonverbale:

- Gesturi: Mișcările mâinilor și brațelor.

- Expresii faciale: Zâmbete, încruntări.

- Postură: Modul în care stăm sau ne mișcăm.

- Proxemica: Distanța între interlocutori.

- Paralimbaj: Tonul, ritmul, volumul vocii.

- Contactul vizual: Privirea directă sau evitarea acesteia.

- Aspect fizic: Îmbrăcămintea și igiena personală.

b) Determinați rolul comunicării nonverbale în economia generală a comunicării:

- Completează și clarifică mesajele verbale.

- Transmite emoții și atitudini.

- Reglează interacțiunile și menține fluxul comunicării.

- Întărește sau contrazice mesajele verbale.

c) Formulați recomandări de îmbunătățire a conduitei nonverbale a comunicării:

- Fiți conștienți de propriul limbaj corporal și ajustați-l pentru a fi congruent cu mesajele verbale.

- Mențineți contactul vizual adecvat.

- Folosiți gesturi deschise și expresii faciale prietenoase.

- Fiți atenți la limbajul corporal al interlocutorilor pentru a înțelege mai bine reacțiile lor.

- Evitați gesturile sau posturile defensive (e.g., brațele încrucișate).

### 8. Comunicarea formală și neformală

a) Recunoașteți criteriile distincției dintre comunicarea formală și informală:

- Comunicarea formală: Structurată, planificată, utilizată în contexte oficiale și profesionale. Exemple: ședințe, rapoarte, proceduri oficiale.

- Comunicarea informală: Spontană, neplanificată, utilizată în contexte personale și sociale. Exemple: conversații de coridor, discuții la cafea.

b) Determinați în manieră comparativă specificul comunicării formale și informale:

- Formală: Rigidă, oficială, respectă ierarhii și protocoale. Claritate și precizie, dar poate fi mai lentă și mai puțin flexibilă.

- Informală: Flexibilă, prietenoasă, mai rapidă și adaptabilă. Poate lipsi de claritate și poate duce la zvonuri și neînțelegeri.

c) Construiți contexte ale comunicării pentru a ilustra dimensiunea formală și informală a comunicării:

- Formal: O întâlnire de afaceri în care se discută un contract important. Participanții respectă agendele și ierarhiile.

- Informal: O discuție între colegi în pauza de prânz despre planurile de vacanță. Conversația este relaxată și nu respectă protocoale stricte.

### 9. Forme de comunicare în raport cu distanțele sociale

a) Enumerați principalele forme de comunicare în raport cu distanța socială:

- Comunicare intimă: Între persoane cu legături foarte strânse (e.g., familie, parteneri).

- Comunicare personală: Între prieteni și cunoștințe apropiate.

- Comunicare socială: Între colegi și cunoștințe.

- Comunicare publică: Între vorbitori și public larg (e.g., conferințe, discursuri).

b) Analizați poziția emițătorului și receptorului în cadrul comunicării interpersonale și de grup:

- Comunicare interpersonală: Relație directă și personalizată. Emițătorul și receptorul pot schimba rapid rolurile. Importanța empatiei și a feedback-ului imediat.

- Comunicare de grup: Poziții ierarhice mai pronunțate. Rolurile sunt mai stabile, iar feedback-ul poate fi mai structurat. Importanța liderului de grup și a dinamicii de grup.

c) Formulați recomandări pentru eficientizarea comunicării publice:

- Pregătirea și structura clară a discursului.

- Utilizarea unui limbaj clar și accesibil.

- Angajarea publicului prin întrebări și interacțiuni.

- Menținerea contactului vizual și utilizarea limbajului corporal adecvat.

- Adaptarea mesajului la publicul țintă și contextul cultural.

### 10. Comunicarea ca proces de influențare socială

a) Definiți comunicarea în calitate de proces de influențare socială:

- Comunicarea ca proces de influențare socială implică utilizarea mesajelor și interacțiunilor pentru a modifica atitudini, comportamente și percepții ale indivizilor și grupurilor.

b) Determinați, în mod comparativ, formele de influențare socială realizate ca acte comunicaționale:

- Influențare persuasivă: Utilizarea argumentelor logice și emoționale pentru a convinge (e.g., campanii publicitare, discursuri politice).

- Influențare normativă: Aderarea la normele și valorile grupului pentru a fi acceptat (e.g., conformismul în grupuri sociale).

- Influențare coercitivă: Utilizarea puterii și autorității pentru a impune schimbări (e.g., ordinele de la superiori în context militar).

c) Formulați recomandări pentru dezarmarea formelor nocive de influențare socială prin comunicare:

- Promovarea gândirii critice și educației media pentru a recunoaște tehnicile manipulative.

- Încurajarea dialogului deschis și transparent.

- Crearea unor canale de comunicare sigure și accesibile pentru exprimarea preocupărilor și plângerilor.

-

Utilizarea mesajelor pozitive și constructive pentru a contracara influențele negative.

- Sprijinirea inițiativelor care promovează etica și responsabilitatea în comunicare.