

CAIETE DE COMUNICARE



**Revistă a studenților de la
Comunicare și Relații Publice**



**Anul VIII
vol. 2
2018**

Publicația apare în cadrul programului de studii Comunicare și relații publice de la
Facultatea de Litere a Universității „Vasile Alecsandri” din Bacău.

REDACȚIA ȘI ADMINISTRAȚIA:

Bacău, str. Spiru Haret nr. 8, 600114

REDACTOR-COORDONATOR:

Lect. univ. dr. Florinela Floria

Membri fondatori: Gheorghe Platon, Dan Bârjoveanu, Alexandra Corolea

SECRETARIAT DE REDACȚIE:

Teodora Rusu (Baciu), Diana-Elena Pușcașu

CONSILIER EDITORIAL ONORIFIC:

Conf. univ. dr. Gabriel Mardare

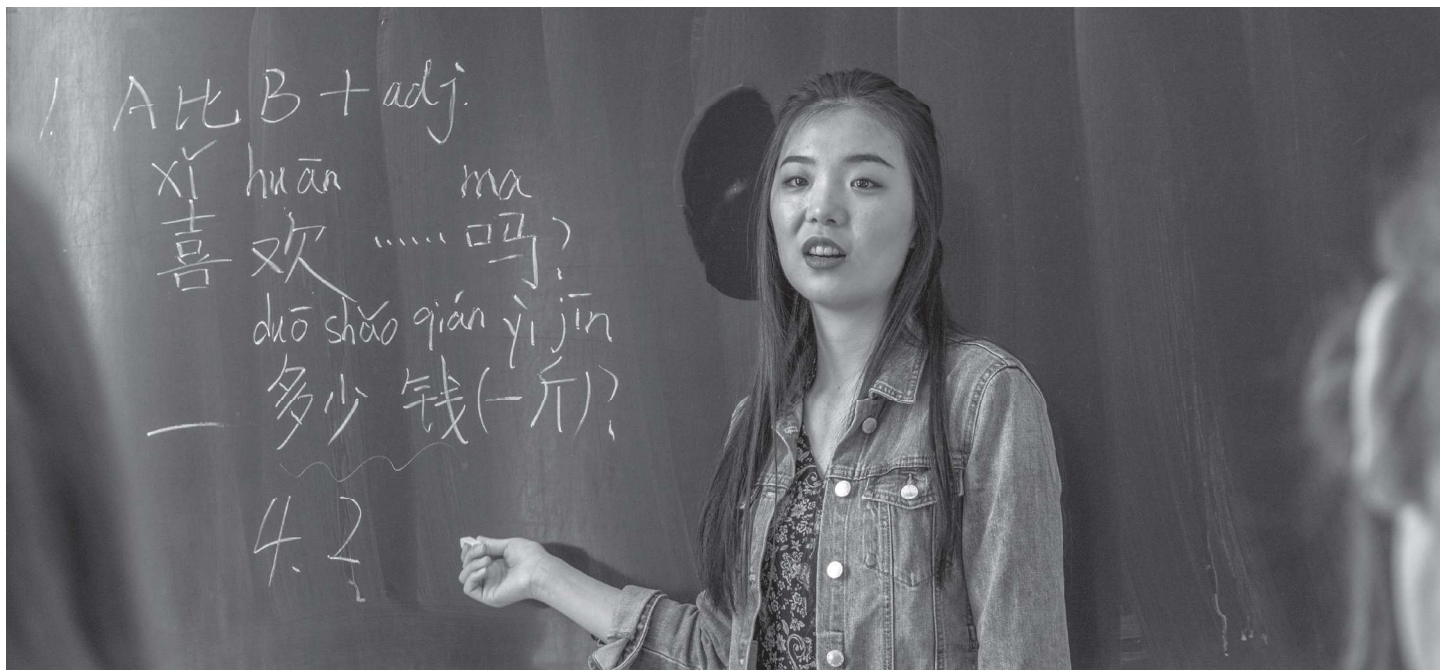
Zhou Yang: „Învățarea limbilor străine necesită acumulare și multă practică; să înveți chineza este mai mult de atât.”

interviu de Teo Rusu (Baciu)

Este tânără și frumoasă; nici mignonă, nici prea înaltă, mereu cu geanta pe umăr și cu privirea curioasă. O poți confunda ușor cu o studentă atunci când o vezi pe holurile Facultății de Litere dar, la nici 30 de ani, Zhou Yang este profa de chineză.

Venită dintr-un sistem care se bazează foarte mult pe memorare și care pune mare preț pe ierarhia socială, Zhou Yang este riguroasă: vine înainte de fix și nu lasă studenții să lenevească, orele fiind destul de intense. Nu doar datorită ritmului, ci mai ales datorită informațiilor, care sunt atât de diferite de ceea ce știm noi, europenii.

Am rugat-o pe Zhou Yang să ne povestească câte ceva despre țara ei natală, dar și despre cum a ajuns la Bacău, la Universitatea „Vasile Alecsandri”.



Sunteți aici, la mii de kilometri distanță de casă. De ce România și de ce Bacău?

Sunt la master, iar tema mea de dizertație este să predau chineza ca limbă străină. Deci, când am avut oportunitatea să predau chineza în străinătate și să intru în contact cu mai multe persoane care nu sunt vorbitoare native de chineză, am ales România. În ceea ce privește orașul, el a fost repartizat la întâmplare de către Hanban și Institutul Confucius. Noi nu avem niciun drept să alegem localitatea, dar consider că orașul este foarte plin de viață, foarte convenabil, întotdeauna întâlnesc oameni entuziaști.

Noi avem o cultură total diferită de cea a Chinei. Care sunt cele mai importante diferențe și cum le faceți față? Ce vă place în România și ce nu vă place?

Cea mai mare diferență este diferența de limbă, aceasta fiind totodată și cea mai deosebită. Mă străduiesc să învăț câteva expresii comune pentru a comunica cu oamenii. În ceea ce privește ce-mi place aici, un aspect este acela că oamenii au un grad mare de auto-disciplină. Aici îți poți cumpăra alimente vrac punându-le singur în pungă, acest lucru nu este posibil în China, trebuie ca un vânzător să sigileze pachetul cu o etichetă pe care este trecut prețul și

să fie atenți împotriva unui posibil furt. Apoi, aici indiferent dacă sunt sau nu sunt semafoare, mașinile opresc și acordă prioritate pietonilor. În China sunt multe semafoare, dar pietonii tot trebuie să se uite cu atenție după mașinile care circulă cu viteză și trebuie să aștepte neapărat culoarea verde a semaforului pentru a evita să fie loviți. Cu toate acestea, traficul din România nu este foarte bine pus la punct, trenurile sunt lente și pentru cei care nu au mașină sau pentru străini ca mine nu este ușor să călătorești între orașe. În China avem Alipay și Wechat, două aplicații prin care poți plăti cu telefonul, fără cash, tranzacția fiind mai sigură și mai simplă.

Unde ați mai fost în vizită în România, în afară de Bacău?

Am vizitat deja câteva orașe: București, Sibiu, Craiova, Brașov, Cluj, Iași. Sibiul mai aparte, dar orașele care îmi plac cel mai mult sunt Iași și Cluj.

Vă place mâncarea românească sau abia așteptați să vă întoarceți acasă pentru mâncarea „cu adevărat bună”? Există un fel de mâncare românească ce vă place în mod special?

Mâncarea românească este delicioasă. Am fost la un restaurant cu specific românesc în Brașov și am

mâncat cea mai bună mâncare de când sunt aici. Nu-mi amintesc numele mâncării, dar preferatele mele au fost niște clătite foarte subțiri și o pastă de fasole.

Care sunt principalele diferențe între sistemul educațional din România și cel din China?

China are un sistem de învățământ obligatoriu de nouă ani, ceea ce înseamnă că fiecare copil de vârstă școlară poate și ar trebui să se bucure de educație gratuită. Desigur, este posibil să nu se întâmple în zonele extrem de sărace. Prin urmare, pentru că liceul și universitatea sunt educație non-obligatorie, concurența este feroce. Pentru a intra într-un liceu bun și o universitate bună, trebuie să obții rezultate foarte bune. Prin urmare, asupra elevilor chinezi este o mare presiune pentru studii suplimentare și reguli mai stricte.

Se spune despre chinezi că sunt foarte atenți la comunicarea non-verbală: sunt importante tonul vocii, gesturile, hainele... totul are un sens. Spuneți-ne câteva lucruri despre cum comunică oamenii din China în familie, la școală sau la serviciu.

În primul rând, pentru că limba chineză este o limbă tonală există o mulțime de cuvinte modale, tonurile diferite și cuvintele au semnificații diferite, așa că trebuie să fii atenți atunci când vorbești și să eviți complicațiile. Chinezii sunt relativ calmi și nu sunt obișnuiți să folosească limbajul corpului, dar unele gesturi specifice au înțelesuri specifice. De exemplu, degetul arătător este plasat în fața gurii pentru a indica că nu vorbește, degetul mare în sus este foarte bun și degetele în jos este nepoliticos. Când ești cu familia, vei fi mai casual, dar în relațiile de familie din China, părinții sunt autoritatea absolută, iar copiii trebuie, de obicei, să urmeze opiniile părinților. În școli, elevi de școală primară și secundară poartă uniforme școlare, iar colegii de clasă stau adesea împreună, în grupuri mici. La locul de muncă, trebuie să acorzi atenție hainelor, să fii punctual, să respecti bătrânii și superiorii; eticheta socială este foarte importantă.

Care sunt cele mai importante tradiții în China și ce semnifică acestea?

În China, cea mai importantă tradiție este «ZongFa» și «Xiao». Acestea se bazează pe rudenie, adică relațiile de familie. Mulți chinezi cred că nașterea este o prioritate. Părinții au obligația de a crește copiii, iar copiii au obligația de a-și susține părinții. China este o societate a relațiilor interpersonale și va fi mai ușor să faci afaceri dacă ai cunoștințe.

Dacă vrem să vizităm China, ce locuri ne recomandați?

Diverse locuri din China au caracteristici proprii, orașe istorice cum ar fi Beijing, Nanjing și Xi'an; orașele moderne precum Shanghai, Guangzhou și Hong Kong; locuri naturale și pitorești, cum ar fi provincia Yunnan, provincia Hainan, Regiunea Autonomă Tibet, orașul Suzhou și orașul Hangzhou; bucătăria chinezească în locuri precum Beijing Roast

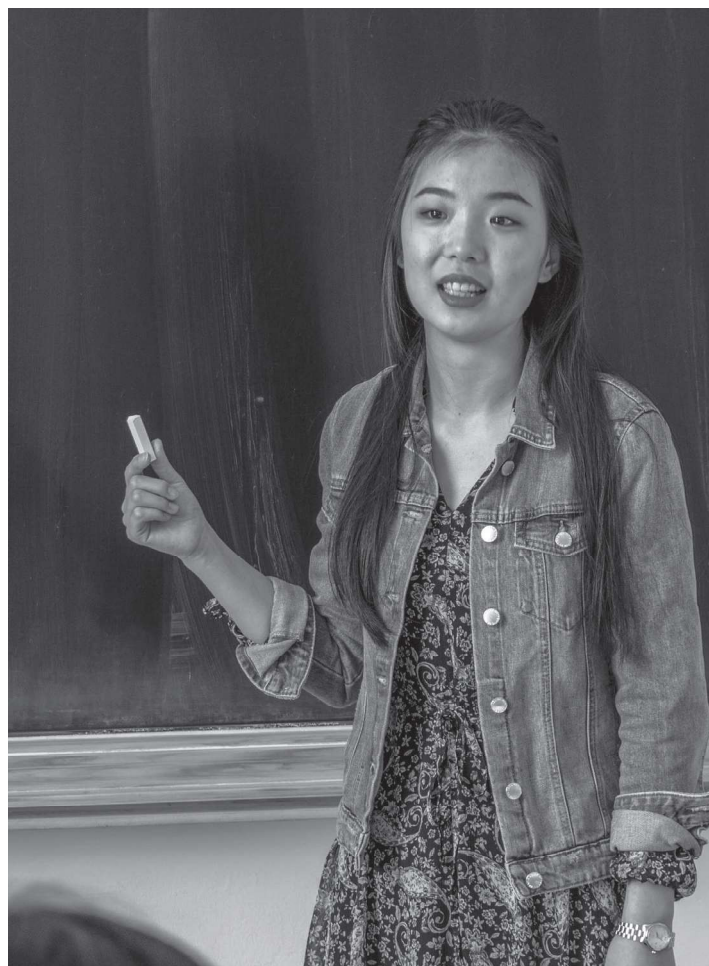
Duck, Chengdu Hotpot, Snack Xi'an. Pe scurt, există multe lucruri care merită să fie încercate în China, în funcție dacă-ți place clasicul sau modernul, peisajele naturale sau mâncarea, poți găsi întotdeauna ceea ce-ți place.

În România sunt chinezi în mai multe orașe ale țării. V-ați întâlnit cu aceștia, ei țin legătura unii cu ceilalți? Reprezentanții altor naționalități, cum sunt grecii, francezii sau germanii sunt organizați în asociații și țin legătura în mod regulat, se întâlnesc și petrec împreună cele mai importante sărbători naționale ale țării lor.

M-am întâlnit cu compatrioți. Știu că ei se întâlnesc în mod regulat și sărbătoresc împreună sărbătorile tradiționale. Am prieteni chinezi în Bacău, câteodată gătim sau mâncăm împreună. Cred că oamenii au nevoie de un simț al identității culturale, care le oferă o liniște spirituală și un anume confort mental.

Aveți un mesaj pentru românii care vor să învețe chineză? Care este secretul pentru a învăța această limbă mai eficient și mai repede?

Învățarea limbilor străine necesită acumulare și multă practică; să înveți chineza este mai mult de atât. Deoarece limba chineză este un limbaj bazat pe cuvinte, cu cât mai multe cuvinte știi, cu atât mai multe fraze poți vorbi. În plus, există patru tonuri în chineză, caracterele diferite chinezești cu diferite tonuri au semnificații diferite, deci trebuie să exersezi mai mult. În același timp, caracterele chinezești sunt aparte, dacă vrei să înveți limba chineză, trebuie să înveți să scrii caractere chinezești.



Timpul – cea mai de preț resursă a ta

de Alexandra Lazăr

Timpul este cea mai prețioasă resursă a noastră, dar și cea mai neglijată. Nu poți cumpăra timp, nu poți câștiga timp și nu poți cere mai mult timp, tot ceea ce poți face este să îl pierzi. Diferența apare însă atunci când înțelegi cum merită să folosești timpul pe care îl mai ai.

Poți împrumuta sau economisi bani pentru „zile negre”, însă nu poți face acest lucru cu timpul. Zilnic beneficiem de 24 de ore în care putem face orice ne dorim: decizia privind modalitatea în care ne utilizăm timpul se află doar în mâinile noastre. Atunci de ce tot mai mulți dintre noi nu îl folosesc pentru a învăța, evolua și a ajunge mai aproape de viața mult visată? Tu cum îți petreci cele 86.400 de secunde din ziua ta?

Fiecare dintre noi are aspirații și visuri ce ne însuflețesc, așa cum avem frici și responsabilități, însă prea puțini muncesc pentru a ajunge să trăiască așa cum își doresc. Tehnologia, cu toate avantajele pe care le-a adus omului de rând, ne acaparează ore în șir. Deși inventată pentru a deschide noi oportunități și a ne economisi timpul (spre exemplu, timpul pe care îl salvezi utilizând mașina de spălat în defavoarea tradiționalului „spălat la mână”), aceasta ne face să ne privăm de adevăratele experiențe ale vieții, înlocuindu-le cu unele false generate uneori de mediul online.

Ne petrecem zilele într-un mod mediocru, stând ore în șir în fața ecranelor pentru a vedea ultimele „noutăți”, însă câte minute din zi folosim pentru a ajunge mai aproape de visul nostru? Nu poți afla ce zace în tine stând pe canapea și mânuind o telecomandă, însă cu siguranța o poți face descoperindu-te pe tine învățând, experimentând și muncind pentru obiectivele tale. Fiecare dintre noi suntem unici și din unicitatea noastră putem dăruia lumii, însă inconștiența, lenea și zona de confort ne distrug oportunitățile de a ne atinge maximul potențialului pe care îl avem.

Ce ai face dacă ai ști că mai ai doar o lună de trăit? Atunci ai trăi cu adevărat? Peste câte bariere ai trece? Perioada de timp de care dispui se poate doar

micșora, nu „ai tot timpul din lume” să înveți pentru acel examen, să înveți acea limbă nouă, să-ți apreciezi și răsplătești părinții sau să îndeplinești acel vis. Tu ai tot ceea ce îți trebuie pentru a ajunge unde îți dorești.

Încetează să-ți mai omori timpul cu lucruri care nu te ajută să evoluezi sau te distrug, pentru că roata se va întoarce și timpul te va ucide pe tine și aspirațiile tale. Începe să acționezi de astăzi și folosește-ți înțelept timpul. Profită de această resursă!

Tu ce o să faci cu timpul care ți-a mai rămas?



Epigrame

Dulce viață de student

După bac, toți au speranțe,
La facultate se gândesc,
„E distracție, nu-s restante!”,
Toți le spun... dar ei glumesc.

Studentă în construcție

Și vin plini de voieșie,
Toți vor viață de student
„E beton!”, mi-au spus și mie
Și-am aflat că-i doar... ciment.

O studentă cu pretenții

Când iubeam așa mult somnul,
Și râdeam de cei din liceu
De la 8:00 ne-au pus programul,
Din „prezență”... lipseam eu.

Petrecerea din sesiune

Nu încerc, acum, să sperii
Elevii, vă zic pe bune,
Dar lăsați visul petrecerii
Be prepared for... sesiune!

Comunicarea esențială

de Cosmina-Elena Cernat

Comunicarea esențială se referă la acel sens interior al actului comunicării, la ceea ce ne dorim să rezulte pentru noi și pentru interlocutorul nostru, pe principiul win-win. Forma comunicării poate să difere foarte mult pentru a se adapta transmiterii sensului dorit de noi, și acest lucru este esențial să se realizeze. A comunica în această manieră este ceva care se antrenează pentru a se fixa și a se întări, este „un mușchi al minții” care se poate exersa.

De unde provine eficiența acestei metode?

Dintre toate aspectele de care depinde o comunicare eficientă, am ales să le antrenăm doar pe cele esențiale, mai precis spus cele primordiale, cele care sunt la bază structurii noastre psihice. Este vorba de lucruri simple, dar indispensabile. Orice alt lucru care este asimilat ca *skillul* de comunicare complex, elaborat, în absența a ceea ce antrenăm prin Comunicarea esențială, are o eficiență limitată, la un nivel superficial, este ca un uriaș cu picioarele de lut.

Însăși comunicarea interpersonală este privită ca o bază pentru alte forme de comunicare (intrapersonală, organizațională, mass-media etc). Noi considerăm că abilitățile care ne lipsesc se pot dobândi cel mai rapid prin repetarea unor lucruri simple, firești, sub atenta îndrumare a unei persoane competente, trainerul, cel care are finețea observării detaliilor.

Antrenăm aceleași lucruri bazale, chiar dacă obiectivele pe care vor să le atingă clienții noștri par foarte

diferite. Cu toții vrem să nu „vorăim împreună și să ne înțelegem separat”. Pe scurt, nu vrem să ajungem în situații de conflicte de interese, mai mici sau mai mari, cu interlocutorii noștri, din cauza barierelor apărute în calea comunicării noastre.

De ce considerăm comunicarea că fiind un aspect indispensabil al succesului? Dacă ne dorim să atingem succesul, acesta poate fi atins doar împreună cu altcineva (pur și simplu orice obiectiv serios este prea mare pentru un singur om). Pentru aceasta trebuie să îi coop-tăm și pe alții în direcția obiectivelor noastre. Pentru a-i coop-ta, trebuie să comunicăm cu ei. OMEGA TRAINING te antrenează că să realizezi din ce în ce mai bine acest act al comunicării.

Dacă te regăsești în cel puțin una dintre următoarele situații:

1) lucrezi în vânzări și vrei să-ți crești rata de succes a tranzacțiilor, adică să îți crești încasările;

2) ești manager și vrei să nu mai pierzi resurse (financiare și nu numai) din cauza viciilor de comunicare cu echipă ta;

3) vrei să diminuezi stresul la serviciu sau acasă, să salvezi resurse de nervi și de sănătate astfel încât lucrurile să meargă în sensul dorit.

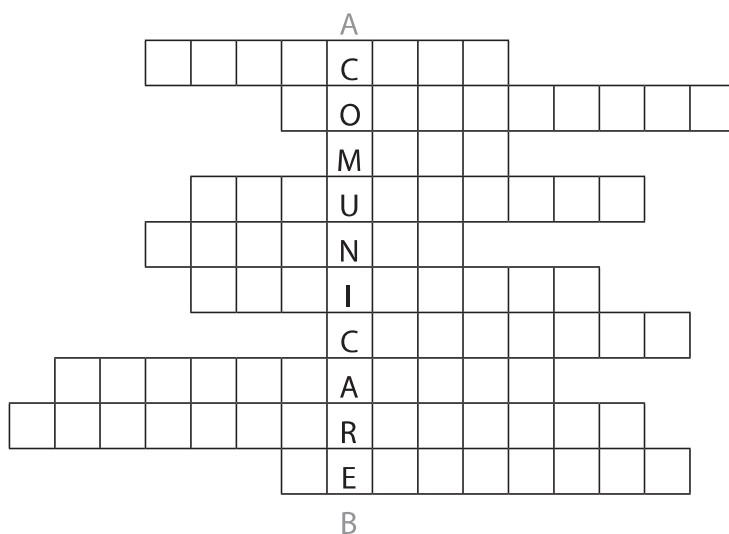
4) crezi că mai este loc de îmbunătățire în comunicarea cu partenerul tău de viață, cu copilul tău, cu familia, prietenii, colegii,

Atunci Comunicarea esențială este cu siguranță o soluție pe care să o implementezi.

Rebus creat pe baza conceptului de comunicare

de Monica Butăcel

1. Comunicarea are ... dinamic și ireversibil;
2. Comunicarea ... se face prin gesturi, mimică, postură...etc;
3. Comunicarea realizată pentru publicul larg, se numește comunicarea de ... ;
4. Conceptul ... are legătură cu termenul de „informație” ;
5. Comunicarea orală se realizează prin ... ;
6. Acordă o atenție sporită producerii și schimbului de sensuri și semnificații, scoala... ;
7. Prima axiomă a comunicării ne inflorimează că, aceasta este ... deoarece, noncomunicarea este imposibilă;
8. Comunicarea este un proces ... care nu poate fi tratat în termeni cauză-efect, sau stimul-răspuns;
9. Comunicarea cu sinele se mai numește și comunicare ... ;
10. John Fiske definește comunicarea drept interacțiune socială prin intermediul ... ;



Răspunsuri:

1 - caracter; 2 - nonverbală; 3 - masă; 4 - redundanță; 5 - cuvinte; 6 - semnificativă; 7 - inevitabilă; 8 - continuu; 9 - auto-comunicare; 10 - interacțiune socială; 11 - comunicare interpersonală.

Relația dintre jurnaliști și specialiștii în relații publice

de Elena Cotfas

Numeroase situații de comunicare de criză au arătat rolul major al cooperării dintre jurnaliști și specialiștii în relații publice în eliminarea consecințelor negative ale crizelor. Cu toate acestea, experiența de zi cu zi, precum și o bogată bibliografie de specialitate subliniază faptul că cele două categorii profesionale întrețin relații tensionate și fiecare din ele apreciază munca celeilalte categorii într-un mod aparte.

Toate studiile privind relația dintre jurnaliști și specialiștii din relații publice au ca numitor comun următoarea idee: aceasta este o relație complexă și ambiguă. Jean Charron, în studiul său clasic din 1991, definește relația dintre jurnaliști și specialiștii din relații publice ca fiind una care se bazează pe o dublă negociere: asupra schimburilor de resurse (jurnaliștilor li se oferă acces la informații, comunicatorilor și liderilor politici pe care îi reprezintă li se oferă acces la public) și asupra regulilor care guvernează aceste schimburi.

Peste câțiva ani, revenind asupra acestei teme, cercetătorul canadian va conchide: „Această relație poate fi definită ca un joc de negocieri între actori independenți: acest joc implică existența unui raport de influență care unește cooperarea și conflictul. Jurnaliștii caută informația pe lângă reprezentanții publicului, iar aceștia caută vizibilitatea pe care o oferă jurnaliștii. În același timp fiecare actor încearcă să exercite o influență asupra comportamentului celuilalt, să câștige și să mențină controlul asupra mecanismelor de construire a actualității politice. (...) De aceea, putem distinge două planuri ale acestei negocieri: pe primul plan actorii care negociază schimbul de resurse (informații și vizibilitate), iar pe al doilea plan ei negociază regulile care coordonează aceste schimburi.” (1994)

La rândul lor, Michel Ryan și David L. Martinson (1988) au definit această relație ca fiind un tip dragoste/ură arătând că această configurație există încă de la începutul practicării relațiilor publice.

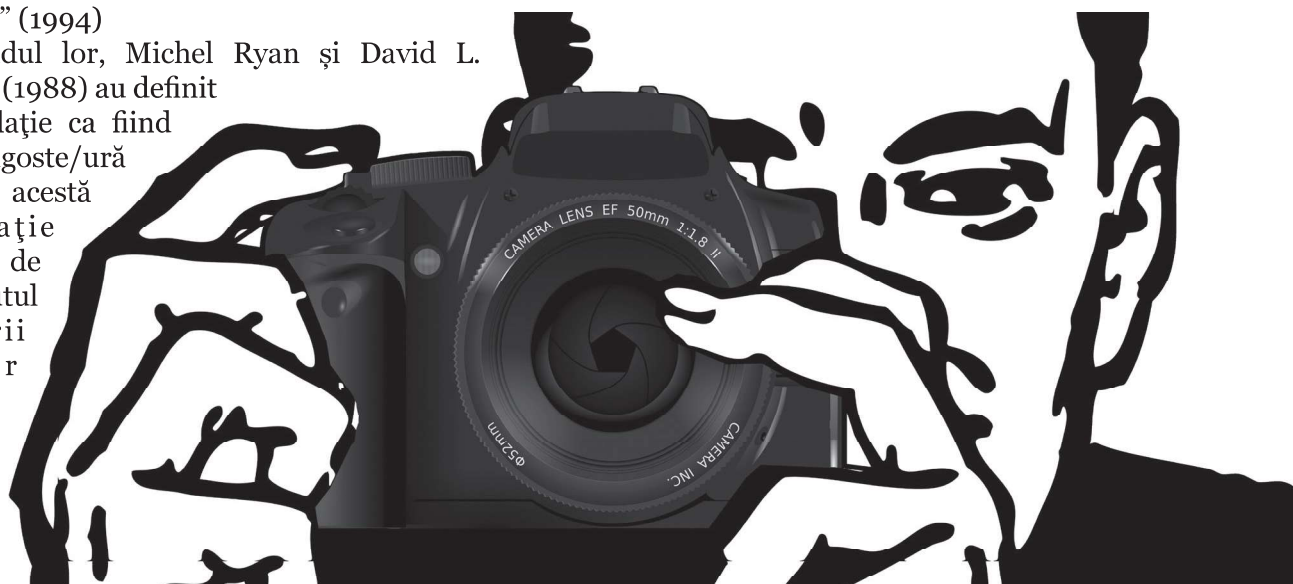
Celelalte cercetări consacrate acestei teme (L.L. Kopenhaver, D. Martinson, M. Ryan, 1976; Craig Aronoff 1975; Caroline Cline, 1982; Susanne Bovet, 1992; Gabriel Vasquez, 1996; Bill Patterson, 1994) reliefează în mod constant faptul că cele două categorii profesionale se bazează pe abiguitatea rolurilor.

Pe de altă parte, jurnaliștii le atribuie specialiștilor în relații publice rolul de sursă, pe care, de cele mai multe ori, nu o verifică (așa cum ar cere normele de lucru cu sursele încetățenite în tradiția jurnalismului de informare); pe de altă parte, ei nu au încredere în specialiștii în relații publice, deoarece consideră că aceștia introduc elemente de autopromovare în mesajele lor. Jurnaliștii au avantajul că pot verifica informația din surse paralele, dar, atunci când acestea nu sunt disponibile, depind integral de specialiștii în relații publice.

Relaționiștii acceptă rolul de distribuitori ai informațiilor, dar îi acuză pe ziariști că, de cele mai multe ori, publică în mod incomplet informațiile pe care le-au primi, în urma unei selecții bazate pe criterii subiective. Relaționiștii au un avantaj: concurența dintre întreprinderile de presă face să crească importanțaștirilor preluate de o instituție de presă; celelalte o vor prelua și ele, pentru a nu părea mai slab informate. Acest mecanism oferă multiple posibilități de plasare a mesajelor și conferă anumite avantaje strategice relaționiștilor. Nu trebuie uitat însă că, sub avalanșa de mesaje transmise de numeroasele birouri de presă existente, organizațiile mass-media pot ignora o mulțime din informațiile difuzate de relaționiști.

BIBLIOGRAFIE:

Cristina Coman, Relațiile publice și mass-media, Editura Polirom, Iași, 2004



Călătoriile și dezvoltarea personală

de Alina Bulai

Pentru cei mai mulți, călătoriile sunt un sinonim pentru concediu. Însă excursiile aduc beneficii inedite pe multe planuri, dovedindu-se deopotrivă un exercițiu eficient de dezvoltare personală și profesională și o metodă de îmbunătățire a sănătății.

Călătoriile sunt una dintre cele mai plăcute și simple modalități de stimulare a creativității.

Experții de la INSEAD și de la Școala de Afaceri Columbia au observat acest efect după analizarea liniilor vestimentare lansate de case de modă din întreaga lume într-o perioadă de 11 ani, precum și după consultarea istoricului carierei directorilor de creație care au contribuit la acestea. Concluziile au arătat cât de mult contribuie experiențele în afara țării la dezvoltarea unei gândiri originale (*out of the box*), sofisticate, dar și a abilităților necesare avansării în carieră.

Călătoriile sunt experiențe care te ajută să te dezvolti personal și să fii mai deschis în fața noului, au observat experții de la Universitatea „Friedrich Schiller”, Jena, Germania, care au

efectuat un studiu în acest sens. „Participantii care au petrecut timp în străinătate au avut un avantaj în ce privește dezvoltarea personalității, de exemplu în direcția deschiderii personale și a stabilității emoționale. S-a ajuns la această concluzie prin compararea cu un grup de control, chiar și când au fost luate în calcul diferențele de personalitate”, a declarat coordonatoarea studiului, Julia Zimmermann.

Cercetarea a analizat, pe parcursul unui întreg an academic, impactul asupra studenților al efectuării studiilor în străinătate. Experimentul a inclus atât persoane care urmau să plece la studii în alte țări, prin intermediul unor programe educaționale, cât și un grup de control, din care au făcut parte studenți care au preferat să studieze în țara de origine.

Nu în ultimul rând, **călătoriile ne schimbă percepțiile și ne oferă noi perspective asupra omenirii și ne redau încrederea în cei din jur**, în special atunci când ele implică schimburi de experiențe culturale.



Tipologia dosarelor de presă

de Cosmina-Elena Cernat

În numeroase situații, pentru a facilita transmiterea informațiilor și pentru a se oferi o imagine completă asupra istoriei și vieții organizației, este necesară difuzarea unui dosar de presă. Varietatea situațiilor și a conținuturilor a condus la apariția mai multor tipuri de dosare de presă. Apud, după J.P. Rosart, acestea pot fi clasificate în trei mari categorii:

a) *Dosarul de presă ce însoțește comunicatul de presă*; experiența practicienilor în relații publice arată că aceasta este formula cea mai agreată de jurnaliști, evident, în cazul în care informația și prelungirea ei în dosar justifică alegerea acestei strategii. O asemenea tehnică permite combinarea unei informații precise (comunicatul de presă) cu o seamă de date suplimentare (dosarul de presă) de care jurnaliștii ar putea avea nevoie pentru o documentare mai amplă.

b) *Dosarul de presă tip carte de vizită a organizației*; acest tip de dosar le oferă jurnaliștilor o bază de date care nu sunt legate de o informație punctuală, determinată de un anumit eveniment sau programată conform unui anumit calendar. El este un apel discret al organizației, prin care aceasta încearcă să determine presa să vorbească despre ea sau să o contacteze în cazul când jurnaliștii ar trata un subiect în care organizația este implicată. Un asemenea dosar, redactat fără vreun motiv aparent, este, de fapt, o momeală pentru incitarea gazetarilor și pentru obținerea unui articol

mai substanțial despre organizație. El este întocmit și trimis mai ales în acele cazuri în care organizația nu a beneficiat, mai mult timp, de atenția presei.

c) *Dosarul de presă-eveniment*: este constituit special cu ocazia unei acțiuni create de organizație. El prezintă un anumit eveniment semnificativ și mesajul organizației în legătură cu acest eveniment.

Această clasificare nu este nici exclusivă și nici limitativă: în funcție de diversele contexte ale comunicării cu presa, specialiștii în relații publice pot întocmi dosare de presă și pentru alte ocazii, în forme și cu conținuturi mai ample (sau mai concentrate) decât cele propuse de autorul citat. Importantă este dozarea informației, prea puțină informație nu justifică crearea unui asemenea document și le dă jurnaliștilor semne că se încearcă o companie de promoțiune și nu una de informare și irită jurnaliștii, obligați să se laseze într-o adevărată investigație pentru descoperirea faptelor esențiale.

Comunicarea construiește realitatea

de Elena-Diana Pușcașu

Comunicarea umană este un proces complex și nu se poate exprima ușor printr-o definiție. Astfel, comunicarea este definită ca „acțiunea de a comunica și rezultatele ei” sau ca fiind o „înștiințare, știre, veste, raport, relație, legătură”, dar și ca „prezentarea într-un cerc de specialiști a unei contribuții personale într-o problemă științifică”.

Mooji, un profesor spiritual din Jamaica afirmă în cartea sa, intitulată *Vaster than sky, grater than space*, următoarea idee: „comunicarea este esența lucrurilor”. Aurel Codoban, eseist și filosof român, afirmă, pe de altă parte, într-o manieră tipică, dar profundă, faptul că „este o necesitate a epocii apariția unui gânditor, care asemenea lui Platon sau Kant, pentru timpurile lor, să vină să definească felul în care comunicarea construiește realitatea, unificând semiologia cu hermeneutica”.

De-a lungul istoriei, au fost definite trei tipuri de „contacte” cu realitatea: la greci, punând accentul pe termen, adică pe ceea ce este ființa-adevărul de tip corespondență (este adevărat doar ceea ce corespunde cu ceea ce este); raționaliștii și empiriștii care au pus accent pe termen și relație, adică pe subiectul cunoscător și lucrul în sine, dându-și seama că ceea ce este, pentru noi, este relativ la ceea ce cunoaștem (ca ceva să existe pentru noi, trebuie să fie cunoscut mai întâi); modernitatea și postmodernitatea care au pus accent doar pe relație, au desființat subiectul și a rămas relația, comunicarea ca o creatoare de realitate – adevărul de tip semnificație (ca ceva să existe, trebuie să semnifice, deci să fie comunicat).

În opinia mea, comunicarea construiește tot ceea ce vedem, simțim, auzim sau atingem, adică însăși realitatea. Prin comunicare ne exprimăm gândurile, sentimentele, dorințele, intențiile, experiențele trăite, primim și oferim informații. Din dinamica acestor schimburi, prin învățare, omul se construiește pe sine ca personalitate.

Capacitatea de a comunica reprezintă o premisă a procesului de construire a

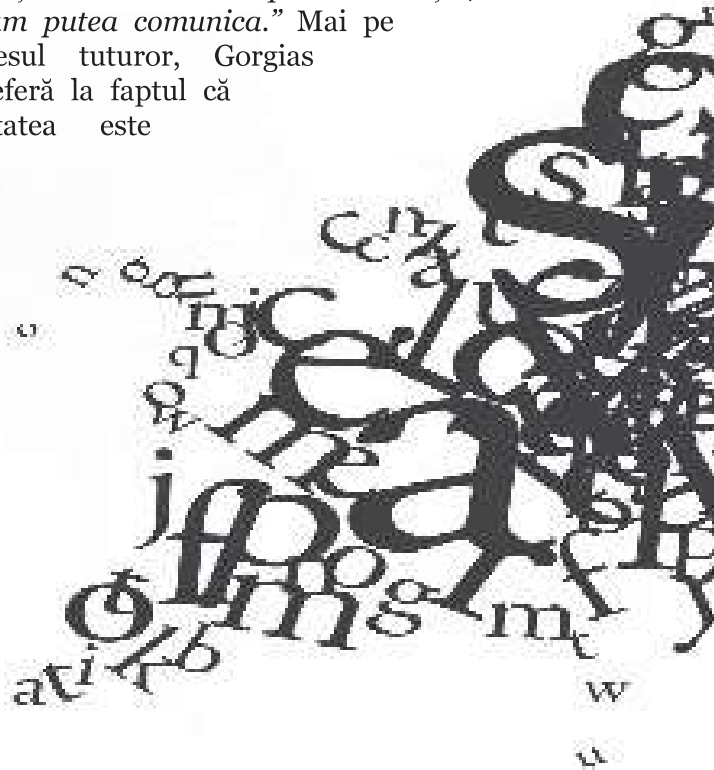
relațiilor interpersonale și de integrare socială.

Mulți oameni consideră procesul comunicării ca fiind un proces simplu, deoarece la majoritatea persoanelor el decurge ușor. Dacă ne gândim totuși ce anume reprezintă comunicarea, vom fi surprinși de cât de complex este acest proces în realitate.

Conform lui Emil Verza, profesor universitar și doctor în departamentul de Psihopedagogie specială, vorbirea folosește buzele, limba, palatul moale, laringele și plămânii. Scrisul și cititul presupun coordonare vizual-manuală. Limbajul semnelor/ gesturilor utilizează mâna, palma, precum și întregul corp. Limbajul desenelor implică controlul vizual și manual. Dar aceste instrumente, în parte, nu sunt suficiente pentru comunicare; cele mai importante instrumente de care avem nevoie sunt înțelegerea și capacitatea de a învăța.

Totuși, așa afirma: comunicarea este o stradă cu două sensuri, căci nu există comunicare atunci când doar unul vorbește, iar celălalt doar ascultă, deoarece adevărata comunicare este un schimb de idei între două sau mai multe persoane. Este de la sine înțeles faptul că în urma procesului de comunicare, rezultă ceva. Acest ceva poate însemna o idee la care participanții actului de comunicare pot medita și/ sau acționa într-un anumit sens.

Gorgias, retor și sofist grec, spunea așa: „Nu există nimic. Chiar dacă ar exista, nu am putea cunoaște. Chiar dacă am putea cunoaște, nu am putea comunica.” Mai pe înțelesul tuturor, Gorgias se referă la faptul că realitatea este



deformată de cunoaștere, este reconstruită. Și cum putem noi stabili veridicitatea unei realități? Simplu, pe baza semnificațiilor, nu pe baza coerenței sau a corespondenței. Semnificațiile vizează relația; nu contează ce se spune sau cine spune, ci cum se spune. În fapt, semnificațiile presupun semne, iar semnele presupun o comunicare și un limbaj. Cu acestea se ocupă semiotica, iar semiologia se ocupă cu studiul celui mai important sistem de semne pentru om și anume, limba.

Cum a luat naștere limba?

Se știe că gândirea nu poate fi separată de un limbaj, ea fiind structurată ca unul. Când gândim, de obicei gândim în cuvinte, dar și în imagini, sunete, etc., ceea ce contează este că toate acestea sunt niște semne. Un surd, de exemplu, va gândi în imagini vizuale.

Apare acum întrebarea, cum se formează un semn lingvistic?

Să luăm, de exemplu, cuvântul „pisică”. Cei mai mulți ar spune că este vorba de animalul în sine și numele dat acestui animal. Just, dar greșit. Semnul pisică unifică un concept și o imagine acustică. Primul se numește semnificat, al doilea semnificant. Și lucrurile devin mai interesante pentru că legătura dintre un semnificant și un semnificat este arbitrară, aleatorie, pentru că ceea ce contează este doar ca semnele să se diferențieze între ele. Așadar, rolul unui semn (însăși valoarea sa) e definit în funcție de locul pe care îl ocupă în relația cu celelalte semne.

Toate acestea fiind spuse, care este, de fapt, relația dintre comunicare și realitate?

Prin comunicare se exprimă ceea ce se petrece, s-a întâmplat ori se dorește să aibă loc la nivelul grupului sau individual. Ca urmare,

realitatea exprimată se prezintă prin fapte, sentimente și relații între fapte și sentimente.

Faptele, înfățișate ca incontestabile, sunt alcătuite din ce se vede: inclusiv atitudini posturale, gesturi, culori, forme, figuri, dimensiuni; ce se aude: vorba, timbrul vocii, muzica, sunetele, zgomotul, ritmul, tăcerea, intensitatea intervenției; ce se spune: cuvântul (ca sens), conținuturile; ce se face: acțiuni, munca (organizarea ei), obiectele produse, cercetarea, exercițiile practice, rezultatele obținute.

Sentimentele prezente la grup sau individ sunt recunoscute și prelucrate, conștient sau inconștient, de fiecare. În fapt, ele sunt afectivitatea pe care o generează și o manifestă fiecare grup sau individ în modelele sale de tensiune, de satisfacție, de putere, de euforie.

Relația dintre fapte și sentimente se prezintă la nivelul intențiilor, senzațiilor, impresiilor, înțelegerii faptelor, contextelor, oamenilor. Fiecare persoană are tendința să deformeze, să interpreteze, să înfrumusețeze ori să umbrească ceea ce vede, aude sau simte.

Costel Zăgan, profesor de limba română, poet și autor de aforisme, vede realitatea ca pe „un frigider de cuvinte”; iar noi știm că la baza unei bune comunicări stau cuvintele. Dar comunicarea este mai mult decât o legătură verbală între cuvinte precum comun, comunitate, comunicare. Pentru a forma o comunitate sau o societate, ei trebuie să aibă în comun scopuri, convingeri, aspirații, cunoștințe, adică, o înțelegere comună sau « același spirit » cum spun sociologii. Comunicarea este modalitatea prin care toate acestea se întâmplă, cea care asigură dispoziții emoționale și intelectuale asemănătoare, moduri similare de a răspunde la așteptări și cerințe.

În încheiere, consider că a crea o nouă cultură, o nouă realitate nu înseamnă doar a face descoperiri „originale” în mod individual, ci de asemenea, și mai ales, a răspândi într-o manieră critică adevăruri deja descoperite, a le „socializa” și, prin urmare, a le face să devină baza unor acțiuni în cadrul vieții, elementul de coordonare și de ordine intelectuală și morală, conform spuselor lui Antonio Gramsci, lider politic italian și filozof.



Rolul specialiștilor în relații publice în timpul unei crize

de Elena Cotfas

În zilele noastre, criza (economiei, a culturii, a valorilor, a conștiinței, a întreprinderilor etc.) a devenit o stare cotidiană, iar cuvântul a intrat în vocabularul curent al conducătorilor de instituții, al jurnaliștilor și al publicului larg.

Orice organizație se poate confrunta cu o situație de criză, în măsură să pună în pericol funcționarea ei normală și reputația de care se bucură într-o anumită comunitate. Unele crize sunt previzibile și pot fi prevenite, altele nu pot fi bănuite sau nu pot fi anticipate în mod corect.

În situații de criză, cea mai bună atitudine este transparența: aceasta înseamnă o deschidere totală față de cerințele de informare ale publicului și față de cei care contribuie la informarea acestora – jurnaliștii.

Specialiștii în relații publice au misiunea de a menține contactul permanent cu jurnaliștii, astfel încât datele solicitate de aceștia să fie transmise cu maximă operativitate. În bibliografia din acest domeniu apar numeroase instrucțiuni cu privire la comportamentul indicat în asemenea situații (M. Nudell, N. Antokol, 1988; J. Deschepper, 1990, apud Cristina Coman, *Comunicarea de criză. Tehnici și strategii*, Polirom, Iași, 2009); astfel, specialiștilor în relații publice li se recomandă:

- Să se informeze în detaliu asupra evenimentelor, a cauzelor acestora și, mai ales, a consecințelor, în plan uman și material, imediate (pagube, răniți, decese) și viitoare (poluare, pierderea unor locuri de muncă, scăderea unui producător etc.). Ei trebuie să facă această evaluare atât în ceea ce privește organizația, cât și în ceea ce privește partenerii săi și societatea în ansamblu;



organizație;

- Să convoace presa înainte chiar ca aceasta să solicite un asemenea lucru și eventual să stabilească un "cartier general", dotat cu toate facilitățile, în care jurnaliștii să știe că găsesc în permanență informații verificate;

- Să le facă jurnaliștilor cunoscut faptul că ei sunt sursa primă de informații corecte și de actualitate, să păstreze o evidență exactă a tuturor faptelor și informațiilor comunicate presei, pentru a evita repetarea acestora;

- Să răspundă la întrebările jurnaliștilor în mod clar și detaliat, să faciliteze accesul jurnaliștilor la locul evenimentelor, să îi familiarizeze cu zona respectivă și să vegheze la securitatea lor;

- Să identifice interlocutorii din organizație care corespund, prin cunoștințele lor, așteptărilor jurnaliștilor și să îi pregătească pentru întâlnirea cu presa;

- Să conducă negocierile delicate care au loc între presă și reprezentanții organizației în ceea ce privește informațiile ce pot fi publicate și cele ce sunt sub embargo;

- Să nu dezvăluie numele victimelor înainte de a fi anunțate familiile lor, să comunice acest lucru jurnaliștilor, pentru a nu stârni bănueli inutile;

- Atunci când sunt obligați să recunoască un fapt deja cunoscut de către jurnaliști, să se limiteze la confirmarea acestuia și la definitivarea informației fără a încerca să o schimbe;

- Să nu le fie teamă să-și contrazică anumite afirmații, dacă evoluția situației infirmă primele analize, contrazicerea este întotdeauna preferată decât o minciună.

Frecvent, în absența unor informații complete, exacte și distribuite la timp, începe să funcționeze mașina de fabricat zvonuri. Cu cât criza este serioasă, cu cât ea afectează categorii din ce în ce mai largi de public, cu cât durează mai mult, cu atât zvonurile vor fi mai numeroase și mai puternice.

De îndată ce zvonurile încep să circule, ele se răsândesc cu rapiditate, atrag atenția multor oameni (deoarece se hrănesc din teama, emoțiile sau speranțele lor), generează tot felul de "teorii" și versiuni asupra crizei în cauză; deoarece zvonurile deja pornite nu mai pot fi oprite, cel mai sigur mod de a le combate este prevenirea lor. În acest caz, există un singur antidot: informarea corectă și permanentă a publicului.

Departamentul de relații publice trebuie să elaboreze mai multe planuri de comunicare de criză pentru diferite situații de criză.

- Reddit -

un alt fel de rețea de socializare

de George Cosmin Cristea

Deja ne este cunoscut faptul că accesarea rețelelor sociale ne-a intrat în reflexe, mai ales atunci când avem de a face cu plictiseala. Dar parcă nici aceste rețele cu care ne-am obișnuit - Facebook, Instagram - nu își fac treaba câteodată. După ani și ani de utilizare a acestora, pare-se că intervine monotonia și repetiția. Cu toții ne-am regăsit măcar o dată în ipostaza de a intra pe Facebook din 10 în 10 minute, știind oricum că nu a apărut nimic nou acolo. Ori am dat unfollow la cel puțin o persoană pentru că nu ne plăcea ce posta. Dacă astfel de situații apar tot mai des poate ar fi timpul de a încerca ceva nou, și anume Reddit.

Ce este, însă, acest Reddit? Reddit este o fuziune între conceptul de rețea de socializare și o pagină de știri. Utilizatorii se pot abona la paginile (numite și subreddit) subiectelor pe care le plac și să urmărească ori să discute toate noutățile legate de acele subiecte. De exemplu, dacă ești pasionat de fotografie, te poți abona la multiple pagini despre fotografie, putând vedea apoi noutăți despre ultimul aparat foto de pe piață, fotografii postate de alți utilizatori ori discuta cu alți fotografi despre experiența voastră de fotografi.

Acesta este doar un exemplu izolat, utilizatorii având posibilitatea de a se abona la pagini legate de orice lucru inventat sau imaginat vreodată de umanitate. Poți așadar să te abonezi unor pagini legate de serialul tău favorit, de hobby-ul tău, de politică, de meme-uri, de bucătărie, de filosofie ș.a.m.d. Găsești aproape orice pe Reddit!

Acum, câte ceva despre aspectul social al Reddit. Principala diferență față de alte rețele de socializare constă în faptul că pe Reddit ești o persoană cu totul anonimă. Desigur, îți poți seta numele să fie același cu cel din realitate, dar Reddit nu îți va cere prea multe informații suplimentare. De asemenea, aici nu există ideea de fotografie de profil, singura marcă a popularității tale pe

Reddit fiind karma. Orice postezi sau comentezi pe Reddit poate primi aprecieri (la fel ca pe Facebook), dar poate primi și dezaprecieri. Karma reprezintă numărul total de aprecieri dobândite, dar acest număr poate scădea din pricina dezaprecierilor primite de la utilizatorii care nu sunt de acord cu postările tale.

Subredditele de care am vorbit mai sus pot fi accesate și individual, putând vedea numai postările legate de acel subiect, dar există și o pagină principală, unde vor fi reunite postări de la toate subredditurile la care ești abonat. Desigur, monotonia poate apărea și aici, fiind momente când chiar nu este nimic nou despre care să se vorbească, dar pentru asta Reddit are funcții precum „Random” sau „All”. „Random” te va redirecționa spre un subreddit la întâmplare, aceasta fiind o metodă de a descoperi ceva nou oricând dorești. „All” reunește

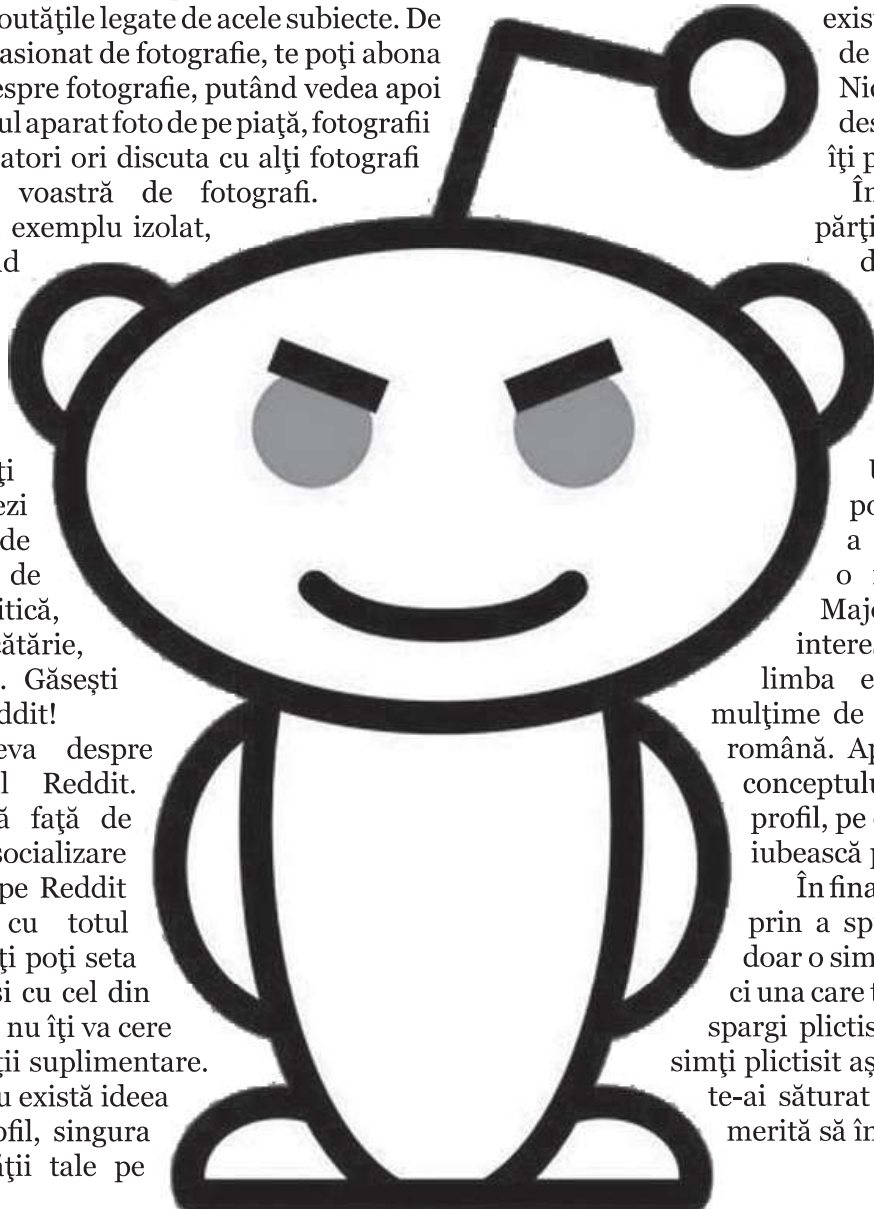
postări de la toate subredditurile existente, dar mai ales de la cele mai populare. Niciodată nu știi când poți descoperi ceva nou care să îți placă cu aceste funcții.

În ceea ce privește părțile rele ale acestei rețele de socializare, ne putem gândi la monotonie, dar chiar și așa, Reddit este un instrument perfect pentru omorâțul plictiselii.

Un alt impendiment poate fi bariera lingvistică a rețelei, Reddit fiind o rețea bazată în SUA.

Majoritatea paginilor interesante vor fi astfel în limba engleză, dar există o mulțime de subreddituri și în limba română. Apoi, mai există și lipsa conceptului de fotografie de profil, pe care unii s-ar putea să-l iubească prea mult.

În final, vreau să concluzionez prin a spune că Reddit nu este doar o simplă rețea de socializare, ci una care te va ajuta mai mereu să spargi plictiseala. Dacă vreodată te simți plictisit așadar, sau pur și simplu te-ai săturat de veșnicul Facebook, merită să încerci Reddit.



Managementul conflictelor la locul de muncă

de Mihaela Toma

Conflictul este un fenomen social inevitabil, după anumite criterii, am putea afirma că este prea de dorit, fapt care caracterizează relațiile între oameni și durata de viață a anumitor organizații și grupuri.

Am putea face o distincție între conflictele care sunt create pentru menținerea funcționării existente și conflictele cauzate de schimbare. Într-adevăr, fiecare inovație trece prin apariția unor numeroase și diferite conflicte, toate cauzate de „lupta” între menținerea statutului social și perspectiva viitorului care nu cunoaște implicațiile acesteia, adesea apărând amenințătoare: numai dacă oamenii sunt capabili să conceptualizeze o viziune viitoare mai bună pentru prezent, schimbarea ar fi posibilă. Am putea, deci, spune că o schimbare este posibilă atunci când „ea trece prin conflictul dintre astăzi și mâine”.

Organizațiile înfățișează diferite tipuri de relație și, prin urmare, diferite tipuri de conflicte, care sunt considerate a fi una dintre cele mai importante componente pentru atingerea obiectivelor organizației. De aceea, este important să se înțeleagă originile sale, funcțiile și implicațiile la nivel operațional.

Totuși, chiar dacă conceptul de conflict este ușor de deprins intuitiv, mai dificilă devine definirea acestuia la nivelul teoretic, explicarea acestuia atunci când se produce la locul de muncă. Trebuie să ne circumscriem reflexia noastră la un nivel de organizare, cu ajutorul perspectivelor teoretice și a intrărilor derivate din psihologia organizațiilor și va funcționa, în mod corespunzător în setările sistemului.

Într-un anumit sens, nicio schimbare fără conflict nu poate avea loc atunci când comunitățile umane sunt forțate să se adapteze la noile condiții, disconfortul conectat la procesele de tranziție este întotdeauna prezent. Însă numeroase conflicte exista în interiorul și în afara sistemelor românești, conflicte care caută propriile lor drumuri pentru a schimba, dacă ar exista mai multe informații, mai multă comunicare, construirea unei noi viziuni ar fi comună, luând o altă conotație și o altă funcție. Dar organizațiile adoptă strategii pentru managementul conflictului, strategii care au propriile lor rădăcinilor principale, atât în oameni cât și în structurile organizatorice, cu moduri mai multe bazate pe înclinația liderilor lor mai degrabă decât pe metodologii adecvate.

Aceste strategii pot fi sintetizate în două abordări, rezumate aici:

1. Suprimarea conflictului care prezintă unele efecte negative precum:

- reducerea creativității individuale și de grup;
- reducerea calității și puterii decizionale colective

- inhibarea întreprinzătorilor;
- deteriorarea proceselor de comunicare;
- indispoziție relațională.

2. Apariția conflictului, ale căror efecte pozitive sunt:

- stimularea cooperării;
- limitarea „trădării”;
- încurajarea angajamentului;
- consolidarea sentimentului de identitate comună;
- activarea unor niveluri mai ridicate de comunicare și consimțământ;
- îmbunătățirea energiei psihice pentru inovație.

Este evident cum în acest punct problema de conflict este strict conectată la concepția psihologică de lucru sau la relația dintre muncă și persoana care se manifesta pe baza atribuirii unui rol. Acestea pot, în general, determina unele condiții tipice de conflict de lucru:

1. orientări față de muncă de către diverși factori organizatorici, atât pentru atitudinile personale cât și pentru rolul așteptărilor și funcțiilor conectate la aceasta;

2. complexitatea relațiilor existente în contextul de lucru, structurate în diferite roluri și funcții, nu întotdeauna clare pentru toți membrii;

3. relația dintre organizație și mediul extern care, dacă este turbulent, impune continuu cereri pentru schimbare.

Cu referire la punctul 1, oamenii vin în conflict, deoarece sunt victime ale distorsiunilor de tip cognitiv și ale distorsiunilor datorite apărării orgoliului.

În ceea ce privește punctul 2, putem vedea cum conflictul la locul de muncă se manifestă atunci când oamenii, care depind fiecare unul de altul datorită naturii muncii lor, au puncte de vedere diferite sau chiar interese și obiective contradictorii.

În cele din urmă, punctul 3 subliniază relațiile cu mediul extern care, la rândul lor pot genera alte tipuri de conflict. În acest caz, dorim să evidențiem cum se observă din afara - în termeni de nevoi, solicitări, așteptări, propuneri - ar putea provoca perturbări ale echilibrului intern, expunând problematicile cerute să fie confruntate și rezolvate.

În cele mai multe cazuri cea mai eficientă metodă de rezolvare a conflictelor organizaționale rămâne negocierea. Aceasta reprezintă procesul organizat permis, organizat, care se referă întotdeauna explicit sau implicit la o instituționalizare a lucrurilor, pentru a căuta, dacă nu a realiza, o economie optimă a convergențelor și divergențelor, pentru a recunoaște, să facă explicită și, dacă este posibil, să dezvăluie printr-o invenție comună un conflict care se opune

partenerilor opuși, stabilind o relație de forță față de una determinată în joc.

Stabilirea relațiilor constructive este o artă complexă care necesită adesea o abordare educațională prin citirea textelor, susținerea unui ghid competent, a unor căi educaționale orientate care dezvoltă abilități care, pe lângă abilitățile manageriale, pot servi drept un instrument de prevenire. Trăim într-un conflict și nu suntem liberi să alegem ce se întâmplă cu noi, dar cu siguranță suntem liberi să alegem cum să ne referim la ceea ce se întâmplă cu noi prin identificarea de noi modalități relaționale, fezabile, eficiente, satisfăcătoare și durabile.

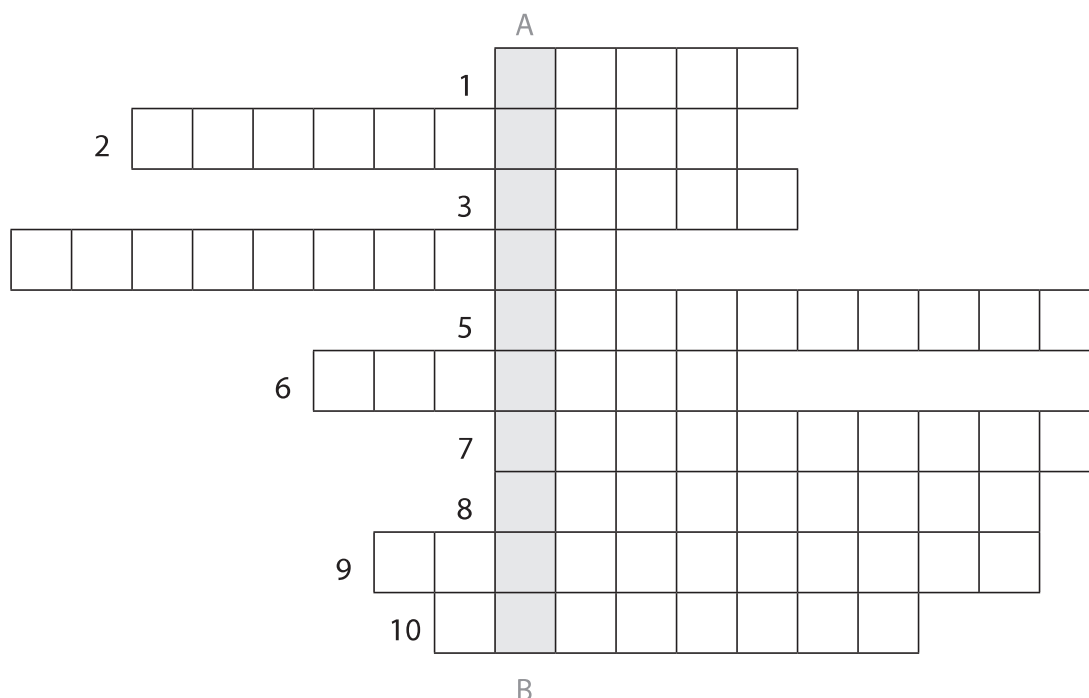
Toți suntem astăzi chemați să fim „alchimiști”

moderni, capabili să luăm conflictul – adesea dureros, greu, întunecat, ceva de scăpat – să-l transformăm în altceva, mult mai valoros.

Bibliografie:

- M. Afzalur, Rahim, *Managing Conflict in Organizations*. Fourth Edition, Transaction Publisher, New Jersey, 2011.
- Sandole, Dennis, Sean Byrne, Ingrid Sandole-Starosta, and Jessica Senehi eds., *Handbook of Conflict Analysis and Resolution*, London 2012.
- Robert Tanner, *Organizational Conflict: Get Used to It and Use It (Management is a Journey)*, 2014.

Rebus



1. Principalul spațiu pentru factorii perturbatori, dar care, în același timp, presupune o coerență de comunicare între emițător și receptor.
2. Individul, grupul, instituția cărora le este transmis mesajul, sau care intră în posesia unui mesaj întâmplător, primesc mesajul într-un mod conștient sau inconștient.
3. Unitatea de bază a comunicării și poate fi alcătuit din cuvinte scrise sau rostite, sunete, imagini vizuale, semne, simboluri, culori, gesturi, etc
4. Un individ sau un grup, o organizație care deține informații mai bine structurate decât receptorul și presupune o motivație sau un scop.
5. Comunicarea care nu folosește cuvinte și prin care se exprimă sentimente, emoții, atitudini.
6. Dificultăți în comunicare
7. Neînțelegere, o contradicție, un dezacord, o ceartă, dar definiția poate fi extinsă și la o contradicție între idei, interese sau sentimente.
8. Cheia către o comunicare mai bună.
9. Comunicare care se manifestă prin sunete nearticulate, intonație, accentul pus pe cuvinte, timbrul, inflexiunea și intensitatea vocii, tonalitatea etc.
10. Rezultatul procesului de comunicare.

Răspunsuri:

9-paraverbal; 10-feedback

1-canal; 2-receptorul; 3-mesaj; 4-emițătorul; 5-nonverbal; 6-barieră; 7-conflictul; 8-ascultare; Andreea Gherasim, sursa: www.didactic.ro

Fii și tu speranța cuiva, alege să faci voluntariat!

de Monica Butăcel

Probabil, te-ai întrebat de multe ori, de ce să faci voluntariat? Pentru ce să îți oferi tu timpul liber ca să faci asta? Cum să faci ceva fără să primești ceva în schimb? Și lista poate continua. Dacă alegi să citești acest articol, vei putea afla răspunsurile la toate aceste întrebări.

„Voluntarii nu au neapărat mult timp liber; ei au doar inimă”. A fii voluntar înseamnă a face pe cineva fericit, să oferi timpul, energia și abilitățile tale unei organizații caritabile, fără a avea așteptări financiare. Prin voluntariat te asiguri personal că lumea se așază pe un fâgaș mai bun dar investești și în tine, deoarece atunci când ești voluntar acumulezi o serie de competențe care te ajută atât în relația cu cei din jurul tău, dar și la facultate sau la locul de muncă. În

toată lumea sunt milioane de oameni care au nevoie de ajutor: sunt forțați să muncească, nu au acces la educație, sunt exploatați, nu au adăpost sau nu au ce mânca.

Resursele autorităților și organizațiilor neguvernamentale sunt limitate atât din punct de vedere financiar cât și în ceea ce privește personalul. Și aici intervin voluntarii. Ei sunt cei care fac o anumită activitate pentru că așa își doresc, în folosul altcuiva, fără a primi bani. Voluntarii sunt indispensabili într-o organizație neguvernamentală.

Există mai multe motive pentru care oamenii aleg să facă voluntariat.

- Îți faci noi prieteni

Unul dintre cele mai bune moduri de a cunoaște noi persoane și de a crea o relație de prietenie durabilă este prin voluntariat. În funcție de organizația în care alegi să faci voluntariat, vei cunoaște persoane care au aceleași interese, care luptă alături de tine pentru o cauză comună. De asemenea, voluntariatul te poate ajuta să-ți depășești timiditatea și să îți dezvolți abilitățile de socializare.

- Voluntariatul te ajută în carieră

Fie că ai sau nu deja un loc de muncă, voluntariatul te responsabilizează, te învață cum să îți gestionezi timpul, îți dă anumite competențe care te vor ajuta la un moment dat în carieră. Atunci când ești voluntar trebuie să dedici un anumit interval de timp organizației în care activezi, trebuie să lucrezi în echipă și să înveți să comunici deschis și calm cu colegii tăi, trebuie să ajuți la soluționarea diverselor probleme, să contribui la un anumit proiect de la început până la final, ceea ce înseamnă

că trebuie să fii organizat și să știi să gestionezi eficient sarcinile care îți revin. Toate aceste competențe sunt absolut necesare la locul de muncă și te pot ajuta chiar să obții jobul pe care ți-l doreai sau să

avansezi în carieră.

- Voluntariatul te

face să te simți împlinit

Nimic nu se compară cu sentimentul că ai contribuit la comunitatea din care faci parte sau că ai ajutat niște persoane mai puțin norocoase.

Mai mult, oamenii de știință au demonstrat că voluntariatul te face mai fericit pentru că reduce stresul și te face mai sănătos. Potrivit helpguide.org, atunci când îți canalizezi energia pentru a ajuta pe altcineva ești mai puțin tensionat, îți dă un sentiment al apartenenței și te face mai încrezător în



forțele
proprii.

De aseme-
nea,

voluntariatul
te face și mai
sănătos. Stările
și emoțiile noastre
întăresc sistemul
imunitar. Munca
unui voluntar este
indispensabilă și contribuie
cu adevărat la o cauză care
poate depășește comunitatea în care
trăiești.

- Descoperi realitatea din jurul tău

Este ușor să trăiești într-o
bulă, deconectat de ce se
întâmplă în lume, însă
mai devreme sau
mai târziu tot
ne vom lovi
pe părțile
urâte ale
lumii

în
c a r e
trăim. Și nu
putem aștepta
ca lumea să devină
mai bună de la sine, trebuie să
ne implicăm. Atunci când ești voluntar
descoperi punctele vulnerabile ale lumii în care
trăim și putem ajuta să le fortificăm. De asemenea,
voluntariatul te ajută să înțelegi de ce, deși o
problemă nu te afectează pe tine personal,
afectează societatea ca întreg și este
nevoie de toate eforturile noastre ca să
găsim o soluție.

- Ajuți la corectarea
nedreptăților

De câte ori ai fost ajutat
de cineva atunci când îți
era greu? Poate că a
fost vorba de cineva
cunoscut, dar simplul
fapt că a fost
cineva alături
de tine, într-
un moment
în care aveai
probleme,
a fost

suficient ca să te ajute să te pui din nou pe picioare.
Atunci când ești voluntar oferi înapoi o parte din
bunătatea care ți s-a arătat unor persoane care au
mare nevoie de acest lucru. De asemenea, voluntarul
contribuie la corectarea unor probleme ale societății
care afectează multe persoane. România este țara
europeană cu cel mai mare număr de victime ale
traficului de persoane, iar 38% dintre persoanele care
ajunge pe mâinile traficantilor sunt minore.

- Ești chiar tu schimbarea pe care o vrei în lume

Nu putem să avem pretenția ca lucrurile să se rezolve
de la sine, sau că autoritățile să fie atât de eficiente încât
să rezolve toate problemele lumii fără ajutor. Singurul
mod de a te asigura că se lucrează la soluții pentru
cauza care te preocupă e să îți suflecî mănecile și să te
implici personal. La finalul zilei, vei adormi cu gândul
că ai contribuit la soluționarea unei probleme care
afectează mii de oameni. Sunt sute de cauze sociale
care merită timpul tău, fie că este vorba despre
persoane care nu au adăpost, victime ale
violenței domestice sau
persoane

c a r e
s u n t
forțate să
cerșească. Iar
voluntarii sunt o parte
esențială a mecanismului de
corectare a acestor nedreptăți.

În încheiere, vreau să vă arăt
răspunsurile unor voluntari la întrebarea
ce înseamnă voluntariatul pentru voi? O primă
persoană afirmă: Voluntariatul, pentru mine, este locul
unde uit de problemele mele și mă concentrez pe copii
și nevoile lor. Voluntariatul este bunătate, dorința de
a face bine, grijă și responsabilitate. O altă persoană
spune că pentru ea, voluntariatul înseamnă curcubeul
ei pe care îl dă altor persoane care au nevoie de unul
mai mult decât ea!

Începe de azi să fii și tu o speranță pentru cineva!

Ce este realitatea?

de Simona Mihai

Fiecare persoană percepe realitatea în felul său, de aceea realitatea nu este altceva decât o iluzie. De ce? Pentru că oamenii cred pur și simplu în ea și nu sunt conștienți că de fapt ei o creează. Pentru unii, soarele de pe cer este o binecuvântare, pentru alții, un blestem. Unii fug de umbră, pe când alții o îmbrățișează cu drag. Unii tratează viața cu indiferență, considerând-o banală, alții văd viața ca pe un miracol și o trăiesc pe deplin, în timp ce pentru alții, viața nu a fost, și nu este altceva decât un șir de eșecuri, de înfrângeri.

Fiecare individ este centrul propriei realități. În funcție de ce alege să facă, are puterea de a modela lucrurile care se petrec în jurul său. Cu siguranță nu există persoană care să nu se fi întrebat măcar o dată: „Ce ar fi fost dacă... ? Dar oare și asta să fie o iluzie? Dacă noi, ca oameni, avem doar iluzia libertății de a decide, că această libertate este una controlată, și că rezultatul faptelor noastre este același? Dacă totul se întâmplă așa cum este scris?

Omul există doar prin intermediul relației sale cu lumea și poartă în el un potențial constructiv sau distructiv care stă la originea intențiilor și motivațiilor sale. Nevoile și motivațiile îi dictează comportamentul. Omul nu este doar trup fizic. El este și suflet, și conștiință. Trupul reprezintă doar un recipient, este efemer, iar esența umană o constituie latura interioară a fiecărui individ. Felul în care o a m e n i i decodifică realitatea,

determină realitatea pe care ei o trăiesc. Totul pleacă de la gândire și depinde în totalitate de alegeri. Fiecare gând se transformă în vorbe, vorbele în fapte, iar faptele sunt influențate de alegeri. Prin intermediul deciziilor pe care le ia, omul își construiește, pas cu pas, traseul vieții, adică propria realitate, pentru că doar el este responsabil de propria lui existență. Nimeni în locul său nu poate lua decizii în ceea ce îl privește, pentru că nimeni nu îi poate trăi viața. El singur are dreptul de a decide ce fel de persoană vrea să devină, ce fel de oameni dorește să aibă alături și ce cale dorește să urmeze.

Atunci când acționează liber, mai degrabă pentru acțiunea propriu-zisă decât motivat de urmări, omul învață să se perfecționeze. Atunci când își alege un obiectiv și investește în el întreaga putere de concentrare, orice va face în acel sens, va deveni o sursă de bucurie.

Singurul element care distorsionează realitatea este frica. Nimic nu poate fi mai cumplit decât necunoscutul, iar nevoia de comunicare provine din frica de singurătate. Cuvintele și comportamentul oamenilor influențează categoric atât propria realitate, cât și pe a celor cu care interacționează, datorită impresiei pe care o lasă despre Sine. C. Noica spune că fără conștiința de sine, colectivul rămâne doar o gloată.

Orice cultură începe în modalitatea realității date și numite, sfârșind în realitatea întimității cu lucrurile și cu ceilalți, iar fără a denumi o realitate, nu se ajunge la cultură!



Comunicarea în zilele noastre

de Elena-Diana Pușcașu

Deși trăim într-o epocă a comunicării, totuși legăturile dintre oameni sunt din ce în ce mai dificile. Comunicarea a devenit din ce în ce mai abruptă, probabil pentru a crește gradul de eficiență, nu mai avem nevoie de eufemisme, spunem lucrurilor pe nume. Nu-i rău, în principiu, dar efectiv devine îngrijorător. Spunem lucrurilor pe nume, dar nu ne mai „glăsuim” gândurile. Încep să dispară nuanțele, să se îngusteze sensurile, iar „adevărurile” sunt tot mai foliate. Tot mai des primesc sms-uri, chiar și de la prieteni, în care mi se aduce la cunoștință succint ce și cum. Nu mai comunicăm prin viu grai, pentru că „ne întindem la vorbă”. Este o realitate: fiind atât de ocupați, suntem nevoiți să devenim eficienți.

Scrisoarea, stiloul, telefonul fix au fost aproape date uitării. Câți dintre noi mai folosesc stiloul? Dar hârtia filigranată și plicul? Le folosim poate, doar atunci când dorim să impresionăm o persoană specială. A fost uitat însă și obiceiul banal de a răspunde... Astăzi avem la dispoziție o multitudine de modalități de comunicare: telefon mobil, Email, SMS, Viber, Facebook Messenger, WhatsApp, Yahoo Messenger, iată doar câteva din cele mai frecvente unelte care au apărut în ajutorul comunicării.

Cheia comunicării eficiente este chiar dialogul, materializat prin orice mod: replica, decizia de cumpărare

a produsului/serviciului, efectuarea unei vizite sau adesea cel mai banal... răspunsul.

Cum se face că, din ce în ce mai des, mesajele noastre nu primesc răspuns? Care dintre noi nu a fost îngândurat în momentul în care a scris un mesaj și nu a primit un răspuns? Poate nu răspundem pentru că suntem ocupați, suntem ignoranți, suntem plictisiți, suntem importanți etc. ? Dacă vom căuta în literatura de specialitate, vom găsi mereu același sfat: petrece câteva secunde și răspunde.

Tot mai des văd oamenii din jurul meu, care, angajați într-un dialog, devin tot mai agresivi în argumentare. De parcă, fiecare discuție este un conflict de opinii. Îți poți păstra liniștit opiniile, chiar dacă mai ascuți o părere, chiar dacă lași loc unei explicații,

chiar dacă, măcar temporar, cochetezi cu o altă abordare. Sau acele opinii se pot schimba, într-adevăr, în urma unor transferuri de idei. Uneori mă întreb: cine are interesul ca noi, oamenii, să nu mai facem un așa mare schimb de opinii, ci să ne eficientizăm

la maxim comunicarea? Să nu mai avem timp să vorbim?

Nuanțând lucrurile poți pierde timp, dar poți câștiga informație. Fără ajutorul comunicării, fie în familie sau în spațiul public, suntem, devenim niște ființe debusolate, stresate, anxioase și lipsite de consistența trăirilor intense, productive.



De vorbă cu mine însămi

de Simona Mihai

Deschid ochii. Îmi zvâcnește tâmpla. Pentru o fracțiune de secundă, gândurile mi se zbat și imagini mi se desfășoară în minte cu lucruri pe care le voi face astăzi... apoi e liniște.

O liniște apăsătoare și dureroasă, care mă face irascibilă. Iarăși o iau de la capăt... timpul trece lent și repede totodată. Mă doare capul. Unde alerg? De ce mă stresiez? Sunt confuză. Încerc să îmi revin, dar pleoapele îmi sunt grele, iar această nouă zi reprezintă pentru mine un chin. Mă enervez iar. La naiba cu tot! Mă privesc în oglindă și mă simt străină de corpul meu. Un corp trecător. Cine ești? Nu ești eu! Unde am

dispărut?

Vreau doar să mă odihnesc. Îmi savurez ceaiul. Încă tânjesc după mai multe clipe de somn. Mă uit la ceas și inima îmi tresare. Grăbește-te, îmi spun. Unde? De ce? Care e scopul? Vreau să renunț. Să opresc timpul și să nu îmi mai pese de nimic.

Ahh, diseară voi fi în pat din nou. Abia aștept! Zâmbesc forțat, mă mișc mecanic. Mimez seninătatea. Mă uit mereu la ceas. Of, ce greu trece. Dar totuși nu vreau. Nu mă pot concentra. Am sufletul obosit. Unde e fericirea? Trăiește clipa! Trăiește clipa, îmi repet. Relaxează-te. Zâmbește. Nu mai trăi în viitor. Te îndreapți spre nicăieri...

Cum să vorbim în public?

Câteva reguli prețioase pentru o conversație perfectă

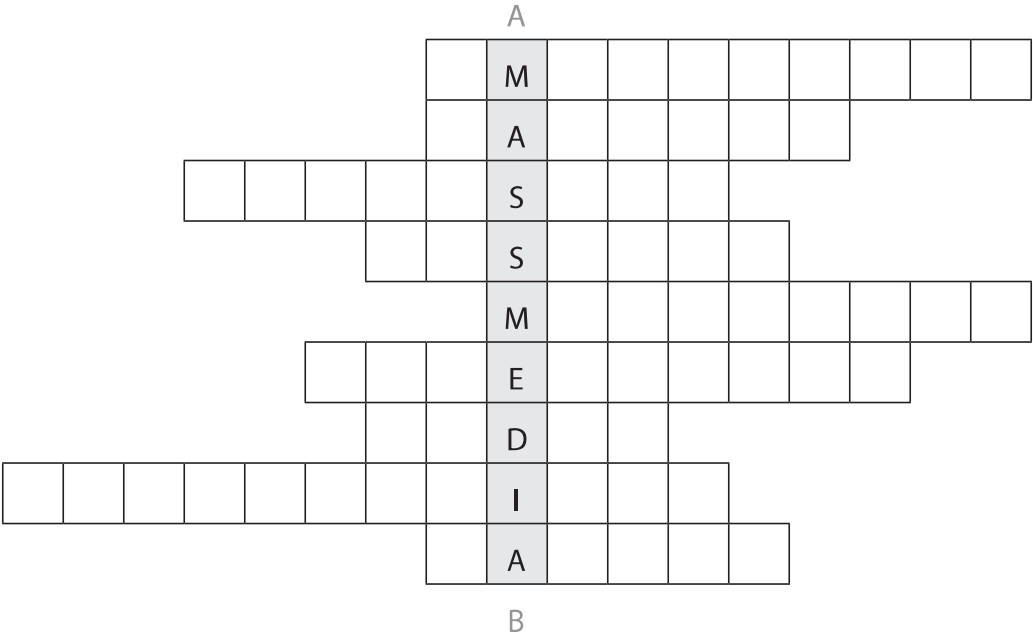
de Sorina-Roxana Constandache

- 1. Ne interesează informațiile ieșite din comun despre lucrurile obișnuite.
- 2. Unicul subiect de care părem interesați suntem noi înșine.
- 3. Cel care îi face pe ceilalți să vorbească despre ei înșiși, despre lucrurile care îi interesează și care știe să-i asculte atent va fi, în general, considerat priceput în arta conversației, chiar dacă nu vorbește prea mult.
- 4. Bârfa pură, poveștile adevărate vor trezi și vor menține aproape întotdeauna atenția publicului. Vorbitorul trebuie să sublinieze doar câteva idei, pe care să le exemplifice cu cazuri de interes general omenesc.

- 5. Vorbiți la obiect. Nu trebuie să aparțineți genului de vorbitori „sărac, dar cinstit». Nu spuneți doar că Martin Luther era „încăpățânat și iremediabil” în copilărie. După ce enunțați faptul, amintiți cum era muștră de către profesorul său și de câte „cincisprezece ori pe zi». Acest lucru da claritate afirmației, impresionează și trezește interesul.
- 6. Presărați-vă discursul cu expresii care creează imagini, prin cuvinte ce pun în mișcare faptele chiar în fața ochilor voștri.
- 7. Dacă este posibil, folosiți propoziții echilibrate și idei contrastante.
- 8. Interesul manifestat de vorbitor e contagios. Publicul se va molipsi cu siguranță dacă vorbitorul este suficient de convins de ceea ce spune. Interesul însă nu poate fi trezit printr-o aplicare mecanică a unor simple reguli.

Rebus creat pe baza modelului lui Roman Jakobson

de Monica Butăcel



- 1. Este locutorul care emite mesajul comunicării.
- 2. Este definit de R. Jakobson, drept un mijloc care asigură conexiunea dintre emițător și receptor.
- 3. Funcția ... permite emițătorului să-și comunice impresiile, emoțiile, judecățile asupra conținutului mesajului.
- 4. Este un ansamblu de semne lingvistice, adică un enunț.
- 5. Comunicarea este definită drept interacțiune socială, prin intermediul... .
- 6. Este cel care primește mesajul transmis de emițător.
- 7. Este un ansamblu de semne și combinații ale acestora, care sunt comune codicatorului și decodicatorului.
- 8. Funcția ... este centrată pe scop, referent.
- 9. Funcția ... permite stabilirea, întreruperea și menținerea contactului public cu receptorul.

Despre Twitter

de Ștefan Irimia

Twitter este un site online sau o rețea socială, care permite utilizatorilor săi să trimită și să citească mesaje scurte de 140 de caractere, numite „tweets”. Twitter este uneori descris ca fiind „SMS-ul Internetului”.

Twitter este un loc în care poți scrie și împărtăși ideile cu ceilalți prin mesaje scurte și este un mijloc de comunicare în lumea întreagă. Avantajul Twitterului în fața serviciilor de mesagerie instantanee (Yahoo Messenger, Google Talk etc.) este că poți comunica cu mai multe persoane în același timp, la fel ca prin intermediul unui blog, doar că există o limită de caractere. Twitter oferă și posibilitatea de a trimite sau primi mesaje private între doi utilizatori, cu condiția să se urmărească reciproc.

Twitter a fost creat în anul 2006 de către Jack Dorsey, Evan Williams, Biz Stone și Noah Glass. Serviciul a câștigat rapid popularitate în întreaga lume, cu mai mult de 100 de milioane de utilizatori, care postau peste 350 de milioane de tweet-uri pe zi. În anul 2013 Twitter a fost în top zece cele mai vizitate site-uri.

Cum funcționează? Este suficient să vă conectați pe site-ul www.twitter.com și să vă creați un cont gratuit. Odată înregistrat, Twitter vă propune să vă căutați prietenii de pe MSN și Gmail, iar apoi vă sugerează o listă de personalități (precum vedetele din liga de baschet nord-american sau rapperul P. Diddy) pe care să le urmăriți. După ce ați completat aceste două etape, puteți să accesați propria pagină pe Twitter.

În coloana din dreapta se va afișa o serie de informații: o mică biografie (pe care puteți să o personalizați accesând butonul „settings”),

numărul de persoane al căror flux de informații îl urmăriți („following_profile”), numărul de persoane care urmăresc fluxul dumneavoastră de informații („followers_profile”). Această pagină beneficiază de o adresă fixă - de forma twitter.com/pseudonimul_dumneavoastra - și poate fi, prin definiție, accesată de toți utilizatorii de internet (puteți totuși să selectați opțiunea prin care această pagină devine privată, însă această comandă limitează scopul pentru care a fost creat acest serviciu).

Dacă doriți să contactați o anumită persoană, trebuie să inserați semnul @ în fața pseudonimului acelei persoane.

Dacă un mesaj postat de un utilizator pe care îl urmăriți vi se pare interesant, puteți să răspundeți acestui mesaj, pentru ca acesta să poată fi vizualizat și de persoanele care vă urmăresc. Pentru aceasta, este suficient să copiați mesajul acelei persoane, precedat de mențiunea RT (ReTwitter).

Pentru a posta o fotografie pe Twitter, conectați-vă pe www.twitpic.com, folosind aceleași date de identificare pe care le folosiți când vă conectați pe Twitter. Puteți să postați o fotografie, care va fi afișată direct pe fluxul personal Twitter.

Pentru a arhiva anumite informații pe Twitter, se folosesc simbolurile. În mesajele postate, utilizatorii pot să specifice o parolă, precedată de semnul # (de exemplu, #cannes sau #1mai).

Câteva sfaturi și trucuri utile - O fereastră de căutare este accesibilă pe coloana din dreapta de pe contul Twitter. Totuși, search.twitter.com este o

opțiune mai simplă și mai eficientă, deoarece se actualizează în timp real. De exemplu, dacă un utilizator folosește comanda #cannes, lăsând fereastra deschisă, el va putea să vizualizeze, treptat, toate mesajele despre Festivalul de Film de la Cannes, care sunt postate pe acest serviciu.

Twitter este accesibil și de pe un smartphone. Există o interfață Web pentru telefoanele mobile, însă specialiștii o consideră destul de limitată. Cea mai bună soluție este instalarea unei mici aplicații pe telefonul mobil: TwitterFon sau Twitterrific pentru iPhone, Pocketwit pentru Windows Mobile, Twitterberry pentru utilizatorii de Blackberry, sau Twidroid pentru posesorii de Google Phone.

Toate aceste programe permit postarea unei fotografii pe Twitter de pe telefonul mobil.

Cuprins

- pag. 04 Teo Rusu (Baciu) - *Zhou Yang: „Învățarea limbilor străine necesită acumulare și multă practică; să înveți chineza este mai mult de atât.”*
- pag. 06 Alexandra Lazăr - *Țîmpul - cea mai de preț resursă a ta*
- pag. 06 Alexandra Lazăr - *Epigrame*
- pag. 07 Cosmina-Elena Cernat - *Comunicarea esențială*
- pag. 07 Monica Butăcel - *Rebus pe baza conceptului de comunicare*
- pag. 08 Elena Cotfas - *Relația dintre jurnaliști și specialiștii în relații publice*
- pag. 09 Alina Bulai - *Călătoriile și dezvoltarea personală*
- pag. 09 Cosmina-Elena Cernat - *Tipologia dosarelor de presă*
- pag. 10 Elena-Diana Pușcașu - *Comunicarea construiește realitatea*
- pag. 12 Elena Cotfas - *Rolul specialiștilor în relații publice în timpul unei crize*
- pag. 13 George Cosmin Cristea - *Reddit - un alt fel de rețea de socializare*
- pag. 14 Mihaela Toma - *Managementul conflictelor la locul de muncă*
- pag. 15 Andreea Gherasim - *Rebus*
- pag. 16 Monica Butăcel - *Fii și tu speranța cuiva, alege să faci voluntariat!*
- pag. 18 Simona Mihai - *Ce este realitatea*
- pag. 19 Elena-Diana Pușcașu - *Comunicarea în zilele noastre*
- pag. 19 Simona Mihai - *De vorbă cu mine însămi*
- pag. 20 Sorina-Roxana Constandache - *Cum să vorbim în public*
- pag. 20 Monica Butăcel - *Rebus creat pe baza modelului lui Roman Jakobson*
- pag. 21 Ștefan Irimia - *Despre Twitter*

