

MISIUNEA CADRULUI DIDACTIC DE A COMUNICA DESPRE INSTITUȚIA DE ÎNVĂȚĂMÂNT

*Sadovei Larisa, dr., conf.univ.
UPS „Ion Creangă” din Chișinău*

CZU:378.4:659.3

Abstract

In the given article, it is discussed the importance of teachers' message regarding the values of the educational institution. The extremely complex network of information flow in the educational institution is essential in creating the image of organizational identity, the teachers being challenged for a new role as “promoter of the institutional image”. If in pedagogical communication the message is elaborated by the teacher and oriented towards the formation of students' competencies, in institutional communication the message is of the organization, as results of the professional achievements of each member of the institution and the competence of external delivery.

Key-words: communication, institutional communication, institutional message

Orice referențial al competențelor profesionale ale cadrului didactic include în structura sa componenta *comunicare*. Căutând sau nu compromisuri, *competența de comunicare* a cadrului didactic nu va fi nicidecum eliminată din standardul profesional, grație poziționării favorite în structura competențelor-nucleu la nivel instrumental și de atitudine, prin rolul solicitant pentru feed-back. „Capacitatea de a influența elevii și motiva pentru activitatea de învățare, în general, și pentru învățarea unei discipline de studiu, în particular” [5, p. 81], reprezintă esența competenței de comunicare a profesorului, fapt pentru care nu se poate renunța la includerea acestei competențe în oricare model de standard sau referențial profesional al cadrului didactic.

Simplitatea variabilelor procesului de comunicare în modelul propus de C. Shannon și W. Weaver (1949: emițător-receptor; codare-decodare; canal și feed-back) este preluată ca bază și transpusă la problematica domeniului cercetat, asigurându-i funcționalitate din subvariabilele determinate contextual. În acest mod este asigurat câmpul conceptual pentru *comunicarea pedagogică*, în sensul „principiului axiomatic al activității de educație care presupune un *mesaj educațional*” [3, p. 47], la fel și pentru *comunicarea didactică*, semnificând conținuturi în contextul *procesului instructiv-educativ* [4, p.177], dar și a modelelor de conduită deontologică a cadrelor didactice în situație de comunicare profesională, precum *comunicărea asertivă*, *comunicărea empatică*, *comunicarea tolerantă*, *comunicarea interculturală* etc.

Luând în considerație valoarea axiomatică a elementelor procesului de comunicare și a cuantumului teoriilor din diferite domenii în perspectiva fundamentării domeniului comunicare (pedagogie, psihologie, sociologie, lingvistică, matematică etc.), aducem în atenție demersul care dorim să-i conferim justificare epistemologică, axat pe **misiunea cadrului didactic de a comunica despre instituția de învățământ**. Acceptând riscul învinuirii, generat de obiectul de studiu al „științelor comunicării” și evocat de sensul interdisciplinar al domeniului (un subiect considerat déjà istoric), pentru conturarea liniilor de consistență epistemologică va fi clarificat transferul funcțional al conceptului de *comunicare instituțională* în *comunicarea pedagogică*, stabilind conexiuni și demarcații pentru ambele. „Valorificarea pedagogică a tuturor conceptelor și metodologiilor preluate din alte științe socioumane permite nu numai rezolvarea „confruntării”, dar și orientarea soluțiilor alese în sens normativ”, este afirmația pătrunsă în conștiința comună a colectivităților didactice în argumentarea statutului științific al pedagogiei [1, p. 11], devenind și reperul nostru în consolidarea câmpului conceptual al comunicării instituționale.

În comunicarea pedagogică/didactică mesajul este elaborat de profesor și orientat profesional spre formarea competențelor elevilor, realizând un „transfer complex, multifazial, prin canalele informației”, creând situații de asigurare a conexiunii inverse din asumarea simultană și succesivă a rolurilor de emițător și receptor. În acest mod, cadrul didactic este cel care se autodezvoltă, relația de comunicare cu elevii/studentii impune exigențe de accesibilitate, precizie, claritate și coerență ale limbajului disciplinei pe care o predă. Fraza științifică pe care o exprimă este transmisă sub imperiul principiilor comunicării mesajului, construită logic dintr-o acumulare de termeni, inclusiv de combinații și de nuanțări lingvistice menite să-și exprime trăirile din organizarea concretă a informației și cunoștințelor pe care le comunică. Referitor la elevi, ca destinatari ai comunicării, aceștia trebuie să fie capabili din punct de vedere psihologic și cultural să înțeleagă comunicarea profesorului, să posede un fond de cunoștințe necesar receptării noilor informații și o motivație pentru primirea acestora.

În comunicarea instituțională mesajul este al organizației, receptat de structurile mentale și atitudinal-afective ale angajaților, menite să transmită o imagine despre valorile instituției în exterior, pornind de la informații autentice. Rețeaua extrem de complexă a fluxului informațional în instituția de învățământ este esențială în crearea imaginii despre identitatea organizațională, exercitând o influență efectivă asupra opiniilor, ideilor sau comportamentelor celor care o receptează, definită prin termenul „efect al comunicării”. Pentru ca transferul de informație să devină un proces de comunicare, emitentul trebuie să aibă intenția de a provoca receptorului un efect, prin urmare, comunicarea devine un proces prin care un emițător transmite o informație receptorului prin intermediul unui canal, cu scopul de a produce asupra receptorului anumite efecte, menționează autoarea volumului „Teoria comunicării”, S. Craia [2, p. 58.]

A comunica despre instituția de învățământ nu este doar o provocare, este un rol, o datorie, o misiune a cadrului didactic, în calitatea sa de agent și promotor al actului educational. Multitudinea grupurilor de referință în care se identifică profesorul impun cerințe diferențiate: reprezintă autoritatea publică; este transmitător de cunoștințe și educator, evaluator al elevilor, partener al părinților, membru al colectivului didactic, coleg etc. Vectorul comunicațional este difuzat substanțial pe toate planurile implicate de acțiunea educativă, nu puțin la număr, roluri dictate de specificul domeniului și care pun accentul pe o anumită latură a activității, circumscriind, în fond, locul său în procesul de învățământ.

Faptul că noile exigențe la care trebuie să răspundă sistemul educațional, inclusiv reformele, atât naționale, cât și internaționale, operează o metamorfoză pe terenul rolurilor cadrului didactic, se instituie un nou rol pentru cadrul didactic: *promotor de imagine instituțională*. Indiferent de perspectiva din care abordată activitatea cadrului didactic, *mesajul instituțional devine parte integrantă a realizărilor profesionale și reprezintă discursul de autoreprezentare a propriei identități în organizația pe care o reprezintă*. Expert al actului de predare-învățare, observator sensibil al comportamentului elevilor și îndrumător persuasiv al acestora, agent-motivator, exemplu pozitiv pentru elevi și societate, cadrul didactic își asumă rolul de emițător al „filozofiei și culturii sale, spre a pune în evidență vocația socială a instituției”.

Generarea zilnică a sutelor de mesaje în cadrul unei instituții provoacă la clarificarea răspunsului din întrebarea, dacă toate sunt proprii comunicării instituționale. Alessandro Rovinetti, dă un răspuns negativ, calificându-le instituționale exclusiv pe acele, care corespund următoarelor funcții:

- oferă informație normativ-instituțională la nivel juridic: legi, regulamente, dispoziții,

decizii, instrucțiuni, etc.;

- dirijează activitatea subdiviziunilor instituției, asigurând spor de influență în luarea deciziilor pe bază de motivație și atitudine profesională;
- creează condiții de eliminare/ameliorare a conflictelor din comportamentele individuale și de grup;
- stabilește relații de înțelegere și aprobare a activității instituției [7, p. 59].

Tipologizarea mesajelor instituționale este redată de C. Marin în baza următoarelor criterii: *obiectivul, maniera, oportunitatea, forma de codificare, modul de distribuire* [6, p.42], prezentate ulterior în plan dezvoltat fiecare criteriu.

1) În funcție de ***obiectivul mesajului instituțional*** se disting mesaje:

- **de familiarizare** (mesajul prin care se aduce la cunoștință notorietatea instituției sau prin care publicul este inițiat în problematica sau misiunea instituției);
- **de identificare** (mesajul prin care se pune în evidență calitățile relevante ale instituției);
- **de clarificare** (mesajul care aruncă lumină asupra unor probleme controversate, mai ales, în perioada de criză sau în situația de conflict);
- **de rectificare** (mesajul care înlătură falsul, denigrarea, eroarea etc.);
- **de acțiune** (mesajul ce revendică reacția imediată).

2) În funcție de ***maniera mesajului instituțional*** se disting următoarele varietăți de mesaje:

- **lejer** (mesajul în care obiectivul urmărit e doar sugerat);
- **forte** (finalitatea comunicării e promovată prin mesaj în mod fățiș);
- **inofensiv sau loial** (mesajul care nu contravine reprezentărilor pe care le are deja destinatarul despre instituție);
- **expansiv sau agresiv** (mesajul care tinde să modifice reprezentările destinatarului despre instituție contrar voinței sau dorinței acestuia).

3) În funcție de criteriul oportunității ***mesajului instituțional*** este divizat în:

- **preventiv** (mesajul anticipează comunicarea programată, având scopul de a tatonă situația);
- **optimal** (mesajul e lansat în termenii temporali și spațiali cei mai potriviți);
- **tardiv** (mesajul e difuzat după ce publicul și-a făcut dej a o reprezentare despre instituție).

4) În funcție de criteriul ***formeii de codificare sunt prezente mesaje de tip:***

- **verbal**
- **scris**
- **vizual**
- **multimedia.**

5) În funcție de criteriul ***modului de distribuire:***

- **intențional** (mesajul planificat, elaborat și difuzat);
- **involuntar** (mesajul accidental, neprogramat);
- **neformal** (mesajul generat de grupările neformale din sînul sau din afara unei instituții).

În comunicarea instituțională, C. Marin este de părere că produsul instituției este de asemeni valoros prin reprezentările sociale furnizate de „purtătorul de cuvânt al celui care-l lansează pe piață”, dar poartă un caracter complementar, considerat mesaj specific.

Accreditarea instituției în plan extern este rezultatul calității actului de comunicare, definit de modul prezentării valorilor instituției, „spre legitimarea personalității ei prin conversiunea

identității în imagine instituțională, precum și spre obținerea consensului cu opinia publică în baza vocației sociale a instituției”, menționează [6, p. 42].

Mesajul instituțional de familiarizare, prin care este adusă la cunoștință misiunea Universității Pedagogice de Stat „Ion Creangă”, este reflectat publicului larg pe pagina web a instituției (<https://www.upsc.md/>) prin următorul conținut: „Universitatea Pedagogică de Stat „Ion Creangă” din Chișinău este o instituție de învățământ superior, care are drept scop formarea inițială și continuă de nivel superior a specialiștilor în domeniul *Științelor educației, Științelor umanistice, Științelor sociale, Arte, Științe exacte și Asistență socială*, asigurând acestora calificări profesionale competitive pe piața muncii, precum și în dezvoltarea activității de cercetare științifică și valorificarea rezultatelor acesteia. Planul strategic al UPS „Ion Creangă” este elaborat în acord cu prevederile reformelor în curs de desfășurare în sistemul național și european de învățământ, urmărind **realizarea misiunii universității: de formare pedagogică a cadrelor didactice și inovare a științelor educației prin cercetări inter- și transdisciplinare**”.

Unul din *mesajele de identificare*, prin care au fost puse în evidență calitățile relevante ale Universității Pedagogice de Stat „Ion Creangă”, este definit de profilul de cercetare „Științe ale educației și formarea cadrelor didactice”, articulând viziunea științifică a domeniului pedagogie cu cele mai importante rezultate științifice, acumulate în diverse perioade. Problematika științifică este orientată spre rezolvarea eficientă a problemelor învățământului contemporan la toate nivelurile de formare, îmbinând eficient procesul de instruire cu creația științifică. În acest sens, facultățile și catedrele Universității constituie subdiviziuni universitare performante atât în domeniul formării cadrelor pedagogice pentru învățământul preuniversitar, cât și în domeniul cercetării științifice în științe ale educației: pedagogie generală, teoria și metodologia instruirii pe diverse discipline la toate treptele de învățământ [7].

Mesajul de clarificare, care facilitează crearea imaginii despre performanțele Universității Pedagogice de Stat „Ion Creangă”, indiferent de opiniile uneori distorsionate asupra realității, este edificat de rezultatele activității, însoțite de dovezi pertinente prezentate în planurile cantitativ și calitativ. În Raportul de autoevaluare a profilului de cercetare „Științe ale educației și formarea cadrelor didactice” sunt prezentate un șir de date statistice cu privire la numărul *lucrărilor apărute în edituri străine și în edituri din țară; capitolelor din monografii; articolelor științifice apărute în reviste de specialitate din străinătate și din țară; articolelor științifice publicate în culegeri și enciclopedii; publicațiilor electronice; comunicărilor prezentate la manifestări științifice, publicate ca rezumat și ale comunicărilor orale/postere la conferințe; manualelor și ale capitolelor în manual; lucrărilor instructiv-metodice; a cărților și articolelor de popularizare a științei etc.*, toate acestea fiind argumentate de referințele concrete unde au fost publicate și de textul argumentativ.

În funcție de criteriul *forme de codificare*, **mesajul Raportului reflectă forma scrisă**; în funcție de criteriul *modului de distribuire este intențional* (mesaj planificat, elaborat și difuzat pe pagina web al Consiliului Național de Acreditare și Atestare); în funcție de *criteriul oportunității* mesajul instituțional a fost transmis *în termenii temporali stipulați*. În funcție de *maniera mesajului instituțional*, este de natură *forte*, asigurând publicul de **loialitatea informației, în sens, că nu** contravine reprezentărilor pe care le are deja destinatarul despre instituție, și descris în felul următor: „echipa cercetătorilor în profilul de cercetare „Științe ale

educației și formarea cadrelor didactice” a publicat pe parcursul perioadei evaluate lucrări în domeniul pedagogie: monografii, studii, articole științifice și de popularizare a științei, comunicări la manifestații științifice, manuale, lucrări metodice etc.; rezultatele acestor și altor cercetători, prin elaborarea conceptelor și tehnologiilor educaționale progresive, sunt pe larg expuse în publicațiile și materialele forurilor științifice din țară și de peste hotare” [8].

În concluzie, **comunicarea instituțională** este definită de activitatea informațională a unei entități sociale, direcționată spre acreditarea complexă a acesteia în planurile intern și extern; **a comunica despre instituția de învățământ** clar, accesibil, coerent, inteligibil, în deplină corespondență cu factorii de personalitate ca prestigiu, inteligență, concepție, atitudini, sistem de valori, calități umane, temperament etc., este **misiunea fiecărui cadru didactic**.

BIBLIOGRAFIE

1. BÎRZEA, C. *Arta și știința educației*. București: Editura Didactică și Pedagogică, 1998. 220 p. ISBN: 733-050-830
2. CRAIA, S. *Introducere în teoria comunicării*. București: Editura Fundației România de Măine, 2000. 159 p. ISBN: 973-582-290-3
3. CRISTEA, S. *Dicționar de termeni pedagogici*. București: Editura Didactică și Pedagogică, 1998, 480 p. ISBN 973-30-5130-6
4. CUCOȘ, C. *Pedagogie*. Iași: Polirom, 1996. 230 p. ISBN: 973-9248-03-9
5. MARIN, C. *Comunicare instituțională*. Chișinău: Centrul Tehnologii Informaționale al FJȘC, C.C.R.E. “Presa”, 1998. 185 p. ISBN: 5-85268-263-2
6. ROVINETTI, A. *L’informazione e la citta: nuove strategie di comunicazione istituzionale*. Milano: F. Angeli, 1992. 260 p. ISBN-10: 8820471205
7. *Prezentare, viziune și misiune: Universitatea Pedagogică de Stat „Ion Creangă” din Chișinău*
<https://www.upsc.md/universitate/despre-universitate/prezentare/>
8. *Raport de autoevaluare. Profilul de cercetare Științe ale educației și formarea cadrelor didactice*
<http://www.cnaa.md/files/institutions/upsc/raport-upsc-ion-creanga.pdf>; https://www.upsc.md/wp-content/uploads/2017/03/cerc_dep_cer_stiint_acred_prof_stinte_educat.pdf

CONSTRUCȚIA SOCIALĂ ȘI ETICA PERSONALITĂȚII CADRULUI DIDACTIC: CONCEPTUL DE SINE, AUTOCUNOAȘTEREA, AUTOACTUALIZAREA ȘI AUTOEFICIENȚA

*Cuznețov Larisa, doctor habilitat, prof. univ.
UPS „Ion Creangă” din Chișinău*

CZU: 316.61:174:371.123

Abstract

The article represents a theoretical study elaborated from the perspective of social psychology and professional deontology, which elucidates some important aspects regarding the re/social construction and the ethics of the teacher: self-concept, self-knowledge, self-actualization and personal efficiency. The aspects concerned are addressed in the context of the epistemic authority and the deontic authority of the teacher, being correlated with the self-perception and the three personality dimensions: cognitive, affective and behavioral.

Key-words: social psychology, social construction, teacher personality, ethics, self-concept, self-knowledge, self-actualization, self-efficacy.

Astăzi științele despre om și societate iau o amploare tot mai mare. A observa, a cerceta și a înțelege ce se petrece în jurul nostru este o tendință umană universală înăscută, chiar, așa spune, este un act important de supraviețuire. De la naștere, și întreaga viață, omul cunoaște, caută, învață a acționa, a lua decizii, încearcă variate soluții și comportamente. Toate aceste acte