

## ATELIERUL 2

### Reconceptualizarea traseului de profesionalizare a studenților în procesul de formare profesională inițială

#### IMPACTUL COMUNICĂRII NONVERBALE ȘI A MANAGEMENTULUI IMPRESIEI ÎN PROCESUL DE FORMARE PROFESIONALĂ

*Lucia Bîlca*

*Doctorandă în psihologie socială, grad didactic I,  
Centrul de Sănătate Prietenos Tinerilor Botanica,  
ORCID:<https://orcid.org/0000-0002-2801-4039>*

**Rezumat:** Comunicarea umană este deosebit de diferită de orice alt sistem de comunicare natural cunoscut. Comunicarea se referă la procesul prin care informațiile sunt transmise și înțelese între două sau mai multe persoane.

Să ai abilități puternice de comunicare ajută în toate aspectele vieții - de la viața profesională la viața personală și tot ceea ce se încadrează între ele. Din punct de vedere al afacerii, toate tranzacțiile rezultă din comunicare. Abilitățile bune de comunicare sunt esențiale pentru a permite celorlalți și dumneavoastră să înțelegeți informațiile mai precis și rapid.

**Cuvinte-cheie:** comunicare nonverbală, indicatori comportamentali, managementul impresiei

**Abstract:** Human communication is strikingly different from any other known natural communication system. Communication refers to the process by which the information is transmitted and understood between two or more people.

Having strong communication skills helps in all aspects of life – from professional life to personal life and everything in between. From a business standpoint, all transactions result from communication. Good communication skills are essential to allow

others and yourself to understand information more accurately and quickly.

**Keywords:** nonverbal communication, behavioral indicators, impression management.

Comunicăm în orice împrejurare, însă, niciodată întâmplător. Fiecare act de comunicare este inițiat cu un scop precis: vrem să atragem atenția, să ne impunem punctul de vedere, să direcționăm discuția sau privirea către ceva anume. Pe toate le facem aproape instinctiv, însă, întotdeauna pentru atingerea unui obiectiv. Comunicarea reprezintă un sistem de transmitere a unor mesaje care pot fi procese mentale (confuzii, gânduri, decizii interioare) sau expresii fizice (sunete și gesturi). Comunicarea constituie o necesitate și o activitate socială [3, p.103]. Comunicarea interumană menține relațiile sănătoase și construiește oportunități. În fiecare zi întâlnim diverse persoane, cu unele dintre ele reușim să formăm o relație pozitivă, sănătoasă, cu altele în ciuda eforturilor noastre, nu reușim să clădim acea atmosferă plăcută. Arta de a comunica nu este un proces natural ori o abilitate cu care ne naștem. Orice comunicare implică creație și schimb de înțelegeri. Aceste înțelegeri sunt reprezentate prin „semne” și „coduri” [1, p.238]. Obişnuim să preluăm informații despre starea interioară a unei persoane dintr-un anumit moment sau despre starea generală a acesteia. Se pare că oamenii au o adevărată nevoie să „citească” înțelesul tuturor acțiunilor umane. Modul în care vorbim, limbajul corporal și comportamentul nonverbal sunt indicatori ai emoțiilor mascate. Este important să începem

să analizăm, monitorizăm acțiunile celorlalți pentru a descoperi indicatorii tipici pe care îi utilizează în anumite situații. Iar prin conștientizarea lor putem schimba cursul acțiunii. Observarea și înțelegerea acestui proces poate să ne facă să fim mai conștienți referitor la ce se întâmplă când comunicăm, iar adoptând normele de comunicare interpersonală, individul își precizează, într-o manieră implicită, poziția pe care o preferă în interacțiunea socială și dorința sa de a fi tratat în conformitate cu această poziție de către ceilalți participanți la comunicare.

Cauza care a dus la apariția comunicării a fost necesitatea de a comunica între oameni ca persoane sau grupuri sociale, când se aflau la depărtare unii de alții. Iar motivul pentru care a determinat apoi dezvoltarea comunicării a fost necesitatea de a comunica între oameni și organizațiile lor, în condițiile dezvoltării relațiilor sociale. Formele de comunicare apar și se dezvoltă odată cu mijlocul principal de comunicare între oameni, care este limba sau limbajul. Comportamentul organizațional în procesul de formare profesională, reprezintă studiul conduitelor indivizilor în organizații, ceea ce implică înțelegerea, previziunea și controlul comportamentului uman, al modelelor și structurilor, cu scopul de a îmbunătăți mediul, performanța și eficiența organizației [1, p.235].

Termenul de *comunicare nonverbală* are o sferă mai largă decât cel de *comportament nonverbal* care vizează „*modificarea intenționată sau neintenționată a poziției corpului unei persoane în raport cu un sistem de repere spațiale sau schimbarea poziției componentelor corporale ale acestuia în raport cu un sistem de axe rectangulare, în afara acțiunii directe a altor persoane prin producerea sau*

*limitarea forțată a mișcărilor corporale sau prin deplasarea în spațiu a respectivelor persoane fără acordul acestora”* [6, p.15]. Comunicarea nonverbală este cea mai dezvoltată formă de comunicare, deoarece nu necesită anumite studii pentru a o înțelege și este descifrată în același mod de către oricine [4, p.162].

Importanța comunicării nonverbale pentru comunicarea umană derivă și din faptul că ea este ontogenetic și filogenetic primordială, și că este imposibil să nu comunicăm nonverbal [2, p.76]. Cercetările au stabilit faptul că acele persoane care pot observa și interpreta eficient limbajul nonverbal, influențând felul în care sunt percepuți de ceilalți, vor avea un succes mai mare în viață decât persoanele care nu au această abilitate. Aceste cunoștințe valoroase și utile îmbunătățesc considerabil comunicarea cu ceilalți [1, p.238].

În viața socială a oamenilor, una dintre cele mai importante abilități prezente se referă la prezentarea propriei imagini într-o lumină pozitivă în fața altora. Unii cercetători considerau că conceptul de management al impresiei, este mai mult un model de ghidare în alte cercetări, decât o teorie care se referă la comportamentul interpersonal [5, p.107], deși acesta a cunoscut un interes înalt în cercetare de-a lungul anilor '60, '70, a rămas o concepție relativ periferică în ceea ce privește psihologia socială sau a personalității.

Managementul impresiei pe care un angajat îl poate face, este identificat ca un aspect esențial în ceea ce privește succesul organizațional și ocupațional, stabilirea de relații interpersonale, atingerea identității dorite, precum și alte rezultate dezirabile [5, p.39]. Managementul impresiei este actual chiar și în cadrul întreprinderilor mondene de la locul de muncă, instituții sau alte locații, întâlniri în cadrul cărora

oamenii urmăresc reacțiile celorlalți la adresa lor, încercând mai apoi să transforme aceste reflecții în unele dezirabile care să ducă la atingerea obiectivelor dorite [7, p.566].

*Procesul de formare profesională, asigură creșterea și diversificarea competențelor profesionale, prin inițierea, calificarea, recalificarea, perfecționarea și specializarea persoanelor și conduce spre dezvoltarea capitalului uman, datorită experiențelor de viață acumulate prin formarea profesională, prin educație, prin calitatea și cantitatea acestuia.*

*Pe termen lung, tendința generală de dezvoltare a economiilor are la bază activitatea forței de muncă ce presupune dezvoltarea, aplicarea ideilor noi, creșterea creativității și inovației.*

Programele de recalificare sau specializare a unor membri ai organizației pentru eficientizarea muncii oferă oportunități de dezvoltare profesională, inclusiv prin acorduri de parteneriat la nivel de instituții din țară și/sau peste hotare, care ar veni să cultive comportamentul rezonabil la locul de muncă și vor contribui la performanță și la atribuirea de aptitudini manageriale și păstrarea motivației de competență în domeniu prin importanța care este acordată imaginii profesionale.

Restructurarea organizațională privind adaptarea organizației la un mediu puternic concurențial, care să includă diagnosticarea problemelor organizației, formularea unui plan strategic și mobilizarea resurselor care să pună acest plan în aplicare.

Crearea unui ecosistem de inovare prin direcții de acțiune orientate către dezvoltarea de proiecte inițiate de companii, centre de competență, infrastructură de inovare (acceleratoare și incubatoare de afaceri), programe de

doctorat și postdoctorat în domenii prioritare, infrastructuri de cercetare, performanță și concentrare organizațională, un mecanism de orientare strategică, pentru a crește corelarea formării resurselor umane cu nevoile mediului organizațional. Astfel, gestiunea profesională ar reuși să planifice și să modeleze progresul capitalului uman în cadrul unei organizații în concordanță cu evaluările nevoilor organizatorice, precum și cu performanțele, potențialul și preferințele individuale ale membrilor acesteia, dezvoltate prin instruirea formală și educație, având scopul de a actualiza și reînnoi capacitățile persoanei.

Pentru sporirea capacităților de comunicare nonverbală și management al impresiei ale angajaților, sunt necesare intervenții atât la nivelul capacităților intrapersonale și interpersonale, cât și la nivelul percepției și atitudinilor membrilor mediului social și profesional, recomandându-se implicarea reprezentanților acestui mediu în programele destinate optimizării competențelor relaționale și activităților profesionale.

## **BIBLIOGRAFIE**

1. Bîtea L. Rolul comunicării nonverbale. In: Preocupări contemporane ale științelor socio-umane în contextul transformării de mentalități. Materialele Conferinței Științifice Internaționale, Ediția a VII-a, Chișinău, 8-9 decembrie 2016. Chișinău: Tipogr. Biodesign, 2016, p. 234-240.
2. Chelcea, S. (coord.). Comunicarea nonverbală în spațiul public. București, Editura Tritonic. 2004, p. 74-86.
3. Chiru, I. Comunicarea interpersonală. București, Editura Tritonic, 2003, p. 96-115.
4. Knapp, M. L. Nonverbal communication in human interaction. New York: Holt, Rinehart & Winston, 1978, p.159-171.

5. Leary M.R. și Kovalsky R.M. Impression management. A literare review and two-component model/Psychology Bulletin, 1990, p. 34-47, 107.
6. Pânișoară, Ion Ovidiu. Comunicarea eficientă. București, Editura Polirom, 2006, p. 14-17.
7. Schlenker, B. R., & Britt, T. W. Beneficial impression management: Strategically controlling information to help friends. *Journal of Personality and Social Psychology*, 76(4), 1999, p. 559-573.

**ASPECTE DE VALORIFICARE A LUCRULUI  
INDIVIDUAL ÎN CADRUL DISCIPLINEI  
„ACTIVITĂȚI EXTRACURRICULARE” LA  
PROGRAMUL DE STUDII „PEDAGOGIE ÎN  
ÎNVĂȚĂMÂNTUL PRIMAR”**

*Bulat Ana, asistent universitar,  
UPS „I. Creangă”, catedra „Pedagogia Învățământului  
Primar”*

**ORCID: 0000-0002-5723-0195**

**Rezumat:** Articolul dat clarifică unele aspecte praxiologice de valorificare a lucrului individual la programul de studii „Pedagogie în Învățământul Primar” în cadrul disciplinei „Activități extracurriculare”

**Abstract:** This article clarifies some praxiological aspects of capitalizing on individual work in the study program "Pedagogy in Primary Education" in the discipline "Extracurricular activities"

**Cuvinte-cheie:** activități extracurriculare, curriculumul oficial școlar, lucru individual, învățare individualizată

**Key-words:** extracurricular activities, official school curriculum, individual work, individualized learning