

REFLECȚII PE MARGINEA DEMERSULUI CURRICULAR DE DEZVOLTARE A COMPETENȚELOR DE COMUNICARE ȘI NEGOCIERE EDUCAȚIONALĂ

Viorica GORAȘ-POSTICĂ

Catedra Științe ale Educației

L'un des problèmes principaux de la démarche éducationnelle est le développement des compétences de communication et de négociation. La capacité de l'individu à se lancer efficacement dans un acte de communication en se basant sur de profondes et vastes connaissances et habiletés constitue un trait particulier des gens modernes.

Les spécialistes en communication et négociation soulignent à l'unanimité qu'à partir des années '80 du siècle passé et jusqu'à aujourd'hui, s'est créée une société centrée sur les valeurs de communication, et, en tant qu'aspect de celle-ci, la négociation devient nécessaire dans tous les domaines de la vie, y compris dans le domaine éducationnel.

Le but principal de l'actuelle démarche curriculaire consiste en l'optimisation des compétences de communication et de négociation des étudiants en master par l'enrichissement et la cohérence du bagage verbal, par le recours à un arsenal varié de techniques et leur adéquation aux diverses situations de communication.

Dezvoltarea competențelor de comunicare și negociere este una dintre problemele principale ale demersului educațional contemporan, deoarece capacitatea individului de a se angaja eficient într-un act de comunicare și negociere, în temeiul unor cunoștințe și abilități profunde și largi, constituie o trăsătură definitorie a specialistului modern.

Experții în comunicare și negociere (C.Regouby, P.Veil, T.Slama-Cazacu, J-M. Hiltrop, S.Udall, D.Popescu ș.a.) subliniază în unanimitate că, începând cu anii '80 ai secolului trecut și până în prezent, la început de mileniu, s-a format o societate centrată asupra valorilor de comunicare, iar ca aspect al acesteia – negocierea devine necesară în toate domeniile vieții, inclusiv în cel educațional.

Devreme ce tot mai mult se insistă astăzi în cultura organizațională a instituțiilor de învățământ, inclusiv a celor superioare, că acestea prestează o gamă diversificată de servicii educaționale, actanții educaționali, îndeosebi profesorii și managerii, urmează să învețe din mers și să aplice în mod adecvat diferite tehnici și trucuri de comunicare și negociere cu elevii, studenții, părinții și alți actori sociali.

Curriculumul de masterat psihopedagogic intitulat „Metode și tehnici avansate de comunicare și negociere în educație” se înscrie în paradigma modernă a procesului de predare–învățare–evaluare din învățământul superior, făcând parte din sistemul curricular în cadrul Programei de formare a specialiștilor în domeniul psihopedagogiei universitare și are următoarele funcții: reglează procesul de predare–învățare–evaluare la disciplina respectivă; stabilește repere privind conexiunea demersului dat cu cele din aria curriculară psihopedagogică și filologică prin interferențe didactice; servește ca bază pentru actul didactic și pentru elaborarea manualelor, ghidurilor metodologice, notelor de curs, testelor de evaluare, softului educațional.

Orientarea strategică a curriculumului vizat este de a stabili cadrul general al disciplinei *Tehnici avansate de comunicare și negociere în educație*, expunându-se conceptele, principiile, obiectivele, conținutul, tehnicile educaționale concrete de comunicare și negociere.

Scopul de bază al demersului curricular actual constă în *optimizarea competențelor de comunicare și negociere a studenților masteranzi din științele educației prin îmbogățirea și ordonarea bagajului verbal, prin recurgerea la un arsenal variat de tehnici și adecvarea acestora la situații diverse de comunicare și negociere.*

Curriculumul dat se axează pe *concepția holistică a dezvoltării curriculare, pe parteneriatul profesor–student în procesul de învățare, pe perspectiva sistemică și dinamică a comunicării; pe principii și funcții ale comunicării și negocierii.*

Dintre principiile de bază ale comunicării, ca instrument de dezvoltare personală și profesională pe care se axează demersul nostru, remarcăm:

- comunicarea este inevitabilă: *nu putem să nu comunicăm*;
- comunicarea și negocierea sunt procese curriculare și continue, cu componente interrelaționale;
- comunicarea și negocierea implică dimensiuni ale conținutului și dimensiuni de relaționare;
- comunicarea și negocierea reprezintă un cumul de factori verbali, nonverbali, contextuali etc.;
- comunicarea și negocierea sunt simetrice și complementare.

După Parks (1994), competența de comunicare reprezintă gradul în care indivizii satisfac scopurile pe care și le-au propus în limitele situației sociale, fără să-și riște abilitățile ori oportunitățile de a urmări alte scopuri mai importante din punct de vedere individual. În acest context, se propun următoarele obiective cross-curriculare din perspectiva cadrului de calificări (competențe generale):

- **instrumentale:** cunoașterea fundamentelor teoretice și metodologice ale comunicării eficiente și ale negocierii în educație; analiza și sinteza strategiilor de comunicare și negociere în educație; aplicarea tehnicilor eficiente de comunicare și negociere în practica educațională și investigațională; evaluarea (autoevaluarea) critică a activității de comunicare și negociere;

- **investigaționale:** adaptarea la condițiile diverse și complexe de comunicare; comunicarea eficientă interpersonală și didactică; respectarea standardelor și nivelurilor/ registrelor de comunicare; dezvoltarea relațiilor interpersonale în cadrul comunității academice; aprecierea și acceptarea diversității și multiculturalității în comunicare și negociere; promovarea valorilor general-umane și cultural-academice ale interlocutorilor în medii diferite de comunicare; asumarea de responsabilități sociale și profesionale în actul de comunicare;

- **sistemic:** manifestarea creativității în activitatea psihopedagogică de comunicare și negociere; stabilirea relațiilor de toleranță, empatie și sinergie în comunicare și negociere; luarea de decizii adecvate în cadrul situațiilor de comunicare educațională.

Obiectivele generale ale cursului (competențele specifice) presupun că studenții vor fi capabili să proiecteze și să realizeze situații diverse de comunicare și negociere; să-și dezvolte competența de comunicare în baza tehnicilor avansate; să monitorizeze un demers de comunicare / negociere; să soluționeze în mod civilizat și empatic conflictele de comunicare; să elaboreze, conform situației, strategii adecvate de comunicare și negociere; să integreze cunoștințele și capacitățile nou-formate în cadrul învățământului superior; să realizeze cercetări în domeniul comunicării și negocierii; să integreze rezultatele investigației în practica psihopedagogică universitară; să rezolve în mod creativ problemele educaționale cauzate de blocajele de comunicare etc.

Printre aspectele tematice de conținut remarcăm următoarele:

- Elementele componente ale comunicării umane. Istorie și actualitate. Axiomele comunicării. Conținut și relații interpersonale. Etica comunicării umane.
- Formele comunicării. Oralitatea. Vocea. Limbajul paraverbal. Limbajul nonverbal. Cuvintele. Obstacole în gândirea și comunicarea verbală. Ascultarea eficientă.
- Comunicarea scrisă. Importanța mesajelor educaționale scrise. Etica în corespondența electronică.
- Percepția mesajelor. Comunicarea în cadrul grupului. Subiectivitate, selectivitate și gândire. Legități psihopedagogice ale percepției și manipulării. Interpretarea și reprezentarea.
- Relațiile interpersonale. Conflictul în relațiile de comunicare și negociere. Aspecte psihopedagogice de principiu. Asigurarea succesului în educație prin comunicare și negociere, prin strategii de cultivare a unor relații interpersonale eficiente.
- Strategia și stilul de comunicare și negociere. Alegerea strategiilor. Tipuri fundamentale de strategii. Principiul dozării unei strategii.
- Tactica și trucul în comunicare. Diversitatea tehnicilor și a trucurilor de comunicare și negociere. Tehnica întrebărilor.
- Argumentația și demonstrația în negociere. Pathos, logos, ethos. Regulile de aur. Tehnici de persuasiune.
- Negociatorul. Personalitatea, portretul negociatorului. Stilurile de comunicare și negociere cu impact educativ sporit.

Activitatea independentă individuală a masteranzilor include studiul (notițelor de curs, suportului de curs, manualelor) și documentarea suplimentară în bibliotecă, pe internet, pe teren etc., planul unei situații de comunicare și negociere, analiza demersului de comunicare și negociere, descrierea rezultatului la care s-a ajuns, recenzia unei lucrări științifice care abordează problemele de comunicare, descrierea aplicativă a etapelor unui conflict concret și o listă de probleme apărute în mediul educațional din cauza blocajelor de comunicare.

Stilul de negociere, ca aspect important de studiu și de analiză în cadrul cursului, se referă la ritualuri, maniere, format specific de abordare a negocierii, reguli de bază în comportament și este determinat de cultura națională, organizațională și personalitatea individuală. Și, deoarece vorbim de negocieri interculturale, vom evidenția doar elementele semnificative ale culturii naționale cu impact asupra negocierilor comerciale internaționale.

Problemele-cheie care apar când abordăm negocierea în domeniul educațional ar fi: avantajele negocierii în educație, ce se poate și ce nu ar fi de negociat; ce și de ce negociază pedagogul sau psihologul cu elevii, cu părinții, cu alți actanți educaționali; se ajunge, în mod firesc, după aplicarea diverselor tehnici, inclusiv tactici și trucuri de negociere, la strategiile de mediere și negociere a conflictului, la strategia și stilul personal de negociere care conturează, în ultimă instanță, personalitatea negociatorului.

Studentii, încercând tactici și trucuri de negociere, ajung repede să înțeleagă că negocierea este un proces deloc facil. După cum se afirmă tot mai des, nimeni nu se naște cu certificatul de excelență de orator sau de negociator. De asemenea, nimeni nu devine un orator și un negociator foarte bun peste noapte sau în câteva zile. Comunicarea și negocierea se învață din practică, din studiul insistent și sistematic și prin exercițiu / antrenament perseverent și sistematic. Există o multitudine de informații, cunoștințe, tehnici și metode care pot fi învățate și însușite, fără îndoială, din lecturi. Dar experiența se dobândește prin „baia lingvistică / de comunicare”, prin negocieri directe unde „nu se mai trage cu cartușe de manevră”, ci, dimpotrivă, confruntauarea este deosebit de dură și nemiloasă. Aici se învață cel mai bine, odată cu însușirea regulilor de bază, a trucurilor deosebit de reușite, a tehnicilor oratorilor și negociatorilor consacrați. În așa fel, calitățile și deprinderile de comunicare și negociere aici pot fi puse în evidență, pot fi exersate, șflefuite și experimentate. Atunci și acolo trebuie să fie demonstrate talentul și cunoștințele de comunicare și negociere, unde apare ocazia și unde o cere situația. A negocia ține mai mult de artă, talent și vocație decât de știință. Negocierea cere, așadar, intuiție, spontaneitate, empatie, răbdare, putere, perspicacitate, farmec personal, alte însușiri genetice. Empatia este fenomenul de rezonanță emoțională și afectivă care, într-un mod subtil, dificil de conștientizat, asigură baza comunicării interpersonale și a înțelegerii psihologice a celuilalt [10]. Zestrea nativă trebuie completată cu știința de a comunica și a negocia. Peste vocația nativă intervin: amprenta mediului, educația, formarea, experiența de viață, efortul personal, încercarea și eroarea etc. „Pentru a reuși, negociatorul trebuie să combine vivacitatea unui foarte bun scimeur cu sensibilitatea unui artist. El trebuie să-și observe interlocutorul și dincolo de masa tratativelor, cu ochiul ager al unui trăgător de elită, mereu pregătit să descopere orice breșă, oricât de mică în apărare, orice schimbare în strategie”, Gerard i Nierenberg, „The art of negotiating”.

Comunicarea presupune împărțirea unor idei, crearea comuniunii de sens și nu se percepe în afara perechii, a grupului ca atare, așa cum negocierea, în marea majoritate a cazurilor, nu este teatrul unui singur actor. De aceea, o parte integrantă a procesului de comunicare și negociere, care merită o atenție deosebită, o reprezintă formarea și pregătirea echipei de negociere și asta deoarece reușita în negociere depinde, în mare măsură, de negociator, de calitățile și de trăsăturile acestuia. Aupra acestui aspect s-a concentrat „școala psihologică a negocierii”, ce susține că nu este posibil să se disocieze procesul propriu-zis de negociere de negociatori, care reprezintă, de altfel, centrul analizei lor. Există și școli ce consideră că negocierea poate fi explicată în totalitate de comportamentul participanților la ea. Bineînțeles, în virtutea faptului că profesorul nu negociază orice și curriculumul ca document reglator al actului educațional nu se negociază cu studenții / elevii, dintre subiectele „negociabile” mai frecvent propunem: anumite aspecte de conținut, metodologia de predare-învățare, modalitățile de evaluare, fișele de monitorizare și evaluare a activității individuale de cercetare a studentului etc.

Un bun negociator trebuie să fie posesorul unor însușiri, native sau dobândite printr-o pregătire temeinică, ce se potentează prin experiența proprie și observarea atentă a altora. Din categoria trăsăturilor native ce îi sunt necesare unui bun negociator fac parte inteligența, imaginația, prezența de spirit, curajul, memoria bună, modestia, capacitatea de adaptare la situații neprevăzute, flerul și tactul. La aceste trăsături clasice se adaugă astăzi o cerință nouă, și anume, cunoașterea mecanismului de funcționare a negocierii și relațiilor pe care le degajă secole de dialoguri și negocieri. Nu se poate vorbi însă, pur și simplu, de *portretul robot al negociatorului* priceput, ci se pot cel mult propune câteva profiluri-tip cu ajutorul cărora se reliefează faptul că unele calități sunt mai avantajoase în anumite situații sau domenii, cu atât mai mult în sfera educației. O clasificare a tipurilor de negociatori, mai frecvent întâlnită, este cea în funcție de tipul de negociere abordat – integrativă sau distributivă – și de contextul și temperamentul negociatorilor: predominant integrativ (cooperant) și predominant distributiv (conflictual). Astfel, negociatorul integrativ recunoaște deschis legitimitatea intereselor părții adverse, acceptă o anumită interdependență între interese și obiective și admite existența simultană și compatibilitatea parțială dintre interesele și obiectivele proprii și cele comune. Acest tip de negociator își dorește să se ajungă la o înțelegere, fiind astfel stimulat să găsească o soluție care să țină seama de interesele ambelor părți și să soluționeze pașnic, echilibrat și onorabil orice eventuală disensiune, ca impactul educativ, lecția învățată să fie ușor sesizată.

Literatura actuală prezintă negocierea ca pe un proces de decizie și ca pe un instrument de management al comunicării și al conflictelor. Din multitudinea de opinii și definiții referitoare la negociere se impun două: “negocierea este o activitate voluntară, care pune în interacțiune două sau mai multe părți între care există divergențe și interdependențe pentru găsirea unei soluții reciproc acceptabile” și „negocierea este o formă de comunicare interumană, în care două sau mai multe părți cu interese complementare și / sau contradictorii urmăresc să ajungă la o înțelegere care rezolvă o problemă comună sau să atingă un scop comun”. Această definiție are o accepțiune mai largă, implicând negocierea nu doar în situații de criză, de conflict, ci și în cazul unor proiecte, inclusiv educaționale. Ceea ce se accentuează în mod direct este ca masteranzii să deosebească negocierea de dispută. Dacă disputa înseamnă a avea controverse cu cineva, a vorbi, uneori, fără să-l ascuți pe celălalt, a negocia înseamnă educarea reciprocă a părților, proces în care cunoașterea psihologiei relațiilor umane joacă un rol important – aspecte definitorii în negocierea educațională, spre deosebire de cea de afaceri, economică sau politică. Precizarea scopului este pasul următor în negociere, în educație educatorul este cel mai conștient de scopul pe care vrea să-l atingă, prin aceasta demonstrându-și oarecum superioritatea. Pregătirea temeinică a negocierii, insistența de a obține control, siguranță, respect sunt indispensabile în actul de negociere. Ca și în alte domenii, și în educație, în procesul de negociere obișnuim să cerem mai mult decât ne așteptăm să obținem. Dacă în afaceri negociatorii se comportă ca și cum ar avea un scop comun, în educație se urmărește ca atare scopul comun, binele celui educat și binele social comun, în mod absolut principial. Formularea frazelor la persoana I singular creează un sentiment de încredere și comuniune pentru educat. Centrarea discuției pe relația personală, nu pe produs; punerea întrebărilor care șarjează și obligă la răspuns, neîncrâncenarea, păstrarea calmului și a simțului umorului; separarea problemelor de persoana cu care se negociază; complimentarea persoanei, formularea complimentelor care au o bază reală, care sunt întotdeauna apreciate și îl vor determina pe celălalt să fie mult mai deschis; evitarea punctelor de dezacord și construirea unui sentiment puternic de cooperare și înțelegere în prima fază a discuțiilor; dorința de a afla cât mai multe despre dorințele reale ale celuilalt, discutarea fiecărei pretenții, indiferent cât de absurdă se pare a fi, punerea întrebării de tipul „Dar dacă...?” pentru depășirea neînțelegerilor etc.etc. – toate luate ca tehnici sunt pași mici, dar siguri în sinuosul proces de negociere cu impact educațional.

Tehnicile de negociere, valabile în domeniul economic și politic, se adaptează și se filtrează de trucerile celebre, pentru a corespunde finalităților educaționale. Ca exemple relevante cităm în mod aleator: *pune-te în locul său; nu-ți lăsa temerile să te înșele; vorbești despre opiniile celorlalți; uneori fă ceva diferit / surprinzător; păstrează-ți imaginea; acordă-ți spațiu; nu reacționa niciodată în urma unor ieșiri nervoase etc.* Comunicarea este combustibilul negocierii. Negocierea nu poate începe, continua și termina fără o bună comunicare. Multe teorii ale comunicării sunt scrise, fiind toate aplicabile. Unele dintre lucrurile care trebuie sau nu făcute sunt: ascultare activă; vorbește clar și inteligibil; vorbește despre tine și nu despre el; vorbește cu un scop bine determinat etc.

La capitoul concret-aplicativ al tehnicilor avansate de comunicare orală și scrisă implementăm, în ordinea priorităților și a importanței funcționale pentru domeniul psihopedagogic, diverse tehnici.

Discursul didactic este o metodă celebră cu o istorie impresionantă din străvechea antichitate până în prezent. Dintre cele mai cunoscute sugestii pentru asigurarea succesului unui discurs insistăm asupra pregătirii în prealabil a mesajului, eventual a textului cu ideile-cheie; exersarea contactului vizual cu publicul pentru a putea să te uiți în ochii celor cu care vorbești. Șansele de a fi credibil se dublează sau chiar se triplează doar ținând cont de acest mic detaliu: contactul vizual, susțin expertii. Manifestarea pasiunii pentru tema expusă, concretețea ideilor, ordonarea logică a acestora sunt elemente importante. Un vorbitor pasionat de ceea ce spune este mai credibil, mai ascultat, mai respectat. Durata de 30-40 minute a discursului este cea optimă, pentru menținerea atenției și ascultarea participativă [11].

Când se abordează structura discursului, susținem că aceasta trebuie să ofere vorbitorului posibilitatea să își urmărească ideea principală și modul în care urmează să o susțină, în același timp, se duce la o mai ușoară înțelegere a ideilor prezentate, facilitând convingerea audienței. Componentele tradiționale ale discursului – introducerea; cuprinsul și concluzia – se promovează cu precizarea faptului că în partea de început a unui discurs trebuie să se traseze linia de desfășurare a discursului, conținând ca elemente principale: salutul, prezentarea personală (numele și prenumele), enunțarea temei, prezentarea ideii centrale a discursului (și a argumentelor); explicarea termenilor care urmează a fi folosiți. Scopul principal al introducerii este de a capta atenția publicului. De asemenea, se urmărește și atragerea simpatiei (*captatio benevolentia*) din partea acestuia.

De aceea se pot folosi, mai ales de către vorbitorii experimentați, glume sau lucruri menite să creeze senzație. Cuprinsul este partea discursului în care se prezintă argumentele și se aduc dovezi în sprijinul acestora. Pe parcursul acestei secțiuni trebuie urmărite: dezvoltarea ideii centrale, dezvoltarea argumentelor (premisă, raționament, concluzie, exemple (dovezi) care să susțină argumentele. Pentru a nu se pierde atenția publicului, pe parcursul prezentării argumentelor trebuie evitată monotonia. Din acest motiv, înaintea introducerii punctelor-cheie ale discursului, se folosesc tehnici de captare a atenției. Concluzia, ca parte finală, trebuie să ofere o privire de ansamblu asupra discursului. În cadrul ei, în măsura timpului rămas, trebuie urmărite pe scurt: explicarea eventualelor neclarități apărute de-a lungul discursului (dacă au o importanță majoră în susținerea ideii principale); accentuarea punctelor puternice ale discursului și o privire de ansamblu asupra întregului discurs. Pe parcursul concluziei se urmărește atingerea unui tonus maxim, scopul fiind convingerea audienței asupra celor spuse, dar evitându-se agresivitatea (Cf. Ioan Mihalcea).

Prezentarea, inclusiv în PowerPoint, după cum se promovează pe spațiile net, „este o unealtă a veteranilor, dar există un motiv pentru popularitatea sa, în ciuda vârstei avansate”. Este ușor de folosit, iar în mâinile cuiva care știe ce face – surprinzător de eficientă. Poate părea depășită de vreme metoda PowerPoint, dar nu este depășită ideea „poveștii”. Publicul, inclusiv elevii și studenții, vrea să audă o poveste, iar PowerPoint trebuie să-i îndeplinească această nevoie. Prezentarea trebuie gândită în trei dimensiuni: *narativă* (fiecare slide reprezintă un element important al poveștii, care derivă din slide precedent, astfel publicul fiind obligat să rămână atent); *descriptivă* (fiecare slide colorează un aspect al poveștii) și *argumentativă* (vrei să demonstrezi, vrei să convingi).

Dezbaterile sau discuțiile formale sunt activitățile care accentuează factorul competitiv (pe primul plan este dorința de a obține victoria), dar, în mod indirect, contribuie la dezvoltarea competențelor de cercetare, argumentare și comunicare. Pentru noi, profesorii, este important să realizăm aceste obiective educaționale și în acest scop putem crea condiții artificiale (formale) care contribuie la creșterea motivației studenților. Condițiile formale care trebuie respectate sunt: responsabilitatea participanților de a susține în timpul dezbaterii numai o poziție (sau afirmatoare, sau negatoare); respectarea unor roluri bine determinate și a responsabilităților repartizate între membrii echipei (unul prezintă argumentul, al doilea – formulează întrebări, al treilea – respinge atacul oponentilor etc.); perioada limitată de timp pentru fiecare participant; decizia arbitruului (profesor sau student despre rezultatul dezbaterii (cât de solidă și impunătoare a fost poziția afirmatorilor sau negatorilor în activitatea prezentată). Ca de obicei, se insistă ca dezbaterile să fie aplicate în două situații:

- pentru cercetarea inițială a unei probleme sau fenomen, care le pare destul de cunoscut, pentru a contribui la creșterea motivației privind studierea profundă: acumularea informațiilor noi din diferite surse, compararea și analiza informațiilor și surselor, identificarea legăturilor cauză–efect mai puțin evidente. Drept rezultat, indicatorii acestei activități sunt întrebările, care necesită căutarea răspunsurilor. Din perspectiva cadrului *evocare / realizare a sensului / reflecție*, această activitate are rolul *evocării* pentru perioada relativ mare de învățare (mult mai mare decât un curs sau seminar academic);

- pentru generalizarea cunoștințelor și formarea atitudinii critice, multiaspectuale față de subiectul studiat. Rezultatul/indicatorul acestor dezbateri sunt opiniile/concluziile studenților exprimate cu ajutorul sintagmelor „probleme controversate”, „diferite aspecte”, „consecințe pozitive și negative”, „este bine ..., dar este și partea negativă...”. Din perspectiva cadrului *evocare / realizare a sensului / reflecție*, această activitate are rolul *reflecției*. În situația dată etapa de evocare pentru activitatea de dezbateri nu este necesară: studenții deja sunt motivați pentru a participa activ la discuții. Activitatea de evocare poate să se limiteze la un mic sondaj de opinii referitor la problema pusă în discuție (apud 1, Lisenco, p.48-49).

Recenzia, ca prezentare științifică esențializată a unei lucrări, conține, în mod evident, diferite comentarii și aprecieri critice. Fiind bazată pe un raționament, ea aduce argumente, iar cel mai important element, de reținut pentru studenți, e că aceasta este un comentariu, nu doar un rezumat. Oferind o evaluare critică a conținutului, lucru care implică reacțiile și criticile recenzorului, masteranzii rețin că aceasta este un text subiectiv, în care urmează să își pună amprenta în raționamentele cu privire la cartea recenzată. La etapele de realizare atragem atenția că, în primul rând, este necesară dezvoltarea tezei cu privire la textul pe care îl recenzează și transformarea acesteia într-un proiect bine organizat și argumentat. În al doilea rând, se semnaleză faptul că recenzia să răspundă la anumite întrebări care vizează subiectul cărții, ideea / ideile principale pe care autorul o transmite, noutățile, cum armonizează sau contrastează acestea cu cunoștințele anterioare, dacă a reușit autorul să acopere problematica, dacă, prin comparație cu alți autori, a surprins toate aspectele temei și care este abordarea originală a subiectului. La structura recenziei recomandăm, la modul cel mai elementar,

sugestii tehnice, ca primele paragrafe să ofere informații despre titlul cărții, editorul, editura, anul apariției și numărul de pagini pentru revistele de cultură, dacă e traducere să fie menționat autorul. De asemenea, este important ca primele paragrafe să conțină date despre autor și opera acestuia. Introducerea poate prezenta un detaliu semnificativ din carte și trebuie să plaseze cartea într-un anumit context. Mai mult, recenzorul poate face conexiuni între subiectul cărții și titlu pentru a arăta cum explică titlul subiectul cărții. Rezumatul cărții trebuie să fie scurt, concis, întrucât rolul cel mai important îl au analiza și critica. Concluzia redă punctele slabe și punctele forte ale cărții, iar recenzorul poate recomanda cartea sau nu, apelând la propriile exegeze.

Recenzia pentru teza de licență apreciază profunzimea studierii subiectului și a surselor bibliografice, logica expunerii materialului, lacunele și greșelile sub aspectul structurii, conținutului, stilului și al perfectării lucrării. Elementele obligatorii la recenzarea tezei de licență sunt următoarele: actualitatea temei; corespunderea conținutului tezei subiectului aprobat; nivelul de pregătire teoretic și practic al autorului lucrării; argumentarea concluziilor și a propunerilor; prezența noutății științifice în teză și gradul de individualitate a studentului la exprimarea opiniei; aprecierea nivelului de corectitudine și a calității perfectării tezei; aprecierea generală a lucrării.

Avizul, ca instrument intelectual și ca tehnică de antrenare a gândirii critice, pe de o parte, și a comunicării scrise, pe de altă parte, se învață a fi efectuat de către masteranzi, inclusiv în baza experiențelor imediate. Cel mai frecvent exemplu și mai aproape de practica cotidiană a masteranzilor este avizul la teza de licență sau de master din partea conducătorului științific, care, în mod obișnuit, se cere să includă: actualitatea subiectului abordat; importanța teoretică și practică a tezei de licență; caracterizarea succintă a conținutului lucrării; atitudinea studentului față de executarea tezei, spiritul de inițiativă al acestuia și gradul de individualitate la cercetarea efectuată, cunoașterea de către autor a procedurilor de cercetare a tezei, aprecierea generală a lucrării, corespunderea acesteia standardelor în vigoare, neajunsurile principale ale tezei, decizia de admitere la susținere.

Tehnicile de persuadare, care sunt o componentă esențială a cursului, diverse și numeroase, se axează pe cele trei moduri ale persuasiunii din retorica aristotelică: ethos-ul, logos-ul și pathos-ul, care pot fi racordate la trei elemente de bază ale schemei comunicării (Jakobson): mesajul, destinatorul (emițătorul) și destinatarul (receptorul).

Ethos-ul (etica), după cum bine se știe, este modul de persuasiune propriu destinatorului (emițătorului), important acolo unde acesta se pune direct în scenă, unde, ca orator, caută să câștige bunăvoința publicului prin comportamentul său și prin ceea ce se știe despre caracterul și trecutul său (argumentul autorității ca argument etic) care îl favorizează în susținerea discursului. Dacă nu inspirați încredere și integritate, nimeni nu va fi dispus să vă creadă, indiferent cât de perfecționate ar fi tehnicile voastre. Este posibil să exersați crearea unei aparențe de sinceritate și onestitate (escrocii se bazează pe o asemenea aparență), dar nici o acțiune de persuasiune pe termen lung nu a fost construită pe fundamente nesincere (neoneste). (Poți înșela un om tot timpul, poți înșela mai mulți oameni un oarecare timp, dar nu poți înșela toți oamenii tot timpul). Etica semnifică și pregătirea, și profesionalismul, prin urmare, în general, autoritatea. În genurile verbale scrise destinatorul este absent și te poți sustrage mai ușor influenței lui, întrucât nici nu-l cunoști. În literatură există chiar o dedublare a etosului în spatele protagoniștilor.

Logosul, ca mod rațional de persuasiune al argumentării, se face vizibil în construcția discursului prin principii și metode, terminologie și raționamente (aici pretenția sau prezumția de raționalitate, cu tot marele prestigiu al științei, se adaugă totuși nivelului 0 al demonstrației!). Desigur, trebuie să fim clari, simpli, direcți pentru a fi ușor de urmărit, iar dacă vă ajutați și cu exemple, mesajul este mai ușor de vizualizat, de înțeles. Dimensiunea logic-rațională a mesajului este, evident, foarte importantă, dar singură nu va obține decât consensuri firave. Pathos-ul include emoțiile pe care le trezește discursul și care pot conduce de la convingere până la seducție. Logica ne poate convinge la nivel teoretic, dar ceea ce ne face să acționăm este întotdeauna emoția: este necesar să vorbim cu pasiune și convingere, utilizând imagini puternice și exemple care implică și antrenează direct interlocutorul. Doar dacă ceea ce spunem îi va crea sentimente profunde, vom reuși să-l convingem de ceea ce îi propunem.

În concluzie, apreciem importanța și funcționalitatea demersului didactic, analizat în mod secvențial, din n perspective și unghiuri de vedere și optăm pentru aprofundarea și sporirea funcționalității competențelor formate prin intermediul acestuia, deoarece comunicarea și negocierea rămân ca embleme ale profilului psihopedagogic al educatorului și necesită actualizări sistematice și racordări la necesitățile pieței educaționale și ale beneficiarilor-țintă – elevii și studenții.

Bibliografie:

1. Cartaleanu T., Cosovan O., Goraș-Postică V. ș.a. Formarea de competențe prin strategii didactice interactive. - Chișinău: CE PRO Didactica, 2008.
2. Dinu M. Comunicarea. - București: Editura Științifică, 1997.
3. Goraș-Postică V. Psihopedagogia dezvoltării competențelor de comunicare din perspectiva neologismelor. CEP USM, 2005.
4. Hiltrop J-M., Udall S. Arta negocierii. - București: Editura Teora, 1998.
5. Larson Ch.U. Persuasiunea. Receptare și responsabilitate. - Iași: Polirom, 2003.
6. Pânișoară I.O. Comunicarea eficientă. - Iași: Polirom, 2008.
7. Popescu D. Arta de a comunica. - București: Ed. Economică, 1998.
8. Prutianu Șt. Manual de comunicare și negociere în afaceri. Vol.1-2. - Iași: Polirom, 2000.
9. Sălăvăstru Const. Teoria și practica argumentării. - Iași: Polirom, 2002.
10. Sillamy N. Larousse de Psihologie. - București: Editura Univers Enciclopedic, 1996.
11. Soare A. www.succes.dublu.ro
12. Șoitu L. Pedagogia comunicării. - București: EDP, 1997.
13. Tehnici de negociere. Suport de curs realizat în cadrul proiectului de înfrățire instituțională RO03/IB/OT/01, www.mai.gov.ro

Prezentat la 01.12.2010