

**UNIVERSITATEA DE STAT DIN MOLDOVA**  
**FACULTATEA DE JURNALISM ȘI ȘTIINȚE ALE COMUNICĂRII**  
**DEPARTAMENTUL COMUNICARE ȘI TEORIA INFORMĂRII**

## **CURRICULUM**

la disciplina

## **INTRODUCERE ÎN ȘTIINȚELE COMUNICĂRII**

Ciclul I, Licență

Program: 0321.2 Comunicare și relații publice

**AUTOR:**

**Perciun Andrei, dr.**

**APROBAT:**

la ședința Departamentului

din „ \_\_\_\_ ” \_\_\_\_\_ 2023

Șef Departament \_\_\_\_\_

**CHIȘINĂU 2023**

## PRELIMINARII

În societatea contemporană tematica științelor comunicării este deja consacrată în spațiul științific și universitar. Conținutul disciplinei „Introducere în Științele Comunicării” reprezintă o prezentare a principalelor axe de cercetare. Obiectivul de bază al disciplinei „Introducere în științele comunicării” constă în familiarizarea studenților cu teoriile și conceptele fundamentale din domeniul comunicării. Ca domeniu științific, comunicarea constituie un sistem de concepte asupra principiilor metodologice, legităților, tipologiilor, structurilor și tehnologiilor de activitate comunicațională la diferite niveluri. Ca practică socială, impactul comunicării este polivalent. Ea îndeplinește întâi de toate o serie de funcții importante: de informare a publicului, de convingere, de socializare, de conexiune a diferitor părți ale societății, de dirijare, de organizare etc. Comunicarea are misiunea să contribuie la intervenția omului și a statului în scopul armonizării relațiilor lor. De aceea nu este întâmplător faptul că în prezent comunicarea constituie sfera de aplicare a resurselor intelectuale și financiare din societatea contemporană. Comunicarea, inclusiv cea mediatică, contribuie în mod substanțial la construirea unei societăți moderne, în general, și a societății civile, în particular. Studenții vor fi îndemnați să intre în universul comunicării, să conștientizeze importanța proceselor comunicaționale în societate, dar și în orșice instituție, să realizeze că, de fapt, totul în lume comunică. Disciplina “Introducere în științele comunicării” este destinată studenților de la anul I, specialitatea *Comunicare și relații publice*.

### I. ADMINISTRAREA DISCIPLINEI

Forma de învățământ	Codul disciplinei	Denumirea disciplinei	Responsabil de disciplină	Semeștrul	Ore total:				Evaluarea	Nr. de credite	
					Total	inclusiv					
						C	S	LI			
cu frecvență la zi	<b>F.01.O.001</b>	<b>Introducere în științele comunicării</b>	<b>Perciun Andrei</b>	<b>I</b>	<b>180</b>	<b>30</b>	<b>60</b>		<b>90</b>	E.	<b>6</b>

## II . TEMATICA ȘI REPARTIZAREA ORIENTATIVĂ A ORELOR

Nr.	Unități de conținut	Curs	Sem
1.	Comunicarea – dimensiune fundamentală a societății umane	2	4
2.	Concepte de bază ale comunicării	2	4
3.	Funcțiile și elementele cheie ale procesului de comunicare	2	4
4.	Modele de bază ale comunicării- Școala Proces	2	4
5.	Modele de bază ale comunicării- Școala Semiotică	2	4
6.	Paradigmele comunicării: - Structural-expresivă	2	4
7.	Paradigmele comunicării: - Formal-tranzacțională	2	4
8.	Paradigmele comunicării: - Relațional-sistemică	2	4
9.	Școala de la Palo Alto, Axiomele comunicării	2	4
10.	Paradigma fenomenologică și praxiologică	2	4
11.	Comunicarea ca proces de influență socială	2	4
12.	Comunicarea electronică	2	4
13.	Structura dialectică a comunicării dialogice	2	4
14.	Noile provocări ale procesului contemporan de comunicare publică	2	4
15.	Structura logică a judecăților și elemente argumentare persuasivă	2	4
	<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>60</b>

### III. COMPETENȚE PROFESIONALE ȘI FINALITĂȚI DE STUDIU

1. Cunoașterea, înțelegerea și asimilarea noțiunilor, conceptelor și principalelor teorii din domeniu științelor comunicării.	F 1. A identifica specificitatea diferitor elemente ale procesului de comunicare; F 2. A stabili legătura dintre conceptele fundamentale ale comunicării și activitatea practică a specialiștilor în comunicare; F 3 A identifica scopul și valoarea actului de comunicare; F 4. A evalua locul și rolul comunicării în societatea contemporană.
2. Cunoașterea și aplicarea principalelor modele, tipuri și forme de comunicare în funcție de situația comunicării.	F 1. A explica esența diferitelor abordări ale fenomenului de comunicare; F 2. A stabili direcțiile principale în studierea fenomenului de comunicare; F 3. A circumscrie aria de aplicare a instrumentelor comunicative ; F 4. A identifica punctele forte și punctele slabe în comunicarea cu mass-media; F 5. A aplica diferite tipuri de comunicare în funcție de context.
3. Comunicarea informațiilor, ideilor, problemelor și soluțiilor din domeniul profesional.	F1. A determina particularitățile abordării comunicării din perspectiva diverselor teorii; F2. A evalua importanța diverselor media pentru procesul de comunicare; F4. A evidenția procesele de diversificare a formelor de comunicare și transmitere a informației pentru opinia publică; F5. A estima importanța influenței mijloacelor de comunicare asupra receptorilor.

### IV. UNITĂȚI DE ÎNVĂȚARE

#### Tema 1. Comunicarea – dimensiune fundamentală a societății umane

##### Obiective

- să definească fenomenul comunicării umane;
- să identifice structura socială a comunicării;
- să estimeze rolul comunicării în societate;
- să realizeze legătura dintre societate, limbă, gândire.

##### Unități de conținut

- Geneza și evoluția comunicării umane;
- Definiții, noțiuni generale, interpretări privind fenomenul comunicării;
- Abordarea comunicării din diverse perspective: lingvistică, sociologică, filosofică, semiotică etc.;
- Abordarea societății ca ansamblu de semnificații comune.

## Tema 2. Concepte de bază ale comunicării

### Obiective

- să distingă criteriile de clasificare a tipurilor și modurilor de comunicare;
- să estimeze importanța comunicării verbale și nonverbale;
- să identifice formele comunicării directe și indirecte;
- să determine particularitățile celor mai importante moduri de comunicare.

### Unități de conținut

- Tipologia comunicării din diferite perspective;
- Comunicarea umană și nonumană;
- Comunicarea verbală și nonverbală;
- Comunicarea inter- și intrapersonală;
- Comunicarea de masă.

## Tema 3. Funcțiile și elementele cheie ale procesului de comunicare

### Obiective

- să identifice elementele componente de bază ale procesului de comunicare;
- să determine rolul și specificul fiecărui element în parte;
- să argumenteze importanța actului de comunicare în viața socială, precum și cea privată;
- să identifice cele mai frecvente bariere în comunicare.

### Unități de conținut

- Caracteristicile emițătorului și ale receptorului;
- Mesajul, tipuri de mesaj;
- Codul, tipuri de coduri;
- Canalul, felurile lui;
- Referentul și contextul comunicării;
- Feedback-ul, etapele și tipurile lui;
- Bariere de comunicare.

## Tema 4. Modele de bază ale comunicării- Școala Proces

### Obiective

- să determine esența modelelor matematice ale comunicării;
- să stabilească particularitățile și avantajele modelului Shanon;
- să distingă între diferitele modele ale comunicării elaborate din perspectivă filosofică, pragmatică și sociologică.

### Unități de conținut

- Modele matematice ale comunicării;
- Informația redundantă și entropică;
- Percepția evenimentului și redistribuirea acestuia.
- Comunicare și relatare.

## Tema 5. Modele de bază ale comunicării- Școala Semiotică

### Obiective

- să definească comunicarea semnul și evalueze importanța acestuia în comunicare;
- să explicitizeze triunghiul semiotic;
- să determine criteriile după fiecare semn din tipologia lui Peirce se raportează la referentul său;

### Unități de conținut

- Icon, Index, simbol.
- Obiect, Semn Interpretant.
- Dimensiunea reprezentatională.
- Semnificant și Semnificat.
- Sens, semnificație și înțeles.

- să analizeze structura duală a semnului după Saussure .

### **Tema 6. Paradigmele comunicării: - Structural-expresivă**

#### **Obiective**

- să definească conceptele: Sine, Eu, Supraeu;
- să raporteze motivațiile și nevoile la atitudini, comportamente și opinii ;
- să prezinte principalele strategii de interacțiune ale actorilor comunicaționali prins prisma psihanalizei;
- să clasifice comunicarea proiectivă în funcție de factorii implicați în comunicare;
- să analizeze un act de comunicare cu ajutorul acestei paradigme.

#### **Unități de conținut**

- Delimitarea conceptelor sine, eu, supraeu, conștient, inconștient..
- Raportul dintre propensiune și dispoziție socială.
- Strategii de interacțiune (negocierea).
- Comunicarea publicitară.
- Caracteristicile de bază ale comunicării orale.

### **Tema 7. Paradigmele comunicării: - Formal-tranzacțională**

#### **Obiective**

- să definească conceptele: Copil, Adult, Părinete;
- să transpună scenariile, rolurile și jocurile într-o acțiune de comunicare;
- să prezinte principalele strategii de interacțiune tranzacțională;
- să clasifice comunicarea în funcție de factorii implicați în comunicare;
- să compare un act de comunicare analizat prin intermediul paradigmei structural expresive și a paradigmei formal-tranzacționale.

#### **Unități de conținut**

- Delimitarea instanțelor raționale, emotive și normative ale comunicării.
- Raportul dintre actori și jocurile comunicative deprinse de aceștia.
- Strategii de interacțiune în funcție de rolul jucat.
- Scenarii eficiente de comunicare.

### **Tema 8. Paradigmele comunicării: - Relațional-sistemică**

#### **Obiective**

- să evalueze importanța interacțiunii în comunicare;
- să diferențieze tipurile de schismogeneză;
- să definească conceptele de mistificare și descalificare.
- să explice comunicarea tangențială;
- să clarifice modul în care sensul unei acțiuni apare din urma interacțiunii produse între actori.

#### **Unități de conținut**

- Nivelul digital al comunicării;
- Nivelul analogic al comunicării.
- Schismogeneza simetrică și complementară.
- Sistemul de relații și semnificația acțiunilor comunicative.

### **Tema 9. Axiomele comunicării – Școala de la Palo Alto**

### Obiective

- să conștientizeze importanța axiomelor;
- să distingă interferențele dimensiunilor psihologice, sociale și de comunicare;
- să estimeze avantajele acestor axiome.

### Unități de conținut

- 
- Noțiunea de comunicare definită ca proces;
- Ireversibilitatea comunicării;
- Aspectul fatic al comunicării;
- Resurse de calibrare a comunicării

## Tema 10. Paradigma fenomenologică și praxiologică

### Obiective

- să analizeze fenomenologic comunicarea;
- să definească un act pragmatic de comunicare;
- să opereze cu elemente de etnometodologie;
- să asimilează modul în care se formează convingerile

### Unități de conținut

- Analiza fenomenologică;
- Metoda comprehensivă;
- Analiza etnometodologică;
- Tematizarea pragmatică și fenomenologică a comunicării.

## Tema 11. Comunicarea ca proces de influență socială

### Obiective

- să asimileze conținuturile conceptelor de bază ale acestui tip de comunicare și să poată opera cu ele într-un limbaj științific;
- să poată identifica diversele moduri de influență și manipulare;
- să-și formeze deprinderi de utilizare conștientă a diverselor principii și reguli de influență și manipulare.
- să descrie recunoască și să identifice diverse tipuri de influență în societate să definească conceptul de comunicare politică;

### Unități de conținut

- Dimensiunea persuasivă a comunicării.
- Actorii situațiilor de manipulare.
- Persuasiune, seducție, influență și manipulare Conceptele fundamentale ale comunicării politice;

## Tema 12. Comunicarea electronică

### Obiective

- să cunoască esența, teoriei lui Marshall McLuhan;
- să definească comunicarea electronică;
- să cunoască componentele și caracteristicile Societății Informaționale;
- să motiveze de ce comunicarea electronică reprezintă condiția pentru edificarea societății informaționale;

### Unități de conținut

- Marshall McLuhan –structura comunicării electronice;
- Funcțiile comunicării electronice;
- Bariere în comunicarea electronică;
- Comunicarea electronică – condiție pentru constituirea societății informaționale.

- să explice rolul comunicării electronice în dezvoltarea societății.

### Tema 13. Structura dialectică a comunicării dialogice

#### Obiective

- să determine specificul comunicării bazate pe colaborare;
- să aprecieze avantajele chestionării într-un dialog;
- să opereze în comunicare cu acordurile pactului socratic al dialogului;

#### Unități de conținut

- Practicile cotidiene ale dialogului socratic;
- Zece acorduri ale pactului socratic.
- Procedura de chestionare și tipuri de întrebări.
- Dimensiunea participativă a comunicării dialogice.

### Tema 14. Noile provocări ale procesului contemporan de comunicare publică

#### Obiective

- să perceapă esența rostul și mecanismul comunicării mediatice în societatea contemporană;
- să identifice caracteristicile și specificul comunicării mediatice în dependență de canalul de transmitere a mesajului.

#### Unități de conținut

- Mass media – aspecte definitorii;
- Comunicarea mediatică, caracteristici și particularități;
- Rolul și locul media clasice și noile media.

### Tema 15. Structura logică a judecăților și elemente argumentare persuasivă

#### Obiective

- să descrie structura logică a judecăților de valoare;
- să definească tipurile de judecăți;
- să identifice elementul moral al prescripțiilor conținute în judecați de valoare;
- să identifice cazurile de ipocrizie și inconsecvență comunicațională;
- să elaboreze un parcurs argumentativ.

#### Unități de conținut

- Prescripțiile judecăților de valoare;
- Structura logică a judeților;
- Teoria argumentării – Toulmin;
- Concluzie, Date, Justificare, Restricție;

## V. LUCRUL INDIVIDUAL

<i>Nr.</i>	<i>Produsul preconizat</i>	<i>Strategii de realizare</i>	<i>Criterii de evaluare</i>	<i>Termen de realizare</i>
1.	<b>Prezentare: Studiul unei acțiuni comunicative</b>	Documentarea Analiza, reflecții critice. Prezentarea concluziilor  bibliografie	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Respectarea cerințelor de prezentare – 1 p.</li> <li>• Capacitatea studentului de a organiza conținutul referatului într-o logică anumită și de a interpreta subiectul din punct de vedere personal – 3 p.</li> </ul>	Cu cel puțin o săptămână înainte de examen.

			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Calitatea conținutului (profundimea studiului) - 5 p.</li> <li>• Diversitatea surselor (surse de informare utilizate) – 3 p.</li> <li>• Analiza critică a rezultatelor prezentate - 2 p.</li> <li>• Respectarea volumului - 1 p.</li> </ul> <p>Barem:</p> <p>15 p. - nota 10 (zece)  14-13 p. – nota 9 (nouă)  12-10 p. – nota 8 (opt)  9-8 p. – nota 7 (șapte)  7-6 p. – nota 6 (șase)  5-3 p. – nota 5 (cinci).</p>	
--	--	--	--	--

## VI. SUGESTII METODOLOGICE DE PREDARE-ÎNVĂȚARE-EVALUARE

- formele de organizare a instruirii – ore de laborator;
- strategii/tehnologii didactice aplicate:
  - *de teren*: colectarea informațiilor, documentarea, observația directă, interviuarea;
  - *individuale*: evaluarea, trierea, ierarhizarea, selectare informației colectate și redactarea textelor;
  - *de auditoriu*: analizarea și evaluarea masivului informațional potențial, analizarea și corectarea produselor realizate.
- strategii de evaluare a rezultatelor academice, inclusiv cu indicarea modalității de calcul a notei finale:
  - *evaluări curente* (la fiecare oră),
  - *două atestări*,
  - *evaluarea finală* (examen). Nota la evaluarea finală se calculează în baza notei semestriale și a celei de la examen. La studiile cu frecvență coraportul dintre acestea constituind 60% la 40 %, iar la studiile cu frecvență redusă acest coraport reprezentând 50 la 50.

***Barem de notare la evaluarea finală:***

Nota	„10”	„9”	„8”	„7”	„6”	„5”	„4”	„3”	„2”	„1”
Nr. de puncte	30-29	28-26	25-22	21-17	16-11	10-6	5-3	2	1	0

### Criterii de evaluare la disciplină:

- a) Evaluarea continuă se realizează prin:
- observare, conversații, dezbateri. Nota profesională este media aritmetică a cel puțin trei note acordate pentru participarea și calitatea intervențiilor în discuții;
  - prezentarea referatului și susținerea unei prezentări a lucrării;
- b) Evaluarea finală pentru activități pe parcursul semestrului se realizează prin susținerea examenului
- Nota finală se determină ca medie ponderată a notei pentru dezbateri (20%), notei pentru lucrare (30%), note pentru prezență (10%); notei pentru examen (40%).
- c) Evaluarea la două testări.

### Tabel pentru calcularea notei finale la disciplină

- (nota și calificativul ECTS)

		Nota la examen											
		n/a	n/p	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Nota semestrială	absent, 1, 2, 3, 4	n/a n/a	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
	5	X	n/p n/p	1,0 F	2,0 F	3,0 F	4,0 FX	5,0 E	5,4 E	5,8 E	6,2 D	6,6 D	7,0 D
	6	X	n/p n/p	1,0 F	2,0 F	3,0 F	4,0 FX	5,6 E	6,0 E	6,4 D	6,8 D	7,2 C	7,6 C
	7	X	n/p	1,0	2,0	3,0	4,0	6,2	6,6	7,0	7,4	7,8	8,2

			n/p	F	F	F	FX	D	D	D	C	C	B
<b>8</b>	X	n/p	1,0	2,0	3,0	4,0	6,8	7,2	7,6	8,0	8,4	8,8	
		n/p	F	F	F	FX	D	C	C	C	B	B	
<b>9</b>	X	n/p	1,0	2,0	3,0	4,0	7,4	7,8	8,2	8,6	9,0	9,4	
		n/p	F	F	F	FX	C	C	B	B	B	A	
<b>10</b>	X	n/p	1,0	2,0	3,0	4,0	8,0	8,4	8,8	9,2	9,6	10,0	
		n/p	F	F	F	FX	C	B	B	A	A	A	

MOSTRĂ DE TEST

**Universitatea de Stat din Moldova**  
**Facultatea Jurnalism și Științe ale Comunicării**  
**Departamentul Comunicare și Teoria Informării**

„Aprob” \_\_\_\_\_  
 Director Departament,  
**Perciun Andrei,**  
 doctor în filosofie,  
 lector universitar

### Test nr. 2

pentru examen la disciplina ***Introducere în științele comunicării***  
 Ciclul I, Licență. Anul I  
 Specialitatea ***Comunicare și relații publice***

#### Subiectul I. Etape și modele ale comunicării

- 1.1. Caracterizați *epoca scrisului* ca etapă a dezvoltării comunicării umane. 3 p.
- 1.2. Dezvăluți esența modelului teoriei informației al comunicării elaborat de Shannon și Weaver. 5 p.
- 1.3. Argumentați teza potrivit căreia feedback-ul este un mecanism de învățare. 7 p.

#### Subiectul II. Comunicarea instituțională

- 2.1. Definiți noțiunea de comunicare instituțională, identificând obiectivele acesteia. 3 p.
- 2.2. Determinați particularitățile mesajului instituțional după Constantin Marin. 5 p.
- 2.3. Comentați afirmația: „Imaginea instituțională trebuie dezvoltată deopotrivă în direcția publicului intern, cât și a celui extern”. 7 p.

**Barem de notare:**

Nota	„10”	„9”	„8”	„7”	„6”	„5”	„4”	„3”	„2”	„1”
Nr. de puncte	30-29	28-26	25-22	21-17	16-11	10-6	5-3	2	1	0

**Data**

**Examinator: Perciun Andrei, dr.**

**VII. BIBLIOGRAFIE RECOMANDATĂ**

1. Andre de Peretti, Tehnici de comunicare. Polirom, 2005.
2. Bylon Christian, Xavier Mignot Xavier. Comunicarea, Iași, 2000.
3. Chelcea Septimiu. Comunicarea nonverbală în spațiul public. București 2004.
4. Chiriac V. Cartea și tiparul în Moldova. Chișinău, 1997.
5. Collett Peter. Cartea gesturilor: Cum putem citi gândurile oamenilor din acțiunile lor. București 2005.
6. Cristina Coman “Relațiile publice. Principii și strategii. Polirom, 2001.
7. Culenburg, Van J.J., Știința comunicării. București, 2004.
8. Daniel Bougnoux, Introducere în științe ale comunicării, Iași, 2000.
9. Drăgan Ioan, Comunicarea. Paradigme și teorii. Vol. I-II, București, 2007.
10. Drăgan Ioan, Paradigme ale comunicării de masă. București, 1996.
11. Haineș Ion, Introducere în teoria comunicării, București, 1998.
12. John Fiske, Introducere în științele comunicării. Polirom, 2003.
13. Lohisse J., Comunicarea. De la transmiterea mecanică la interacțiune, Iași, 2002.
14. Marin C. Comunicarea instituțională, Chișinău, 1998.
15. Mattelart Armand, Istoria teoriei comunicării, Polirom, Iași, 2004.
16. Mihai Dinu. Comunicarea: repere fundamentale. București, 1997.
17. Pânișoară Ion-Ovidiu, Comunicarea eficientă, București, 2004.
18. Peru Aurelia, Comunicarea publică: concepție și interpretări. Complexitatea fenomenului imaginii politice, USM, Chișinău, 2005.

19. Rădulescu Marin, Rădulescu Silvia, Corect, greșit românește în exprimare, ed. a III-a, Pitești, 2016.
20. Sultana Craia, Dicționar de comunicare, București, 2001.
21. Thoveron Gabriel, Comunicarea politică azi. ANTET, Oradea 1996.
22. Toma Clara. Comunicarea nonverbală sau adevărul dincolo de cuvinte. București 2005.

#### SURSE OPȚIONALE

23. Andre de Peretti, Jean Andre Legrand, Tehnici de comunicare Polirom, 2001
24. Bougnoux Daniel, Introducere în științele comunicării. Iași, 2000.
25. Chelcea Septimiu, Ivan Loredana. Comunicarea nonverbală gesturile și postura:Cuvintele nu sunt de ajuns. București 2005.
26. Comunicarea. O abordare praxiologică. G.Fârte, Iași, Ed. Demiurg, 2004.
27. Dorna Alexandre, Liderul carismatic. Corint, București, 2004.
28. Gisele Commarmond, Alain Exiga, Arta de a comunica și de a convinge.
29. Liviu Radu. Manipularea maselor. București, 2006
30. Marinescu Aurelia, Codul bunelor maniere astăzi. Humanitas, Buc., 2005.
31. Nanu Adina. Comunicarea prin imagine. București 2002.
32. Pasecinic Victoria. Psihologia imaginii. Știința 2006.
33. Riikle Horst. Limbajul corpului pentru manageri. București 2000.