

Andrei KIRÁLY

Coordonator

DISCIPLINA SOCIO-UMANĂ 1

Pentru studenții facultății ARMM



UTPRESS

Cluj-Napoca, 2021

ISBN 978-606-737-523-7

Andrei KIRÁLY

Coordonator

DISCIPLINA SOCIO-UMANĂ 1

Pentru studenții facultății ARMM



UTPRESS

Cluj - Napoca, 2021

ISBN 978-606-737-523-7



Editura U.T.PRESS
Str. Observatorului nr. 34
400775 Cluj-Napoca
Tel.: 0264-401.999
e-mail: utpress@biblio.utcluj.ro
<http://biblioteca.utcluj.ro/editura>

Director: ing. Călin Câmpean

Recenzia: Conf.dr.ing. Sanda Bodea
Şef lucr.dr.ing. Iacob-Liviu Scurtu

Tehnoredactare: Andrei KIRÁLY

Copyright © Autorul, 2021

Cartea conține și materiale luate din spațiul public al internetului cu precizarea sursei.

Reproducerea integrală sau parțială a textului sau ilustrațiilor din această carte este posibilă numai cu acordul prealabil scris al editurii U.T.PRESS.

ISBN 978-606-737-523-7

Bun de tipar: 08.07.2021-

CUPRINS

COMUNICAREA ÎN LIMBA ROMÂNĂ	9
Limba Română în Epoca Informaticii [11].....	9
Introducere	9
Modul de adaptare a limbii ROMÂNE.....	10
Crearea de cuvinte noi	11
Adoptarea de neologisme	14
Utilizarea limbii române în domeniul informaticii.....	18
Promovarea folosirii limbii române corecte	21
Universalitatea limbii române	23
Influența engleză asupra limbii române [39].....	27
Norma socio-culturală.....	28
Norma lingvistică.....	29
COMUNICAREA PRIN SCRIS.....	32
Ce să faciți:	32
Ce să evitați:.....	32
Instrucțiuni pentru elaborarea curriculumului vitae Europass [12].....	32
Introducere	32
Recomandări generale	32
Concentrați-vă pe aspectele esențiale	32
Adaptați CV-ul în funcție de postul pentru care candidați.....	33
Respectați structura modelului.....	33
Observații:.....	33
Fiți clar și concis.....	33
Rugați pe cineva să vă citească CV-ul.....	33
Instrucțiuni pentru curriculumul vitae Europass	34
Completați diferitele secțiuni/rubrici după cum urmează:.....	34
Redactarea unei scrisori de intenție / motivație / prezentare [16].....	42
Ce este scrisoarea de intenție?	42
Cum trebuie concepută?	42
Cum să arate?.....	42
Conținutul scrisorii de intenție.....	43
Exemple de scrisoare de intenție	45
Ce spun specialiștii despre interviul de angajare.....	45
Comentarii.....	46
Ionescu Alin Întocmirea unei lucrări științifice [16]	47
Notele de text	48
Abrevieri folosite în scrierea notelor de text:	48
Listele bibliografice	48
Indexul (Cuprins)	49
Anexele.....	49
Redactarea unui raport tehnic [16].....	50
Secțiunile caracteristice formatului standard:	50
Rezumatul	50
Mulțumiri	51
Cuprins	51
Introducerea.....	51
Obiectivele raportului	51
Elemente teoretice.....	51
Metode, procedee și experimente.....	51

Prezentarea rezultatelor	51
Discuții și interpretări	52
Concluzii	52
Recomandări	52
Bibliografia	52
Apendice (anexe)	52
Observații privind ortografia, punctuația și despărțirea în silabe [35]	53
Ortografie	53
Punctuație	56
Probleme de scriere datorate influenței limbii engleze și internetului	58
Plagiatul - Ce este și cum poate fi evitat	59
Plagiatul: forme și tehnici de evitare [19]	59
Forme ale plagiatului.....	59
Cinci reguli sau tehnici simple pentru evitarea plagiatului:	59
COMUNICAREA VERBALĂ [8].....	62
Elementele de baza ale procesului de comunicare verbală	62
Clasificare:	62
Bariere în comunicare	63
Strategii pentru îmbunătățirea comunicării verbale [8]	64
Afirmatii clare, directe.....	64
Dorinta de a negocia	64
Verificarea percepției.....	64
Feed-Back	65
Exemplu pentru a da un feedback constructiv.....	67
Tehnica punerii întrebărilor	68
Cum sa punem întrebări:	68
Răspunsurile	69
Ascultarea - Parte integrantă a procesului de comunicare	70
De ce este nevoie de ascultare.....	70
Bariere și blocaje în ascultare ce trebuie evitate:	70
Tipuri de ascultare: ascultarea pasivă, ascultarea activă	71
Parafrazarea	72
Tipuri de comunicare verbală.....	73
Comunicarea la telefon	73
COMUNICAREA NON VERBALĂ [8].....	75
Tipuri de comunicare non verbală:	75
Caracteristicile comunicării non verbale:	75
componentele comunicării non verbale.....	76
Limbajul tăcerii.....	76
Limbajul timpului	76
Limbajul corpului.....	76
Mișcările capului au anumite semnificații:.....	77
Gestica.....	77
comunicarea de emoții ;	78
Interpretarea unor gesturi:	78
Vocea.....	78
Aspectul fizic	78
Spațiul personal și teritoriul	79
Atingerea.....	80
Temperatura, lumina și culoarea	80
Copierea stilului	81

Cum sa dezvoltam comunicarea non verbala	81
ARTICOLE APLICATIVE.....	82
Limbajul trupului [37].....	82
Cuvintele si limbajul trupului	82
Observarea sentimentelor ascunse.....	82
Stai in pozitie confortabilă?.....	83
Neînțelegerea limbajului corpului.....	83
Arta seducției si limbajul corpului [32]	84
Prima impresie este foarte importantă	84
Ce ne farmecă instantaneu la o persoana?.....	84
Prima privire.	85
Privirea intensă.	85
Atingerea propriului păr.....	85
Înclinarea capului.	85
Atingerea.	85
Dar bărbații? Secretele lui casanova	85
Limbajul corpului - cum să înțelegi femeile? [40]	86
COMUNICAREA PRIN LIMBAJ MATEMATIC	89
Geometrie plană	90
Dreptunghiul	90
Pătratul.....	90
Cercul	91
Rombul	91
Paralelogramul.....	91
Triunghiul	92
Bisectoarea.....	92
Centrul de greutate	92
Înălțimea în triunghi	93
Mediana.....	93
Mediatoarea.....	93
Congruența triunghiurilor	94
Teorema lui Pitagora	94
Trapezul	95
Geometrie în spațiu.....	96
Prisma.....	96
Piramida	96
Trunchiul de piramidă	97
Conul	97
Trunchiul de con.....	98
Cilindrul Sfera.....	98
Trigonometrie	99
Funcțiile trigonometrice.....	99
Transformari din radiani in grade.....	100
Formula de calcul a tangentei	100
formula de calcul a cotangentei.....	100
Formula fundamentală a trigonometriei :.....	100
COMUNICAREA TEHNICĂ.....	103
Standardizarea	103
ISO - Organizația Internațională de Standardizare [11], [20],	103
Definiția unui standard.....	104
Conținutul unui standard	104
Rolul standardelor.....	104
Tipuri de standarde	105
Ciclul de viață	105

Dreptul de autor și dreptul de utilizare.....	105
Rolul standardizării.....	106
Integrarea economică a Europei	106
Cerința calității	106
Evoluția tehnică și tehnologică	106
Standardizarea internațională, regională și națională	107
Standardizarea și OMC (Organizația Mondială a Comerțului).....	107
Standarde pentru sisteme de management	107
Certificarea conformității cu standardele și	108
Definiția Certificării	108
Rolul certificării	108
Tipuri de certificare	108
Laboratoarele de încercări acreditate.....	108
Accesul la standarde și la serviciile de standardizare	109
Unitățile de măsură ca și comunicare tehnică.....	111
Sistemul internațional de măsuri [21].....	111
Unitățile fundamentale ale sistemului internațional	111
Unități derivate cu denumiri speciale	113
Unități coerente cu sistemul internațional SI.....	113
Reguli de folosire a unităților	115
Prefixe SI.....	115
Lista prefixelor:.....	115
Reguli de folosire a prefixelor SI.....	115
Kilogramul	116
Unități care nu fac parte din SI.....	116
Sistemul anglo-saxon de unități și măsuri	116
Lungime	116
Unități specifice.....	117
Suprafață.....	118
Volum	118
Unități farmaceutice de măsură a volumului	119
Unități de măsură a masei	119
Temperatură	120
Gradul fahrenheit.....	120
Gradul RANKINE	120
Căldură.....	120
Conversia unităților de măsură.....	121
Corespondența măsurilor în țoli ~ fracție-zecimal	121
Corespondența unităților de măsură pentru unghiuri	122
Corespondența unităților de măsură pentru arie	122
Corespondența unităților de măsură pentru volum	123
Corespondența unităților de măsură pentru putere	123
Corespondența unităților de măsură pentru energie	123
Corespondența unităților de măsură pentru presiune	123
Corespondența unităților de măsură pentru temperatură.....	124
Corespondența Îmbrăcăminte bărbați.....	124
Corespondența încălțăminte bărbați	125
Corespondența încălțăminte femei.....	125
Corespondența Îmbrăcăminte femei	125
Alte dimensiuni și mărimi uzuale	125
Formate de hârtie	125
Cifre romane și arabe.....	126
Unități de măsură pentru pietre prețioase [17].....	126
Distanțe între localități-pe șosea și cale ferată	127

COMUNICAREA PRIN INTERNET.....	128
Scurt istoric	129
Repartizarea pe domenii a adreselor de internet	131
Internetul în România	131
Utilizatorii de internet din România	132
Internet2	133
Internetul mobil	134
Comunicarea prin rețelele de socializare	135
Facebook în topul rețelelor de socializare.....	136
20 de Statistici despre Facebook – (septembrie 2016)	136
Facebook - Avantaje si dezavantaje – spionaj, date personale, virusi, sex, divort, comunicare, jocuri etc.....	138
Iată câteva dezavantaje-rele-pericole pe scurt despre Facebook:.....	139
COMUNICAREA INTERPERSONALĂ [8]	142
Imaginea despre sine.....	142
Versiuni ale imaginii de sine:	142
Bariere în comunicare	142
EXEMPLE ȘI APLICAȚII.....	144
Curriculum Vitae -EUROPASS.....	145
Scrisoare de intenție.....	147
Test de comunicare scrisă.....	148
Tehnici de comunicare–limbaj matematic -	150
T ehnici de comunicare – limbaj matematic.....	151
Test de comunicare tehnică.....	153
Referat tehnic - Eficienta rectificării plane și direcțiile de creștere a acesteia.....	154
1.1. Definirea noțiunii de EFICIENTĂ a rectificării plane ȘI factorii ce o INFLUENȚEAZĂ.....	154
1.1. Strategia creșterii eficienței rectificării plane.....	154
Clasificarea mașinilor de rectificat plan cu două discuri	155
2.1 Întreprinderi producătoare de mașini de rectificat plan cu două discuri.....	156
2.2 Mașini de rectificat plan bilateral.....	156
2.3 . Mașini de rectificat plan bilateral autohtone	157
2.4 Performanțele mașinilor de rectificat plan cu două discuri	159
1.4 Concluzii	159
Sistemul internațional de unități (SI)	160
BIBLIOGRAFIE.....	161

Capitolul I

Limba română folosită în inginerie



Învățarea scrisului unei limbi străine citind materiale de pe internet este o mare iluzie, pentru că majoritatea internauților citesc doar articole referitoare la informatică, domeniu care folosește un jargon special, cu un număr limitat de cuvinte, care pe desupra au uneori sensuri diferite față de utilizarea lor în viața de zi cu zi.

Articolele tehnice folosesc de obicei un limbaj sec, adaptat funcției de descriere și explicare, care nu are nici pe departe bogăția limbajului viu folosit în conversații sau în literatură.

COMUNICAREA ÎN LIMBA ROMÂNĂ

LIMBA ROMÂNĂ ÎN EPOCA INFORMATICII [11]

Introducere

Limbajul scris sau vorbit este singura modalitate de materializare a gândirii noastre discursive, cea care se bazează pe enunțuri pentru a exprima concepția noastră despre lume. El se împletește cu procesul de gândire și are ca scop să "cristalizeze" produsul acesteia și să îl "traducă" în așa fel încât să fie înțeles și de alte persoane. Cu ajutorul limbajului gândirea umană își pierde caracterul ei inefabil și trece printr-un proces de sublimare al cărui rezultat este cuvântul scris sau vorbit. Scopul limbajului este de a facilita comunicarea interumană pentru ca oamenii să poată să schimbe între ei cunoștințe, experiențe de viață și orice alt tip de informații care îi ajută să evolueze și să înțeleagă mai bine mediul în care trăiesc. Pe scurt, rolul principal al limbajului este să realizeze transmiterea rapidă și mai ales corectă a unor enunțuri care sunt produsul gândirii.

Limba se află permanent într-un proces de evoluție, ce poate fi mai ușor de înțeles dacă îl asemănăm cu ciclul evolutiv al unui specii de ființe vii, care are în principal trei etape și anume : formare, dezvoltare, stabilizare, dispariție (extincție sau transformare). Evoluția unei limbi se desfășoară foarte lent, pe perioade de timp de ordinul sutelor de ani, dar etapele menționate mai înainte caracterizează evoluția majorității limbilor care au fost în uz de-a lungul timpului în diferite părți ale globului. Cele mai multe limbi folosite în timpurile vechi au dispărut complet, însă există limbi care deși nu mai sunt vorbite în mod curent (de ex. latina), evoluția lor finală este mai degrabă o transformare decât o extincție, pentru că ele au dat naștere la alte limbi care le păstrează caracteristicile principale. Limbile care sunt folosite în prezent nu au nici ele garantată "supraviețuirea" pe termen nedefinit.

Limba română derivă din limba latină populară ("latina vulgară"), vorbită de coloniștii aduși de romani după cucerirea Daciei din anul 106 și instalați pe teritoriul cucerit, care cuprindea Oltenia, Banatul și Ardealul de azi. Coloniștii proveneau în cea mai mare parte din populațiile romanizate anterior existente în Tracia (Bulgaria de azi), Iliria (Serbia, Croația și Bosnia de azi) și Asia Mică (Turcia de azi), un număr mai mic provenind din alte teritorii ale Imperiului Roman (Siria, Galia, etc.) sau din Peninsula Italică. Există încă multe semne de întrebare asupra modului în care a fost posibil ca o populație de coloniști cu origine foarte diversă a reușit să impună limba latină (pe care o cunoștea în mai mică sau mai mare măsură) unei mase mult mai mari de oameni, în speță dacilor și geților, care erau populația băștinașă și aveau o limbă proprie de origine tracă (din cercetările făcute de lingviști rezultă că limba vorbită de daci și geți se înrudea cu limbile iraniene, slavice și baltice). Din cauză că din limba dacă nu se cunosc cu exactitate decât foarte puține cuvinte, în momentul de față nu se știe exact contribuția limbii dace la formarea limbii române, dar fără îndoială că ea există, cel puțin la nivel de vocabular (acest lucru explică și asemănările de cuvinte cu limba albaneză, provenită și ea dintr-o limbă tracă). După retragerea din Dacia a administrației romane, a armatei și a unei părți din coloniști în anul 271, populația romanizată rămasă pe loc s-a amestecat cu populația dacică rămasă în afara teritoriului colonizat (dicii liberi). Pe teritoriul fostei Dacii s-au perindat apoi timp de o mie de ani populații migratoare cu origini din cele mai diverse (germanică, slavă, turcică, etc.) care au intrat în contact cu populația daco-romană băștinașă. Dintre aceste populații migratoare influența cea mai importantă asupra poporului și limbii române au avut-o slavii, cei care s-au așezat pe tot teritoriul României de azi și au rămas timp de sute de ani, până când au fost asimilați de populația autohtonă. Formarea poporului român s-a încheiat după asimilarea acestei mase mari de populație slavă, lucru dovedit de faptul că milioane de români au azi nume de familie de origine slavă: Bogdan, Bratu/Brătescu/Brătianu, Dobre/Dobrescu/Dobrin, Dragomir/Dragomirescu, Dragoș, Drăgan/Drăgănescu, Mircea/Mircescu, Neacșu/Necșulescu, Neagu/Negulescu, Radu/Rădulescu/Rădoi, Stan/Stănescu, Stancu/Stănculescu, Stoica/Stoicescu, Șerban/Șerbănescu, Voicu/Voiculescu, Voinea/Voinescu, Vlad/Vlădescu, etc. În mod similar, formarea limbii române s-a încheiat și ea după ce a avut loc întrepătrunderea dintre elementele romanice (daco-romane) și cele slave, rezultând limba română.

Originea latină a limbii române nu poate fi pusă la îndoială pentru că sistemul gramatical (structura de rezistență a oricărei limbi) provine din latină, la fel ca și majoritatea cuvintelor. Însă influența slavă este și ea foarte puternică, în special la nivel de vocabular (cuvinte) și la nivel fonetic (pronunțare, probabil și sunetele Î sau Ă), deși există și influențe de ordin gramatical, multe terminații ale cuvintelor fiind de origine slavă. Limba română s-a îmbogățit de-a lungul timpului și prin intermediul cuvintelor provenite din limbile popoarelor cu care românii au venit în contact (greci, maghiari, germani, bulgari, ruși, turci, ucraineni, sârbi, etc.).

Limba română a avut de la formarea ei o evoluție naturală, care a dus pe de o parte la individualizarea (separarea) precisă a ei în cadrul grupului principalelor limbi romanice (franceza, italiana, spaniola, portugheza), iar pe de altă parte la formarea de dialecte caracteristice grupurilor mari populaționale din Transilvania, Moldova și Muntenia. Limba română a trecut deci de la formarea sa printr-un proces de stabilire a unei identități proprii în cadrul grupului de limbi provenite din latină, proces completat la interiorul limbii de un fenomen de diferențiere relativă a limbii vorbite în provinciile istorice românești. În evoluția limbii române a avut loc însă și o etapă de evoluție artificială, care a avut loc în secolele 19 și 20 când din necesitatea modernizării limbii au fost importate foarte multe cuvinte de origine franceză, ceea ce face ca astăzi cam 40% din vocabularul limbii române să fie de origine franceză. Inițial se dorea eliminarea din limbă a cuvintelor nelatine (în special cele de origine slavă) și înlocuirea lor cu unele de origine latină sau romanică (franceză sau italiană). Însă limba rezultată din acest proces nu mai semăna cu româna și nu mai era înțeleasă de către populație, deci s-a renunțat la eliminarea unora din cuvintele românești deja existente, lucru care ar fi fost complet nepractic și pe deasupra jignitor la adresa limbii române.

Evoluția limbii române nu s-a oprit, din contră, ea continuă cu eforturile permanente pe care le face limba pentru a se moderniza, în condițiile în care trebuie să se adapteze la tendințele de uniformizare a experienței existențiale umane reflectate în conceptul de globalizare. Modul în care limba română va reuși să țină pasul cu modernizarea fără a-și pierde identitatea ei specifică va fi definitoriu pentru existența sa viitoare.

MODUL DE ADAPTARE A LIMBII ROMÂNE

Pentru a înțelege mai bine modul de răspuns al limbii române la diversele influențe putem apela la o analogie. Orice organism viu (indiferent de gradul său de complexitate) se află într-un proces permanent de schimb de materie și energie cu mediul înconjurător, schimb care are loc în ambele sensuri, dinspre mediu către organism și dinspre organism către mediu. Organismul respectiv este nevoit să preia din mediul înconjurător substanțele și energia care îi sunt necesare pentru supraviețuire și să le prelucreze în așa fel încât ele să poată fi asimilate (adăugate la structura sa internă) sau transformate în energie necesară proceselor interne. În paralel cu acest proces de asimilare are loc și procesul invers, de transfer de materie și energie dinspre organism spre mediul ambiant. Strategia de supraviețuire a oricărei ființe presupune însă un control strict asupra schimbului de resurse cu mediul înconjurător, pentru a evita ca structura internă să îi fie afectată în mod negativ, ceea ce ar avea ca rezultat mai devreme sau mai târziu dezintegrarea organismului respectiv. Schimbul de resurse este menținut deci la un nivel calitativ și cantitativ care să aibă ca rezultat întărirea structurii interne a organismului, ceea ce va permite supraviețuirea sa în condiții optime. Toate ființele vii posedă niște mecanisme de preservare a integrității structurii lor interne, mecanisme care sunt reunite sub titulatura de "sistem imunitar". Atunci când acesta decelează prezența unui "corp străin" (microb, virus, etc.) în organism sunt declanșate automat mai multe căi de neutralizare a lui, în așa fel încât să nu se ajungă la situația ca acest corp străin să pericliteze starea de echilibru (sănătate) a organismului respectiv.

Limba unui popor trebuie să se adapteze permanent la condițiile mediului socio-politic, economic și cultural în care trăiește populația ce vorbește limba respectivă. O limbă "vie" (folosită în mod curent de o populație formată dintr-un număr apreciabil de persoane) nu se află niciodată într-o stare de "încrămenire", influențele asupra ei venind atât dinspre interior cât și dinspre exterior. Astfel, oamenii care vorbesc o anumită limbă au nevoie de cuvinte care să exprime realitățile specifice perioadei istorice în care trăiesc și pentru aceasta ei aleg să inventeze cuvinte noi sau din contră preiau cuvinte din alte limbi. Situația optimă din punct de vedere al dezvoltării limbii este caracterizată de o stare de echilibru între influențele interne și cele externe, adică

între crearea de cuvinte noi și adoptarea de neologisme. Procesul de adaptare trebuie să ducă însă la întărirea limbii respective și nu la distrugerea ei. Păstrarea nealterată a structurii interne a limbii reprezintă cheia care îi va permite să supraviețuiască și să prospere, chiar și în situația în care este supusă la influențe externe extrem de importante.

Înnoirea vocabularului unei limbi este un proces esențial și inevitabil, în condițiile schimbărilor (științifice, tehnologice, sociale, etc.) care au loc permanent în societatea umană. Adoptarea de neologisme trebuie însă să se facă după un model bine pus la punct, în așa fel încât cuvintele nou introduse să fie asimilate perfect, nu să fie înglobate cu forța în limba importatoare, și să apară grotesc, ca niște corpi străini care întrețin niște răni deschise. Un cuvânt străin trebuie deci adaptat condițiilor specifice ale limbii române pentru a-l include în vocabular. Oricât de frumos (melodios) ar suna un anumit neologism, includerea în vocabularul român trebuie să depindă în principal de modul în care el se integrează în limbă, deci de cât de bine poate fi făcut să respecte regulile gramaticale ale limbii române. Din aceasta cauza acceptarea unui potențial neologism trebuie decisă luând în considerație în principal criteriile funcționale (de ex. cât de bine se poate declina cuvântul) și nu pe acelea estetice (de ex. cât de bine ne încântă auzul). Una din caracteristicile principale ale limbii române este reprezentată de caracterul ei fonetic, care se definește printr-o corespondență exactă între pronunțarea cuvintelor și scrierea lor. Atâta timp cât caracterul fonetic al limbii este păstrat intact limba română va supraviețui și va prospera.

În cazul unei ființe vii influențele externe sunt reprezentate de energie și de materie. Dar acestea se întîlnesc și în cazul limbii, unde energia poate fi asimilată cu influențele culturale, iar materia cu vocabularul propriu-zis (cuvintele folosite în mod curent). Este evident că influența culturală determină modul de constituire a cuvintelor noi. În cazul unui popor care are încredere în cultura sa și nu o socotește inferioară altor culturi, majoritatea cuvintelor noi vor fi create pornind de la cuvinte deja existente în limba respectivă sau prin inventarea lor. Acesta este cazul popoarelor anglo-saxone. În cazul unui popor care are un sentiment de inferioritate d.p.d.v. cultural va exista tendința ca importul de cuvinte să fie masiv, pentru că lipsește sentimentul de încredere în forțele proprii. Acesta este cazul poporului român, dar și al altor popoare mici. Avem de-a face cu un cerc vicios care va avea ca rezultat în ultimă instanță dispariția culturii și a limbii române sau transformarea lor în surrogate ale culturii și limbii majoritare, care în acest moment este cea anglo-saxonă.

CREAREA DE CUVINTE NOI

Îmbogățirea fondului lexical al limbilor s-a făcut multă vreme în principal prin crearea de cuvinte noi (fie inventându-le, fie derivându-le din cuvinte deja existente), iar în mod secundar prin importul de cuvinte din limbile vorbite de populațiile vecine. În ziua de azi, poate și din cauza globalizării, crearea de cuvinte noi a fost aproape complet abandonată, la fel și importul de cuvinte din limbile vecine, preferându-se o variantă mult mai comodă, aceea de importare a cuvintelor dorite din limba care este cel mai aproape de statutul de limbă universală (engleza) sau din altă limbă de circulație internațională (eventualitate mult mai rară).

Este greu de spus ce îi face pe români să prefere situația de importatori de cuvinte, aceleia de creatori de cuvinte. Să fie vorba de complexul "provincialului", care dorește să își depășească condiția, dar pentru că nu poate realiza acest lucru în mod practic (prin emigrare imediată), încearcă măcar să se transporte "simbolic" în interiorul societății în care visează să își desfășoare existența? Din păcate mulți dintre acei români care pot fi definiți ca niște "artiști ai cuvintelor", în speță scriitorii profesioniști, se încadrează din ce în ce mai mult în curentul general și ratează ocazia de a îmbogăți vocabularul limbii române cu creațiile lor personale, preferînd să devină niște mesageri (colportori) care încetățenesc (legitimează) uzul unor cuvinte, uneori extrem de nefericite, preluate din engleză, în defavoarea unor cuvinte de origine română.

Reticența românilor în a deveni făuritori de cuvinte pare a avea rădăcini adînci și este fără îndoială autoimpusă, un factor important ce a contribuit la perpetuarea ei fiind teama de a nu cădea în ridicol. Există în ceea ce îi privește pe mulți români o anumită "pudoare" legată de limbaj, care îi împiedică să construiască ei înșiși cuvinte noi pentru că se tem că acestea ar putea declanșa accese de ilaritate din partea celor care le-ar auzi pentru prima dată. Însa inovația, indiferent de domeniul de aplicare, se bazează în bună parte pe

curajul unor persoane de a încerca ceva nou, chiar dacă rezultatele nu vor fi de la început pe măsura așteptărilor și chiar dacă inițial încercarea va stârni hohote de ris. Una din caracteristicile care îi deosebesc pe creatorii de succes de aceia care se opresc la jumătatea drumului este hotărîrea cu care își continuă munca, chiar și în condiții de adversitate. Creatorilor care știu că sunt pe drumul cel bun le este indiferentă părerea celorlalți, pentru că sunt siguri că ei vor avea dreptate în cele din urmă și nu aceia care le contestă sau le iau în derîdere activitatea. Depășirea sentimentului de ridicol care însoțește orice inițiativă de a crea un cuvînt nou este deci prima etapă care trebuie parcursă de cineva care își propune să participe la îmbogățirea limbii române în calitate de creator, nu de importator sau de colporteur. Însa frica de a nu cumva fi etichetat drept un nou propovăduitor al izolării lingvistice față de limbile de mare circulație internațională este de ajuns pentru a-i face să renunțe pe cei mai mulți dintre aceia care ar dori să propună un cuvînt nou.

O acuză și mai de efect care li se aduce frecvent celor care au curajul să susțină că importul nesăbuit de neologisme ar trebui stopat este aceea ca vor să întoarcă România pe vremea "gîtleșului", iar limitarea importului de neologisme ar avea ca efect înapoierea culturală și științifică a țării. Cuvîntul "gîtleș" nu a intrat niciodată în uzul comun, dar a fost unul dintre protagoniștii principali ai unei dispute care a avut loc în secolul 19 între susținătorii înnoirii limbii române prin import de neologisme și cei care susțineau crearea unor cuvinte noi dintr-unele deja existente. Gîtleșul era propunerea acestora din urmă pentru obiectul de îmbrăcăminte care este cunoscut azi sub numele de cravată. Acest cuvînt a fost creat prin fuziunea cuvintelor gît și legătură, cu o ușoară modificare a acestuia din urmă din motive gramaticale, pentru ca rezultatul să aibă 3 silabe (gîtleș) și nu 5 (gîtleșură), astfel fiind mai ușor de pronunțat. Prin comparație, cuvîntul "cravată" vine de la denumirea poporului care a purtat prima oară acest obiect, în limba croată "Hrvatska" însemnînd "Croatia". Pentru că panglica de material textil purtată la gît de mercenarii croați din Franța a devenit în scurt timp foarte populară, cuvîntul "hrvatska" a suferit cîteva modificări și a ajuns la forma "cravate", în așa fel încît să poată fi ușor pronunțat de către francezi, care sunt cunoscuți pentru accentul pus pe eleganța îmbrăcăminteii, ei adoptînd foarte repede invenția croaților. În limba română "cravata" a pătruns deci prin intermediul limbii franceze. Dacă este să judecăm exclusiv după criteriul estetic, cuvîntul "cravată" este mai melodios și sugerează cumva faptul că avem de-a face cu un articol de lux, așa cum era în acele timpuri. Dar dacă este să judecăm după criteriul utilității cuvîntului, după cît de ușor se înțelege despre ce este vorba, atunci "gîtleș" ar fi mai potrivit, pentru că nimeni nu ar dori să spună că poartă o "croată" la gît. Decizia de a folosi "cravată" în loc de "gîtleș" nu mai poate fi răsturnată acum și nici nu ar fi de dorit acest lucru, dar trebuie subliniat faptul că ea a avut cîteva consecințe extrem de nefaste asupra limbii române. În momentul tranșării disputei dintre importatorii și creatorii de cuvinte în favoarea primilor, tabăra creatorilor a suferit nu numai o înfrîngere zdrobitoare, ci a fost condamnată la blamare veșnică pentru vina închipuită de a împiedica modernizarea limbii, iar cuvîntul "gîtleș" a primit un loc în "infernul" cuvintelor și își petrece penitența arzînd neîncetat la flacăra disprețului general. Consecința cea mai gravă a disputei dintre importatori și creatori a fost însă abandonarea completă a creării de cuvinte noi prin fuzionarea unora deja existente în favoarea importului de neologisme. Acest lucru se poate vedea cel mai bine în ziua de azi, cînd pentru cuvintele englezești apărute masiv în limbajul de zi cu zi nu există nici un rival creat prin fuzionarea unor cuvinte autohtone. Singurele cuvinte românești care par compuse prin fuziune sunt în fapt tot neologisme, deci fuziunea a avut loc în limbile de origine, dar rămîne aparentă și în română.

Ceea ce este însă extrem de ironic în toată povestea legată de "gîtleș", este că acest cuvînt și-a pierdut dreptul de a exista în limba română, dar și l-a obținut în limba engleză, în special cea vorbită în USA. Prin intermediul acesteia el a intrat și în vorbirea unor români, care ar fi de altfel oripilați dacă li s-ar cere să renunțe la cuvîntul "cravată" în favoarea "gîtleșului". Ei bine, în dialectul nord-american al limbii engleze (cel vorbit în USA) cuvîntul folosit pentru panglica purtată în jurul gîtului este "necktie", care este evident format prin fuzionarea cuvintelor "neck" ("gît") și "tie" ("legătură"). Iată că usamericanilor nu le este rușine să spună că poartă un "gîtleș" în loc de o cravată și nu își pun problema că limba vorbită de ei este una retrogradă, învechită. Trebuie de altfel menționat că în engleza vorbită în Marea Britanie se folosește în special cuvîntul "tie" pentru "cravată", deși există și cuvîntul "cravat" (provenit din franceza), care este însă mult mai puțin folosit. Este deci de remarcat toleranța vorbitorilor nativi de limbă engleză, care au la dispoziție mai multe variante pentru "cravată" (necktie, tie, cravat, neckcloth) și le acceptă pe toate, fără să facă crize de isterie sau să se lanseze în acuzații ridicole.

Deși popoarele englez și rumîn au fost despărțite de o distanță geografică foarte mare, limba engleză are unele similitudini de evoluție istorică cu limba română. Astfel, atît limba engleza cît și cea româna își au punctul de plecare în limba vorbită de "cotropitorii" unui teritoriu, fiind deci vorba de limbi neautohtone teritoriului în care s-au definitivat. În cazul englezei invadatorii au fost triburile de origine germanică (angli, saxoni, etc.) care au ocupat un teritoriu locuit de triburi celtice, a căror limbă avea o identitate proprie, păstrată și în ziua de azi în principal sub forma limbii irlandeze. La fel ca și în cazul românei, limba vorbită inițial în insula Marea Britanie (care cuprinde Anglia, Țara Galilor și Scoția) a dispărut complet, fiind înlocuită de limba noilor-veniți, care a fost pînă la urmă acceptată și de autohtoni. O a doua etapă în formarea limbii engleze a fost cucerirea normandă, care a făcut ca limba oficială în Marea Britanie să devină pentru o sută și ceva de ani limba franceză, mai precis un dialect vechi al ei, vorbit de normanzi. Această perioadă a făcut ca în limba engleza să își facă loc multe cuvinte de origine franceză, care se întîlnesc și azi și nu sunt socotite neologisme. Masivul aport de cuvinte franțuzești în limba engleză se aseamănă cu influxul la fel de mare de cuvinte de origine slavă în limba română, efectul în ambele cazuri fiind unul de îmbogățire lexicală, foarte benefic pentru niște limbi aflate în formare, care aveau nevoie urgentă de cuvinte pe baza cărora să se dezvolte limba literară.

Limba literară este limbajul folosit în operele cu caracter cultural-științific și reprezintă întruchiparea cea mai elevată a unei limbi. Ea are drept caracteristici principale claritatea în exprimare, bogăția lexicală și corectitudinea gramaticală. Limba literară este în primul rînd un factor unificator, pentru că ea aduce la un numitor comun diversele dialecte regionale ale unei limbi. În al doilea rînd, limba literară este un factor de stabilitate, pentru că nu permite remodelarea regulilor gramaticale decît în anumite limite și asta doar dacă este neapărată nevoie. În al treilea rînd, limba literară este un factor de progres, ea fiind aceea care decide îmbogățirea vocabularului cu cuvinte și expresii noi, legitimînd sau nu uzul acestora.

Limba engleză este de origine germanică și are în comun cu limba germană modernă ușurința de a crea cuvinte noi prin fuziunea unora deja existente. Englezii sunt un popor cu un simț al practicului foarte dezvoltat și acest lucru se vede și în modul în care și-au alcătuit vocabularul. Ori de cîte ori au avut nevoie de un cuvînt nu au stat mult pe gînduri și l-au creat rapid prin procedeul fuziunii, fără să le pese că noul cuvînt ar putea declanșa zîmbete pentru că ar fi prea "rustic", fiind lipsit de vreun semn de "noblețe" estetică, așa cum par a avea cuvintele moderne care au rădăcini grecești sau latine.

Această metodă de îmbogățire a limbii a dat rezultate foarte bune pentru că nu s-a mai pierdut timp cu adoptarea de cuvinte străine, dintre care unele nu se puteau adapta cerințelor gramaticale ale limbii engleze. Pe de altă parte cuvîntul rezultat prin fuziune avea de multe ori un sens atît de evident, încît toată populația (indiferent de gradul de educație) putea să-și dea seama ușor la ce se referea cuvîntul respectiv, spre deosebire de cuvintele create pe baza unor teme (rădăcini) grecești sau latine, al căror înțeles ar fi trebuit explicat în prealabil. Vocabularul englez are deci la baza în primul rînd criteriul funcțional (utilitar) și nu pe cel estetic, iar acest lucru a permis adaptarea rapidă a limbii la cerințele societății moderne. Mai mult, în limba engleză coexistă pașnic cuvinte create prin fuziune cu unele importate, iar acest lucru nu deranjează pe nimeni.

În cazul limbii române lucrurile stau cu totul diferit, în primul rînd din cauza absenței cuvintelor create prin fuziune, care lasă loc liber importului de cuvinte pentru îmbogățirea vocabularului. Însă deși neologismele sunt utile pentru orice limbă, afluxul lor masiv pune în pericol integritatea limbii importatoare, lăsînd la o parte faptul că multe dintre ele nu vor fi înțelese prea ușor de majoritatea populației. Spre deosebire de anglo-saxoni (englezi, usamericieni, etc.) care văd cuvintele prin prisma funcționalității lor, românii au tendința să recepționeze în principal aspectul estetic al cuvintelor, și cu cît acestea sunt mai melodioase, mai plăcute la auz, cu atît ele sunt mai des folosite.

O parte din români par a avea în ultima vreme timpanul extrem de "sensibil", și numai auzul unor cuvinte care se termină cu grupurile de litere "oi" sau "ău", considerate specifice cuvintelor "neaoșe", pare a le produce o "inflamație" supărătoare a urechii, care aparent se transmite și la creier și le determină reacții de "greață" lingvistică. Bineînțeles că de cele mai multe ori "inflamația" nu apare la auzul unor cuvinte englezești care și ele se termină în "oi", dovadă că totul se reduce la un dispreț abia mascat față de limba română și o

admirație nemărginită față de cea engleză. O astfel de situație s-a petrecut atunci când eu am propus înlocuirea englezismului "flame-war" cu un cuvânt inventat de mine și anume "flamboi", rezultat prin fuziunea cuvintelor "flamă" și "război". Foarte mulți internauți care au intervenit pe firul de discuție dedicat disputelor aprinse de pe forumuri au reacționat violent sau batjocoritor, displăcându-le sonoritatea "țărăneasă" a termenului inventat de mine, uitînd bineînțeles de numărul mare de cuvinte englezești care se termină în "oy" (pronunțat "oi"), printre care și celebrul "cowboy", aflat la mare preț printre usamericani și admiratorii acestora. Ca o ironie a sortii, în același an în care avea loc discuția la care am făcut referință își începea cariera strălucită un cuvânt englezesc nou-inventat și el, anume "fanboi" (pronunțat "fenboi"), care desemnează persoanele cu o admirație "fanatică" față de produsele unei anumite companii. Acest cuvânt este din ce în ce mai răspîndit pe forumurile de discuții, iar sonoritatea sa nu i-a împiedicat în nici un fel adoptarea de către vorbitorii de limbă engleză, dovadă că aceștia pun preț mai mare pe capacitatea de semnificare a cuvîntului decît pe sonoritatea lui.

Se pare deci că în cazul limbii române trebuie depășite mai întîi niște piedici psihologice, care îi mențin pe români în condiția de cîrpaci cu cuvinte străine și îi împiedică să redevină creatori ai propriei lor limbi. Poate că exemplul limbii engleze unde complexe psihologice de inferioritate aplicate cuvintelor nu își au locul, ar trebui luat în seamă. Ar trebui de asemenea descoperită plăcerea invenției de cuvinte noi, care este la latitudinea fiecărui vorbitor de limbă română. La fel ca orice proces de creație și acela prin care se plămădesc cuvinte poate să nu fie încununat de succes de la început. Dar perseverența și rafinarea metodelor folosite pot duce la rezultate foarte bune. Inventarea unui cuvînt care are ulterior priză la public și începe să fie folosit de cît mai mulți oameni are ca rezultat întărirea încrederii în potențialul creativ al propriei persoane.

Această recompensă este bineînțeles de ordin spiritual, dar creșterea încrederii în forțele proprii poate duce ulterior și la recompense pe plan material, atunci când alte și alte proiecte creative vor fi duse la bun sfîrșit. Descoperirea potențialului creator al unei persoane poate deci începe cu o acțiune aparent banală, cum ar fi crearea unui cuvînt de care este nevoie la un moment dat.

ADOPTAREA DE NEOLOGISME

Cuvintele adoptate din limbi străine se numesc neologisme și au un rol extrem de util, anume acela de a suplini lipsa unor termeni autohtoni pentru descrierea anumitor noțiuni (obiecte, acțiuni, etc.). Avem deci de-a face cu un proces care implică o limbă exportatoare (limba străină) și una importatoare (limba autohtonă, în cazul nostru româna). Cum orice limbă este suportul unei culturi, se poate aprecia fără a greși prea mult că în procesul de adoptare a neologismelor un rol determinant îl are echilibrul de forțe între cele două culturi participante, în sensul că întotdeauna cultura mai "slabă" va importa (cuvinte, dar și idei) din cultura mai "puternică". În cazul României influențele diferitelor culturi puternice și-au pus amprenta de-a lungul timpului asupra vocabularului, prin influxuri uneori masive de neologisme. Trebuie menționat că sunt socotite neologisme doar cuvintele adoptate după ce procesul de formare a limbii a fost definitivat, astfel că de exemplu cuvintele provenite din slavonă (rusa veche), existente într-un procent de 30% în vocabularul românesc, nu intră în categoria neologismelor pentru că ele au participat la formarea limbii și sunt parte integrantă din ea de foarte multă vreme. Nimeni nu ar putea socoti de exemplu că familia de cuvinte ce exprimă cel mai bine sentimentul dragostei (iubire, a iubi, iubit, etc.) ar fi compusă din neologisme, pe motivul că la baza ei stau cuvinte de origine rusă (liubov, liubiti, etc.).

Adoptarea neologismelor în limba româna a fost favorizată în secolul 19 și prima jumătate a secolului 20 de principalele influențe culturale europene care și-au pus amprenta asupra culturii române, în speță culturile franceză și germană. Sfîrșitul secolului 20 și începutul secolului 21 stau sub influența covîrșitoare a culturii de origine anglo-saxonă, în special cea din Statele Unite ale Americii (USA). Influența pe care o are această țară în majoritatea domeniilor de activitate umană (începînd de la știință și terminînd cu politica) este de netăgăduit și probabil nu are corespondent în istoria umanității.

Hegemonia culturală usamericană se bazează pe activitatea intelectualilor din USA care își fac publice eforturile prin canalele de distribuție a lucrărilor științifice sau culturale și din ce în ce mai mult și prin publicare pe internet. Este deci vorba de prezentarea unor teze (idei), și nu de impunerea lor cu forța. Faptul

că din ce în ce mai mulți oameni din toate părțile lumii consideră produsele culturale usamericane ca fiind cele mai bune la ora actuală este un lucru de înțeles și nu poate fi privit ca fiind ceva rău în sine. Însă adoptarea în mod necritic a culturii usamericane are și un efect pervers, anume acela de a induce un complex de inferioritate în rîndul oamenilor care trăiesc în țări mai mici, a căror cultură nu poate rivaliza cu cea usamericană, din motive variate (populație mai mică, fonduri pentru cultură foarte reduse, etc.). Din păcate cetățenii (și chiar guvernele) unor astfel de țări încearcă ieșirea din starea neplăcută provocată de complexul de inferioritate nu prin tratarea cauzelor acestuia (lipsa de productivitate a culturii locale), ci prin negarea lui, ceea ce are ca efect creșterea dependenței față de cultura usamericană.

Edificiile intelectuale (operele științifice și culturale) sunt produse ale gândirii umane, iar forma lor concretă este realizată cu ajutorul limbajului scris. Un aspect particular al acestora este faptul că receptarea adecvată a sensului lor de către o anumită persoană este dependentă de gradul de înțelegere de către persoana în cauză a limbajului în care au fost concepute. Cu alte cuvinte, dacă o lucrare a fost scrisă în limba engleză, atunci înțelegerea ei presupune de obicei învățarea limbii engleze. Bariera limbajului poate fi depășită și dacă avem acces la o traducere a lucrării într-o limbă pe care deja o cunoaștem, cea maternă sau alta. Ritmul accelerat de publicare a lucrărilor științifice și culturale face însă ca varianta traducerii să fie din ce în ce mai puțin probabilă, pentru că traducerea necesită un efort de muncă important care este destul de scump.

Produsele de divertisment audio-vizual (filme și muzică) în limba engleză sunt probabil principalele responsabile pentru promovarea limbii engleze și a culturii usamericane la nivel mondial. Răspîndirea folosirii calculatoarelor și a internetului a contribuit și ea la hegemonia limbii engleze, din motive ce țin de softurile folosite și de materialele existente pe internet. Nu există o statistică precisă a numărului de opere culturale-științifice publicate anual, însă o estimare aproximativă ar releva probabil faptul că aproape jumătate din acestea sunt elaborate sau traduse în limba engleză. Învățarea limbii engleze a devenit de voie - de nevoie o disciplină obligatorie în sistemul de învățămînt din majoritatea țărilor globului, tocmai pentru ca societățile respective să poată să mențină contactul cu știința și cultura modernă.

Cel mai palpabil efect al dominației culturii usamericane asupra celorlalte culturi de pe glob este importul masiv de către acestea din urmă a unor cuvinte din limba engleză. În măsura în care aceste neologisme au suplinit lipsa unor cuvinte autohtone și în același timp s-au adaptat regulilor gramaticale ale limbilor importatoare, procesul poate fi privit ca fiind unul benefic. Însă orice proces care se desfășoară rapid și cu o intensitate mare nu poate fi controlat corespunzător și ca urmare își fac apariția efectele nocive. Șuvoiul de neologisme de origine engleză care se revarsă în toate limbile aparent nu mai poate fi stăpînit și tinde să elimine din aceste limbi unele cuvinte autohtone, la fel cum un torent de apă deștrădăcinează arborii întîlniți în cale.

Situația limbii române în momentul de față este destul de critică, deși există voci care spun că ea va rezista, așa cum a făcut-o și pînă acum în fața altor limbi din care au fost preluate multe cuvinte, de exemplu franceza. Însă situația din secolul 19 nu se poate compara cu cea din secolul 21. În secolul 19 cei care impuneau modificările limbii literare erau lingviștii și scriitorii profesioniști (romancieri, poeți, jurnaliști, etc.), deci un număr relativ mic de oameni raportat la totalul populației. Au existat bineînțeles și excese, cum a fost de exemplu dorința unor scriitori (sau chiar lingviști) de eliminare completă a cuvintelor de origine slavă și înlocuirea lor cu neologisme provenite din limbile franceză sau italiană. Astfel de manifestări arbitrare și iraționale au avut un impact minor, tocmai pentru că majoritatea intelectualilor nu le-au sprijinit. Per total se poate spune că limba română a intrat în secolul al 20-lea mai bogată și mai modernă, păstrîndu-și însă toate caracteristicile ei de bază. Lucrurile stau complet diferit acum, la începutul secolului al 21-lea, cînd toată populația știe să scrie, iar o mare parte din ea o și face, în principal pe internet, care a devenit în ultimul timp platforma preferată pentru expunerea părerilor proprii. Mărirea numărului de "scriitori" nu s-a însoțit însă și de o creștere a respectului acestora față de limba română, care este unealta ce îi ajută să își exprime ideile.

Limbajul scris folosit pe internet de către majoritatea românilor are caracteristica de a fi înțesat cu cuvinte și sintagme englezești mai mult sau mai puțin adecvate, în locul unora românești care ar putea exprima perfect opiniile autorului. Cuvîntul dintr-o limbă străină care este folosit în locul unui cuvînt autohton, deși ambele au același înțeles, se numește "barbarism". Denumirea are o nuanță peiorativă, aceasta fiind o moștenire a

termenului folosit de cele două mari civilizații europene antice (greacă și romană) pentru a desemna persoanele care nu le aparțineau. Un termen mai potrivit pentru cuvintele neautohtone ar fi "străinisme", care nu mai induce nuanța peiorativă, fiind deja încetățenită folosirea unor termeni care indică originea cuvintelor străine, de exemplu "englezisme", "franțuzisme", etc. Dar "barbarism" sugerează cel mai bine comportamentul unui cuvânt străin care nu se pliază regulilor limbii în care este introdus, la fel cum "barbarii" de odinioară nu doreau să respecte normele sociale ale marilor civilizații antice.

Marele pericol al acceptării "barbarismelor" în limba română este potențialul lor distructiv asupra structurii de bază a limbii. Ceea ce diferențiază barbarismele de neologismele "civilizate" este tocmai faptul că nu se pot încadra în regulile gramaticale existente, pentru ele trebuind să fie adoptate excepții de la aceste reguli. Dar cu cât se acceptă mai multe excepții de la o regulă gramaticală, cu atât regula respectivă devine mai insignifiantă și într-un sfârșit va fi desființată. Gramatica este schela pe care este clădit "edificiul" limbii, iar dezagregarea unei porțiuni din această schelă poate avea consecințe dezastruoase pentru întregul edificiu. Persoanele care folosesc barbarisme în limbajul curent nu sunt conștiente probabil că în acest fel încurajează introducerea unor "cai troieni" în limba română, care în timp pot să o distrugă. La fel ca și un organism viu, limba unui popor a evoluat lent și a ajuns la o stare de echilibru. Barbarismele nu fac decât să atace permanent acest echilibru, iar numărul lor în continuă creștere le va ușura mult sarcina. Cei care vor avea de suferit de pe urma acestui deznodământ vor fi tocmai cei care au contribuit la el, dar nu i-au prevăzut consecințele sau nu le-a păsat de ele.

Însă poate că barbare nu sunt cuvintele, ci chiar oamenii care pentru a se simți "la modă", distrug (în mod inconștient sau cu bună știință) o limbă clădită pe parcursul a sute de ani. Există în momentul de față din ce în ce mai multe persoane de toate vârstele care se "remarcă" prin folosirea barbarismelor, în special pe internet, dar din ce în ce mai frecvent și în limbajul de zi cu zi. Iar cei care îndrăznesc să le atragă atenția asupra limbii "stricate" pe care o folosesc sunt luați în rîs sau insultați. Folosirea barbarismelor nu este nici pe departe un semn de cultură sau de modernitate, din contră este cel mai bun indiciu al superficialității în gândire și al respingerii unui minim efort intelectual care ar implica folosirea cuvintelor românești, mult mai adecvate pentru a comunica și a face înțeles orice tip de mesaj. Pentru persoanele care folosesc cu precădere barbarisme în limbajul curent (scris sau vorbit) voi folosi de acum încolo denumirea de "barbariști".

Chiar și în lipsa ajutorului oferit de către cei care o vorbesc, limba română are câteva mecanisme de apărare intrinseci, care îi permit să nu accepte atît de ușor neologisme. Trebuie menționat că indiferent de cît de mulți oameni folosesc un anumit cuvânt străin, acesta nu va putea niciodată să acceadă la statutul de neologism dacă nu reușește să se adapteze particularităților gramaticale ale limbii române. Pentru ca un cuvânt străin să poată fi acceptat ca neologism ar trebui să fie respectate următoarele criterii :

Să suplinească lipsa unui cuvînt românesc pentru o anumită noțiune (obiect, activitate, etc.) Să nu aibă același înțeles cu un cuvînt românesc deja existent sau cu unul care ar putea fi creat prin fuzionarea unor cuvinte românești deja existente să respecte caracterul fonetic al limbii române, adică să fie citit așa cum se scrie, eventual după cîteva modificări adaptative (de ex. pentru eliminarea literelor duble) Să fie ușor de pronunțat în limbajul vorbit (să nu aibă grupuri de consoane vecine - de ex. "thr") Să fie declinabil fără a se apela la cratimă (de ex. articolul hotărît și pluralul să se realizeze prin sudarea sufixelor corespunzătoare, nu prin atașarea lor cu ajutorul cratimei) Să aibă pe cît posibil același gen în română ca și în limba de origine

O caracteristică esențială a limbii române este caracterul ei fonetic, care înseamnă corespondența aproape perfectă între modul de scriere și de pronunțare a cuvintelor. Mai simplu spus, limba română se citește așa cum se scrie, spre deosebire de limbi ca engleza sau franceza unde există diferențe mari între modul de scriere și de pronunțare a cuvintelor. Acest lucru face ca importul corect de cuvinte din limbile nefonetic să presupună fie pronunțarea neologismelor în română în mod diferit față de limba originală, fie ajustarea neologismului în așa fel încât să sune și în română la fel ca în limba originală. De exemplu în franceză există cuvîntul "restaurant" (pronunțat "restoran") și el a fost preluat în limba română în forma lexicală originală ("restaurant"), dar s-a renunțat la pronunția din franceză în favoarea uneia specifice limbii române ("restaurant"), în care se citesc toate literele unui cuvînt. Pe de altă parte în cazul englezescului "match" (pronunțat "meci"), nu putea fi păstrată forma lexicală originală pentru că ar fi sunat "groaznic", deci i-a fost

ajustată forma în "meci" și s-a păstrat pronunția din engleză. În sfârșit, în cazul englezescului "tramway" (pronunțat "treamei"), nu au fost păstrate în limba română ("tramvai") nici forma și nici pronunția originală. Regula de a pune întotdeauna pe primul loc caracterul fonetic al limbii române a fost respectată pînă acum cu strictețe în cazul mării majorități a cuvintelor importate.

Din păcate, persoanele care folosesc englezisme în ziua de azi nu își mai pun problema să le adapteze la caracterul fonetic al limbii române, ci se așteaptă ca un cuvînt englezesc să își păstreze atît forma lexicală cît și pronunția originală. Domeniul informaticii ne oferă nenumărate exemple în acest sens: englezescul "driver" este scris ca atare în română, dar este pronunțat "draiver" și nu "driver", cum ar fi fost corect. Alte exemple sugestive de neadaptare sunt barbarismele care conțin litere duble (de ex, oo sau cc). În limbile străine grupurile de vocale cum sunt "oo" sunt pronunțate diferit față de literele constituente. De exemplu în cazul englezismului [to] "boot", pronunția originală este "but". Cei doi de "o" sunt folosiți în acest caz pentru că dacă s-ar fi folosit un "u", cuvîntul s-ar fi pronunțat în engleză "băt". În limba română varianta corectă a acestui neologism trebuie deci să fie "a buta" și nu "a boota". Un alt cuvînt scris greșit de unii internați este "spammer". În limba engleză cei doi de "m" sunt necesari pentru a se obține pronunția "spamăr". Dacă s-ar folosi un singur "m", pronunția în engleză ar fi "speimăr". Limba română nu folosește consoane duble decît foarte rar, iar în acest caz nu are nevoie de al doilea "m" pentru a păstra o pronunție aproape de cea originală, deci el trebuie să dispară.

Atunci cînd se are în vedere adoptarea unui neologism, trebuie să se țină cont și de ușurința cu care va putea fi el folosit în limbajul vorbit. Unele limbi străine, ca de exemplu engleza, au cuvinte care conțin grupuri de consoane, dar acest lucru nu alterează pronunția originală prea mult pentru că unele din acestea nu sunt în fapt rostite. De exemplu în limba engleză cuvîntul "thread" se pronunță "tred", consoana "h" fiind aproape ignorată în pronunție. Multi internați români folosesc însă pe forumurile de discuții barbarismul "thread" în locul cuvîntului românesc "fir", care are practic același înțeles. Cum "thread" se pronunță în română așa cum se scrie, asta ar însemna ca multora să li se contorsioneze limba în gură atunci cînd l-ar rosti. Dar fiind vorba de o comunicare scrisă, pronunția lui "thread" nu îi deranjează pe forumiștii români. Dacă însă ar trebui să comunice oral, ei ar renunța imediat la el și ar folosi românescul "fir", care îl traduce perfect pe "thread" și este extrem de ușor de pronunțat.

Una dintre cele mai importante particularități ale limbii române se referă la modul de articulare a cuvintelor. Articolul hotărît este partea de vorbire care ne permite să semnalăm că în discursul nostru ne referim în mod specific la un anumit obiect, care le este cunoscut interlocutorilor noștri. În majoritatea limbilor străine articolul hotărît se pune înaintea cuvîntului pe care îl determină (de ex. "the core", cuvînt englezesc). Însă în limba română articolul hotărît se atașează sub formă de sufix (se "sudează") la porțiunea terminală a cuvîntului articulat. Dacă luăm ca exemplu cuvîntul "nucleu", atunci forma articulată hotărît a acestuia este "nucleul", unde l-ul terminal este tocmai articolul hotărît, care așa cum se vede este alipit la rădăcina cuvîntului articulat. Cele mai multe barbarisme nu trec "testul" articolului hotărît, adică este imposibil să le atașezi una din formele de articol hotărît din limba română, fără a reieși o monstruoasă lexicală.

De exemplu englezismul "core" (pronunțat "cor") este folosit de multi internați în loc de românescul "nucleu", deși ambele cuvinte au același înțeles. Ei bine, "core" nu va putea deveni niciodată un neologism acceptat pentru că el nu se poate articula corect. Forma articulată hotărît "coreul" este inacceptabilă pentru că vocalele e și u formează un diftong, iar vocala e ar trebui să dispară, dacă nu cumva se acceptă pronunția "coreul". Însă dacă ea ar dispărea s-ar păstra pronunția corectă din engleză, dar ar apărea confuzia între noul cuvînt și unul deja existent, "cor", care semnifică un grup de persoane care cîntă împreună. Soluția este bineînțeles renunțarea la barbarism și folosirea cuvîntului "nucleu".

O alta practică păguboasă a utilizatorilor de barbarisme este formarea pluralului acestora pornind de la forma la singular, la care adaugă unul din sufixele specifice pluralului în limba română, separat cu o cratimă (liniuța " - ") de restul cuvîntului. Forma rezultată este grotescă, dar evident că pentru persoanele nefamiliarizate cu gramatica română acest lucru nu contează. De exemplu cuvîntul englezesc "controller" este folosit în exact această formă de multi internați, iar cînd vine vorba de formarea pluralului ei scriu "controller-e". În limba română pluralul nu se face cu ajutorul cratimei, deci această variantă nu va fi niciodată acceptată în limba

literară. Eventual, englezescul "controller" va putea intra în română doar în forma "controler" (fără "l" dublu), iar pluralul va fi "controlere". Un alt exemplu chiar mai sugestiv este cel al cuvîntului englezesc "layer" (plural "layers"), care se traduce în limba română prin "strat".

Ei bine, mulți utilizatori ai programelor de editare grafică folosesc barbarismul "layer", căruia i-au realizat și un plural românesc cu adevărat barbar și anume "layer-e".

În acest fel ar trebui să existe doi termeni în limba română cu același înțeles, dintre care unul ("strat") să fie folosit exclusiv în situațiile care nu privesc informatica, iar celălalt ("layer") să intre în funcțiune cînd fraza care îl conține are legătură cu informatica. Ridicolul acestei situații este perceput de orice om cu bun-simț lingvistic. Trebuie înțeles de către barbariști că folosirea cratimei nu este "machiajul" care permite mascarea unui barbarism în așa fel încât acesta să intre liniștit în limba română.

Englezismele care nu se vor adapta perfect limbii române (inclusiv prin abandonarea cratimei în formarea pluralului sau în cazul articulării hotărîte) nu vor fi acceptate în vocabularul limbii literare.

Respectarea regulilor limbii române este deci esențială pentru ca un neologism să se integreze perfect în ea și să fie acceptat ca un cuvînt cu "drepturi egale" cu ale celorlalte deja existente. Chiar dacă un număr mare de oameni folosesc zilnic un barbarism, asta nu înseamnă ca el va putea fi vreodată acceptat în limba literară dacă nu se pliază regulilor limbii române.

Gramatica este o știință, iar cei mai în măsură să se pronunțe asupra ei sunt specialiștii, adică lingviștii. Nici un lingvist român de valoare nu va accepta vreodată ca să fie afectat caracterul fonetic al limbii române sau ca să fie introduse neologisme care se pot declina doar cu ajutorul cratimei.

Limbajul scris practicat pe multe din forumurile românești este deci fundamental greșit și nu va putea fi legitimat niciodată din punctul de vedere al gramaticii române.

Cei care continuă să folosească barbarisme își fac rău lor înșiși, pentru că vor uita să scrie corect în limba română, iar modul lor "stricat" de a scrie nu va fi acceptat niciodată în limba literară. Consecințele pentru ei se vor vedea mai tîrziu, atunci cînd vor avea de redactat un material oficial.

Acesta va trebui scris conform cu normele gramaticale în vigoare, iar ei vor avea dificultăți în a-l concepe și vor trebui în ultimă instanță să suporte consecințele dezinteresului manifestat față de folosirea corectă a limbii lor materne.

UTILIZAREA LIMBII ROMÂNE ÎN DOMENIUL INFORMATICII

Influxul de neologisme care a avut loc începînd cu anul 1990 a fost fără îndoială cel mai important din toată istoria limbii române. Fiecare domeniu de activitate și-a îmbogățit jargonul specific cu cel puțin cîteva zeci de cuvinte provenind din limba engleză. Marea majoritate a lor sunt însă barbarisme care au corespondenți în limba română, dar aceștia din urmă sunt mai puțin folosiți din motive mai degrabă care țin de psihologia individului sau a grupului decît de lingvistică.

Dacă este să singularizăm un singur domeniu care este campion la importul de barbarisme acela este cel legat de tehnologia informației. Informatica este o disciplină relativ nouă ale cărei baze au fost puse în USA în urmă cu cîteva zeci de ani. La fel ca în cazul oricărei discipline științifice a fost nevoie de alcătuirea unui jargon specific, cuprinzînd termenii necesari pentru a desemna precis noțiuni legate strict de domeniul nou-apărut. Însă dacă pînă atunci termenii științifici erau creați în special pe baza unor cuvinte grecești sau latine, tocmai pentru a li se conferi un caracter de universalitate, în cazul informaticii s-a renunțat la această procedură și s-au folosit de la început termeni preluați din limba engleză obișnuită, cea vorbită în viața de zi cu zi. Trebuie deci subliniat încă o dată spiritul practic al usamericanilor care au luat din vocabularul limbii engleze niște cuvinte existente deja și le-au (re)folosit pentru noțiunile pe care doreau să le denumească. De exemplu atunci cînd a trebuit să fie denumit un dispozitiv care permitea interacționarea mai ușoară cu calculatorul i s-a dat numele de "mouse", pentru că firul de conectare cu calculatorul făcea ca dispozitivul să semene cu un șoarece. Lumea s-a obișnuit foarte ușor cu acest nume și nimănui nu i s-a părut ridicol. Procedura de

numire a unor noțiuni din domeniul informaticii folosind cuvinte comune a continuat pînă în ziua de azi, fără ca să declanșeze accese de ilaritate din partea nimănui.

O mare parte din termenii informatici sunt deci cuvinte folosite de sute de ani în limba engleză, evident cu alte înțelesuri decît cele specifice calculatoarelor. Însă sensul principal a rămas cel folosit în limbajul obișnuit. Atunci cînd căutăm cuvîntul "mouse" în dicționarul Merriam-Webster (referința supremă în domeniul dicționarelor explicative englezești), prima definiție este întotdeauna cea privitoare la micul mamifer binecunoscut. Dispozitivul de interacționare cu calculatorul apare de-abia pe locul patru. Deci un englez care rostește cuvîntul "mouse" se poate referi fie la rozător (cel mai frecvent), fie la dispozitivul de indicare, în funcție de contextul discursului său. Atunci cînd el intră într-un magazin de calculatoare și îi spune vînzătorului că dorește să cumpere un "mouse", vînzătorul nu izbucnește într-un rîs incontrollabil, pentru că este evident că se referă la dispozitiv și nu la rozătorul viu, deși ambele au aceeași denumire.

Această concordanță între cuvintele obișnuite și termenii informatici nu este înțeleasă de unii utilizatori români ai calculatoarelor, care susțin preluarea în bloc a tuturor termenilor informatici englezești, chiar dacă aceștia au în principal un caracter non-tehnic ("mouse", "thread", "core", etc.). În viziunea "barbariștilor" ("utilizatorilor de barbarisme") traducerea termenilor englezești în limba română ar fi aproape o blasfemie și ar duce la o stare de ilaritate (veselie) generală. Motivația introducerii termenilor englezești nu stă în picioare pentru că avem de-a face cu aplicarea unui dublu standard, adică folosirea unor "unități de măsură" diferite aplicate la niște situații asemănătoare. Pe de o parte, un rumîn ar trebui să se simtă prost dacă s-ar duce la un magazin de calculatoare din București și ar spune că vrea să cumpere un "șoarece", dar pe de altă parte acest lucru nu se aplică pentru un usamerican care ar cere să cumpere un "mouse" dintr-un magazin localizat în New-York. Care să fie explicația pentru standardul dublu de judecare a unor circumstanțe identice? Sînt vînzătorii români mai neserioși decît cei usamericani și izbucnesc în rîs din orice? Este cuvîntul românesc "șoarece" o traducere nepotrivită pentru cuvîntul englezesc "mouse"? Nu, nici una din aceste două ipoteze nu este cea care ne-ar permite înțelegerea motivației barbariștilor. Și asta pentru că nu se ia în considerare factorul psihologic introdus de barbariști în ecuație. Ceea ce nu le convine lor este apropierea jargonului informatic de limbajul obișnuit, pentru că marea lor majoritate se mîndresc cu faptul că știu să folosească calculatorul, lucru socotit de ei ca fiind un semn de elevare intelectuală, care îi situează deasupra unei bune părți a populației. În momentul în care ei ar trebui să vorbească despre folosirea calculatorului folosind cuvinte românești "banale", aura lor de "învățați" s-ar diminua, pentru că orice "profan" și-ar da seama că utilizarea calculatorului nu este cel mai greu lucru de pe pămînt, ci din contră unul din cele mai simple, odată ce sunt deprinse cîteva noțiuni de bază.

Cuvîntul "mouse" este doar vîrfurile aisbergului de barbarisme care plutește pe "apele" limbii române, iar "vizibilitatea" sa (faptul că este foarte folosit) l-a făcut protagonistul principal al eforturilor barbariștilor de a-l "adapta" cît de cît limbii române, în condițiile păstrării nealterate a formei sale originare. În limba engleză cuvîntul "mouse" nu respectă regula formării pluralului, el avînd un plural neregulat și anume "mice". Ei bine, pluralul le-a dat mari bătăi de cap barbariștilor români, care au dat la iveală forme pe cît de ridicole, pe atît de distractive. Una din ele este "mouse-i" (pronunțată "mauși"), cu varianta "mousei" (pronunțată la fel, dar cu sufixul pluralului sudat la cuvînt). Căutarea pluralului perfect pentru "mouse" continuă și în prezent pe forumurile românești, deși cu un efort minim cei interesați ar fi putut descoperi că în Dicționarul Explicativ al Limbii Române (ediția 1998) există deja cuvîntul "maus" (plural "mausuri") care desemnează tocmai dispozitivul de interacționare cu calculatorul. Lingviștii care au redactat DEX au inventat cuvîntul "maus" și l-au folosit în locul traducerii "șoarece", pentru ca astfel să împace "capra" gramaticii române (noul cuvînt este perfect adaptat acesteia) cu "varza" multora din utilizatorii români, care s-ar fi simțit jigniți să spună că pun mîna pe un "șoarece" atunci cînd lucrează la calculator, spre deosebire de utilizatorii englezi care nu consideră că fac un lucru înjositor cînd folosesc "șoarecele" pentru a da comenzi calculatorului. Deși varianta "maus" propusă în DEX este foarte bună și merită să rămînă forma finală a cuvîntului în limba română, ea este respinsă de barbariștii din "aripa dură", hotărîți să nu renunțe cu una cu două la englezismul "mouse". O metodă asemănătoare de inventare a unui cuvînt nou a fost folosită și de mine atunci cînd am creat cuvîntul "hardisc", în locul englezismului "hard disk".

Exemplele de cuvinte englezești non-tehnice folosite de barbariștii români în locul corespondentelor lor românești sunt nenumărate. Absolut orice cuvânt englezesc, indiferent cât de banal, este ridicat la rangul de termen din domeniul informaticii, iar termenul românesc corespondent este ignorat cu desăvârșire, deși de cele mai multe ori este mai ușor de scris și de pronunțat. Oricine arunca o privire pe forumurile românești vede că în cadrul discuțiilor este folosit cuvântul englezesc "link" în locul celui autohton "legătură", corespondentul său perfect. Deși barbarismului "link" i s-a inventat un plural ("link-uri") care nu sună deloc bine în limbajul vorbit, el este totuși preferat de mulți cuvântului corect ("legături"), pentru că "rușinea" de a folosi un cuvânt a cărui pronunție poate fi asociată cu denumirea populară a unei părți a anatomiei umane ("cur") este mai mică decât aceea de a folosi un cuvânt socotit prea banal pentru moderna și interesanta știință a informaticii. Nici măcar grotescul cuvintelor derivate din "link" ("a link-a", "link-ează", "link-at", etc.) nu îi face pe barbariști să le tremure mîna cînd scriu, ei nedorind în ruptul capului să utilizeze cuvintele românești corecte ("a lega", "leagă", "legat", etc.). La fel stă situația și în cazul cuvîntului englezesc "shortcut", aparținînd limbajului obișnuit, care se traduce prin "scurtătură". În cele mai multe texte scrise în română și disponibile pe internet este folosit barbarismul "shortcut", în locul cuvîntului românesc cu același înțeles. Englezii folosesc termenul "shortcut" în principal atunci cînd spun "to take a shortcut" ("a o lua pe scurtătură"), referindu-se bineînțeles la folosirea unei rute mai scurte pentru a ajunge la destinație. Tot englezii folosesc "shortcut" și atunci cînd spun "to create a shortcut to a file" ("a crea o scurtătură către un fișier"), referindu-se la realizarea unei căi de acces rapid la un fișier. Cele două înțelesuri ale termenului "shortcut" nu intră în conflict unul cu celălalt și în funcție de context se deduce înțelesul adecvat. Acest mod de comportament normal nu este pe placul barbariștilor români, care ar dori ca atunci cînd este vorba de un text referitor la informatică să se folosească exclusiv englezismul "shortcut", iar în restul cazurilor să poată fi folosit "învechitul" scurtătură. Sau poate că le place atît de mult englezismul încât ei îl folosesc și cînd merg cu mașina zicînd că "o iau pe shortcut" ? Tot în lumea forumurilor românești își face veacul și barbarismul "nickname", adoptat cu brațele deschise de internauții români, care nu ar folosi românescul "poreclă" pentru nimic în lume, deși are același înțeles și în plus este mai scurt și mai ușor de scris decât corespondentul său englezesc.

Discutarea fiecărui barbarism în parte ar fi interesantă din punct de vedere al analizei psihologice care ar încerca să descopere resortul ascuns al adoptării lui în locul cuvîntului românesc similar. De ce se folosește "thread" în loc de "fir" ? Cuvîntul "thread" este folosit de sute de ani de către croitoresele engleze cu înțelesul de "ață" și are sensul mai general de "fir". Nu este deci vorba de un termen tehnic nou apărut, ci de unul transferat din limbajul obișnuit în jargonul informatic pentru a desemna înșiruirea unor mesaje publicate pe un forum de discuții. Nu există nici o motivație rațională pentru a nu folosi românescul "fir" în loc de "thread", mai ales că acesta din urmă este mai greu de scris și de pronunțat. La fel, de ce se folosesc verbele imposibile d.p.d.v. gramatical "a share-ui" (pronunțat "a șărui"), "a host-a" (sau a "host-ui"), "a boot-a", în loc de variantele românești corecte "a partaja", "a găzdui" sau "a buta" ? Cu ce este mai bun englezismul "click" față de corespondentul său românesc "clic", prezent chiar și în DEX?

Descifrarea resortului care stă în spatele preferinței barbariștilor români pentru englezisme neadaptate limbii române (greu de scris și de pronunțat), poate fi realizată doar prin apelarea la ipoteze cu iz psihologic. Una din ele este evidentă, și anume admirația fără limite în fața limbii engleze, care este socotită superioară limbii române, deși lucrurile stau în realitate tocmai invers. Folosirea unui simulacru de limbă engleză îi face poate pe unii internauți să se simtă mai puternici, pentru că în subconștientul lor se simt mai apropiați de civilizația usamericană, din care și-ar dori să facă parte cât mai repede. Există în cazul românilor o dorință latentă de a se lăsa cucerți, inclusiv la nivel lingvistic, de către națiunile mai puternice? Se speră că prin grefarea nefericită de englezisme în română se poate crea impresia apartenenței la civilizația anglo-saxonă ? Este cumva "îngenuncherea" limbii române în fața celei engleze semnalul unui servilism lingvistic, care desăvârșește opera "politicii în genunchi" exhibată cu nonșalanță în ultimii ani de guvernanții români față de cei usamericiani ?

Nimic nu ilustrează mai bine prosternarea unora din români în fața limbii engleze decât barbarismul "site" (pronunțat "sait"), folosit de mulți în locul cuvîntului românesc corect "sit" (pronunțat așa cum se scrie). Cei care folosesc varianta "site" (plural "site-uri" - pronunțat "saituri") și o apără cu înverșunare dovedesc că nu cunosc etimologia acestui cuvînt. El provine din limba latină, unde "situs" înseamnă în principal "așezare"

("loc"). Din limba latină cuvântul a trecut în limba franceză, dar sub o formă ușor modificată și anume "site" (pronunțat "sit"), păstrându-se deci o pronunție aproape de cea originală. În sfârșit, englezii au preluat cuvântul franțuzesc "site" și i-au păstrat forma, dar evident că rezultatul a fost schimbarea pronunției, care a devenit "sait". Cuvântul a circulat deci pe traseul latină-franceză-engleză cu modificări ale formei sau ale pronunției, dar asta nu îl poate face să fie privit ca un cuvânt englezesc pur, el rămânând un cuvânt latin modernizat la trecerea prin limba franceză și importat ulterior în limba engleză. Cum limba română este de origine latină, rezultă că forma "sit" este cea care trebuie folosită, nu varianta modificată ("site") existentă în limba engleză. Ar fi de un ridicol desăvârșit ca limba română să primească un cuvânt latin, nu din limba de origine (cu care se înrudește direct), ci prin intermediul unei limbi nelatine.

Dar varianta "site" nu are numai "păcatul" că nu provine direct de la sursă, ci și pe acela că nu se adaptează limbii române. Conform caracterului fonetic al acesteia, cuvântul "site" ar trebui să fie citit așa cum se scrie și să se crească confuzia cu pluralul cuvântului care desemnează ustensila de bucătărie cunoscută ca "sită". Și bineînțeles că formarea pluralului unui cuvânt românesc cu ajutorul cratimei ("site-uri") este incorectă d.p.d.v. gramatical. Limba română face parte din grupul limbilor neolatine alături de italiană, franceză, spaniolă și portugheză. Pentru a desemna o locație pe internet în italiană există termenul "sito" (pronunțat "sito"), în franceză "site" (pronunțat "sit"), iar în spaniolă și portugheză "sitio" (pronunțat "sitio"). Din motivele expuse mai sus, în limba română trebuie folosit termenul corect derivat din latină și anume "sit".

În concluzie, introducerea de cuvinte din jargonul informatic de limbă engleză în limba română trebuie să se facă în general doar pentru termenii strict tehnici, iar forma neologismelor rezultate trebuie să fie adaptată gramaticii limbii române și să respecte caracterul fonetic al acesteia. De exemplu dispozitivul denumit "router" în limba engleză trebuie să fie denumit în limba română "ruter". O situație particulară se întâlnește în cazul cuvântului englezesc "chip" (pronunțat "cip"). La origine acesta este un termen non-tehnic, ce poate fi tradus în română prin cuvântul "așchie". El a fost preluat din limbajul obișnuit în jargonul informatic pentru că redă foarte sugestiv aspectul procesoarelor, care sunt niște "așchii" (plăcuțe) de siliciu pe care sunt gravate microcircuite electronice. Traducerea termenului "chip" poate părea foarte simplă, pentru că termenul englezesc nu ar avea probleme să se integreze d.p.d.v. gramatical în limba română. Însă dacă el ar fi importat în forma originală s-ar crea o confuzie cu termenul "chip" ("față") care există deja în română și este foarte folosit. De aceea varianta ideală pentru traducere este cuvântul "cip", care seamănă bine cu originalul englezesc și este adaptat și limbii române. În mod similar cuvântul "chipset" se traduce prin "cipset".

Traducerea termenilor informatici englezești care provin din cuvinte uzuale (non-tehnice) este primul pas către aducerea informaticii mai aproape de utilizatorii români, în special cei începători. O bună parte a populației românești percepe utilizarea calculatorului ca pe un lucru greu de înțeles și asta pentru că se confruntă de la bun început cu două handicapuri, cel al lipsei cunoștințelor în acest domeniu și cel al neînțelegerii termenilor englezești, care trebuie învățați pe dinafară.

Traducerea termenilor non-tehnici i-ar ajuta foarte mult pe începătorii români și i-ar pune pe picior de egalitate cu cei din USA sau Anglia, care nu au în față decât bariera cunoștințelor, nu și pe cea a unui limbaj complet străin. Timpul câștigat în acest fel le-ar permite începătorilor români să aprofundeze sensul termenilor tehnici, cei care trebuie cu adevărat înțeleși pentru a avansa în descoperirea lumii calculatoarelor.

PROMOVAREA FOLOSIRII LIMBII ROMÂNE CORECTE

Foarte multe domenii tehnologice au fost influențate masiv de avansul tehnologiilor digitale din ultimii ani, printre ele fiind de exemplu fotografia. Aparatele foto au devenit din ce în ce mai mult niște minicalculatoare la care singurul efort depus de om este apăsarea butonului de declanșare a captării imaginii dorite. Faptul că toate reglajele pot fi făcute automat a făcut ca utilizarea aparatelor foto să fie la îndemîna oricui, aproape indiferent de vîrstă sau de pregătire. Asta nu înseamnă că toți cei care fac fotografii se transformă automat în fotografi profesioniști, dar faptul că ei practică fotografia le permite să dorească să abordeze subiecte din acest domeniu sau pur și simplu să comenteze împreună cu alții gradul de îndemînare la care au ajuns. O mare parte din fotografi amatori au dorința de a învăța mai mult și de aceea se îndreaptă către sursele de informare pe care le au la îndemînă. Există bineînțeles cărți de specialitate în limba română dar ele sunt

percepute ca fiind foarte scumpe, deși de cele mai multe ori conținutul lor le justifică prețul. Și atunci cei mai mulți dintre fotografiile amatori se îndreaptă către internet, unde informațiile sunt abundente și mai ales gratuite, însă de multe ori calitatea lor nu se apropie de cea din cărțile tipărite.

Ei bine, pe cât de folositor este internetul prin multitudinea de informații care sunt puse la dispoziție gratuit, pe atât este el de "nociv" din cauza faptului că marea majoritate a acestor informații există într-o singură limbă, cea engleză. Practic asistăm nu numai la extinderea unei "monoculturi" (cea anglo-saxonă) la nivel mondial, dar și la dominația covârșitoare a limbii engleze, care tinde să își impună vocabularul de termeni în toate domeniile activității umane, de multe ori fără a ține cont de existența unor termeni autohtoni similari ca sens, care au deja o vechime apreciabilă. Rămâne să ne punem întrebarea ce este de făcut în această situație pentru a salva culturile sau limbile naționale, atât de vulnerabile în fața tăvălugului cultural-științific de limbă engleză. Metoda cea mai la îndemână în ceea ce privește internetul este să creștem numărul de materiale originale care sunt scrise în limba pe care nu dorim să o lăsăm să dispară sau să se transforme într-o limbă vasală celei engleze. Eventual se poate apela și la traduceri ale materialelor scrise în original în engleză, dar în această situație trebuie bineînțeles obținut acordul autorilor.

Însă internetul nu conține numai informație fixată în articole, ci și informație oferită prin intermediul forumurilor sau listelor de discuții. În viața reală limba vorbită (folosită pentru comunicare directă) influențează în cele din urmă limba literară, acest lucru fiind valabil și pentru lumea virtuală a internetului, unde limba folosită pe forumuri tinde să se impună ca "limba oficială" a internauților, în special în ceea ce privește terminologia folosită în domeniile pe marginea cărora se discută (calculatoare, fotografie, muzică, etc.). Spre deosebire de limba folosită în articole sau cărți, cea folosită pe forumuri nu pune aproape nici un preț pe modul de prezentare a informațiilor, accentul fiind pus exclusiv pe conținut. Deci este perfect acceptabil în viziunea majorității forumiștilor ca un mesaj care conține o cantitate de informație utilă să poată fi deficitar la capitolul exprimării corecte d.p.d.v. gramatical, stilistic sau lexical. Această atitudine tolerantă a fost propice pentru apariția unui limbaj propriu forumurilor românești care este înțesat cu barbarisme provenite din engleză. De exemplu în domeniul fotografiei au ajuns să se folosească englezismele "viewfinder" și "lightmeter" în loc de termenii românești consacrați de multă vreme, anume "vizor" și "exponometru". Situația este complicată de cele mai multe ori de faptul că englezismul este folosit ca atare sub forma sa din limba engleză, fără a se încerca o adaptare la cerințele gramaticale ale limbii române. Pur și simplu se ia un cuvânt englez (substantiv, verb, etc.) care este apoi cîrpit după nevoie cu sufixe (terminații) legate cu cratimă în funcție de modul în care trebuie folosit (plural, articulare, conjugare, etc.). Încă și mai grav este faptul că aceste sufixe sunt inventate "după urechea" forumistului și astfel se ajunge ca un anumit englezism să facă flexiunea în mod diferit după persoana care îl folosește. Un exemplu este barbarismul derivat din verbul englez "to host" ("a găzdui") care apare atât în forma "a host-a" cât și în cea de "a host-ui", care face prezentul la persoana întâi ca "eu host-ez" sau "eu host-uiesc". A încerca să se schimbe mentalitatea referitoare la utilizarea corectă a limbii române de către forumiști este probabil una din cele mai grele încercări care stă în fața celor preocupați de destinul limbii române. Și asta pentru că forumurile sunt niște comunități care și-au creat în timp anumite reguli nescrise, una fiind cea legată de limbajul folosit. Iar cine încearcă să ocolească aceste reguli va fi mai devreme sau mai târziu admonestat dacă nu se pliază regulilor și eventual forțat să se retragă din comunitate. De exemplu a vorbi pe un forum românesc despre "fir de discuție" și nu despre "thread" înseamnă a te expune ridicolului public, deși cuvântul "thread" este un barbarism care nu are ce căuta în română, nefiind un termen tehnic ci unul banal care se traduce perfect prin "fir". Exemplele pot continua, cert este că limbajul vorbit pe forumuri are tendința de a se auto-întreține și de a se degrada din ce în ce mai mult, pe măsură ce apar internauiți din generațiile mai tinere, pentru care limba română nu a reprezentat niciodată o preocupare. Persoanele responsabile cu menținerea ordinii pe forumuri (proprietari, administratori și moderatori) nu descurajează în mod explicit folosirea unui limbaj incorect de către forumiști, tocmai pentru că acest lucru ar duce la scăderea numărului de participanți la discuții, deci a numărului de vizitatori, în funcție de care se încasează venituri din publicitate. Asta nu înseamnă ca situația forumurilor este disperată, doar că va trebui depus un efort de convingere a persoanelor cu funcții de răspundere în așa fel încât acestea să înțeleagă necesitatea emiterii dacă nu a unor norme, cel puțin a unor recomandări (susținute cu exemple) referitoare la folosirea corectă a limbii române.

În societatea actuală este foarte mult apreciată fluiditatea informațiilor, noutatea lor și din această cauză atât internetul cât și revistele au un avantaj față de cărți, de aici rezultând și influența lor mai mare asupra celor care caută să își îmbogățească bagajul informațional într-un anumit domeniu. Revistele apar de obicei lunar și evident că oferă un conținut mult mai proaspăt (dar nu neapărat mai bun) decât cărțile, pentru care pot fi scoase ediții noi cel mult odată la câțiva ani. Rezultă că numărul celor care folosesc revistele ca mijloc de informare sau de perfecționare este mai mare decât al celor care folosesc cărțile. Ca urmare limbajul scris folosit în reviste tinde să se impună în fața celui folosit în cărți, ceea ce nu este deloc un lucru bun din perspectiva limbii române. Redactorii care scriu la reviste nu se văd decât eventual în postura de profesioniști ai domeniului despre care scriu, nu și în cea de profesioniști ai limbii române, așa cum ar trebui să fie cazul. O persoană care utilizează zi de zi în scris limba română pentru a-și asigura existența ar trebui să devină interesată cu timpul de păstrarea în stare cât mai bună a "uneltei" care îi permite să supraviețuiască. Acest lucru nu se întâmplă însă din motive diverse, unul fiind acela al nevoii unei productivități crescute, care se combină cu anumit grad de delăsare intelectuală și de nepăsare pentru starea limbii române. Redactorul care trebuie să scrie câteva articole pentru numărul lunar al revistei se documentează de obicei pe internet și în mod inevitabil marea majoritate a materialelor pe care le folosește ca referințe sunt scrise în limba engleză. Fie că este presat de timp, fie că nu, redactorul nostru nu va căuta de cele mai multe ori să vadă dacă nu cumva unii din termenii străini (englezești de obicei) pe care el îi include în articol au deja corespondenți în limba română al căror uz este deja încetățenit de multă vreme în rîndul specialiștilor. Se ajunge astfel ca publicul cititor să devină familiarizat mai degrabă cu termenul englezesc pentru un anumit element (acțiune, dispozitiv, etc.) decât cu cel românesc, care este uneori aflat în folosința specialiștilor de câteva zeci de ani. Un barbarism preferat de mulți redactori este "layer", folosit pentru a desemna unul din straturile care compun o imagine digitală. Sonoritatea muzicală a acestui termen a avut probabil un rol important în adoptarea lui, însă nimeni nu ia în seama construcțiile grotești care trebuie făcute în cazul în care cuvântul este acceptat, de exemplu "layer-izat" în loc de "stratificat". Conducerea revistelor trebuie să înțeleagă faptul că are o responsabilitate față de limba română și ca urmare trebuie să pună la punct o politică editorială care să implice folosirea de către redactori a unui limbii române în care barbarismele să nu-și mai găsească locul.

Situația actuală a limbii române ar trebui să îngrijoreze multă lume, de la simplii cetățeni pînă la profesioniștii scrisului, specialiștii în lingvistică și chiar autoritățile publice. Doar prin combinarea eforturilor acestor categorii de oameni se poate stopa declinul limbii române și restabilirea prestigiului ei. O primă măsură ar putea fi realizarea unui dicționar de traducere a termenilor tehnico-științifici din engleză în română, care să fie publicat pe internet, în așa fel încât el să poată fi consultat gratuit de oricine dorește să scrie corect articole în română, indiferent dacă o face pentru situl propriu sau în cadrul obligațiilor de servici. Dar acest dicționar nu pot fi opera unei singure persoane, ci el trebuie să fie un efort colectiv realizat prin conlucrarea dintre persoane cu pregătire de specialitate în domenii variate și a unor filologi, de exemplu în cadrul unui proiect colaborativ de tip WIKI. Se va putea astfel pune la dispoziția internauților un dicționar englez-român care să cuprindă termeni din informatică, medicină, chimie, inginerie, etc. O altă măsură ar putea fi impunerea de către autoritățile de stat din domeniul culturii ca fiecare magazin care vinde componente de calculator să aibă obligatoriu în ofertă și tastaturi cu semnele diacritice specifice limbii române.

Nu trebuie uitat că gândirea noastră s-a născut și trăiește în interiorul limbii române, deci cu cât păstrăm limba mai curată și mai conformă cu esența sa originală, cu atât gândirea va putea să se dezvolte mai bine și să fructifice potențialul de creativitate existent în fiecare din noi.

UNIVERSALITATEA LIMBII ROMÂNE

Secolul 21 se dorește a fi unul al rațiunii, în care să primeze înțelegerea între persoane aparținând unor culturi diferite, în așa fel încât războaiele care au marcat atât de puternic secolul 20 să nu se mai producă. Necesitatea existenței unei limbi universale este cu atât mai stringentă cu cât datorită internetului lumea se transformă pe zi ce trece într-o uriașă comunitate la nivel planetar, în care piedicile cele mai mari în calea comunicării între oameni nu mai sunt de ordin fizic (spațial), ci cultural. O limbă universală, care să poată fi învățată ușor de toată lumea, este deci soluția care ar permite atenuarea diferențelor de ordin cultural prin înțelegerea și acceptarea acestora. Dar tocmai pentru că trăim într-un secol în care tehnologia capătă o importanță din ce

În ce mai mare, o limbă universală va trebui în același timp să poată fi întrebuințată cu ușurință nu numai în comunicațiile interumane, ci și în cele dintre oameni și mașini. Limba română este cea mai indicată pentru a deveni limbă universală datorită caracteristicilor sale intrinseci, care o fac foarte ușor de învățat și de utilizat atât de către oameni cât și de către mașini. Deși această afirmație poate părea ca izvorînd din convingeri de tip naționalist, la baza ei stau exclusiv argumente de ordin pragmatic.

Cel mai convingător argument în sprijinul superiorității limbii române față de orice altă limbă vorbită pe glob este caracterul ei fonetic aproape perfect, care se traduce prin corespondența nemijlocită între semn (literă) și sunetul semnat de acesta. În limba română o literă se pronunță întotdeauna în același fel, indiferent de locul ei în cadrul cuvîntului. A se compara acest lucru cu limba engleză, unde o aceeași literă se pronunță diferit în funcție de locul precis ocupat în cuvînt. De exemplu litera "A" din cuvîntul englezesc "can" se pronunță de fapt "e", litera "a" din cuvîntul "able" se pronunță "ei", litera "a" din cuvîntul "car" se pronunță "a", iar litera "a" din cuvîntul "motherboard" nu se pronunță deloc. Alt exemplu sugestiv este litera "E" care în cuvîntul englezesc "secret" se pronunță "i", în timp ce în cuvîntul "pen" se pronunță "e". Dar nu numai vocalele prezintă diferențe importante de pronunție în engleză, ci și consoanele. Litera "S" se pronunță "s" în cuvîntul "sea", însă se pronunță "ș" în "sure" sau "z" în "desert". O altă particularitate a limbii engleze care o face dificil de învățat este și faptul că unele cuvinte care sunt scrise identic se pronunță diferit. De exemplu cuvîntul "live" poate fi folosit ca adjectiv și atunci se pronunță "laiv" ("live broadcasting" - "transmisiune directă"), sau poate fi folosit ca verb ("a trăi") și atunci se pronunță "liv" ("they live here" - "ei trăiesc aici")

O persoană care învață limba română nu trebuie decît să audă un anumit cuvînt și va ști să îl scrie imediat. În limba engleză acest lucru nu este suficient, trebuie ca pentru fiecare cuvînt să fie învățat și modul în care se scrie acesta, tocmai pentru că există cuvinte care se pronunță la fel dar se scriu în mod diferit. Oricine a vizitat forumurile de pe internet în limba engleză a văzut că înșiși vorbitorii nativi ai acestei limbi au dificultăți în a scrie corect unele cuvinte, care sunt de altfel foarte des folosite. Una din cele mai răspîndite greșeli de scriere este cea a cuvîntului "than" ("decît"), care este frecvent scris "then" ("atunci"), pentru că deși semnifică lucruri complet diferite, ambele cuvinte se pronunță exact la fel. Altă greșală des întîlnită pe forumurile englezești este scrierea cuvîntului "separate" ca "seperate", în acest caz pronunția fiind aceeași, însă al doilea cuvînt neexistînd de fapt în dicționar. Dificultatea scrierii corecte în limba engleză face ca de multe ori pe forumuri să apară scris după unele cuvinte "(sp?)", ceea ce indică faptul că autorul mesajului (de cele mai multe ori avînd engleza ca limbă maternă) nu este sigur de modul în care se scrie corect cuvîntul respectiv. În fapt ortografia (scrierea corectă - "spelling") este o disciplină atît de importantă pentru limba engleză, încît există concursuri școlare chiar de nivelul olimpiadelor pentru testarea cunoștințelor și asta nu numai la clasele mici. Pentru vorbitorii de limbă română astfel de concursuri nu își au rostul, neexistînd o diferență între literele care se aud la pronunția unui cuvînt și cele din care este el scris.

Înșiși vorbitorii nativi de engleză și-ar dori ca engleza să fie o limbă fonetică precum româna, tocmai pentru că le-ar ușura mult exprimarea și i-ar scăpa pentru totdeauna de coșmarul corectitudinii ortografice care îi bîntuie de fiecare dată cînd scriu ceva. Este adevărat că există softuri speciale de verificare a ortografiei engleze, însă ele nu sunt întotdeauna la îndemîna sau nu este timp pentru rularea lor. Tocmai din cauza asta unii usamericieni (în special tinerii), încearcă să impună pe internet folosirea unor variante scrise al cuvintelor englezești care să respecte criteriul fonetic și nu pe cel ortografic. Astfel cuvîntul "cause" este uneori scris "cuz", "was" este scris "wuz", "says" este scris "sez", etc.. Iată deci că în timp ce românii încearcă să "anglicizeze" limba română pentru a o face mai "interesantă", prin importul masiv de neologisme englezești neadaptate gramaticii române, usamericii încearcă să "românizeze" limba engleză pentru a o face mai practică, dorind să o transforme într-o limbă fonetică, lucru contrar regulilor gramaticale engleze.

Limba română are o particularitate care îi consolidează și mai mult caracterul fonetic, anume prezența diacriticelor. Aceste semne se adaugă unor litere latine (a, i, s, t) pentru a semnala o modificare a pronunției lor. În acest fel româna poate să mențină relația "o literă - un sunet" și pentru sunete pentru care nu există literele corespondente în alfabetul latin. În timp ce engleza folosește grupuri de două litere pentru aceste sunete ("eh", "uh", "sh", "tz"), limba română folosește cîte o singură literă (ă, î, ș, ț) pentru fiecare sunet. Deși diacriticele le par unora ca fiind o caracteristică arhaică sau un semn al înruderii românei cu unele limbi balcanice (turca în special), ele reprezintă de fapt o adaptare a alfabetului latin la specificul limbii române, o

limbă modernă care a evoluat odată cu poporul ce o vorbește, în timp ce evoluția latinei s-a încheiat demult. Faptul că româna folosește o singură literă (modificată cu ajutorul diacriticelor) în loc de un grup de două litere întărește și comparația dintre limbă și un organism viu, pentru că așa cum se știe toate organismele vii încearcă să atingă un grad cât mai mare de eficiență energetică, adică să realizeze o acțiune cu un consum energetic cât mai mic. Diacriticele vin mai ales în sprijinul scriitorilor permițându-le să își reducă efortul fizic (prin scrierea unei litere în loc de două) și astfel să își conserve resursele energetice, care devin astfel disponibile pentru un travaliu de durată mai lungă.

Atunci când se discută despre caracterul fonetic al limbii române nu trebuie omise modificările ortografice recomandate de Academia Română (AR) în anul 1993, care induc o excepție în ceea ce privește regula "un sunet - o literă" existentă în limba română. Astfel prevederea ca "sunetul î să se redea în scris prin literele â și î în funcție de poziția lor în cuvânt" este de o absurditate nemărginită, venind să submineze punctul forte al limbii române și anume caracterul ei fonetic perfect. Motivația care a stat la baza recomandării a fost de ordin sentimental și nu științific. S-a spus că folosirea în exclusivitate a literei î maschează originea latină a unor cuvinte românești și astfel poate fi pusă la îndoială originea latină a limbii române. Însă simplul fapt că de exemplu cuvântul "câine" nu seamănă prea bine cu cuvântul latinesc "canis" din care este derivat nu duce automat la concluzia ca româna nu este o limbă latină. Caracterul latin al limbii române este demonstrat în principal de structura ei gramaticală și abia apoi de multele cuvinte românești care seamănă mult cu omoloagele lor latine. Pe de altă parte conform recomandărilor AR cuvântul "rîu" ar trebui scris "râu", iar acest lucru nu face decât să ascundă originea latină (cuvântul "rivus"), lucru valabil și pentru "fân", cuvânt provenit din latinescul "fenum". Există multe alte situații care demonstrează că folosirea lui â în loc de î este contrară etimologiei (originii) cuvântului. Un alt efect nefast al modificării ortografice din 1993 este faptul că pentru anumite cuvinte forma lor scrisă trebuie învățată pe de rost. De exemplu cuvântul "reîntîlnire" ar trebui scris "reîntâlnire", dar mulți vor aplica automat noua regulă impusă de AR (sunetul "î" din interiorul cuvântului să fie scris "â") și îl vor scrie greșit "reântâlnire". Se vede deci că modificările ortografice recomandate de AR nu fac decât să creeze confuzie în mintea vorbitorilor de română și să îngreuneze procesul de învățare și scriere a limbii de către români sau străini. În concluzie motivația AR pentru folosirea a două semne (î și â) pentru același sunet nu stă în picioare, pentru că nu este coerentă cu ea însăși. Cealaltă recomandare a AR ("prezentul indicativ al verbului a fi să fie scris și pronunțat : sunt, suntem, sunteți în loc de sunt, sîntem, sînteți") este un nou exemplu de sentimentalism adus la rangul de știință. Varianta "sunt" s-a impus de foarte multă vreme prin folosirea de zi cu zi a limbii, tocmai pentru că este mai ușor de pronunțat decât "sunt" și permite o cursivitate mai mare a exprimării vorbite. Modificările ortografice recomandate de AR în 1993 nu au nici o bază științifică sau rațională, iar pentru binele limbii române prezente și viitoare, ele nu trebuie folosite.

Una din promisiunile încă neîmplinite ale erei informaticii este comunicarea directă prin voce între om și mașină. Deși s-au făcut eforturi mari în acest sens, iar tehnologia actuală permite oricărui calculator apărut relativ recent să ruleze softuri de recunoaștere vocală ("voice recognition") sau de citire de text ("text-to-speech"), rezultatele sunt departe de așteptări și asta tocmai pentru că aceste softuri au fost concepute pentru limba engleză. Mașinile au nevoie ca datele care le sunt furnizate ("input") să fie foarte clare pentru ca prin prelucrarea lor să fie produse rezultate corecte ("output"). Ele nu au flexibilitatea creierului uman care învață să lucreze foarte ușor cu excepțiile de la regulile gramaticale, alegînd varianta corectă în funcție de context. Citirea textelor în limba engleză de către calculatoare a dus în cele din urmă la rezultate multumitoare, dar asta numai după un efort foarte mare din partea programatorilor, care au trebuit să ia în calcul toate particularitățile de exprimare vocală a limbii engleze ce decurg din lipsa de corespondență între cuvântul scris și cel vorbit. Succesul relativ obținut se datorează însă și faptului că datele pe care le prelucrează calculatorul nu sunt variabile, adică avem de-a face cu un text scris, iar calculatorul trebuie doar să recunoască literele care compun un cuvânt și apoi să îl rostască, de-abia aceasta a doua etapă fiind mai dificilă, pentru că așa cum am spus mai sus pronunția unei litere diferă în funcție de poziția ei în cadrul cuvântului.

În cazul recunoașterii vocale progresele făcute nu sunt atât de importante, pentru că aici intervine factorul uman cu variabilitatea sa intrinsecă. Fiecare om are o voce unică, nemaîntîlnită la altcineva, care este

caracterizată de amplitudine, timbru și tonalitate. Pe lângă aceste caracteristici care țin mai mult de conformația anatomică, fiecare om are și un anume fel unic de a vorbi, caracterizat de viteza cu care vorbește, de inflexiunile vocii și de dicție (claritatea pronunției). Toate aceste particularități pot produce dificultăți de comunicare chiar și între oameni, pentru că nu este ușor să înțelegi ce spune cineva care vorbește prea repede sau pronunță cuvintele în mod neclar, însă urechea și creierul uman reprezintă un tandem mai bine adaptat la receptarea vocii și interpretarea conținutului ei decât tandemul "microfon - soft de recunoaștere vocală". A pune la punct un program care să interpreteze corect cuvintele în limba engleză spuse de mai mulți oameni este un lucru care s-a dovedit foarte greu, iar rezultatele sunt pe măsură, adică neconcludente. Fiecare soft de recunoaștere vocală (de ex. cel inclus în MS Office 2003, bazat pe motorul de recunoaștere vocală produs de Microsoft) are nevoie de o antrenare prealabilă pentru o anumită voce, tocmai pentru că să poată lua în calcul caracteristicile sonore ale vocii respective atunci când trebuie să interpreteze conținutul mesajului vorbit. Chiar și așa rezultatele sunt de multe ori nesatisfăcătoare, existând chiar și situații în care diferența dintre cuvântul rostit de om și cel "ghicit" de calculator dă naștere la situații ilare (rizibile). Softul poate fi folosit cu rezultate ceva mai bune atunci când este vorba de unele comenzi simple, însă dictarea unui text pune numeroase probleme, tocmai din cauza faptului că limba engleză îl pune în dificultate pe calculator în situațiile neclare, de exemplu atunci când trebuie să aleagă din mai multe cuvinte care se pronunță la fel, cuvântul care se potrivește sensului textului dictat. Dacă mai adăugăm și faptul că majoritatea oamenilor care nu sunt vorbitori nativi de engleză au probleme în a pronunța cuvintele englezești respectând intonația și accentul corect, atunci este de înțeles de ce softurile de recunoaștere vocală nu sunt foarte folosite în momentul de față. Unele din dificultățile pe care trebuie să le surmonteze calculatorul în sarcina sa de a vocaliza corect limba engleză scrisă sunt prezentate într-un articol de pe situl Societății Americane de Lingvistică. Argumentele din articol pot fi verificate cu orice soft de tipul text-în-voce ("text-to-speech").

Utilizarea limbii române pentru comunicarea cu calculatorul ar face mult mai ușoară interacțiunea dintre om și mașină. Dat fiind caracterul fonetic al limbii române, citirea unui text de către calculator nu ar întâmpina nici o dificultate din partea acestuia, pentru fiecare literă existând un singur sunet care trebuie memorat de către softul calculatorului. Chiar și în ceea ce privește recunoașterea vocală lucrurile ar fi mult mai simple în cazul folosirii limbii române, pentru că "auzind" un anumit cuvânt românesc calculatorul poate să deceleze foarte ușor literele din care este format acesta și apoi să-l identifice cu mare precizie, nemaexistând incertitudinile determinate de cuvintele care se rostesc la fel dar se scriu în mod diferit, așa cum se întâmplă în cazul limbii engleze.

Ținând cont de toate argumentele în sprijinul superiorității intrinseci a limbii române față de limba engleză care au fost prezentate mai sus, este cel puțin stranie atitudinea multor români care își consideră limba maternă ca fiind o limbă de categoria a doua, inferioară celei engleze. Admirația fără limite față de limba engleză este probabil datorată necunoașterii caracteristicilor lingvistice ale acestei limbi. Oricine vizitează forumurile românești este uimit de numărul mare de cuvinte englezești din mesajele internauților, ca și cum românii le-ar fi rușine să-și vorbească propria limbă și ori de câte ori au posibilitatea folosesc cuvinte englezești în locul celor românești. Însă o privire mai atentă asupra conținutului mesajelor postate pe forumuri arată că de fapt "fanii" neînduplecați ai limbii engleze nu sunt niciodată cunoscători în profunzime ai acestei limbi, ci posedă doar o cunoaștere de suprafață, care se limitează la cititul și scrisul unor cuvinte frecvent folosite, uneori fără a le înțelege pe deplin sensul lexical. Cea mai mare parte dintre ei nu știu să se exprime coerent în scris în limba engleză, dovadă fiind numeroasele greșeli de exprimare atunci când încearcă să scrie o frază, nu numai cuvinte dispartate. O altă dovadă a superficialității cunoașterii englezei de către cei mai mari "fani" ai ei este faptul că secțiunile în limba engleză ale forumurilor românești (acolo unde ele există) sunt pustii, tocmai pentru că aici s-ar vedea clar gradul redus de stăpânire a limbii engleze de către majoritatea internauților și nimeni nu dorește să-și expună ignoranța în văzul tuturor. Reiese clar de aici că "fanii" limbii englezei o disprețuiesc în interiorul lor la fel de mult ca și pe limba română, din moment ce nu își dau silința de a o învăța în mod corespunzător, lucru care nu ar necesita un efort prea mare. Cheia scrierii corecte în engleză este înainte de toate scrierea corectă în română, pentru că aceia care scriu greșit în română vor face la fel și în engleză, deoarece ei nu înțeleg necesitatea respectării regulilor gramaticale proprii fiecărei limbi.

Internații anglofoni refuză să gândească pe termen lung și nu își dau seama că ei vor fi primii care se vor plînge de abundența cuvintelor englezești în română. Și asta pentru că ei cunosc bine doar cuvintele din jargonul informatic, dar în momentul în care vor apare în limbajul uzual multe englezisme din alte domenii (medicină, economie, industrie, artă, etc.) nu vor putea să le învețe pe toate și se vor face de rîs atunci cînd nu le vor înțelege sensul și pe deasupra le vor scrie greșit. Cei care stau mult pe internet învață cum se scrie "site" pentru că îl întîlnesc frecvent, însă asta nu înseamnă că le va conveni atunci cînd vor trebui să învețe cum se scriu termeni folosiți în jargonul economic de limbă engleză, precum "supply", "income" sau "expenditure", dacă aceste cuvinte vor începe să fie folosite în textele românești în detrimentul corespondentelor autohtone ("ofertă", "venit", "cheltuială"). De fapt aceste lucruri se întîmplă și acum, de exemplu în cazul cuvîntului "poll" ("sondaj de opinie"), folosit frecvent pe forumuri, care de multe ori este scris greșit de internați sub forma "pool", cuvînt cu un sens ("baltă") complet diferit față de cel intenționat. O altă greșeală frecvent întîlnită pe forumuri este considerarea unor cuvinte românești care există în vocabular de multă vreme ca fiind importuri recente din engleză. În acest sens există mulți internați (dacă nu chiar majoritatea) care cred că "forum" a pătruns în limba română doar de cîțiva ani, odată cu apariția forumurilor online de pe internet, cînd în fapt el există în română de mai bine de un secol. Pluralul lui "forum" nu este deci scris "forumuri" așa cum ar fi corect, ci este scris "forum-uri", după regula inventată de internații anglofoni, conform căreia un englezism face pluralul din forma sa la singular la care se aduga terminația "uri" despărțită de cuvînt printr-o cratimă. Dependența de cratimă pentru articularea și formarea pluralului îi face pe internații anglofoni să facă tot felul de greșeli ortografice ("text-ul", "regulament-ul", "avatar-ul"), în toate aceste cazuri formele corecte fiind scrise fără cratimă, pentru că este vorba de cuvinte deja existente în română de multă vreme. Din cauza potențialului mare al englezismelor de a afecta structura internă a limbii române și de a crea confuzii ortografice grave trebuie importate numai cuvintele englezești care nu au corespondent în română (sau al căror corespondent nu poate fi creat din cuvinte românești deja existente), iar importarea trebuie însoțită de adaptarea cuvintelor la specificul gramaticii românești.

Există din păcate impresia larg răspîndită că o limbă străină (engleza, în speță) poate fi învățată doar urmărind filme (artistice sau de desene animate) subtitrate și citind materiale scrise existente pe internet. Sigur că un grad de înțelegere a limbii străine se obține în acest fel, însă el este total necorespunzător și nu ridică pe nimeni la nivelul de cunoscător al limbii în cauză. Învățarea sistematică a limbii este astfel neglijată complet, fiind socotită inutilă, ceea ce este o greșeală majoră. Desigur că filmele te pot ajuta să îți faci un bagaj de cuvinte și să înveți în același timp pronunția lor, însă ele nu te pot învăța să scrii cuvintele pe care le auzi și cum să le folosești pentru a alcătui cu ele propoziții corecte. Învățarea scrisului unei limbi străine citind materiale de pe internet este o mare iluzie, pentru că majoritatea internaților citesc doar articole referitoare la informatică, domeniu care folosește un jargon special, cu un număr limitat de cuvinte, care pe deasupra au uneori sensuri diferite față de utilizarea lor în viața de zi cu zi. Articolele tehnice folosesc de obicei un limbaj sec, adaptat funcției de descriere și explicare, care nu are nici pe departe bogăția limbajului viu folosit în conversații sau în literatură. Învățarea adevărată presupune stăpînirea gramaticii și citirea multor lucrări cu caracter literar, singurele care pot dezvălui bogăția unei limbi, permițînd în același timp dezvoltarea capacității de a scrie corect.

INFLUENȚA ENGLEZĂ ASUPRA LIMBII ROMÂNE [39]

Fiecare epocă a avut neologismele sale: slavonisme (cuvinte intrate în limbă în special prin traduceri de cărți bisericești), grecisme, turcisme (în perioada fanariotă), ungurisme (mai ales în perioada stăpînirii austro-ungare în Transilvania), franțuzisme (mai ales în epoca modernă), anglicisme și americanisme mai recent.

Oprindu-ne la influența limbii engleze, primul fapt demn de menționat este că vorbim de un fenomen internațional (nu numai european, ci și mondial). Împrumutul masiv de termeni angloamericani s-a manifestat după al doilea război mondial în majoritatea limbilor europene și nu numai. Vorbim de un fenomen explicabil mai ales prin progresul anumitor domenii ale tehnicii.

Ne propunem în articolul de față să tratăm acest subiect de strictă actualitate din domeniul vocabularului românesc: avalanșa de împrumuturi din engleza britanică și americană² care au invadat limba noastră mai

ales în ultimele decenii. E o pătrundere masivă, care continuă să crească într-un ritm accelerat, dar care își găsește motivația în necesitatea de a desemna anumite realități extralingvistice noi. Aceste realități au uneori nevoie de termeni neechivoci (termenii tehnici sunt în general monosemantici și deci foarte preciși) pentru a fi desemnate. Vom încerca în continuare o abordare a problemei sus-numite din perspectivă normativă. Vom viza pe de o parte norma socio-culturală, iar pe de altă parte norma lingvistică.

NORMA SOCIO-CULTURALĂ

Luând în discuție prima dintre cele două norme enunțate, cea socio-culturală, vom adopta poziția lui Sextil Pușcariu, conform căreia vorbim de două categorii de împrumuturi: necesare și de lux. Sunt termeni preluați apoi de alți lingviști (menționăm aici pe Gligor Gruțiță, Theodor Hristea, Adriana Stoichițoiu-Ichim ș.a.), pe care îi aplică la problema anglicismelor.

Împrumuturile necesare sunt acele cuvinte, sintagme sau unități frazeologice care nu au un corespondent în limba română sau care prezintă unele avantaje în raport cu termenul autohton. În acest sens, anglicismele necesare au avantajul preciziei, al brevilocvenței și nu în ultimul rând al circulației internaționale. Ele sunt motivate de noutatea referentului. În același timp, luăm în calcul și o motivare denotativă și, riscăm a afirma chiar una conotativă (stilistică), în anumite situații, chiar dacă mai puține la număr.

Anglicismele denotative nu au, în general, echivalente în limba română, întrucât denumesc realități apărute recent în diferite domenii ale culturii materiale și spirituale. Vom face o scurtă trecere în revistă a domeniilor în care apar aceste anglicisme, cu exemplificări și unele explicații, acolo unde este necesar.

- **În domeniul sportului**, avem exemple precum: *fotbal (fotbalist)*, *baschet (baschetbalist)*, *rugby (rugbist)*, *ski*, *meci*, *volei*, *karate*, *cros*, *skateboard*, etc. Acesta din urmă este o trunchiere a compusului din limba engleză *skateboarding* (sportul practicat cu ajutorul unei planșe pe role); similar este termenul *snowboard*.
- **În domeniul economic**, tehnic: *lap-top*, *site*, *walkman*, *pager*, *sponsor*, *hard*, *soft* (din nou trunchieri din engleză: *hardware*, *software*) etc. Un termen precum *airbag* este folosit în română cu sensul din franceză: pernă gonflabilă destinată să protejeze, în caz de ciocnire, pasagerii de pe locurile din față ale unui automobil. Apar aici și verbe precum *a scana*, o formă adaptată la realitatea lingvistică românească din englezescul *to scan* (a examina ceva în detaliu, cu ajutorul unui fascicul de raze X).
- **În domeniul comunicațiilor** și presei: *computer*, *web*, *clip (video-clip)*, *e-mail* etc. *Clip* și-a extins sfera, ajungând să fie utilizat nu numai în muzică și film, ci și într-o sintagmă precum „clip electoral”.
- **În domeniul învățământului**: *Curriculum* (chiar dacă e un termen latin, noi l-am împrumutat din engleză) și derivatul său adjectival *curricular*. *Grant* apare des întrebuintat în cercetarea științifică, drept urmare el fiind acceptat în terminologia oficială. *Master* și *masterat* sunt alte două exemple care nu mai necesită explicații.
- **În domeniul gastronomiei**: *fast-food*, *ketchup*, *hamburger*, *hot-dog*, *chips* etc. În mod cert numărul domeniilor în care își fac apariția anglicismele denotative este mult mai mare decât cel expus aici, dar intenția nu a fost de a epuiza exemplele, ci de a sublinia diversitatea acestor domenii. Principalul avantaj al utilizării acestor termeni este caracterul lor internațional, care facilitează schimbul de informații și tehnologii între specialiști. Am mai putea adăuga: precizia sensului, scurttimea și simplitatea structurii (*mass-media* în comparație cu *mijloace de comunicare în masă*). Având funcție denominativă, acești termeni sunt lipsiți de expresivitate.

Anglicismele conotative sau stilistice sunt cele care dublează un cuvânt românesc preexistent, cu scopul de a dezvolta anumite nuanțe stilistice.

party pentru *petrecere*
happy-end pentru *sfârșit fericit*
weekend pentru *sfârșit de săptămână*
penalty pentru *lovitură de la 11 metri*
live pentru *în direct*
summit pentru *întâlnire la vârf*, etc.

Tot în această categorie intră și anglicismele întâlnite în varianta colocvială: *boss, high-life* (folosite aproape exclusiv peiorativ), *speech* (cu conotație peiorativă în varianta *spici*). Cei mai folosiți termeni în limbajul familiar din perioada actuală sunt *OK, full* și *party* (anglicisme utilizate nu numai de tineri, ci și de presa actuală).

Pentru situația frazeologismelor de tip colocvial dăm un singur exemplu: *no comment* – formulă consacrată în cadrul interviurilor pentru a se evita răspunsul la o întrebare.

Anglicismele „de lux” sunt împrumuturi inutile, care țin de tendința de ordin subiectiv a unor categorii sociale de a se individualiza lingvistic în acest mod. Sunt fapte de snobism și ca atare nu vom insista decât cu puține exemple: *advertising* (publicitate), *band* (orchestră), *fashion* (modă), *toast* (pâine prăjită) etc.

NORMA LINGVISTICĂ

Ea presupune mai multe aspecte, unele dintre ele chiar contradictorii. Intenția noastră nu este de a impune o astfel de normă, ci doar de a constata dificultățile de adaptare a anglicismelor la sistemul flexionar românesc, la cel fonetic etc., oscilațiile în scrierea lor, extinderile sau restrângerile de sens și alte asemenea situații. Vorbim totuși de normă, întrucât studiile care dezbat problema anglicismelor au relevat anumite aspecte care, prin caracterul lor regulat, repetabil, pot fi considerate ca având caracter de normă.

Adaptarea fonetică și grafică depinde de mai mulți factori: momentul intrării în limbă, conștiința lingvistică a vorbitorilor (cunoașterea sau necunoașterea limbii engleze). Cunoașterea limbii engleze acționează ca „frână” în calea adaptării. Caracterul internațional al anglicismelor denotative motivează folosirea lor în forma originară (tocmai pentru a fi un „instrument” facil de comunicare între specialiști și nu numai). Ele nu se vor adapta niciodată, tocmai datorită acestui caracter: *lobby, hobby, thriller, brandy, ketchup, western* etc.

Un alt factor demn de menționat este filiera de pătrundere în limba română. Avem anglicisme pătrunse prin filieră franceză (*șalanger* din *challenger, golaveraj* din *goal-average*) și germană (forme incorecte ortografiate cu *ș* pentru *start, sprint, strand*).

O manifestare evidentă de snobism lingvistic este în cazul anglicismelor intrate demult în limbă și care sunt ortografiate conform etimologiei lor, deși acestea sunt adaptate fonetic și grafic: *interview* (pentru *interviu*), *clown* (pentru *clovn*), *leader* (pentru *lider*) ș.a.

Acele anglicisme care au pătruns în limba vorbită se ortografiază fonetic. Cel mai cunoscut exemplu în acest caz este *blugi*, care s-a adaptat total. Dificultăți apar adesea în scrierea compuselor englezești cu sau fără cratimă, precum și în utilizarea cratimei în cazul formelor articulate enclitic, flexionate sau derivate. Normele actuale nu sunt explicite în aceste situații.

O situație interesantă apare în cazul unui termen precum *miss*, care, conform genului natural ar trebui să fie feminin, dar el își formează pluralul în *-uri*, la fel ca substantivele neutre. Ne îndepărtăm astfel de regula concordanței între genul natural și cel gramatical. Anglicisme masculine și feminine sunt mai puține ca pondere, dar nu neglijabile.

Ex.:

masculine – *lider, lideri; suporter, suporteri; clovn, clovni; dealer, dealeri* etc.

feminine – *stewardesă, stewardese; tenismenă, tenismene; reporteră – reportere* etc.

Există și substantive împrumutate din engleză care nu s-au adaptat morfosintactic. Unele sunt greu adaptabile, altele nu s-au adaptat deloc. Situații aparte avem când vorbitorii români nu recunosc formele de plural englezești (desinența *-s*), iar prin adăugarea desinențelor românești se ajunge la forme cu caracter pleonastic: „pungile de snacksuri”, „bestsellersuri românești”, „un pachet desticksuri” etc. (este așa-numitul pleonasm morfologic).

Suntem de părere că în cazurile sus-menționate, frecvența utilizării lor a contribuit la considerarea acestor forme drept corecte. Vom reveni și asupra altor construcții pleonastice pe parcursul lucrării. Dintre substantivele care nu s-au adaptat sub acest aspect al limbii, menționăm pe *mass-media*. În fapt întâlnim două situații diferite la acest termen. În acord cu etimologia (*media* fiind, așa cum se știe, pluralul cuvântului latinesc *medium* „mijloc”) apare acordul la plural:

Mass-media au anunțat că...

Conform criteriului formal, substantivul poate apărea și drept substantiv feminin invariabil, având numai formă de singular. Ca urmare a acestui fapt se folosesc enunțuri precum:

Mass-media locală a anunțat ...

Canalele mass-media ...

Verbele împrumutate din limba engleză sunt mai puține decât substantivele, dar la ele adaptarea morfosintactică este obligatorie și se face prin încadrarea în prima conjugare (cu sufixul *-ez* la persoana I a indicativului prezent). Astfel avem: *a dribla, a accesa, a procesa, a sponsoriza, a implementa, a scana, a lista* etc.

Un exemplu pentru restrângerile de sens ar fi *know-how* (în engleză cu sens general, cunoștințe tehnice sau științifice”), care în limba română apare drept „transfer de tehnologie”.

Deprecierea sensului este evidentă în cazul termenului *bișniță* (din englezescul *business*) folosit colocvial cu sensul binecunoscut „afacere dubioasă, necinstită”. *Bișniță* și *bișnițar* au conotații peiorative. Și sensurile figurate sunt utilizate frecvent cu conotații peiorative. Așa avem: „*killer*”, „*puzzle politic*”, „*joker electoral*”, „*time-out* prelungit pentru înaintașul Rapidului” etc.

Necunoașterea sensului unor anglicisme, graba, neatenția în exprimare generează de multe ori construcții pleonastice. Pleonasmul morfologic este tolerabil, dar pe lângă acestea există și pleonasmul lexical intolerabil datorat cauzelor mai sus menționate. Apar astfel situații de genul:

narațiunea unui story, bani cash, hobby preferat, bord de conducere, a face henț cu mâna

Cele mai multe pleonasmuri se realizează prin alăturarea unor termeni în construcții cu caracter redundant, întrucât sensul determinantului este inclus în definiția determinatului (anglicismul). Cel mai des întâlnit pleonasm lexical, în ciuda numeroaselor semnalări rămâne mijloace mass-media.

Anglicismele sunt o realitate, iar atitudinea vorbitorilor și a specialiștilor trebuie să fie una rațională în această privință, cântărind atât avantajele, cât și dezavantajele. Acestea din urmă nu sunt numeroase, dar există. Dintre acestea menționăm: nesiguranța de adaptare, crearea de forme inculte (vezi *ciungă, plovăr*) sau forme hipercorecte (*clovn* pronunțat ca în limba engleză, deși el s-a adaptat total), riscul pleonasmelor.

Pe de altă parte, însă, putem vorbi și de multe avantaje. Anglicismele nu au determinat o „alterare” a limbii române, ci, dimpotrivă, au contribuit la permanenta ei înnoire și reconstrucție, la nuanțarea ei semantică și stilistică, la modernizarea lexicului. Influența limbii engleze nu trebuie să fie considerată un fenomen negativ, nefiind cu nimic mai periculos decât alte influențe străine care s-au manifestat de-a lungul timpului în limba noastră, atâta timp cât nu se exagerează folosirea lor. Adoptarea în vorbire a acestor termeni corespunde unor necesități de expresie atât culturale, cât și sociale (aparitia unor realități extralingvistice noi, determinată de fapte ce țin de progresul umanității), cât și funcționale (necesitatea existenței în limbă a unor termeni care să desemneze aceste realități noi din viața oamenilor).

Esența limbii este aceea de a se reînnoi în permanență. Împrumutul din alte limbi reprezintă un aspect al creativității lingvistice prin care limba se schimbă, îmbogățindu-se neîncetat pentru a corespunde unor realități în permanență noi.

Capitolul II

COMUNICAREA PRIN SCRIS

Deer Sur, I wud reely lyke a job wid yur
~~organys~~ ~~orginyz~~ firm



Comunicarea scrisă poate avea o dominantă intra-personală, dar și una inter-personală. Într-o comunicare scrisă se folosesc de obicei câteva elemente precum: folosirea frazelor cu o lungime medie (15-20 de cuvinte), a paragrafelor centrate asupra unei singure idei, a cuvintelor înțelese cu siguranță de receptor ; evitarea exprimării comune, tipică limbajului oral, a cuvintelor inutile, redundante; alegerea cuvintelor încărcate de afectivitate optimă în contextul pedagogic creat, a expresiilor afirmative, toate acestea fiind elemente utile într-o integrare eficientă între suportul scris și cel oral în cadrul comunicării didactice.

Comunicarea scrisă are câteva avantaje. Printre care amintim:

- durabilitatea în raport cu forma orală a comunicării;
- textul poate fi văzut/citit de mai multe persoane;
- poate fi citit la un moment potrivit și poate fi recitit etc.

COMUNICAREA PRIN SCRIS

CE SĂ FACEȚI:

- Fiți clar și concis.
- Fiți precis.
- Utilizați programe care să vă verifice ortografia.
- Utilizați un limbaj simplu pe care-l poate înțelege oricine.
- Folosiți întrebări pentru a face scrisul interesant și angajant.
- Urmați un curs despre modul de a scrie.
- Citiți cărți despre modul de a scrie.
- Folosiți pe cineva care să vă verifice materialul din punct de vedere al gramaticii și al stilului.

CE SĂ EVITAȚI:

- Jargonul (Tehnic, industrial, comercial)
- Frazele lungi.
- Paragrafele lungi.

Sunteți judecați după modul în care vă prezentați ideile. Scrierea clară, energică exprimă atenție față de detaliu și de timp. Tot ceea ce este vag creează neîncredere și irosește timpul tuturor.

Dacă veți considera fiecare mesaj ceva care poate duce la încheierea sau la pierderea unei vânzări, colaborări, veți gândi mai mult și veți da dovadă de mai multă pricepere atunci când scrieți.

INSTRUCȚIUNI PENTRU ELABORAREA CURRICULUMULUI VITAE EUROPASS [12]

INTRODUCERE

Redactarea unui curriculum vitae reprezintă un pas important atunci când sunteți în căutarea unei slujbe sau a unui curs de instruire/formare. CV-ul este adesea primul contact cu un viitor angajator, de aceea el trebuie să atragă imediat atenția cititorului și să demonstreze de ce ar merita să fiți interviuat.

Important! De obicei angajatorii nu alocă mai mult de un minut fiecărui CV, atunci când fac selecția inițială a aplicațiilor/candidaturilor primite. Dacă ratați impactul corect, veți pierde ocazia de a fi angajat.

Citiți cu atenție instrucțiunile următoare, înainte de a introduce informațiile personale în modelul de CV.

RECOMANDĂRI GENERALE

Înainte de a începe să scrieți CV-ul, amintiți-vă câteva principii importante:

Atenție la modul cum vă prezentați CV-ul

- Prezentați-vă calificările, aptitudinile și competențele în mod clar și logic, astfel încât atributele personale să fie puse în valoare.
- Acordați atenție sporită fiecărui detaliu relevant, atât ca fond cât și ca formă; nu există scuză pentru greșelile de ortografie și de punctuație!

CONCENTRAȚI-VĂ PE ASPECTELE ESENȚIALE

- CV trebuie să fie concis: în cele mai multe cazuri, două pagini sunt suficiente pentru a arăta cine sunteți. Un CV de trei pagini poate fi considerat prea lung în unele țări, chiar dacă experiența dumneavoastră profesională este remarcabilă.

- dacă experiența dumneavoastră profesională este încă limitată (pentru că tocmai ați absolvit școala sau facultatea), inversați ordinea rubricilor și începeți cu descrierea studiilor și a pregătirii; scoateți în evidență stagiile de practică profesională efectuate în timpul studiilor (a se vedea exemplele online);
- concentrați-vă pe informația esențială, care aduce valoare sporită aplicației dumneavoastră; experiența de muncă sau cursurile de pregătire vechi sau nerelevante pot fi omise.

ADAPTAȚI CV-UL ÎN FUNCȚIE DE POSTUL PENTRU CARE CANDIDAȚI

- Verificați-vă sistematic CV-ul ori de câte ori doriți să-l trimiteți unui angajator, pentru a corespunde profilului cerut; puneți-vă în evidență calitățile în concordanță cu cerințele specifice angajatorului. Căutați informații despre compania la care urmează să candidați pentru a vă putea adapta CV-ul la profilul căutat.
- **Atenție:** nu “umflați” în mod artificial CV-ul; riscați să fiți descoperit la interviu.

RESPECTAȚI STRUCTURA MODELULUI

Curriculum vitae Europass vă permite prezentarea calificărilor, aptitudinilor și competențelor într-o ordine logică:

- informații personale;
- descrierea experienței profesionale;
- descrierea studiilor și a cursurilor de formare (care poate să apară înaintea rubricii ‘Experiența profesională, în cazul celor cu experiență limitată de muncă; pentru a inversa ordinea celor două rubrici, folosiți comanda ‘copy/paste’ (copiere/lipire) a procesorului de texte utilizat);
- inventar detaliat al aptitudinilor și competențelor dumneavoastră, dobândite pe parcursul studiilor și formării profesionale, al experienței profesionale și vieții cotidiene.

OBSERVAȚII:

- imprimați/tipăriți curriculum vitae pe hârtie albă;
- păstrați caracterele și formatul sugerate; evitați sublinierile și scrierea de fraze întregi cu majuscule sau litere îngroșate: afectează lizibilitatea documentului;
- nu separați paragrafele unei rubrici pe două pagini (de exemplu: lista cursurilor de formare)
- pentru a evita acest lucru folosiți comanda ‘page break’ (întrerupere pagină) a procesorului de texte utilizat; - casetele care conțin diferitele rubrici nu trebuie să apară atunci când documentul este imprimat.

FIȚI CLAR ȘI CONCIS

Profilul dumneavoastră trebuie apreciat de către potențialul angajator după câteva minute de lectură a CV-ului.

Prin urmare:

- folosiți propoziții scurte;
- concentrați-vă pe aspectele relevante ale pregătirii și experienței profesionale;
- explicați orice întreruperi ale studiilor sau carierei dumneavoastră;
- îndepărtați orice rubrică facultativă (de exemplu dacă nu aveți ‘Aptitudini și competențe artistice’ (a se vedea pagina 2 a modelului) sau considerați că astfel de aptitudini și competențe nu aduc valoare în plus aplicației dumneavoastră, îndepărtați toată rubrica folosind comanda ‘cut’ (decupare) a procesorului de texte utilizat.

RUGAȚI PE CINEVA SĂ VĂ CITEASCĂ CV-UL

Verificați cu atenție CV-ul la final pentru a îndepărta orice greșeala de ortografie și ca să vă asigurați că este redactat logic și clar. Puneți pe altcineva să vă citească CV-ul pentru a vă asigura că are un conținut clar și ușor de înțeles.

INSTRUCȚIUNI PENTRU CURRICULUMUL VITAE EUROPASS

I. Utilizați interfața online sau descărcați modelul de CV:

Puteți fie să:


(a) folosiți interfața online disponibilă pe website-ul Europass (<http://europass.cedefop.eu.int>). CV-ul dumneavoastră poate fi apoi salvat în directorul ales; sau

(b) să descărcați modelul de CV (Word sau OpenDocument) în limba preferată de pe același website și să-l salvați pe unitatea hard a calculatorului dumneavoastră; apoi completați diferitele rubrici în coloana din partea dreaptă și inserați datele personale.

COMPLETAȚI DIFERITELE SECȚIUNI/RUBRICI DUPĂ CUM URMEAZĂ:

- **Important:**

- nu schimbați textul din coloana stângă;
- păstrați formatul și caracterele utilizate în model.

	
Curriculum vitae Europass	Atașați fotografia dacă se cere (facultativ) Observații: - fotografia nu este indispensabilă într-un CV, decât dacă este cerută de angajator - format: preferabil JPG.
Informații personale Nume / Prenume (rubrică facultativă)	Scrieți numele, prenumele (preferabil folosind litere mici după inițiale), de exemplu: Popescu, Ion, Andrei în conformitate cu regulile aplicate în țara dumneavoastră. Observații: dacă aveți mai multe prenume, începeți cu cel pe care îl folosiți de obicei.
Adresa(e) (rubrică facultativă)	Scrieți adresa/ele completă/e unde vreți să fiți contactat, de exemplu: Bd-ul Alba Iulia nr.12, bl. D3, ap. 21, sector 4, București, cod poștal 3010 Observații: - indicați clar adresa la care puteți fi contactat rapid. Dacă adresa dumneavoastră permanentă este diferită de cea la care locuiți în prezent, puteți indica ambele adrese, menționând datele la care puteți fi contactat la fiecare dintre ele; - ordinea elementelor din adresă poate varia de la țară la țară; respectați regulile în vigoare, astfel încât corespondența să ajungă ușor; nu uitați codul de țară dacă aplicați în străinătate (vezi modele de CV); - în cazul Irlandei, al Regatului Unit al Marii Britanii și Olandei, numele țării se scrie în întregime: Dublin 2 Ireland

	<p>...</p> <p>London SW1P 3AT United Kingdom</p> <p>...</p> <p>2500 EA Den Haag Nederland</p> <p>Pentru detalii suplimentare, consultați Ghidul inter-instituțional de redactare, disponibil on line: http://publications.europa.eu/code/fr/fr-390200.htm</p>
<p>Telefon (-oane) (rubrică facultativă)</p>	<p>Indicați numerele de telefon la care doriți să fiți contactat, de ex.: Fix: +40 212345678 Mobil: +40 721235678</p> <p>Observații:</p> <ul style="list-style-type: none"> - indicarea numărului în formatul său internațional; - prefixul țării precedat de semnul „+” (fără a fi urmat de spațiu), indicând necesitatea adăugării prefixului pentru apeluri internaționale; - după prefixul țării, separat de acesta printr-un spațiu, numărul complet (inclusiv prefixul local atunci când acesta există) este prezentat într-un singur bloc.
<p>Fax(-uri) (rubrică facultativă)</p>	<p>Scrieți numerele de fax, folosind aceleași reguli ca pentru numerele de telefon de ex.: +40 212345678</p>
<p>E-mail(-uri) (rubrică facultativă)</p>	<p>Scrieți adresa dumneavoastră de poștă electronică, specificând dacă este adresa dumneavoastră personală sau de la serviciu de ex.: popescuion@whaoo.com</p>
<p>Naționalitate (-ți) (opțional)</p>	<p>Scrieți naționalitatea(-țile), de ex.: Română</p>
<p>Data nașterii (opțional)</p>	<p>Scrieți data dumneavoastră de naștere (zz/ll/aaaa), de ex.: 02.04.1963</p>
<p>Sex (opțional)</p>	<p>Indicați sexul dumneavoastră, (Masculin / Feminin), de ex.: Masculin</p>
<p>Loc de muncă vizat / Domeniu ocupațional (rubrică facultativă)</p>	<p>Specificați locul de muncă vizat sau domeniul ocupațional, de ex.: Manager și administrator de baze de date</p> <p>Observații: această rubrică oferă o imagine imediată a profilului dumneavoastră, axându-se pe competențele dumneavoastră principale.</p>
<p>Experiența profesională</p>	

În această rubrică, descrieți separat fiecare slujbă relevantă pe care ați avut-o, începând cu cea mai recentă.

Observații:

- dacă vă angajați pentru prima oară, nu uitați să menționați stagiile de pregătire practică și profesională din timpul studiilor, care dovedesc contactul inițial cu universul muncii;
- dacă experiența profesională este încă limitată (deoarece tocmai ați absolvit școala sau facultatea), descrieți mai întâi forma de învățământ absolvită și programele de formare profesională (pentru a inversa ordinea celor două rubrici, folosiți comanda ‘copy/paste’

(copiere/lipire) a procesorului de texte utilizat); evidențiați locurile de muncă din timpul cursurilor de pregătire practică (a se vedea exemplele online);

- din considerente de concizie, axați-vă pe experiența de muncă care aduce spor de valoare candidaturii dumneavoastră. Nu omiteți experiența care poate fi valoroasă, chiar dacă nu este legată direct de profilul postului pentru care candidați (de ex., timpul petrecut în străinătate, slujbe care v-au pus în contact cu publicul etc.);
- reproduceți tabelul (folosind comanda 'copy/paste' (copiere/lipire) a procesorului de texte utilizat) ori de câte ori e necesar. Pentru a șterge o rubrică, folosiți comenzile din meniul 'Table' (Tabel) al procesorului de texte utilizat.

Perioada	Precizați perioadele de timp pentru postul ocupat, de ex.: Din martie 1994 până în decembrie 1999
Funcția sau postul ocupat	Indicați funcția sau postul ocupat, de ex.: Mecanic vehicule de mare tonaj, Tehnician de întreținere, Receptionist
Principalele activități și responsabilități	Indicați principalele dumneavoastră activități și responsabilități, de ex.: Întreținerea calculatoarelor sau Legătura cu furnizorii sau Întreținerea spațiilor verzi Dacă este necesar, cuantificați-vă responsabilitățile (procent de timp lucrat, durata de timp pentru fiecare post ocupat etc.).
Numele și adresa angajatorului	Indicați numele și adresa angajatorului, de ex.: Demeter SRL, Str. Garofițelor 12, Sector 3, București, România Observații: dacă este necesar, adăugați mai multe informații (telefon, fax, e-mail sau adresa de Internet), de ex.: Tel.: (40-21) 340 45 67 - Fax (40-21) 340 45 68 - E-mail: demeterv@yahoo.com Website: http://www.demeter.com.ro
Tipul activității sau sectorul de activitate	Indicați tipul sau sectorul de activitate al angajatorului, de ex.: Transport și logistică sau Birou de control financiar/auditare sau Producător de piese auto

Educație și formare profesională

În această rubrică, introduceți separat fiecare formă de învățământ și program de formare profesională absolvite cu diplomă sau certificat, **începând cu cel mai recent.**

Observații:

- dacă experiența profesională este încă limitată (pentru că tocmai ați absolvit școala sau facultatea), descrieți mai întâi forma de învățământ și programele de instruire/formare profesională (pentru a inversa ordinea celor două rubrici, folosiți comanda 'copy/paste' (copiere/lipire) a procesorului de texte utilizat);
- nu e nevoie să prezentați toate calificările dumneavoastră (diplome sau certificate de absolvire): nu menționați studiile școlii primare dacă dețineți o diplomă de diplomă; axați-vă pe calificările importante pentru aplicația dumneavoastră;
- reproduceți tabelul (folosind comanda 'copy/paste' (copiere/lipire) a procesorului de texte utilizat), ori de câte ori este nevoie. pentru a șterge o rubrică, folosiți comenzile din meniul 'Table' (Tabel) al procesorului de texte utilizat.

|

Perioada	Precizați perioadele de timp în care s-a derulat cursul absolvit, de ex.: Din septembrie 1994 până în iunie 1998
Calificarea/diploma obținută	Scrieți titlul exact al certificatului sau diplomei obținute, de ex.: Certificat de aptitudini profesionale (C.A.P.) Nivel 2: Serviciul Brutărie Patiserie Notă: evitați folosirea doar a abrevierilor (ex. C.A.P.)
Disciplinele principale studiate/competențele profesionale dobândite	Rezumați principalele discipline predate sau competențe profesionale dobândite pe durata cursului urmat, grupându-le dacă este necesar pentru concizie, e.g.: Discipline generale - Limba română, matematică, limbă străină (engleza) - Educație fizică Discipline profesionale - practică profesională (fabricarea de sorturi de pâine standard, specialități de pâine, prăjituri și produse de patiserie) - științe aplicate industriei și echipamentelor alimentare (microbiologie, biochimie, igienă) - tehnologie profesională (materii prime, igienă și siguranță) - cunoașterea domeniului profesional și a contextului economic, legal și social. Observații: combinați elementele și axați-vă pe aptitudinile profesionale care ar fi valorificate dacă ați fi angajat.
Numele și tipul instituției de învățământ/furnizorului de formare	Precizați numele (și adresa dacă este necesar) și tipul instituției urmate de ex.: Grupul Școlar de Servicii Alimentare Aleea Amandinelor nr. 36 Sector 3, București
Nivelul în clasificarea națională sau internațională (rubrică facultativă)	Dacă nivelul calificării corespunde unui sistem de clasificare națională sau internațională existent, precizați nivelul și clasificarea (clasificare națională, CISE, etc.). Dacă este necesar, consultați organismul care a acordat certificatul/titulul/diploma.

Aptitudini și competențe personale

Această pagină oferă o imagine completă a aptitudinilor și competențelor dumneavoastră, dobândite pe parcursul vieții și formării profesionale și care nu sunt în mod necesar dovedite prin certificate și diplome oficiale.

Rubricile următoare (limbi străine, aptitudini și competențe sociale, organizatorice, tehnice, de utilizare a calculatorului, artistice) vă permit să descrieți aptitudinile și competențele dobândite atât în timpul studiilor, în timpul seminariilor sau al sesiunilor de formare continuă, cât și pe cele dobândite într-o manieră informală și

non formală, adică în timpul activităților dumneavoastră ocupaționale și de petrecere a timpului liber.

Observație generală: Eliminați orice rubrică în care nu aveți nimic relevant de trecut, folosind comanda 'cut' (decupare) a procesorului de texte utilizat.

Limba maternă	Precizați limba/ile maternă/e de ex.: Româna
---------------	--

Limbi străine cunoscute (rubrică facultativă)	Observații: Indicați în secțiunea de mai jos aptitudinile și competențele dumneavoastră în utilizarea limbilor străine. Utilizați scara de autoevaluare realizată de Consiliul Europei pentru a sprijinii oamenii în a-și autoevalua capacitatea de a înțelege, vorbi și scrie într-o limbă străină (vezi instrucțiunile de mai jos).					
	<i>Autoevaluare Nivel european (*)</i>	Înțelegere		Vorbire		Scriere
	Ascultare	Citire	Participare la conversație	Discurs oral	Exprimare scrisă	
	(C1)	B2	(A2)	(B1)	(B2)	
Engleza	Utilizator experimentat	Utilizator independent	Utilizator elementar	Utilizator independent	Utilizator independent	
	(B1)	B2	(A2)	(A2)	(A2)	
Franceza	Utilizator independent	Utilizator independent	Utilizator elementar	Utilizator elementar	Utilizator elementar	
	(B1)	B2	(A2)	(A2)	(A2)	
<small>(*) Nivelul Cadrului european comun de referință (CECR)</small>						

Instrucțiuni de folosire a grilei de autoevaluare

Grila de autoevaluare cu șase niveluri a fost realizată de Consiliul Europei pentru « Cadrul european comun de referință pentru limbi străine ».

Grila este alcătuită din trei niveluri mai mari după cum urmează:

- Utilizator elementar (niveluri A1 și A2);
- Utilizator independent (niveluri B1 și B2);
- Utilizator experimentat (niveluri C1 și C2).

Pentru a va autoevalua nivelul de utilizare a limbii străine, citiți descrierile de mai jos și scrieți nivelul relevant (de ex. Utilizator experimentat - C2) în căsuța adecvată a CV-ului (Ascultare, Citire, Participare la conversație, Discurs oral și Scriere).

Înțelegere

Ascultare

B 2: Pot să înțeleg conferințe și discursuri destul de lungi și să urmăresc chiar și o argumentare complexă, dacă subiectul îmi este relativ cunoscut. Pot să înțeleg majoritatea emisiunilor TV de știri și a programelor de actualități. Pot să înțeleg majoritatea filmelor în limbaj standard.

Citire

B 2: Pot să citesc articole și rapoarte pe teme contemporane, în care autorii adoptă anumite atitudini și puncte de vedere. Pot să înțeleg proză literară contemporană.

Vorbire

Participare la conversație

B 2: Pot să comunic cu un grad de spontaneitate și de fluentă care fac posibilă participarea normală la o conversație cu interlocutori nativi. Pot să particip activ la o conversație în situații familiare, exprimându-mi și susținându-mi opiniile.

Discurs oral

A 1: Pot să utilizez expresii și fraze simple pentru a descrie unde locuiesc și oamenii

B 2: Pot să prezint descrieri clare și detaliate într-o gamă vastă de subiecte legate de domeniul meu de interes. Pot să dezvolt un punct de vedere pe o temă de actualitate, arătând avantajele și dezavantajele diferitelor opțiuni.

Scriere

B 2: Pot să scriu texte clare și detaliate într-o gamă vastă de subiecte legate de domeniul meu de interes. Pot să scriu un eseu sau un raport, transmițând informații sau argumentând în favoarea sau împotriva unui punct de vedere. Pot să scriu scrisori subliniind semnificația pe care o atribui personal evenimentelor sau experiențelor.

Observații:

- dacă aveți un certificat care să vă ateste competențele (ca de exemplu TOEIC -Test of English for International

- nu vă supraestimați nivelul, care poate fi foarte bine verificat atunci când veți fi interviuat!

Competențe și abilități sociale (rubrică facultativă)	Despre ce este vorba? Competențele și abilitățile sociale se referă la capacitatea de a trăi și munci împreună cu alți oameni, în locuri de muncă unde comunicarea este importantă iar munca în echipă este esențială (de exemplu în cultura și sport), în mediile multiculturale etc. Descrieți competențele și abilitățile sociale, de ex.: - spiritul de echipă; - capacitate de adaptare la medii multiculturale, obținută prin experiența de muncă în străinătate; - o bună capacitate de comunicare, obținută ca urmare a experienței de director de vânzări. Specificați în ce context au fost dobândite (formare profesională, seminarii, context profesional, activități de voluntariat sau în timpul liber etc.).
Competențe și aptitudini organizatorice (rubrică facultativă)	Despre ce este vorba? Competențele și aptitudinile organizatorice se referă la capacitatea de a coordona și administra oameni, proiecte și bugete în timpul activităților profesionale, de voluntariat (de exemplu cultură și sport) și acasă etc. Descrieți competențele și aptitudinile organizatorice, de ex.: - leadership (conducător)(în prezent responsabilul unei echipe compuse din 10 oameni); - spirit organizatoric (experiență în logistică); - experiență bună a managementului de proiect sau al echipei. Specificați în ce context au fost dobândite (formare profesională, context profesional,

	seminarii, în activități de voluntariat sau în timpul liber etc.).
Competențe și aptitudini tehnice (rubrică facultativă)	<p>Despre ce este vorba?</p> <p>Competențele și aptitudinile tehnice se referă la capacitatea de a mânui echipamente și mașini, altele decât calculatoarele sau la cele dintr-un domeniu specializat (industrie manufacturieră, sănătate, domeniul bancar etc.).</p> <p>Descrieți competențele și aptitudinile tehnice de ex.:</p> <ul style="list-style-type: none"> - o bună cunoaștere a proceselor de control al calității (am fost responsabil cu implementarea controlului calității în departamentul în care am lucrat); <p>Specificați în ce context au fost dobândite (formare profesională, context profesional, seminarii, în activități de voluntariat în timpul liber etc.)</p>
Competențe și cunoștințe de utilizare a calculatorului (rubrică facultativă)	<p>Despre ce este vorba?</p> <p>Competențele și cunoștințele de utilizare a calculatorului se referă la abilitățile de utilizare a procesoarelor de texte și a altor aplicații, a bazelor de date, a Internetului, precum și la abilitățile avansate (programare etc.).</p> <p>Descrieți competențele și cunoștințele de utilizare a calculatorului de ex.:</p> <ul style="list-style-type: none"> - o bună stăpânire a instrumentelor Microsoft Office™ (Word™, Excel™ și PowerPoint™); - cunoștințe elementare ale aplicațiilor de grafică pe calculator (Adobe Illustrator™, PhotoShop™). <p>Specificați în ce context au fost dobândite (formare profesională, context profesional, seminarii, în activități de voluntariat în timpul liber etc.)</p>
Competențe și aptitudini artistice (rubrică facultativă)	<p>Descrieți competențele și aptitudinile artistice care constituie un avantaj (muzica; scrisul; design, etc.)</p> <p>de ex.:</p> <p>sculptură în lemn</p> <p>Specificați în ce context au fost dobândite (formare profesională, context profesional, seminarii, în activități de voluntariat sau în timpul liber etc.)</p>
Alte competențe și aptitudini (rubrica facultativă)	<p>Descrieți aici orice alte competențe și aptitudini care constituie un avantaj și care nu sunt menționate în rubricile anterioare (hobby-uri, sporturi, funcții de răspundere în organizații de voluntari), de ex.:</p> <ul style="list-style-type: none"> - planorism <p>Specificați în ce context au fost dobândite (formare profesională, context profesional, seminarii, în activități de voluntariat sau în timpul liber etc.)</p>

<p>Permis/e de conducere (rubrică facultativă)</p>	<p>Menționați dacă dețineți un permis de conducere și categoria, de ex.: Categorია B</p>
<p>Informații suplimentare (rubrică facultativă)</p>	<p>Menționați aici alte informații pe care le considerați utile</p> <ul style="list-style-type: none"> - publicații sau activități de cercetare; - apartenența la organizații profesionale; - stagiul militar (dacă e important); - starea civilă (dacă e important); - persoane de contact sau referințe (nume, funcție, adresa de contact , vezi nota de dedesubt), de ex.: <p>Publicații Articol: "Caracterizarea moleculară a celulei nervoase încărcate cu H3O", Immunology Quarterly, New York, 02/2002</p> <p>Note:</p> <ul style="list-style-type: none"> - nu indicați adresa unei persoane de contact fără să fi obținut în prealabil acordul acesteia; e de preferat să menționați 'Referințele pot fi furnizate la cerere' pentru a nu supraîncărca curriculumul vitae; - dacă este cazul, faceți o descriere scurtă a publicației sau a activității de cercetare; specificați tipul documentului (teză, articol, raport etc.).
<p>Anexe (rubrică facultativă)</p>	<p>Enumerați orice document atașat CV-ului, de ex.:</p> <ul style="list-style-type: none"> - copii după diplome și certificate obținute, incluzând orice certificat al unui curs de formare finalizat fără o atestare formală a calificării; - dovezi ale angajării și stagiului; - publicații sau activitatea de cercetare etc. <p>Observații:</p> <ul style="list-style-type: none"> - enumerați documentele în ordine logică (de ex., grupați diplomele și dovezile de angajare împreună, numerotați-le dacă e necesar) pentru a ajuta cititorul; - nu trimiteți niciodată diplomele și certificatele în original deoarece acestea ar putea fi rătăcite/pierdute; fotocopiile sunt adecvate.

REDACTAREA UNEI SCRISORI DE INTENȚIE / MOTIVAȚIE / PREZENTARE [16]

CE ESTE SCRISOAREA DE INTENȚIE?

- Scrisoare de intenție nu trebuie privită ca o simplă formalitate deoarece ea reprezintă unul dintre documentele cele mai importante ale candidatului
- Scopul acesteia este de a convinge destinatarul (reprezentanții organizației) că au găsit persoana pe care o caută
- utilizarea corectă a acestui instrument contribuie semnificativ la creșterea șanselor de competiție pentru un post

CUM TREBUIE CONCEPUTĂ?

- Scrisoarea de intenție trebuie să fie scurtă, să poată fi citită în zece secunde
- Trei paragrafe sunt suficiente, spune Vicki Salemi, experta în carieră și autoare a cărții *Big Career in the Big City*. Utilizați primul paragraf pentru introducere, al doilea pentru "corpul scrisorii de intenție", al treilea fiind finalul. Managerul HR va "scana" scrisoarea de intenție în zece secunde sau mai puțin, adaugă Salemi. El vrea să citească un text succint.
- Atrage interesul cititorului încă de la prima propoziție
- Nu începe cu fraze plictisitoare. Încearcă o abordare originală și profesională; Salemi sugerează să începi scrisoarea de intenție cu un pitch interesant.
- Alege două-trei aptitudini pentru descrierea jobului și demonstrează că le deții
- Citește descrierea jobului cu atenție și identifică trei calități pe care compania le caută la un candidat, precizează Salemi. Folosește scrisoarea de intenție pentru a demonstra acele calități, ofera exemple și gândește-te cum le-ai folosit în trecut.
- Citește mai mult pe REALITATEA.NET:
http://www.realitatea.net/s_1291995.html#ixzz2hnMQFRpL
- Follow us: @realitatea on Twitter
- Scrisoarea de intenție nu este standardizată
- ea trebuie să reflecte personalitatea fiecărui individ
- cu toate acestea, ea trebuie să cuprindă anumite *elemente specifice*.

Atenție!

- Descrieți cum puteți contribui la reușitele întreprinderii, ce puteți oferi și nu vă bazați pe modul în care poate întreprinderea să vă ajute
- Concepeți scrisoarea într-o notă încrezătoare și modestă în același timp. Dați dovadă de entuziasm și de atitudine pozitivă
- Fiecare scrisoare trebuie să fie unică, conținutul ei va fi diferit în funcție de postul și organizația căreia i se adresează candidatul
- Scrisoarea de intenție este scurtă și concisă (max. 1 pagină) !

CUM SĂ ARATE?

- Folosiți o coală albă, A4, de aceeași calitate ca și cea pentru C.V. ;
- Deși nu se realizează după o rețetă anume, așezarea în pagină trebuie să dea impresia de armonie, simplitate și ordine;
- Scrisul (în cazul în care este scrisă de mână) să fie lizibil și cât mai caligrafic posibil;
- Redactarea trebuie să fie corectă din punct de vedere ortografic și gramatical, să emane spontaneitate și bun gust;
- Scrisoarea trebuie să fie „aerisită” (paragrafele esențiale se departajează prin spații);
- Scrisorile de intenție nu au titlu (nu trebuie să apară pe pagină cuvintele - Scrisoare de intenție);

- Este foarte important să se trimită întotdeauna originalul, niciodată o fotocopie, chiar dacă este de o calitate excelentă.

CONȚINUTUL SCRISORII DE INTENȚIE

O scrisoare de intenție are trei părți importante:

- date de identificare
- conținutul propriu-zis
- formule de adresare și de închidere

1. DATE DE IDENTIFICARE

Expeditorul:

În partea de sus (stânga) a paginii trebuie să apară

- numele și prenumele expeditorului
- adresa
- numărul de telefon
- adresa de e-mail (opțional)
- data și localitatea

Destinatarul:

Datele de identificare ale destinatarului (partea dreaptă a paginii, în același rând sau mai jos de datele expeditorului) conțin:

- denumirea organizației
- adresa și localitatea
- persoana căreia expediați scrisoarea
- compartimentul/departamentul din care face parte

2. CONȚINUTUL PROPRIU-ZIS

- postul vizat și sursa prin care a fost obținută informația (anunț publicitar, prieteni, rude, etc.), cu precizarea publicației și a datei apariției sau a numelui persoanei care i-a oferit informația. În cazul în care candidatul și-a depus o candidatură directă fără a cunoaște eventualele posturi vacante, el poate să-și exprime eventual opțiunea pentru un anumit domeniu de activitate
- se vor puncta apoi principalele calități și aptitudini ale candidatului, experiența din ultimii ani, relevantă pentru postul vizat; tot în acest paragraf poate fi prezentată contribuția și realizările importante de la locul de muncă, sau modul în care ai rezolvat diferite situații dificile
- interesul și motivația pentru postul respectiv, se pot nota aici eventual și motivele pentru care candidatul a părăsit sau dorește să părăsească vechiul loc de muncă (de exemplu: reducerea activității organizației)
- mai trebuie subliniate disponibilitatea și interesul pentru un interviu precizând modalitatea cea mai ușoară de a fi contactat (nr. de telefon, E-mail, adresă) precum și faptul că respectiva scrisoare de intenție este însoțită de un C.V. (care oferă detalii mai ample cu privire la experiența, aptitudinile și studiile candidatului)

3. FORMULE DE ADRESARE ȘI DE ÎNCHIDERE

Formula de adresare

- Scrisoarea trebuie să înceapă întotdeauna cu (*Stimate D-le/D-nă*)
- este indicat să fie adresată unei anumite persoane
- De aceea, candidatul trebuie să încerce să afle (printr-un telefon sau deplasându-se la sediul organizației) cui trebuie adresată scrisoarea
- În cazul în care nu dispune de această informație trebuie trimisă compartimentului de resurse umane, directorului general sau președintelui, după caz.

Formula de încheiere

- *Cu respect*

- *Cu sinceritate*
- *(în) cu speranța că binevoiți să-mi acordați o întâlnire, vă rog să primiți distinsele mele salutări*
- *distinse salutari*
- *vă rog să primiți expresia sentimentelor mele distinse*
- *binevoiți să acceptați salutările mele distinse*
- *mulțumindu-vă, vă adresez cele mai sincere salutări*
- *cu cele mai bune urări, vă adresez omagiile mele*
- *(rămân) în așteptarea unui răspuns din partea dvs. și vă transmit*
- *Cu încredere într-un rezultat pozitiv, vă rog să acceptați expresia sentimentelor mele*
- *Vă rog să primiți cele mai bune urări și expresia sentimentelor mele sincere*
- *Numele expeditorului (în ordinea prenume, nume) și semnătura*

Scrisoarea de intentie este indicat sa aiba o lungime cuprinsa intre o jumatate de pagina si o pagina. Ea trebuie sa contina:

1) Datele tale de contact in calitate de candidat: prenumele, numele, adresa, codul postal (optional), numarul de telefon fix si/sau numarul de telefon mobil, adresa de email, profilul de LinkedIn (optional), contul de Twitter (Facebookl).

Acestea sunt plasate la inceputul scrisorii, in coltul din stanga sus, de obicei, daca trimiti scrisoarea in format fizic (pe hartie) si la finalul scrisorii, in semnatura, daca o trimiti prin email.

2) Numele si functia persoanei care se ocupa de recrutari in cadrul companiei angajatoare

Aceste date vor aparea, asa cum precizam mai sus, in formula de adresare de la inceputul scrisorii.

3) Numele si adresa companiei angajatoare

Aceste informatii vor fi mentionate in coltul din dreapta sus in cazul in care scrisoarea de intentie este trimisa in format fizic. Numele si adresa companiei angajatoare sunt de obicei omise in procesele de recrutare care presupun aplicarea online.

4) Data

Spre deosebire de CV, care nu trebuie datat, scrisoarea de intentie trebuie sa includa si aceasta informatie, de obicei pozitionata in coltul din dreapta sus. In cazul unei scrisori de intentie trimisa in format fizic (hartie), care contine deja numele si adresa companiei angajatoare in dreapta sus, data va aparea sub aceste informatii.

5) Formula de salut/adresare

EXEMPLE DE SCRISOARE DE INTENȚIE

POP Maria
Str. Brașov nr. 3, Cluj-Napoca
Telefon : 0264/XXXXXX
e-mail: popmaria@yahoo.com
22.09.15. Cluj-Napoca

S.C. IMPEX S.A
Str. Nouă nr. 14 Cluj-Napoca

EXEMPLUL 1

În atenția Compartimentului de resurse umane

Domnilor,

Am aflat din anunțul publicitar de angajare pe care l-ați dat în ziarul „XYZ” din data de 5 august 2012 că organizația dumneavoastră are vacant un post de economist în cadrul Compartimentului de Marketing.

Sunt încrezătoare că solidele cunoștințe tehnice pe care le posed combinate cu experiența pe care am acumulat-o în timpul conceperii și implementării proiectelor menționate în C.V. vor fi de un real folos firmei dumneavoastră. Posed de asemenea cunoștințe foarte bune de operare PC, ce acoperă o multitudine de programe și limbaje utile în mediul de afaceri și pe care le dezvolt continuu, alături de o bună cunoaștere a limbilor engleză și franceză utilizate în afaceri, ambele competențe fiind deosebit de utile și necesare postului pe care îl scoateți la concurs.

Conștiinciozitatea profesională, simțul organizatoric și adaptabilitatea la nou sunt doar câteva din aptitudinile pe care doresc să le pun în serviciul firmei dumneavoastră. Curriculum Vitae anexat vă va permite o imagine mai amplă asupra pregătirii profesionale și a aptitudinilor pe care le posed.

Sunt deosebit de interesată de acest post, căci aspirațiile mele la o carieră în domeniu se identifică cu aspectele menționate în anunțul firmei dumneavoastră. Perspectiva de a lucra într-o echipă tânără și dinamică și de a acumula prețioasa experiență profesională pe care o oferiți sunt un motiv în plus pentru a considera postul o provocare și o stimulare pentru mine.

În speranța că informațiile oferite au fost convingătoare, aștept cu nerăbdare o întâlnire cu dumneavoastră în care să putem discuta mai multe detalii despre modul în care aș putea contribui la succesul echipei.

Vă rog să mă contactați la numărul de telefon sau pe adresa de e-mail menționate.

Cu respect,

Cluj-Napoca, 25.10.2016

Cu respect,

Daniel Popa

CE SPUN SPECIALIȘTII DESPRE INTERVIUL DE ANGAJARE

Un interviu de angajare poate fi unul reușit sau un eșec total. Totul depinde de felul în care e conceput CV-ul, de alegerea vestimentației, de mici gesturi pe care le facem și mai ales de modul în care ne alegem răspunsurile.

Cu toții ne dorim un job cât mai bun și încercăm din răspuțeri să îl obținem. Uneori, deși avem calificarea necesară, putem face câteva greșeli care să distrugă interviului. Specialiștii spun că există câteva metode prin care să convingem viitorul angajator să ne ofere postul dorit. Informați-vă despre companie.

Atunci când mergeți la un interviu, faceți înainte o cercetare a companiei. Încercați să aflați cât mai multe informații pentru a dovedi că jobul este important pentru dumneavoastră. „Înainte să merge la un interviu este crucial să aflăm date despre companie, să mergem informați.

Așa vom arăta că ne pasă, că suntem perseverenți și că este important pentru noi să știm unde vom lucra”, spune Vlad Boeru, specialist în resurse umane. CV-ul și scrisoarea de intenție reprezintă cartea de vizită. Pe internet este plin de modele de CV și de scrisori de intenție. Putem să studiem, dar este important să le dăm

o notă personală și să scriem exact care sunt atuurile noastre și de ce dorim acel job. „Angajatorii au tendința să repingă CV-urile care sunt practic copy-paste de pe internet.

Este adevărat că trebuie să trecem date obligatorii, precum vârstă, studii și experiența în muncă, dar trebuie să îi dăm CV-ului și notă personală. Eu m-am săturat să văd acea exprimare de lemn gen: comunicativ, disponibil la program prelungit sau dornic să lucrez în echipă. Aceste calități sunt foarte importante, dar trebuie prezentate într-o notă personală. La fel și pe scrisoarea de intenție care nu trebuie să fie prea protocolară. Aici putem scrie de ce dorim un loc de muncă și ne putem prezenta atuurile“, mai spune Vlad Boeru.

Atenție cum vă prezentați. Este important ca la un interviu să nu întârziati, să vă îmbrăcați adecvat și să dați impresia de siguranță. „Dacă întârziati la un interviu este posibil să îl ratați din start. Îmbrăcămintea este foarte importantă. Ea trebuie să fie office, dar nu prea rigidă. Poate fi și mai lejeră gen blugi și o cămașă, depinde de genul companiei.

Cert este că nu trebuie să arătați prea perfect, adică la patru ace deoarece puteți da impresia de personalitate rigidă. Nu trebuie să fiți nici neîngrijiiți pentru că atunci dați impresia de nepăsare. Un alt lucru important este modul în care vă prezentați și faceți strângerea de mână. Este crucial să zâmbiți, dar nu forțat, și să aveți o strângere puternică de mână, care denotă încredere.

Aceste aspecte sunt foarte importante deoarece este prima impresie pe care și-o face angajatorul înainte să apucați să vorbiți“, mai spune Vlad Boeru. Trebuie să știm să ne vindem. Un interviu de angajare este ca o negociere în comerț, astfel că trebuie să învățăm să ne vindem, să ne prezentem atuurile, dar fără a da impresia de aroganță cum că le știm pe toate și putem face orice. „Mulți tineri sunt foarte bine pregătiți profesional, dar nu știu să se vândă și atunci au de pierdut. Este important ca la un interviu să dați impresia de siguranță, de încredere.

Dacă începeți să transpirați, să vă bâlbâiți, să nu fiți siguri pe răspunsuri atunci aveți de pierdut. Trebuie să răspundeți clar la întrebări ca să nu pară că aveți ceva de ascuns.

Trebuie să vă prezentați calitățile, dar să nu spuneți că știți sau puteți să faceți orice, că puteți învăța orice. Acest lucru lasă o impresie de aroganță. Priviți angajatorul în ochi, nu aplecați privirea, nu vă frecați mâinile ca să nu dați impresia de nesiguranță“, mai spune specialistul. Întrebări care nu trebuie puse la interviu Există câteva subiecte care nu trebuie abordate din proprie inițiativă.

Nu întrebați de salariu, program sau concediu. De asemenea, nu vorbiți de rău fostul angajator. „Niciodată la un interviu nu întrebați cât este salariul, care este programul sau cum este cu concediul. Chiar dacă sunt întrebări legitime veți da impresia că vă pasă mai multe de recompense decât de jobul în sine.

Aceste aspecte le puteți discuta și negocia după ce ați fost anunțat că ați obținut postul. Dacă sunteți întrebați ce salariu aveți înainte sau care sunt așteptările financiare atunci trebuie să răspundeți rapid și direct. Nu dați din colț în colț. Mulți se pierd pentru că se tem că vor spune fie prea puțin, fie prea mult.

Fiți sinceri și nu ar fi rău ca înainte de interviu să încercați să aflați cam care sunt salariile în compania la care vreți să vă angajați. Dacă sunteți întrebat de ce vreți să vă schimbați locul de muncă nu spuneți nimic rău despre fostul angajator. Nu dă bine. Mai bine spuneți că vroiați o nouă provocare sau că acest job vi se potrivește mai bine“, mai spune specialistul. Să nu păreți nerăbdători.

La finalul interviului este important să nu păreți prea nerăbdători. „Dacă vi se pare că interviul a decurs bine, înseamnă că poate așa și este. Dacă vi se spune: «Mulțumim, vă contactăm noi», răspundeți scurt, strângeți mâna angajatorului și ieșiți. Este bine să arătați că sunteți încrezători, dar nu sperați. Nu întrebați din proprie inițiativă când o să fiți sunat sau dacă să mai treceți pe acolo“, mai spune Vlad Boeru.

COMENTARII

Din vremurile in care eram mai tanar si mergeam la interviuri, ii pot da stimabilului sef de resurse umane si eu cateva ponturi. In primul rand, din proprie experienta stiu ca pe la resurse umane de cele mai multe ori se fâțâie niște domnite ca sa nu zic pipițe, care probabil au dat si dânsese un concurs de mototolit cearșaful cu șefii si au reușit cel mai bine la proba oral, altfel nu-mi imaginez ce caută acolo cu întrebări șablon de care si

eu m-am saturat așa cum s-a saturat și domnul de CV-uri șablon (întrebări de genul unde va vedeți peste 5 ani, care e cel mai mare eșec al dvs, etc). În privința vestimentației, îmi amintesc o întâmplare oarecum hazlie: mergând la un interviu pt un post în vânzări, post care presupunea o ținută cat de cat business, am fost întrebă de o duduie ca de ce m-am îmbrăcat la costum (deși, repet, reprezentantul firmei ar fi trebuit să adopte o ținută business în activitatea sa), ca doar la ei la firma se muncește.

Probabil dacă m-as fi dus în salopeta, ar fi fost mai încântată. Cine știe ce fantezii avea domnișoara vis a vis de bărbății îmbrăcați în salopeta sau trening. În rest, tot ce spune domnul din articol e ok: bălăriile de rigoare.

Trebuie să mergi îmbrăcat/dezbrăcat, nici calare nici pe jos, vb basmului, să nu amintești nimic de salariu, să declari că tu vrei să muncești dacă se poate pe cât mai puțini bani și să faci ore suplimentare cât de multe și alea eventual neplătite. Privești angajatorul în ochi în timp ce acesta va minte cu seninătate în ceea ce privește programul, salariul și alte beneficii, ca apoi dacă veți fi angajați, veți observa că promisiunile gen marea cu sarea nu se aplică la majoritatea companiilor din România. Eu zic să aruncați o privire pe situl unde lucrăm și o să aflați acolo mult mai multe despre mediul de lucru și interviuarea care se face la noi, trecând peste șabloanele pe care ni le prezintă diverși recrutori.

Crișan Horațiu

Acești domni și doamne de la resurse umane se cred niște dumnezei pe pământ, dar de cele mai multe ori dau dovada de un crunt neprofesionalism, ca să nu zic prostie. Când spui sus și tare că angajatul trebuie să răspundă prompt la întrebări de genul: "ce salariu ai luat înainte?" sau "cu ce firme mai negociezi pentru un job?" e clar că perspectiva ta asupra angajatului este total nedreaptă, dar te aștepti de la el să fie sincer cu tine ca să ai cum să-l manipulezi sau să-l refuzi.

Astfel de întrebări nu se pun pentru simplul fapt că nu te freacă grija pe tine. E treaba strict a angajatului. Ca doar angajatul nu te întreabă pe tine ce salariu ai tu în firma din simplul motiv că aceste informații sunt strict CONFIDENTIALE.

E ca și cum ai întreba un necunoscut cum se descurcă în pat cu nevasta lui. Pe de altă parte, întrebări de genul "Ce salariu voi avea?" sau "Ce program de lucru voi avea", "Ce bonusuri/avantaje dați angajaților" sunt întrebări foarte pertinente. Dacă pe tine ca angajator te interesează ce pot să fac pentru tine și pe mine ca angajat mă interesează ce avantaje am, concepția conform căreia tu ai dreptul să mă întreb orice, iar eu nu am dreptul să mă intereseze binele meu e una sclavagistă și dezonorantă. Relația angajator-angajat e o relație de colaborare la fel ca orice altă relație de prestări servicii, numai că cei de la HR o vad într-un fel mai deosebit. Am o mare ciuda pe acești așa-zisi "specialiști", pentru că din cauza unor oameni bătuți în cap poți să pierzi șansa de a lucra la o companie bună.

Și mai e ceva, pe site-urile de recrutare din străinătate sunt trecute din start salariile pentru diferitele job-uri, ca să știe omul dacă se merita să se prezinte la interviu sau nu. Ca doar n-o să își părăsească job-ul actual pentru unul mai prost. Cât mai multă transparență. Ori la noi "specialiștii" HR practica o secretomanie de ti-e teama parca să întreb orice tine de dreptul tău ca să angajat. "A întrebă de salariu? A, ce nebun e interesat de salariu? E clar că urmărește doar avantaje. Nu e bun. Ne trebuie un sclav aici".

La noi trebuie să particip la toate etapele unei recrutări pentru că în final să aflăm salariul, iar dacă realizez că nu îmi convine și că m-am zbatut pentru nimic, cine îmi da înapoi timpul pierdut cu voi? Specialiștilor, mai deschideți-va și voi capul, mai învățați și voi câte ceva, cu ideologia voastră sclavagistă nu e de mirare că și angajații au învățat să fie cât mai perfizi, să vă spună ce vreți să auziți ca mai apoi să vă tragă în piept. "Si părea un tip atât de cinstit și promițător și când colo ne-a înșelat așteptările".

Ionescu Alin

ÎNTOCMIREA UNEI LUCRĂRI ȘTIINȚIFICE [16]

- este o activitate laborioasă și responsabilă deoarece ideile sau informațiile din diverse surse (cărți, interviuri, cursuri etc.) trebuie combinate cu propriile observații și reflecții
- textul unei lucrări științifice trebuie însoțit de:
 - indicații exacte referitoare la sursele de informare folosite
 - explicații privind fenomene și aspecte similare celor analizate
 - exprimarea unor atitudini de acceptare sau respingere a unor fapte sau opinii
- conținutul textului trebuie să fie format din:
 - note de text (citate)
 - abrevieri
 - liste bibliografice
 - prezenta sau absența unui index
 - anexe

NOTELE DE TEXT

- Există diferite variante de utilizare a notelor:
- se plasează în subsolul paginii (poziție care facilitează parcurgerea lor concomitent cu parcurgerea lucrării. Trimiterile care se fac în subsolul paginii trebuie să conțină toate datele bibliografice ale lucrării consultate, precum și numărul paginii sau al paginilor de unde s - a preluat informația)
- posibilitatea plasării notelor la sfârșit de capitol sau de lucrare (păstrează aceeași structură ca și cele de subsol, fiind specificat..)
- „integrarea” lor în textul propriu-zis

ABREVIERI FOLOSITE ÎN SCRIEREA NOTELOR DE TEXT:

- **v.** “vezi” : autorul indică lucrarea din care citează sau trimite la unele idei preluate din sursa indicată
- **cf.** “compară”: indicațiile bibliografice sunt precedate de *confer* atunci când autorul face trimitere la o lucrare care conține un punct de vedere diferit sau oarecum asemănător celui pe care îl susține
- **op.cit.** “operă citată”: formula *opus citatum* se poate folosi atunci când **se fac referiri de mai multe ori la aceeași operă** în cuprinsul lucrării (la prima trimitere se vor da indicațiile bibliografice complete, iar restul trimiterilor vor cuprinde doar numele autorului, urmat de formula *op.cit.*, după care se trece numărul paginii sau al paginilor la care se face trimitere). Formula poate produce confuzii în cazul în care se fac trimiteri la mai multe studii, articole și cărți de același autor.
În astfel de cazuri formula nu este recomandabilă. Primele trimiteri pentru fiecare lucrare în parte vor trebui să conțină toate datele bibliografice, *urmând* ca trimiterile ulterioare să nu conțină decât numele autorului, titlul lucrării, eventual prescurtat, și pagina
- **idem (id.)** “același autor”, **ibidem (ibid.)** “aceeași opera, în același loc”: formulele sunt recomandate atunci când se recurge la un număr mare de referiri la același autor sau operă **pe aceeași pagină**, iar trimiterile pe care le face apar una după alta (de reținut: prima trimitere trebuie să conțină toate datele bibliografice și numai după aceea se poate indica numai *idem*
- sau *ibidem* și pagina)
- **art. cit.** “articolul citat”
- **lucr. cit.** “lucrarea citată”
- **loc.cit., loco citatum**, “articol/volum/publicatie deja menționată”
- **assim** “ici și colo”
- **apud (ap.)** “după” (indică o citare preluată de la alt autor, nu din original)

LISTELE BIBLIOGRAFICE

- Presupune ordonarea într-o listă a tuturor lucrărilor consultate;
- bibliografia este “oglindea” tuturor trimiterilor făcute prin notele de subsol sau de text;

- stilul adoptat în scrierea notelor influențează direct întocmirea listei bibliografice;
- structura listei bibliografice se face în ordine alfabetică după numele primului autor de la sursa;

variante:

- **Nume, Prenume, Titlul cărții/lucrării, Editura, Locul publicării, Anul publicării.**
- stilul MLA (Modern Language Association), folosit cu precădere de umaniști: **Nume, Prenume. Titlul publicației. Locul publicării: Editura, Anul publicării.**
- stilul APA (American Psychological Association), folosit cu precădere de ingineri: **Nume, Prenume. (Anul publicării). Titlul lucrării. Locul publicării: Editura.**

surse bibliografice on-line

- **stilul MLA**

Burka, Lauren P. "A Hypertext History of Multi-User Dimensions." *MUD History*. 1993. <http://www.utopia.com/talent/lpb/muddex/essay> (2 Aug. 1996).

Johnson-Eilola, Johndan. "Little Machines: Rearticulating Hypertext Users." 3 Dec. 1994. <ftp://ftp.daedalus.com/pub/CCCC95/johnson-eilola> (14 Aug 1996).

African National Congress. "Human Rights Update for Week No. 10 from 5/3/96 to 11/3/97." <gopher://gopher.anc.org.za:70/00/hrc/1997/hrup97.10> (1 Jan. 1998).

- **stilul APA**

Burka, L. P. (1993). A hypertext history of multi-user dimensions. *MUD history*. <http://www.utopia.com/talent/lpb/muddex/essay> (2 Aug. 1996).

Johnson-Eilola, J. (1994). Little machines: Rearticulating hypertext users.

<ftp://ftp.daedalus.com/pub/CCCC95/johnson-eilola> (14 Aug. 1996).

surse bibliografice din reviste:

- Nume, Prenume, „Titlul lucrării/articolului”, *Denumirea revistei*, Numărul revistei, Anul publicării, Paginile aferente articolului.

INDEXUL (CUPRINS)

- lucrările științifice ample pot fi însoțite de liste alfabetice, plasate de regulă la sfârșit
- însumează fie cuvinte sau forme (*index de cuvinte și forme*) discutate sau explicate în lucrare
- fie nume de autori citați (index de nume sau index de autori)
- fie nume de materii (*index de materii*)
- trimiterea la pagini este obligatorie, deoarece rolul acestor liste este acela de a facilita găsirea rapidă a locului unde se menționează sau se tratează ceva

ANEXELE

- sunt specifice lucrărilor ample, în care analizele și discuțiile se bazează pe studii de caz, serii de experimente, demonstrații tehnice complexe, scheme grafice, tabele statistice etc.
- sunt plasate la sfârșitul lucrării și conțin materiale (tabele, texte selectate, date statistice, scheme tehnice complexe, etc.) care, din pricina lungimii sau multitudinii lor, ar întrerupe nepermis de mult firul expunerii și argumentării lucrării.

REDACTAREA UNUI RAPORT TEHNIC [16]

- este o formă de comunicare scrisă cu caracter preponderent informativ și întindere variabilă
- prin specificul conținutului, raportul se adresează unui public sau grup restrâns
- pentru studenții care urmează cursurile unor facultăți tehnice, raportul tehnic reprezintă una din cele mai ample lucrări solicitate la termene fixe și care
- pregătește drumul spre alegerea lucrării de diplomă
- întocmirea lui implică o activitate laborioasă, deoarece informația acumulată prin lectura cărților indicate la curs trebuie combinată cu rezultatele practice de la orele de laborator și practica profesională, cu informația acumulată din discuții, interviuri profesionale, programe științifice de cercetare sau informația preluată de pe Internet
- **Principalele caracteristici** ale unui raport tehnic în format standard:
 1. **secțiunea introductivă și cea concludivă** trebuie să concorde, astfel încât toate întrebările formulate să-și găsească un răspuns, explicit sau implicit;
 2. **materialul factic**, măsurătorile și calculele trebuie diferențiate de conținutul interpretativ prin includerea lor în capitole sau secțiuni separate; nu folosiți exprimări familiare și optați de cele mai multe ori pentru frazele impersonale;
 3. includerea unei **pagini de titlu**, a unui cuprins și numerotarea atentă a secțiunilor;
 4. **numerotarea** secțiunilor începe de obicei cu introducerea;
 5. posibilitatea includerii unei **liste de figuri sau a unei liste de tabele** (de regula după cuprins) pentru a facilita localizarea rapidă a unor aspecte sau comentarii;
 6. posibilitatea includerii unei **liste de sigle și abrevieri** și a unui **index de termeni**, mai ales în cazul în care raportul este foarte amplu.

SECȚIUNILE CARACTERISTICE FORMATULUI STANDARD:

1. Rezumat
2. Mulțumiri
3. Cuprins
4. Introducere
5. Obiectivele raportului
6. Elemente teoretice
7. Metode, procedee și experimente
8. Prezentarea rezultatelor
9. Discuții și interpretări
10. Concluzii
11. Recomandări
12. Bibliografie
13. Apendice (anexe)

REZUMATUL

- prezentare sintetică a scopului și conținutului raportului din care trebuie să transpară cu preponderență modalitatea de abordare a temei, aprecierile concludive și recomandările
- lungimea rezumatului se stabilește în funcție de lungimea raportului (de regulă, trebuie să se încadreze între 150 și 300 de cuvinte)
- în alcătuirea lui trebuie să se țină seama de faptul că e necesar să i se confere o identitate proprie de formă și conținut, care să îi permită să funcționeze independent de corpul raportului și să poată fi eventual publicat într-o colecție de rezumate
- aceasta secțiune nu se numerotează

MULȚUMIRI

- sunt adresate tuturor persoanelor care într-un fel sau altul au contribuit la finalizarea lucrării respective
- nu constituie o secțiune obligatorie, mai ales atunci când nici nu există persoane care să ne fi ajutat direct la pregătirea și redactarea lui (mulțumirile adresate unei bibliotecare binevoitoare sau companiei unui animal care ne - a ținut de urât trei nopți cât am definitivat raportul ar fi profund ironice)
- e posibil însă ca redactarea raportului solicitat să nu fi fost posibilă fără bursa acordată în cadrul unui proiect european, fără colaborarea sau sprijinul absolut dezinteresat din partea unor oameni pe care nu îi cunoașteți decât prin corespondența electronică și care au fost de acord să vă trimită o serie de articole și materiale

CUPRINS

- reprezintă înșiruirea tuturor capitolelor, subcapitolelor etc. prin numerotarea acestora, precum și pagina aferentă fiecăruia

INTRODUCEREA

- are rolul de a informa asupra temei, subiectului sau fenomenului investigat și de a preciza importanța abordării respective în contextul domeniului dat
- dacă raportul se concentrează în jurul prezentării unor experimente, introducerea trebuie să conțină o trecere în revistă a abordărilor experimentale anterioare și modul în care abordarea actuală își propune să continue, să dezvolte sau să modifice rezultatele obținute anterior
- dacă raportul se concentrează asupra unor dezvoltări (software, de exemplu) în partea introductivă a raportului autorul trebuie să ofere o identificare a acestuia în contextul domeniului dat, să indice modul în care va fi folosită dezvoltarea, să identifice beneficiarii
- dacă raportul este o trecere în revistă sau o privire retrospectivă asupra unei problematice de interes (cum ar fi rețelele neuronale, spre exemplu) atunci autorul va trebui să informeze exact cititorul asupra naturii compilative, critice sau revizioniste a demersului sau
- de multe ori se preferă ca în partea finală a introducerii să se formuleze efectiv întrebările la care se vor căuta răspunsuri

OBIECTIVELE RAPORTULUI

- pot face într-o secțiune separată (mai ales atunci când conținutul raportului are un caracter informativ-demonstrativ)
- sau, de obicei se includ spre sfârșitul introducerii

ELEMENTE TEORETICE

- se pot grupa separat (atunci când înțelegerea informației dense din raport depinde exclusiv de câteva explicații sau nuanțări ale cadrului teoretic general)

METODE, PROCEDEE ȘI EXPERIMENTE

- vor fi grupate într-o secțiune în care va trebui să descrieți pe larg modul de lucru, echipamentele folosite
- să vă referiți la rolul respectării succesiunii unor etape
- să indicați greutățile întâmpinate și modul în care ați reușit să le rezolvați

PREZENTAREA REZULTATELOR

- trebuie raportate cât mai simplu și direct
- problema apare în momentul în care trebuie să decideți asupra volumului de informație pe care îl puteți include în această secțiune

- de regulă, trebuie să optați pentru acel volum de date care să convingă cititorul că ați întreprins ceea ce v-ați propus și că se poate baza pe concluziile pe care le-ați dedus. Se recomandă includerea rezultatelor în tabele și prezentarea lor cu ajutorul graficelor.

DISCUȚII ȘI INTERPRETĂRI

- vă expuneți punctul de vedere, părerile personale
- analizați neajunsurile din abordarea dumneavoastră și a speculațiilor „inteligente”

CONCLUZII

- trebuie să derive din întreg corpul raportului și nu din ultimul capitol sau subcapitol al unei secțiuni mai bine reprezentate
- trebuie să respecte regula celor trei C: claritate, coerență și concizie

RECOMANDĂRI

- au rolul de a semnaliza sau reveni asupra câtorva aspecte esențiale prin care autorul dorește să țină „trează” mintea cititorului în vederea unei evaluări obiective a conținutului raportului
- aici se pot include și propunerile de continuitate a analizelor, de sugestii metodologice care ar putea conduce la alte rezultate

BIBLIOGRAFIA

- este o listă a tuturor surselor informative folosite pe parcursul redactării raportului
- aceste surse pot fi împărțite în surse primare și surse secundare (dicționare, ghiduri)
- criteriul listei în ordinea alfabetică, de regulă după numele primului autor

APENDICE (ANEXE)

- este rezervat includerii calculelor matematice, schemelor electronice complicate
- prezentării unor fișiere cu informații despre programe, foi de calcul tabelar etc.
- există numeroase situații în care formatul standard nu satisface pe deplin necesitățile de organizare coerentă a raportului.

În acest sens se pot avea în vedere următoarele variante:

Formatul segmental

- se utilizează în situația în care raportul descrie un set de investigații întreprinse cu același scop, dar care necesită abordări metodologice diferite
- fiecare experiment se poate constitui într-un segment aparte, cu propria lui secțiune metodologică și de descriere a rezultatelor
- partea introductivă, discuțiile și interpretările vor fi comune

Formatul asertiv

- propune schimbarea radicală a titlaturii și succesiunii secțiunilor în funcție de ineditul informației și obiectivele demonstrației
- în loc de banala “Introducere”, autorul poate folosi o sintagmă mult mai directă și mai transparentă informativ: *Noul protocol eficientizează comunicațiile cu 30%*
- pe baza unor titluri și subtitluri cu caracter enunțiativ se poate construi mai ușor rezumatul raportului
- astfel, cititorul își va putea forma ușor și rapid o idee despre conținutul raportului

Formatul introductiv-concluziv

- propune plasarea concluziilor mult spre începutul raportului, imediat după introducere
- avantajul ar fi acela că ele nu vor putea fi total ignorate, iar lectura raportului se va derula cu aceste concluzii în

OBSERVAȚII PRIVIND ORTOGRAFIA, PUNCTUAȚIA ȘI DESPĂRȚIREA ÎN SILABE [35]

ORTOGRAFIE

1. Folosirea semnelor diacritice este obligatorie (căciula, circumflexul, virgula, punctul).
2. Conform normei stabilite de Academia Română în 1993, se scrie cu [î] la începutul cuvintelor (**început, întreg**), la sfârșitul cuvintelor (**a hotărî, a coborî**) și în cuvintele derivate cu prefixe (neînțeles, a preîntâmpina).

În toate celelalte situații se folosește [â] (**rând, stânga, hotărâtor, ducând**).

3. În general, numele proprii urmează forma decisă de purtătorii lor sau potrivită ortografiei din limba de origine, cu excepția numelor istorice, mitologice, religioase și geografice intrate în uz sub o formă românică bine consacrată.

Forma unor nume proprii sau a unor neologisme trebuie verificată într-o lucrare normativă:

Sârbu (dar și: **Sîrbu**)

Alecsandri

Charlotte Brontë

Londra (nu: **London**)

Florența (nu: **Firenze**)

4. Articolul enclitic sau desinența de plural se adaugă – la abrevieri sau la cuvintele greu flexionabile – cu cratimă:

pH-ul

TVA-uri

CSAT-ul

doi-lu

sine-le

Junctura se face cu cratimă în cazul împrumuturilor și al numelor de locuri a căror finală prezintă deosebiri între scriere și pronunțare:

acquis-lu

Bruxelles-lu

show-uri

head office-ul

Se recomandă însă atașarea fără cratimă a articolului sau desinenței la cuvinte adaptate sau neadaptate, terminate în litere din alfabetul limbii române pronunțate ca în limba română:

trenduri

clickul

stafful

brokerul

dealeri

boardul

5. Se folosește literă mică:

- după două puncte, în afară de cazul când semnul precedă vorbirea directă sau un citat:
Se cere o soluționare mai rapidă și eficientă a marilor provocări ale secolului: marile decalaje în dezvoltare, securitatea regională și globală, problemele de mediu.
- funcții și calități, oricât de importante, precum și numele domeniilor la care se referă funcțiile:

prim-ministru
președinte de onoare
secretar general
ministru de externe
lector universitar

- sisteme economica-sociale, epoci geologice, perioade istorice relativ slab individualizate, războaie care nu au nume unice:
 - capitalism mezozoic
 - epoca modernă
 - războaie balcanice
- discipline de învățământ sau nume de științe:
 - economia mediului
 - matematică
- substantive care nu fac parte din numele propriu al entităților geografice și administrativ-teritoriale:
 - fluviul Dunărea
 - județul Bistrița-Năsăud
 - peninsula Florida
- punctele cardinale, în afară de cazurile când denumesc o regiune:
 - Vântul bate dinspre est. (dar: cucerirea Vestului)
- unele abrevieri:
 - a.c.** (anul curent)
 - art.** (articol)
 - m** (metru)
 - cca.** (circa)

6. Se folosește majusculă:

- la începutul unui citat precedat de două puncte și încadrat de ghilimele:

McGrew afirmă: „*Fenomenul cultural este un amalgam ce cuprinde experiențele de viață și creație ale persoanelor, ideile, imaginile, mesajele specializate și profesionalizate ale artelor, științelor, produsele culturale ale industriei, elementele culturale informale cotidiene.*”

- evenimente istorice majore, inclusiv războaiele de anvergură sau cele care au un nume unic, marile epoci istorice, chiar dacă nu reprezintă evenimente, manifestări științifice/culturale/artistice/politice:
 - Unirea Principatelor
 - Primul Război Mondial
 - Războiul de Independență
 - Evul Mediu
 - Renașterea
 - Comuna din Paris
 - Simpozionul Internațional de Criminalistică
 - Convenția Partidului Democrat
- toate cuvintele din structura numelor de instituții/organizații/țări se scriu cu majusculă, cu excepția cuvintelor de legătură:
 - Facultatea de Economie și Arte
 - Administrația Prezidențială
 - Ministerul Economiei și Comerțului
 - Camera Deputaților

7. Se scrie cu majusculă numai primul cuvânt din structurile:

- denumiri ale organismelor de conducere și ale compartimentelor din instituții:
Catedra de limbi străine
Consiliul științific
Departamentul de protecția muncii
- titluri de publicații periodice, opere, emisiuni radio-TV, documente, medalii, premii:
Evenimentul zilei
Originea speciilor
Știrile de noapte
Declarația universală a drepturilor omului
Premiul Nobel pentru economie

8. Se preferă scrierea abrevierilor alcătuite din inițiale majuscule fără puncte:

SUA (dar și: S.U.A.)
NATO (dar și N.A.T.O.)
CEC (dar și: C.E.C.)

dar se scriu numai fără punct abrevieri de tipul:

GMT (Greenwich Mean Time)
ADN (acid dezoxiribonucleic)
HIV (Human Immunodeficiency Virus)
SIDA (sindromul imunodeficienței dobândite)
TVA (taxa pe valoarea adăugată)
CV (curriculum vitae)
PR (Public Relations)

precum și abrevieri ale unităților de măsură, mărimilor fizice, punctelor cardinale, elementelor chimice:

kg (kilogram)
f (forță)
N (nord)
O (oxigen)

9. Nu se scriu cu punct între litere abrevierile care conțin fragmente de cuvânt:

TAROM
COMPETROL
ROMEXPO

10. Prefixele de tipul supra, anti, hiper, super etc. se unesc cu substantivul sau adjectivul următor, renunțându-se la cratimă; totuși, cratima va fi menținută în cazul alăturării aceleiași vocale sau consoane:

supraîncărcat
antiterorism
anti-inflaționist
hiper-realist

11. Forme verbale care ridică probleme:

- formele verbului a crea: creează, creăm, creați, creare, creat, creând
- a avea: să aibă
- a așeza și a înșela: așază, înșală

- verbe de conjugarea a II-a: a plăcea, a dispăcea, a părea, a apărea, a dispărea, a compărea, a cădea, a decădea, a prevedea
- a fonda (conform DOOM 2005)
- a absolvi o școală/un curs/un an școlar: absolv, absolvi, absolvă

12. Cuvinte a căror scriere ridică probleme:

- aceeași (feminin singular) – aceiași (masculin plural)
- niciun(lu), nicio/niciuna, niciunii, niciunele
- de asemenea, de altfel, de altminteri
- odată cu, odată ce, dintr-odată
- greșeală
- disertație, premisă, disidență, amortisment, esoteric, concluziv

Substantivul **mass-media** înseamnă „mijloace de comunicare în masă”, deci sintagma „mijloace mass-media” este un pleonasm. Se acceptă însă că este substantiv feminin singular (este corect: mass-media a exagerat, influența mass- mediei).

13. Se poate folosi accentul pentru evitarea confuziilor între omografe sau în cuvintele neadaptate:

bárem – barém
 áugust – augúst
 ciné-verité

14. Numeralesle cardinale se scriu întotdeauna cu litere, cu excepția situațiilor când apare o argumentare cantitativă, matematică ori științifică evidentă (măsurători, calcule exemplificate etc.) sau când se introduc date calendaristice:

Vom lua în considerare **patru** aspecte fundamentale.
 Legea nr. **86**, din **10** februarie **1999**, stipulează...

15. În textele științifice, pentru mii, zeci de mii, milioane etc. se folosesc spații, nu puncte: **1 000**.

16. Secolele se scriu folosind cifre romane, cu articole și fără prescurtări (**secolul al XXI-lea**), dar **secolul I** și **secolul XX** se scriu fără articole. Se scriu de asemenea fără articole mileniile (**mileniul III**).

PUNCTUAȚIE

1. O regulă foarte generală de folosire a virgulei este că un cuvânt/grup de cuvinte/propoziție se pune întotdeauna între virgule dacă se poate omite, fără a afecta sensul general al propoziției sau al frazei.

2. Nu se folosește virgulă între cuvinte sau propoziții coordonate prin **și, sau/fie/ori**. Drept urmare, nu se folosește virgulă înainte de abrevierea etc., care înseamnă **et cetera/et caetera** (și ceilalți/și celelalte).

3. Se va pune virgulă înainte de **dar, ci, însă, iar, dimpotrivă, din contră/din contra**, precum și înainte de **deci, așadar, prin urmare, în concluzie, în consecință**.

4. Nu se așază între virgule conjuncții adversative și concluzive ca: **însă, deci**, dar se pun între virgule **așadar, prin urmare, în concluzie, în consecință**, precum și structuri adverbiale de tipul: **totuși, cu toate acestea, de altfel**.

5. Se folosește obligatoriu virgula înainte de un adverb/locuțiune adverbială cu caracter explicativ, de tipul: **adică, anume, și anume, cu alte cuvinte, mai bine-zis, mai bine-spus**.

6. Vorbirea indirectă intercalată în vorbirea directă (de exemplu, un citat) stă între virgule, eventual linii de pauză:

„Globalizarea și regionalizarea,” se afirmă în lucrarea menționată, „evoluează în cadrul unui accentuat proces de interdependență și de concurență pe o piață internațională tot mai exigentă.”

7. Semnul punct și virgulă se folosește:

- pentru a despărți idei distincte în cadrul aceleiași fraze:

O politică agresivă de prețuri, poate avea efecte negativă asupra nivelului de **trai**; exploatarea discreționară a resurselor locale poate avea consecințe în plan ecologic, dar și social.

- pentru a evita ambiguitatea de interpretare:

Nu trebuie să aprofundăm prea mult ca să vedem **greșeala**; ca s-o corectăm însă e nevoie de timp.

8. Semnul două puncte se folosește:

- când urmează o enumerație, eventual după cuvinte precum: **precum, ca, următorii/următoarele, de exemplu, de pildă, cum ar fi**

- când urmează un citat, mai ales după un verb al zicerii:

Documentul **precizează**: „Curtea Europeană de Justiție este competentă pentru toate litigiile apărute între statele membre referitoare la interpretarea sau aplicarea Convenției.”

- când un cuvânt/grup de cuvinte reia cele spuse anterior (structuri apozitive):

Trebuie rezolvată o problemă majoră: **poluarea** mediului.

9. Dacă dintr-un citat se elimină un fragment considerant irelevant (trunchierea citatului), acest lucru se reprezintă prin puncte de suspensie cuprinse între paranteze drepte: [...]. Atenție la posibilele distorsiuni de sens ale textului citat prin trunchiere!

Se pune acum problema de a se crea [...] sisteme de management al calității în fiecare instituție, coordonate de o agenție centrală.

10. Dacă se omite partea inițială a unui citat și, prin urmare lipsește un cuvânt absolut necesar pentru înțelegerea textului, el se așază între paranteze drepte în interiorul citatului:

„**[Economia]** va avea de suferit ca urmare a acestor fenomene.”

11. Disjuncția (sau) se poate indica prin bară oblică, care nu este precedată sau urmată de blanc.
cuprins/sumar

12. Cratima ocupă jumătate dintr-un blanc și stă între cuvinte, fără blancuri, pe când linia de pauză ocupă tot spațiul unui blanc și stă între blancuri:

dându-l (cratimă)

cuvânt – cuvânt (linie de pauză)

13. În cazul scrierii unor intervale spațiale sau temporale, cratima dintre elemente ține locul cuvintelor între... și, deci este o exprimare pleonastică dacă se folosește între înaintea de cele două elemente relaționate prin cratimă:

între 1993 și 1995 sau **în perioada 1993-1995** (nu: între 1993-1995)

14. Se va evita folosirea parantezelor în paranteze (al doilea rând de paranteze fiind eventual înlocuit cu linii de pauză), ca și frazele complet închise în paranteze; dacă însă acestea din urmă par uneori de neocolit, punctul final se va plasa înainte de închiderea parantezei.

15. Se va evita dublarea (și, în orice caz, triplarea) semnelor de punctuație (punct sau virgulă după „?” sau „!”); în nici un caz nu se va pune virgula înainte de linia de pauză ori de paranteză.

16. Semnul de punctuație final (punct, puncte de suspensie, semnul exclamării și al întrebării) stă înainte de ghilimele dacă textul între ghilimele constituie un tot și după ghilimele când textul reprodus e integrat în frază:

**„Argumentul e nefondat,” spune criticul.
Criticul spune că argumentul e „nefondat”.**

17. Citatul în citat se va organiza grafic în următoarea ordine a ghilimelelor: ghilimele rotunde jos („) – ghilimele ascuțite/franceze (« ») – ghilimele rotunde sus (”). Citatul din citat nu va fi niciodată un titlu sau un nume de instituție, care se scriu cu litere italice, boldate sau subliniat.

Se afirmă în document: *„Ca rezultat al Tratatului Uniunii Europene, al cărui Articol B se referă la noțiunea de «cetățenie a Uniunii» ca la un obiectiv de atins, aceasta idee a devenit o nouă parte a Tratatului CE.”*

18. Când trimiterile bibliografice sunt făcute în continuarea fragmentului citat în textul continuu, ele se închid între paranteze, iar punctul stă după paranteze.

Pe plan conceptual, convergența instituțională poate fi asociată procesului de europenizare, în sensul definirii acestuia din urmă ca o transpunere a acquisului comunitar și a structurilor instituționale europene la nivel național (Kerry Howell, 2004).

PROBLEME DE SCRIERE DATORATE INFLUENȚEI LIMBII ENGLEZE ȘI INTERNETULUI

O problemă specială în ultima vreme o constituie influența limbii engleze și a Internetului, care se manifestă nu numai la nivelul vocabularului, ci și în scriere, încălcând de multe ori normele limbii române. Simțim nevoia să mai atragem o dată atenția asupra unor posibile greșeli:

- Cuvintele din structura titlurilor se scriu cu litere mici, cu excepția cazului când autorul le scrie altfel. Dacă însă un titlu anglo-saxon se redă în original, se va respecta regula pentru limba engleză (toate cuvintele cu majusculă, cu excepția cuvintelor de legătură: articole, prepoziții, conjuncții):

**Teoria generală a dreptului
The Europeanization of National Policy**

- Numele popoarelor și limbilor, precum și toate cuvintele provenite din nume proprii prin derivare se scriu cu literă mică:

**român, românesc, românism, a românilor franco-italian
american
londonez new-yorkez
(teoria) malthusiană**

- Numele zilelor săptămânii și ale lunilor anului se scriu cu literă mică.
- Ghilimelele sunt alcătuite dintr-o pereche în partea de jos a cuvântului și o pereche în partea de sus (la umărul cuvântului). Nu există în limba română ca semne de punctuație ghilimelele rotunde simple, ['] ['], ci numai cele duble.
- Secolele se scriu cu cifre romane, nu cu cifre arabe: **secolul al XIX-lea**
- Înainte de etc. nu se folosește virgulă.
- Înaintea unui citat se folosesc două puncte, nu virgulă.

PLAGIATUL - CE ESTE ȘI CUM POATE FI EVITAT

PLAGIATUL: FORME ȘI TEHNICI DE EVITARE [19]

Articolul complet poate fi găsit la [] S-au selectat acele pasaje care s-a considerat că pot fi folositoare studenților politehniști

Respectarea standardelor de onestitatea academică este una dintre cele mai importante norme de conduită pe care o împărtășesc membrii comunității științifice internaționale. Se consideră esențială acordarea creditului științific când în scrierile noastre - indiferent dacă sunt referate sau lucrări studențești, lucrări de diplomă sau de masterat, articole, disertații doctorale sau cărți - în mod inevitabil ne inspirăm din ideile și cuvintele altora. În caz contrar, dacă nu se specifică sursa informațiilor și se însușesc parțial sau în totalitate ideile ori cuvintele altora prezentându-la ca fiind proprii, se comite furt intelectual sau plagiat.

Plagiatul este o problemă serioasă, o greșeală foarte gravă ce poate fi comisă atât intenționat, cât și neintenționat - din neatenție sau superficialitate. Lucrările studențești oferă suficiente exemple de plagiat intenționat și neintenționat[...]. Din această cauză materialul de față dorește să ofere informații în legătură cu plagiatul, precum și formele și tehnicile de evitare ale acestuia.

Precizarea surselor are două avantaje majore. Dacă se face în mod adecvat, scoate în evidență pe de o parte ideile proprii sau chiar originale ale autorului, căci despre pasajele la care nu se menționează nici o sursă se consideră că aparțin semnatarului lucrării, iar pe de altă parte asistă cititorul în identificarea scrierilor relevante și în localizarea pasajelor interesante referitoare la temele care îl preocupă. În plus, permite autorului să crediteze sursa ideilor prezentate în cazurile în care se cuvine să procedeze astfel.

FORME ALE PLAGIATULUI

Constituie plagiat:

- reproducerea exactă - în cazul textelor de altă limbă decât cea română chiar și în traducere proprie - a cuvintelor unui alt autor dacă se omit ghilimelele și referința precisă,
- redarea cu alte cuvinte, altfel spus reformularea în cuvinte proprii, a textului altuia fără a adăuga referința (precisă),
- reformularea și/sau rezumarea ideilor altuia fără a adăuga referința precisă.

CINCI REGULI SAU TEHNICI SIMPLE PENTRU EVITAREA PLAGIATULUI:

1. În cazul citatelor directe, adică atunci când redați cuvânt de cuvânt cea ce a scris sau a spus o altă persoană va trebui să puneți fragmentul între ghilimele și să specificați printr-o referință4 sursa citatului. Regula de politețe în știință este respectarea acestei recomandări chiar și în cazul reproducerii fidele a expresiilor, sintagmelor sau formulărilor compuse din cel puțin trei cuvinte.
2. Reformularea cu cuvinte proprii a unei exprimări sau a unui text ce aparține altei persoane se numește parafrază. Referința convenită trebuie adăugată și în aceste cazuri.
3. Reformularea și/sau rezumarea ideilor, opiniilor și chiar a teoriilor mai detaliate ce aparțin altor autori este o practică frecventă la redactarea lucrărilor științifice. Specificarea sursei - adăugarea referinței - este obligatorie și dacă se procedează astfel.
4. În fine, sursele faptelor și/sau a datelor - descrierea unor evenimente, cifre, tabele, statistici, grafice, figuri etc. - preluate din alte texte trebuie de asemenea precizată.
5. Citatele și referința pot fi emise doar dacă se redau informații arhicunoscute. (În aceste cazuri emiterea referinței e chiar recomandabilă, deoarece nu este nevoie să se acorde cuiva credit științific)

PATRU SFATURI UTILE:

1. Conspectați toate lucrările științifice pe care le citiți! Luați-vă notițe! Sunt o investiție pe termen lung care se va dovedi extrem de utilă chiar dacă ultima etapă a carierei Dv. academice este scrierea și susținerea lucrării de diplomă.
2. La întocmirea unei lucrări încercați să exploatați cât mai mult notițele Dv. Folosiți textele originale doar pentru comparare și verificare!
3. Puneți citatele directe între ghilimele chiar și în cazul luării notițelor! (Astfel se poate evita ulterior plagiatul neintenționat.) Înainte de finalizarea scrierilor Dv. verificați citatele cuvânt de cuvânt! Redarea exactă a citatelor denotă precizie și exigență științifică fiind totodată o dovadă de respect față de autorii din care ne inspirăm.
4. Încercați să reformulați, să parafrazați și să rezumați ideile lecturilor Dv. în cazul luării notițelor! (Atenție: reformularea trebuie să fie completă, nu parțială!) Verificați parafrazele folosite cu scopul de a evita utilizarea cuvintelor și formulărilor originale pentru a nu cădea în capcana plagiatului neintenționat! (Folosiți citate doar în cazul unor formulări sau exemple frapante, în cazul construirii unei argumentații, pentru a comenta opinia unui autor sau pentru a-i rezuma ideile folosind propriile sale cuvinte! Nu citați în întregime fragmente lungi ce pot fi rezumate, reformulate sau citate mai selectiv !

Pentru referință folosiți fie o notă de subsol ce conține descrierea bibliografică completă a sursei pasajului și pagina/paginile la care se găsește acesta sau o paranteză indicând autorul, anul publicației și pagina/paginile.

A doua metodă presupune evidențierea în bibliografia de la finele lucrării a anului apariției publicațiilor, adică specificarea acestuia imediat după numele autorului sau coordonatorului și nu la sfârșitul înregistrării bibliografice împreună cu datele editoriale (locul, editura și anul).

Aveți grijă - în special dacă utilizați un procesor de texte modern – să folosiți semnele citării specifice limbii române, adică " ..." și « ...» în cazul prezenței unui citat în interiorul citatului. Vezi Îndreptar ortografic, ortoepic și de punctuație. Ed. a IV-a. București: Editura Academiei Republicii Socialiste România, 1983. pp. 84-87.)

Legea federală americană referitoare la drepturile de autor pedepsește preluarea necorespunzătoare a fragmentelor formate din cel puțin opt cuvinte.

Capitolul III

COMUNICAREA VERBALĂ



Comunicarea verbală se realizează prin limbaj, care reprezintă un ritual care se petrece atunci când ne aflăm într-un anumit mediu în care un răspuns convențional este așteptat de la noi. Spre exemplu, cineva care merge la o nuntă va ura "casă de piatră", iar cineva care merge la o înmormântare va spune "Dumnezeu să-l odihnească", și nu invers.

Aceste ritualuri ale limbajului sunt învățate din copilărie, deoarece ele depind de anumite obiceiuri direct raportate la o anumită cultură și comunitate; totodată, sunt învățate obiceiurile de limbaj corecte și incorecte

Așa cum modul de a gândi al fiecărei persoane este unic, și modul de a vorbi este unic. Această unicitate a limbajului legată de fiecare persoană în parte poate fi înglobată sub denumirea de stil verbal.

COMUNICAREA VERBALĂ [8]

Cuvântul de origine latină “comunicare” înseamnă “face comun”. Dicționarul explicativ al limbii române oferă următoarea definiție: comunica = a face cunoscut; a da de știre; a informa; a înființa, a spune.

Comunicăm pentru a ne transmite ideile, sentimentele, emoțiile, părerile, pentru a influența, pentru a ne corela între noi rezultatele muncii, pentru a nesocializa.



ELEMENTELE DE BAZA ALE PROCESULUI DE COMUNICARE VERBALĂ

Ele sunt **transmițătorul** sau sursa (persoana care inițiază comunicarea, transmite mesajul) și **receptorul** sau destinația (persoana care primește mesajul). Între cele două puncte ale comunicării se afla mesajul (informația) care se codifică într-un semnal. Între transmițător și receptor se realizează astfel schimb de informații, respectiv comunicări sau mesaje.

Mesajele se pot transmite prin intermediul limbajului VERBAL (cu ajutorul cuvintelor), al limbajelor NEVERBALE (cu ajutorul limbajului corpului, al spațiului, al timpului, al lucrurilor) și al limbajului PARAVERBAL, care este o formă vocală de limbaj neverbal (de exemplu tonalitatea și inflexiunile vocii, ritmul de vorbire, modul de accentuare al cuvintelor, pauzele dintre cuvinte, ticurile verbale, etc.).

O comunicare (informație sau mesaj) trebuie să fie astfel transmisă încât receptorul să o înțeleagă, să o poată recepționa, înregistra și accepta. Căci: “Ceva exprimat (spus) nu înseamnă neapărat deja ceva auzit. Auzit nu înseamnă neapărat deja ceva înțeles. Înțeles nu înseamnă neapărat deja ceva cu care să fi de acord. A fi de acord nu înseamnă deja ceva ce se va aplica.

Aplicat nu înseamnă nici pe departe menținut.” De asemenea există numeroase diferențe între “a spune” și “a comunica” sau între “a auzi” și “a asculta”. “A spune” este un proces într-un singur sens, iar “a comunica” presupune transfer de informație în ambele sensuri. Canalul reprezintă mijlocul fizic de transmitere a mesajului, numit și “drumul” ipotetic sau “calea” urmata de mesaj.



CLASIFICARE:

- Canale tehnologice: telefoane, casetofoane, computere, video, pagere, radio;
- Canale scrise: scrisori, rapoarte, afișiere, memo-uri, formulare, cărți, reviste, ziare;
- Canale față-n față: conversații, interviuri, întâlniri, prezentări, cursuri, lecturi. Mijlocul tehnic sau fizic care transformă mesajul în semnal se numește **mediu**. Mediul comunicării poate fi oral sau scris, în funcție de modalitatea de comunicare pe care o folosim; vorbim-ascultăm-observăm, deci comunicăm în mediul oral, sau scriem-citim, deci folosim comunicarea în mediul scris.

Suportul tehnic al canalelor comunicării cuprinde toate mijloacele tehnice care pot veni în sprijinul procesului de comunicare, cum sunt: telefonul, calculatorul, faxul, telexul, e-mail-ul, internetul, mijloacele audio-video. Recepționarea mesajelor este facilitată de organele de simț. Modul în care este elaborat mesajul se numește **codificare**. Operațiunea prin care interlocutorul analizează, interpretează și înțelege mesajul în mod corect se numește **decodificare**.

Răspunsul receptorului la mesajul transmis ne demonstrează dacă acesta fost bine înțeles. Reacția respectivă se numește **feedback** și încheie cercul comunicării deoarece receptorul, la rândul său, codifică o informație (răspunsul la mesaj) și o comunică transmițătorului. Putem deci considera că în procesul comunicării rolurile se schimbă mereu: receptorul devine transmițător și invers.

În procesul de comunicare pot să intervină elemente perturbatoare, care poartă denumirea generică de “zgomot” și care sunt răspunzătoare de distorsionarea mesajului (zgomote, un miros, o stare fizică necorespunzătoare, etc.).

BARIERE ÎN COMUNICARE

Comunicarea interpersonală este îngreunată de bariere umane.

Barierele sunt:

Fizice: deficiente verbale, acustice, amplasament, lumina, temperatura, ora din zi, durata întâlnirii, etc.

Semantice: vocabular, gramatică, sintaxă, conotații emotionale ale unor cuvinte.

Determinate de factori interni:

- **Implicare pozitivă:** *Imi place Ion, deci ascult ceea ce are de spus.*
- **Implicare negativă:** *Mirela m-a bârfit acum 10 ani, deci interpretez tot ceea ce spune ca fiind împotriva mea.*
- **Frica:** *sunt atât de preocupat de ceea ce voi spune după aceea încât nici nu pot să aud ceea ce spune Mihai.*
- **Presupuneri subiective:** *Arăți exact ca unchiul meu pe care nu pot să-l sufar, așa că ori de câte ori vorbești îl aud pe el.*
- **Agenda ascunsă:** *Îndată ce termin sesiunea mă voi putea duce să joc baschet. "Hai să discutăm acest subiect în sesiunea următoare".*
- **Lumi imaginare:** *Toți avem "lumi imaginare"... interpretarea noastră personală a lucrurilor și ideilor...pe care le protejăm cu grijă.*

Alte bariere:

- **Diferențele de percepție:** Modul în care privim noi lumea este influențat de experiențele noastre anterioare, astfel ca persoane de diferite vârste, naționalități, culturi, educație, ocupație, sex, temperamente, etc. vor avea alte percepții și vor recepta situațiile în mod diferit.
- **Concluzii grabite:** Adeseori vedem ceea ce dorim să vedem și auzim ceea ce dorim să auzim, evitând să recunoaștem realitatea în sine. Aceasta ne poate duce la ceea ce se spune "face doi plus doi să dea cinci".
- **Stereotipii:** Învățând permanent din experiențele proprii vom întâmpina riscul de-a trata diferitele persoane ca și cum ar fi una singură: *"dacă am cunoscut un inginer (sau student, maestru, vânzător, etc) i-am cunoscut pe toți".*
- **Lipsa de cunoaștere:** Este dificil să comunicăm cu cineva care are o educație diferită de a noastră, ale cărei cunoștințe asupra unui subiect de discuție sunt mult mai reduse.
- **Lipsa de interes:** Una din cele mai mari bariere ce trebuie depășite este lipsa de interes a interlocutorului față de mesajul dumneavoastră. Acolo unde lipsa de interes este evidentă și de înțeles, trebuie să acționăm cu abilitate pentru a direcționa mesajul dumneavoastră astfel încât să corespundă intereselor și nevoilor celui ce primește mesajul.
- **Emotii:** Emotivitatea emitorilor și receptorilor de mesaje poate fi de asemenea o barieră. Emoția puternică este răspunzătoare de blocarea aproape completă a comunicării. O metodă de a împiedica acest blocaj constă în evitarea comunicării atunci când sunteți afectați de emoții puternice. Aceste stări vă pot face incoerent sau pot schimba complet sensul mesajelor transmise.
- **Personalitatea:** Nu numai diferențele dintre tipurile de personalități pot cauza probleme ci adeseori, propria noastră percepție a persoanelor din jurul nostru este afectată și, ca urmare, comportamentul nostru influențează pe acela al partenerului comunicării. Aceasta "ciocnire a personalităților" este una dintre cele mai frecvente cauze ale eșecului în comunicare. Acest tip de autoanaliză nu poate fi agreată de oricine și oricum.

STRATEGII PENTRU ÎMBUNĂȚĂȚIREA COMUNICĂRII VERBALE [8]

AFIRMATII CLARE, DIRECTE

Scop: Când cereti ceva de la ceilalti faceti-o în mod clar, în așa fel încât ceilalti sa înțeleaga ceea ce doriti. Pentru a evita manipularea (a-i lasa pe ceilalti sa "ghiceasca" ce doriti) folositi mai curând definitii operationale decât termeni vagi.

Strategie: Exprimati clar ceea ce simtiti si ceea ce doriti sa faca celalalt pentru dvs. Fii pregatit sa primești un raspuns negativ.

Strategii ineficiente: A face aluzii la ceea ce doresti, spunând "As dori ca cineva sa..."

Exemple:

As vrea sa-ti stiu parerea despre raportul meu. Nu sunt sigur ca este potrivit.

Nu ați vrea sa mă sprijiniti mai mult (Vag: Ce fel de sprijin?)

Mi-e frig. Inchide te rog, fereastra

Uneori e așa de frig în clasa voastră..... (manipulare)

DORINTA DE A NEGOCIA

Scop:

- A rezolva o problema prin negocieri, respectând pozitia celuilalt.
- A distinge între a ordona si a cere, pastrând ordinele pentru atunci când sunt necesare

Strategie:

- Formularea unei rugaminti mai curând sub forma: "As dori" decât "îmi trebuie".
- A verifica parerea interlocutorului.
- A oferi alternative pe cât posibil.
- A împarti responsabilitatea deciziei cu celalalt.

Strategii ineficiente:

- A te da important fara rost.
- A-l face pe celalalt responsabil de rezolvarea problemei.
- A actiona ca si cum ar fi vorba de o urgenta / situatie limita si nu exista alternative.

Exemple:

As vrea sa tinem sedinta cu o ora mai devreme pentru ca am probleme cu programul. Se poate la 10:00?

Greșit

Trebuie sa tinem sedinta la 10:00. Am vrut numai sa va anunt.

Nu am timp sa termin raportul acesta pâna plec la sedinta. Poti face tu ultima parte? Te încurca? (Daca da, discutati si negociati solutia.)

Greșit

Nu pot sa termin raportul asta. Va trebui sa-l termini tu (ordin) SAU

Nu vad cum as putea sa termin raportul asta si sa si merg la sedinta în același timp. Ce propui ? (A-l face pe celalalt responsabil de problema ta.)

VERIFICAREA PERCEPTIEI

Verificarea perceptiei este operatiunea prin care cineva descrie ceea ce percepe a fi parerea celuilalt pentru a verifica daca într-adevar înțelege ceea ce simte cealalta persoana.

Modul în care percepem lucrurile, întâmplările, actiunile si persoanele din jurul nostru si le interpretam poarta o amprenta personala puternica. Perceptiile ne sunt cunoscute doar noua însine pâna nu le comunicam celor din jur. Pentru a le putea comunica trebuie sa le "traducem" în mesaje verbale sau

nonverbale, sau în acțiuni, pe care ceilalți, la rândul lor, să le poată observa și percepe. Percepțiile sunt determinate de atitudinile noastre.

Exemplu: *“Am impresia că te enervez, așa este?”*

(Nota: *De ce ești așa de supărat pe mine? Aceasta este o presupunere, nu o verificare a percepției*)

“Este adevărat că ești dezamăgit că nu ai fost invitat la petrecere?”

Verificarea percepției:

1. Se face printr-o întrebare;
2. Tonul întrebării trebuie să exprime mai curând interesul de a afla răspunsul decât o concluzie a vorbitorului;
3. Comunicarea percepției se referă numai la comportamentul care tocmai a fost observat, nu la date obținute din alte situații sau din trecut;
4. Persoana împreună cu care se verifică percepția trebuie să o trăiască în mod obiectiv.

Cum funcționează verificarea percepției:

1. Verificarea percepției începe cu observarea unui comportament al unei persoane; Exemplu: Ion se încrunță și clatină din cap în timpul conversației.
2. Se banuiește că ce ar putea însemna acest comportament. Să zicem că banuim că încrunțatul și clatinatul din cap înseamnă că Ion nu este de acord cu dumneavoastră și nu este mulțumit de conținutul discuției;
3. Va verificați percepția întrebându-l: *“Ioane, nu ești de acord cu mine, ești mulțumit de ceea ce spun?”*;
4. Îți dai lui Ion ocazia de a spune că aveți dreptate. Poate răspunde confirmându-va sau corectându-va percepția.

Deci verificarea percepției constă în a observa, a banui, a verifica banuiala împreună cu celălalt și a primi un răspuns corect la acesta. Cel mai important lucru este să vă verificați banuiala. Rar ne verificăm observațiile. Presupunem că observația noastră este adevărată și de multe ori nu este așa, astfel deseori ne bazăm reacțiile pe presupuneri greșite sau pe lipsa de comunicare.

În acest caz Ion poate răspunde: *“NU sunt nemulțumit de ceea ce spui. Sunt de acord cu tine, dar sunt supărat pentru că nu am avut ocazia să spun și eu ceva. Vorbesc într-una de zece minute.”*

Este vorba de cu totul altceva. S-ar putea să nu fie ceva plăcut pentru dumneavoastră dar macar acesta este motivul adevărat, de care vă puteți ocupa dacă doriți.

Rezumat:

Verificarea percepției este asigurată de o descriere anterioară a comportamentului. Cu alte cuvinte, spuneți celuilalt ce faceți în momentul în care l-ați observat. Apoi exprimați-vă banuiala, care include și o descriere a sentimentelor, adică descrieți sentimentul (numiți-l) pe care credeți că îl are celălalt și care a cauzat comportamentul pe care l-ați observat.

Exemplu:

- *“Nae, de când am deschis subiectul asta îți tot trosnești degetele.”* (descriere de comportament)
- *“Pari supărat”*. (descriere a sentimentului)
- *“Te deranjează subiectul?”* (verificarea percepției)

De modul în care percepiți și interpretați comportamentul unei persoane va depinde felul în care veți comunica în continuare cu acea persoană (sau poate nu veți mai dori să comunicați), va depinde relația de muncă și chiar întreg procesul de comunicare în cadrul unei organizații.

FEED-BACK

Definiție: Feedback înseamnă a descrie altei persoane comportamentul acesteia și ceea ce ați simțit ca reacție la acest comportament.

Feedback-ul este un mod de a ajuta pe cineva sa se gandeasca sa-si schimbe comportamentul, înseamna a furniza cuiva aspecte ale comportamentului sau si efectele acestuia asupra dumneavoastra. Ca într-un sistem de rachete dirijate, feedback-ul ajuta individul sa afle daca comportamentul lui a avut efectul scontat; îl informeaza daca “*nu a gresit tinta*” pe masura ce încerca sa-si atinga obiectivele.

Criteria pentru folosirea feedback-ului:

1. Este mai curând descriptiv decât evaluativ. Este mai util sa va concentrati asupra a ceea ce a facut individul decât sa-i traduceti comportamentul într-o afirmatie despre ceea ce este individul respectiv; **Exemplu:** “*Ai întrerupt trei persoane într-o jumatate de ora*” poate ca nu este tocmai ceea ce si-ar fi dorit sa auda , dar este mai util decât “*Esti un badaran*”.
2. Se axeaza pe ceea ce simte persoana care a receptionat comportamentul si care ofera feedback-ul. “*Ma simt frustrat daca mă tot întrerupi*” ofera individului informații clare despre efectul comportamentului sau si în același timp îi lasa libertatea de a decide ce sa faca relativ la acest efect;
3. Este mai curând specific decât general. De exemplu este probabil mai util sa afli ca “*mă enerveaza ca vorbesti așa de des*” decât sa ti se spună ca esti “*dominator*”;
4. Este îndreptat spre un comportament cu care receptorul sa poate face ceva. Frustrarea creste când unei persoane i se recunoaste un defect pe care nu-l controleaza;
5. Este mai curând solicitat decât impus. Feedback-ul este mai util când receptorul simte ca are nevoie de el, când el însusi a formulat o întrebare la care pot raspunde cei care îl observa;
6. Este bine situat în timp. In general feedback-ul atinge maximul de eficienta când se produce imediat după observarea unui comportament dat, depinzând bine înteles, de cât de dispus este receptorul sa-l primeasca, de sprijinul pe care sunt gata ceilalti sa-l ofere, etc.;
7. Este verificat pentru a asigura o comunicare clara. O modalitate de a realiza acest lucru consta în a-l determina pe receptor sa încerce sa reformuleze feedbackul sub forma unei întrebări pentru a verifica daca versiunea acestuia corespunde cu ceea ce a vrut sa spună emitatorul;
8. Feedback-ul nu trebuie folosit pentru “*a te descarca pe cineva*”. Daca credeti ca trebuie sa spuneti ceva celuilalt întrebati-va mai întâi pe cine încercati sa “*ajutati*”.

FEEDBACK-ul difera de SFAT

Celor mai multi dintre noi le place sa dea sfaturi. Aceasta sugereaza ca suntem competenti si importanti. Ne lasam prea usor ademeniti de rolul de “*sfatuitor*” fara a verifica daca sfatul este potrivit problemei sau abilitatii, temerii sau calitatii persoanei pe care încercam sa o ajutam.

9. Un feedback util are nevoie de urmatoarele:

- încredere reciproca;
- receptarea feedback-ului ca o experienta comuna;
- ascultarea atenta, mai ales din partea emitatorului;
- comportamentul emitatorului sa fie de natura a-l ajuta pe receptor sa vorbeasca.
-

Ce trebuie sa stiti când dați feedback

- fiți descriptivi: relatați în mod cât mai obiectiv posibil, ce ați văzut ca făcea sau ce ați auzit ca spunea cealaltă persoana;
- nu etichetați cu un calificativ vag cuvinte ca “*imatur*”, “*neprofesional*”, “*iresponsabil*” si “*cu idei preconcepute*” sunt “*etichete*” ce se asociază unor intrigi grupuri de comportamente. Descrieți comportarea si renunțați la etichete. De exemplu spuneți mai bine: “*Nu ai respectat termenul pe care toți am fost de acord sa-l respectam*” în loc de “*ești iresponsabil si vreau sa știu ce ai de gând sa faci în legătură cu aceasta*”;
- nu exagerați; fiți preciși, a spune: “*ești întotdeauna în întârziere cu termenele*” este probabil neadevărat si în consecința nedrept. Aceasta îl îndeamnă pe cel ce primește feedback-ul sa comenteze în contradictoriu exagerarea în loc sa răspundă la problema reala;

- nu fiți “judecător”. Cuvinte ca “ *bun*”, “ *rău*”, “ cel mai *rău*” si “ *ar trebui*” va plasează pe poziția unui părinte dojenitor. Aceasta îndeamnă persoana care primește aceste comentarii sa răspundă ca un copil;
- vorbiți în numele dumneavoastră; nu va referiți la persoane anonime sau care nu sunt de fata. Evitați afirmații de genul: “ *multora aici prezenți la displace atunci când dumneavoastră...*”. In loc de a prezenta nemulțumirile altora, încurajați pe ei sa-si expună propriile păreri ;
- vorbiți întâi despre dvs. , nu despre alții; folosiți o afirmație cu subiectul “ *eu*”, nu cu subiectul “ *dumneavoastră*” ;
- formulați problema ca o afirmație, nu ca o întrebare. Comparați “când aveți de gând sa nu mai întârziati la întâlniri” cu “ mă deranjează ca veniți târziu la întâlniri” ;
- ajutați pe cei vizați sa audă si sa accepte complimentele dumneavoastră. Când dați feedback pozitiv, mulți se simt stingheriți când li se spun lucruri bune despre ei si resping complimentul (“O ! Nu a fost mare lucru. Alții au lucrat la aceasta tot atât de mult ca si mine ”). Uneori cel care primește complimentul schimba subiectul. Ajutați persoana în cauza sa audă complimentul, sa ia cunostiinta si sa-l accepte.

Cum să reacționați la feedback.

1. Respirați—acesta este un sfat simplu dar eficace. Corpurile noastre nu sunt obișnuite sa reacționeze la situații stresante ca si când ar fi asaltate fizic. Mușchii se încordează. Începem sa respiram scurt si rapid. Începând sa respirați adânc, corpul dumneavoastră se relaxează si permite creierului sa fie mai vigilent;
2. Ascultați cu atenție—nu întrerupeți. Nu îl descurajați pe cel ce da feedback;
3. Puneți întrebări pentru clarificare—aveți dreptul de a primi feedback clar. Cereți exemple concrete (“ *Puteți descrie ce fac sau ce spun de mă face sa va par agresiv?*”) ;
4. Acceptați feedback-ul—parafrazați mesajul în cuvintele dumneavoastră proprii pentru a face persoana sa înțeleagă ca ați auzit si înțeles ce a spus ;
5. Sortați fără graba ce auziți—aveți nevoie de timp pentru a tria sau verifica împreuna cu alții înainte de a răspunde la feedback. Puteți stabili cu persoana respectiva noua întâlnire. Nu folosiți timpul pe care îl aveți la dispoziție ca o scuza pentru a evita discuția problemei.

EXEMPLU PENTRU A DA UN FEEDBACK CONSTRUCTIV

Sucesiune	Explicație
“ <i>Atunci când dvs...</i> »	Începe afirmația : “ <i>Când dumneavoastră..</i> ” ce descrie comportamentul fără a judeca, exagera, eticheta, atribui sau motiva. Doar menționați faptele cât de des posibil.
“ <i>Eu simt ca...</i> ”	Spuneți-le cum v-a afectat comportarea lor. Daca va trebuie un cuvânt sau doua sa descrieți ce simțiți, este probabil o variație a sentimentului de bucurie, părere de rău, furie sau teama.
“ <i>Pentru ca eu...</i> ”	Acum spuneți de ce v-a afectat în felul respectiv. Descrieti legatura între faptele pe care le-ati observat si sentimentele pe care le trezeste în dumneavoastra.
Pauza pentru discutii	Lasati cealalta persoana sa răspundă

“As dori...”	Descrieti schimbare pe care ati dori sa o aiba în vedere cealalta persoana
“Pentru ca...”	...si de ce credeti ca schimbarea va usura rezolvarea situatiei.
“Ce credeti?”	Ascultati raspunsul celeilalte persoane. Fiti pregatit sa discutati variante si sa faceti un compromis asupra solutiei.

Cum va functiona feedback-lu:

Când dumneavoastra (faceti asta), eu simt (în acest fel), pentru ca (la obiect).

Ceea ce as dori ca dumneavoastra sa luati în considerare este (sa faceti x) deoarece cred ca va rezolva, îndeplini (y).

Ce credeti ?

Exemple concrete:

- *“Când întârziati la întâlniri, mă supar deoarece cred ca pierdem timpul tuturor celorlalti membri ai echipei si nu vom fi în stare sa parcurgem toate punctele de pe ordinea de zi.*
- *As dori sa luati în considerare gasirea unei metode (cai) de a va programa timpul astfel încât sa ajungeti la aceste întâlniri la timp. În acest fel, vom putea avea întâlniri mai eficiente si vom putea sa ne respectam cu totii si urmatoarele întâlniri din ziua respectiva”.*

TEHNICA PUNERII ÎNTREBARILOR

Întrebarile trebuie astfel formulate, încât sa nu para amenintatoare pentru interlocutor. Asigurati-va ca aveti un motiv bun pentru a le pune, identificati clar ce doriti sa aflați, folositi coduri non verbale si acceptati responsabilitatea unor întrebări nu prea bine formulate.

CUM SA PUNEM ÎNTREBARI:

1. Formulati întrebările clar si concis. Cu cât întrebarea este mai lunga cu atât este mai greu de urmarit. La întrebările scurte se raspunde mult mai usor decât la cele lungi; Punând mai multe întrebări odata creati confuzii. Ascultatorii nu vor sti la care sa răspundă;
2. Lasati o pauza după întrebare. Este nevoie de timp pentru formularea raspunsurilor si pentru a se gândi puțin la ceea ce se va raspunde. Când o întrebare nu este urmata de un “ timp de gândire ” ascultatorii tind sa evite sa răspundă, tind sa creada ca nu li se acorda timp pentru a-si formula raspunsul. De asemenea, cei care tind sa răspundă mai repede sunt singurii care raspund la modul general. Daca nu primiti raspunsul nu încercati sa va raspundeti la propria întrebare, ci reformulati-o sau spuneti ceva care sa faca legatura cu o alta problema ce urmeza a fi discutata;
3. Formulati mai curând întrebări deschise decât întrebări închise: Întrebarile deschise încurajeaza raspunsurile si încep cu “ce”, “de ce”, “cum”, “când”, “unde”, “cine” ;

Exemple de întrebări deschise:

“Ce parere ai despre ce s-a spus aici?”

“Ce fel de expresie ai vazut pe fata lui?”

“Cum crezi ca o sa te simti după acest seminar?”

“Când te vei întoarce?”

“Cine își poate asuma raspunderea în aceasta problema?”.

Întrebarile închise permit numai raspunsuri prin da sau nu si sunt “încarcate”, “dirijate”, sau amenintatoare. Tonul si inflexiunile vocii pot indica faptul ca vorbitorul are deja un raspuns la întrebare când de fapt nu este așa.

Exemple de întrebări dirijate sau încarcate:

“Sunteti de acord cu asta, nu?” sau “Nu spunem același lucru?” sau

“N-ar fi cea mai buna solutie sa facem așa?”

Sensul de amenintare al unei întrebări poate fi redat prin tonul și inflexiunile vocii sau prin alegerea cuvintelor.

Exemple de întrebări cu motivație personală:

“Octavian, de ce nu l-ai trecut și pe Vasile pe listă?” sau “De ce mă dezaprobi așa, Mariana?”

Adresarea unei întrebări unui individ:

“Geta nu mi-ai răspuns la întrebare. Nu știi ce trebuie să răspunzi?”

sau

“Punem pariu, Virgile, că nu știi să răspunzi la întrebare?”

Întrebări ultimatum:

“Te poți să faci sau raportezi șefului?”

4. Puneți întrebarea într-o manieră pozitivă: În loc de a formula întrebarea: *“De ce nu merge planul acesta?”*, folosiți formula *“Ce probleme vom avea de depășit dacă adoptăm planul acesta?”*. În loc de *“Ce a mers rău la seminarul acesta?”*, întrebați *“Ce ar fi trebuit să facem în seminarul acesta ca rezultatul să fi fost mai bun?”* ;
5. Evitați întrebările care implică existența unei modalități total gresite sau a unei modalități perfecte de a crede sau de a acționa, în zone ca relațiile interumane, atitudini, valori, obiceiuri, credințe și comportamente. Interacțiunea umană este mult prea complexă pentru a ține la *“răspunsuri”* obișnuite ;

Întrebări cu conținut moralizator sau care cer un standard absolut:

“Care este singura cale justă de a ne comporta unii față de alții?” sau

“Cum ar putea cineva inteligent crede așa ceva?” sau

“Cum se formează corect membrii personalului?” sau

“Care este răspunsul la problemele noastre legate de angajați?” sau

“Ar trebui să fie mai atenți, nu?”

6. Ascultați răspunsul verbal și observați-l pe cel non verbal în cazul fiecărei întrebări. Observați-le atent. Ascultați-va pe dumneavoastră însuși: cuvintele, tonul și inflexiunile vocii. Când puneți întrebarea, fiți conștienți de sentimentele personale, de tensiunile și postura corpului, de mișcarea ochilor și mimica ; Trebuie simțit climatul din încăperea și atmosfera din cadrul relațiilor interpersonale ca răspuns la întrebări.

Când se formulează un răspuns verbal ascultați fără a-l întrerupe, priviți persoana respectivă fără însă a-i pierde din vedere pe ceilalți membri ai grupului. Concentrați-va asupra a ceea ce exprimă verbal și non verbal cel care răspunde.

7. Felul în care cel care pune întrebarea confirmă primirea răspunsurilor poate avea un efect favorabil sau nefavorabil asupra dorinței celui alt de a participa, de a se exprima. Dându-și seama de acest lucru, cel care pune întrebări încearcă să confirme primirea răspunsurilor așa încât să întretină o atmosferă în care toți să se simtă liberi să se exprime. Încercați să nu alterați răspunsul când îl reformulați pentru a-l confirma.

RĂSPUNSURILE

Răspunsurile pe care le dați într-o conversație dovedesc că ați înțeles ceea ce vi s-a transmis. Ele pot să susțină, să interpreteze, să aprecieze și /sau să critice constructiv.

Clasificare:

– **răspunsuri de susținere**—au rolul de a aproba, de a reduce o tensiune sau de a împăca. Când cineva a făcut sau a spus ceva bun este bine să i-o spuneti. De cele mai multe ori lucrurile bune trec neobservate, deși aprecierea exprimată este întotdeauna binevenită și poate îmbunătăți relația ;

– **răspunsuri irelevante**—sunt cele care nu au nici o legătură cu ceea ce s-a discutat;

- **raspunsuri tangentiale**—sunt cele în care se recunoaste în trecut ce s-a discutat si apoi se spune altceva (adica se schimba subiectul);
- **raspunsurile contradictorii**—sunt cele în care mesajul verbal contrazice mesajul non verbal si scad valoarea mesajului primit ;
- **răspunsurile care întrerup**—sunt acele răspunsuri date de persoane care intervin în discuție, înainte ca cel care vorbește sa-si fi transmis mesajul complet. De obicei oamenii întrerup când cred ca ei știu mai bine despre ce este vorba, când cred ca știu ce se va spune sau nu acorda suficienta atenție subiectului. Când întrerupeți pe cineva, așteptați-vă la o reacție defensivă. Cu cât întrerupi mai mult, cu atât înrăutățești situația si, implicit comunicarea.

ASCULTAREA - PARTE INTEGRANTA A PROCESULUI DE COMUNICARE

Ascultarea, alături de vorbire, scriere si citire este o componentă a procesului de comunicare.

DE CE ESTE NEVOIE DE ASCULTARE

În general ascultarea este un aspect al comunicării neglijat sau chiar neluat în considerare, ascultarea fiind privita ca o abilitate pasiva în privința căreia sunt puține de făcut. Se presupune ca atâta timp cât nu suferim de deficiente de auz suntem automat capabili sa ascultam si prin urmare nu este nevoie sa mai învățăm sa facem acest lucru.

Urmare a unor studii statistice cu privire la modul de ocupare zilnica a timpului în cazul unor lucrători din administrație si servicii, s-au ajuns la următoarele rezultate:

- 9 % scris
- 30 % vorbit-adică 39 % transmitere
- 16 % citit
- 45 % ascultare-adică 61% recepționare

Daca aceasta statistica este corecta înseamnă ca lucrătorul își petrece 45% din comunicare ascultând. Prin urmare, ascultarea este cea care duce povara comunicării. Dupa alte statistici, petrecem în jur de 45% din timpul de comunicare ascultând, 30% vorbind, 16% citind si 9 % scriind. Dupa alte statistici, pentru o buna comunicare este nevoie ca mai mult de 50 % din timpul de comunicare sa fie folosit în procesul de ascultare. S-a gasit ca aproximativ 60 % din neînțelegerile care apar în general sunt datorate ascultării incompetente. Concluzia comuna a acestor studii este ca, componenta de “ascultare” a comunicării este extrem de importanta.

A asculta este o arta si o disciplina. Ca si în cazul altor maiestrii (îndemânari) este nevoie de auto-control. Individul trebuie sa înțeleaga ceea ce implica ascultarea si sa-si dezvolte auto-stapânirea pentru a fi tacut sau a asculta, lasând deoparte propriile sale nevoi si concentrându-si atentia asupra celorlalti participanti la conversatie.

Ascultarea se bazeaza în mod evident pe perceperea si înțelegerea lucrurilor pe care ceilalti ni le spun. A auzi se transforma în a asculta numai atunci când dam atentie celui care vorbeste si urmarim cu grija mesajul transmis.

Ascultarea este vitala atât pentru studentul al carui succes depinde de buna înțelegere a mesajelor, cât si pentru managerul care trebuie sa știe ce rol are în coordonarea diverselor activitati. Vânzatorul trebuie sa știe cum sa-si asculte clientii.

Însa nu trebuie sa se înțeleaga ca trebuie sa devenim doar ascultatori sau sa avem tendinta de a deveni tacuti. Un scriitor spunea: ” un om care asculta pentru ca el nu are nimic de spus, poate fi cu greu o sursa de inspiratie. Singurul interlocutor valabil este acela care alternativ absoarbe si exprima idei”.

BARIERE SI BLOCAJE ÎN ASCULTARE CE TREBUIESC EVITATE:

1. **Ascultarea începuta-oprita.** Acest obicei nefericit de ascultare provine din faptul ca majoritatea indivizilor gândesc de circa 4 ori mai repede decât poate sa vorbeasca o persoana obisnuita. Ca atare, ascultatorul, are dintr-un minut de ascultare drept “timp liber de gândire”. Uneori el utilizeaza acest

timp suplimentar pentru a se gândi la el (sau ea), la propriile probleme, preocupari sau neazuri în loc sa asculte, sa faca legaturi sau sa rezume ceea ce vorbitorul tocmai a spus. Acest lucru se poate depasi acordând atentie nu numai cuvintelor ci si semnelor non-verbale, ca de exemplu gesturilor, ezitarilor, etc., pentru a putea concretiza nivelul sentimentelor.

2. **Ascultarea ca un steag rosu.** Pentru unii indivizi, unele cuvinte sunt ca un steag rosu pentru un taur. Când aud aceste cuvinte se supara si nu mai vor sa asculte. Acești termeni variaza în cadrul fiecarui grup, societati sau organizatii: "comunist", "capitalist", "bani", "tineret modern", "prozelitism", etc. Acestea sunt semnale la care noi raspundem aproape automat, oprindu-l pe vorbitor sa continue (sau încetam sa-l mai ascultam). În acel moment pierdem contactul cu el si nu-l mai putem înțelege. Prima etapa în depasirea acestei bariere constau în a afla care sunt cuvintele, care sunt steaguri rosii pentru noi personal si sa încercam sa le constientizam pentru a scapa de reactii respective la aceste cuvinte
3. **Ascultarea cu gândirea blocata-urechi deschise.** Uneori ne decidem cam repede ca fie subiectul, fie vorbitorul este prea plictisitor si ca ceea ce spune nu are nici un sens. Alteori ne grabim sa tragem concluzia ca putem spune dinainte ceea ce vorbitorul știe sau ceea ce el va spune, ca urmare tragem concluzia ca nu are rost sa ascultam deoarece nu vom auzi nimic nou. Este mult mai bine sa asculti pentru ca sa-ti dai seama cu certitudine daca acest lucru este adevarat sau nu.
4. **Ascultarea cu ochii ca sticla.** Uneori ne uitam în mod intens la o persoana si dam impresia ca ascultam dar gândul nostru poate fi la alte lucruri sau locuri îndepartate. În acele momente cadem în confortul propriilor noastre gânduri. Ochii nostri sunt ca sticla si o expresie visatoare apare pe fetele noastre. Cu putina experienta ne puteam da seama atunci când oamenii au o asemenea expresie. În mod similar si ei pot vedea acest lucru la noi si noi nu reusim sa pacalim pe nimeni. Amânati visele din timpul zilei pentru alte momente. Daca veți remarca oameni cu privirea ca sticla, gasiti momentul potrivit pentru a sugera o pauza sau o schimbare de ritm.
5. **Prea complicat pentru mine ca sa ascult.** Când ascultam idei care ne par prea complexe sau complicate, suntem tentati sa nu ascultam. Totusi, trebuie sa facem un efort pentru a urmari discutia si pentru a înțelege. S-ar putea sa descoperim ca subiectul si discutia sunt interesante si sa înțelegem ceea ce persoana spune. Este posibil ca nici altii din grup sa nu înțeleaga si atunci este foarte util sa avem curajul sa punem întrebări de clarificare sau sa cerem exemplificare atunci când este posibil.
6. **Nu clatina barca în timp ce asculti.** Oamenilor nu le place sa aiba ideile lor favorite, prejudecatile si punctele de vedere, contrazise. Ca atare, când un vorbitor spune ceva care este în contradictie cu ceea ce credem sau gândim noi, s-ar putea ca în mod inconstient sa începem sa nu mai ascultam sau chiar sa intram în defensiva si sa planuim un "contra-atac". Chiar daca vrem sa facem acest lucru, este mai bine sa ascultam; aflați ceea ce vorbitorul gândeste, constientizati si cealalta latura a problemei astfel încât sa puteti înțelege mai bine si sa raspundeti într-un mod constructiv.

TIPURI DE ASCULTARE: ASCULTAREA PASIVA, ASCULTAREA ACTIVA

Ascultarea pasiva- este ascultarea care lasa în seama celuilalt gasirea ideilor

Tacerea -a nu spune si a nu face nimic, poate duce la "emiterea de presupuneri" si "acceptarea tacita" a unor situatii sau stari de fapt. Presupunerile si acceptarea unor stari de fapt favorizeaza în mod constructiv evolutiile ulterioare si modificarile ce se pot ivi. Ascultarea "în tacere" poate fi sustinuta, în mod ingenios, prin urmatoarele reactii, în ceea ce privește gradul de atentie:

- contactul vizual
- gestica (a da aprobator din cap, scuturari sau clatinari din cap, schimbari bruste de pozitie)
- mimica
- exprimari de genul: 'Aha', "Oh?", "Hm", "Da?", etc

Ascultarea activă - presupune o serie de activitati menite sa asigure receptionarea corecta a mesajului si retinerea lui optima. Ascultarea activa:

- este ascultarea care face posibila solutionarea problemei prin forte proprii
- este ascultarea care necesita un efort sustinut , adoptare unei atitudini mentale corecte, mentinerea atentiei, pentru a rationa logic dar si pentru a obtine o înțelegere deplina,cautând un raspuns corect la ceea ce ni se comunica. Când detineti suficiente informații exacte sunteti în masura de a lua decizii corecte.

Ascultarea eficientă duce la rezultate cum ar fi:

- încurajarea interlocutorilor ;
- aflarea tuturor informațiilor necesare ;
- îmbunătățirea relațiilor personale ;
- rezolvarea problemelor ;
- o mai bună înțelegere a celor cu care venim în contact.

Cu alte cuvinte un bun ascultător castiga:

- informație ;
- înțelegere ;
- receptivitate (ascultare) reciprocă ;
- cooperare.

Etape ale ascultării active:

1. Ascultă întreaga argumentație chiar dacă intenționezi să o refuzi ;
2. Ai răbdare atunci când asculți ;
3. Repeta ideile principale ale argumentației vorbitorului ;
4. Judecă continuu ;
5. Fii flexibil ;
6. Întârzie momentul evaluării ;
7. Fii obiectiv. Nu critica și nu te lansează în argumentații inutile ;
8. Fa astfel încât vorbitorul să știe că există la tine dorința reală de a asculta (mesaje non verbale) ;
9. Încearcă să creezi o stare empatică, care să contribuie la transmiterea completă și corectă a ideilor ;
10. Nu te grăbi să dai sfaturi.

Efectul ascultării active:

- sprijină (sustine) comunicarea deschisă ;
- reproduce și multiplică conținutul informațional al discuției ;
- nu produce sentimente sau senzații negative ;
- mijlocește atenția față de partenerul de discuție ;
- reduce dificultățile (greutățile) de înțelegere ;
- permite rezolvarea prin forțe proprii a problemelor ;
- creează disponibilitatea de a asculta cu promptitudine și bunăvoință, gânduri, idei și expuneri ;
- reduce neînțelegerile (confuziile) sau divergențele între părți ;
- în cazul unui volum mare de informații, conținutul de esență este perceput ;
- climatul discuției se îmbunătățește în mod sensibil .

PARAFRAZAREA

O altă tehnică foarte bună de a spune “ *te ascult* ” este abilitatea de a parafraza sau de a reformula cu cuvinte proprii ceea ce antevorbitorul tocmai a rostit, de a exprima cu cuvinte proprii sensul atribuit de tine mesajului celuilalt.

Aceasta apare în mod deosebit atunci când ceea ce crezi că a vrut să spună cineva , nu corespunde cu înțelesul pe care acea persoană l-a dat mesajului. Parafrizarea îți da posibilitatea de a verifica dacă ai înțeles bine sensul celor comunicate, da interlocutorului șansa să judece ceea ce a spus și îi arată acestuia că l-ai ascultat.

Când parafrizezi , te concentrezi asupra conținutului mesajului sau asupra atitudinii sursei față de conținut.

De exemplu dacă Maria spune: “ *De data aceasta voi învăța cu adevărat* ”, ca să o parafrizezi, vei spune: “ *Vrei să spui că vei citi foarte atentă și vei sublinia ceea ce este important, ca să reții mai ușor?* ”.

Parafrizarea se folosește în următoarele împrejurări:

- când crezi că ai înțeles ce a spus cineva dar nu ești absolut sigur ;

- când este necesară o mai bună înțelegere a mesajului înainte de a răspunde;
- când realizezi că ceea ce ți s-a spus reprezintă o contradicție ;
- când ai avut o reacție puternică la ceea ce ai auzit și ai pierdut o parte din mesaj.

Cum să parafrăm:

1. Concentrați-vă pe experiența vorbitorului *“Crezi că...” “Ceea ce propui este...” “Te-ai enervat atunci când...”*
2. Observați faptele cât și sentimentele *“Niciodată nu ți-au dat vreă șansa să te explici. Cred că acest lucru te enervează într-adevăr.”*
3. Sumarizați în mod empatic: nu judecați sau evaluați *“ Deci crezi din tot sufletul că...”* (Nu: *“ vad că ai deja o opinie despre ce s-a întâmplat, dar încercă să-ți pastrezi calmul”*)
4. Fiti scurt în ceea ce spuneți, mult mai scurt decât vorbitorul.
5. Dacă parafrămarea vă pare o metodă incomodă sau dacă aveți nevoie de sprijin pentru a porni discuția, puteți spune: *“ Vreau să fiu sigur că vă înțeleg corect. Dvs...” “Permiteți-mi să vad dacă pot reda cu cuvintele mele, înainte de a vă da un răspuns.”* Dacă folosiți fraze ajutoare în mod mecanic (de ex: *“Vrei să spui că...”*), nu ascultați cu adevărat; pretindeți doar că ascultați.

Exerciții de parafrăm:

1. *“Hei! Data viitoare când plecați de la birou, aveți grijă să închideți ferestrele, lumina și să verificați apa și aparatura. M-am saturat să fiu chemat de acasă de către Dl. Popescu de fiecare dată !. Data viitoare îi voi spune să-l /s-o cheme de acasă pe vinovat/a.”*
2. *“De ce nu ți-ai terminat de scris proiectul pentru ultimul Consiliu de Administrație? A trebuit din nou să-l scriu eu și în plus să-l prezint în locul tău! Cât timp crezi că vom mai muncii în stilul acesta?”*

TIPURI DE COMUNICARE VERBALĂ

COMUNICAREA LA TELEFON

Comunicarea cu ajutorul cuvintelor (rostite sau scrise) presupune o alegere atentă a vocabularului folosit. Există persoane tentate să-și impresioneze ascultătorii sau cititorii prin folosirea unui limbaj extrem de complicat , ceea ce nu este deloc indicat. Nu folosiți cuvinte pe care banuieți că cei cu care comunicați nu le înțeleg. În acest fel evitați confuzia și jena pe care aceștia le-ar putea resimți și care pot atrage lipsa lor de receptivitate. Aveți mereu în vedere că ticurile verbale distrag atenția și enervează. Controlați-vă pentru a le putea evita.

În cazul în care sunteți la serviciu , pentru a avea o convorbire telefonică eficientă urmați următoarele reguli:

- Atunci când ridicați receptorul, aveți grijă să rostiți imediat numele instituției la care lucrați. Unii clienți pot fi neplăcut impresionați auzind un simplu *“alo”* ;
- Nu-i lăsați pe copii să răspundă la telefon, dacă nu pot primi sau transmite mesaje într-un mod corespunzător. Aveți în vedere că anumite persoane nu agreează ideea de a vorbi cu copiii atunci când telefonează la o instituție ;
- Gândiți-vă la conținutul convorbirii telefonice înainte de a forma numărul. Notați-vă principalele lucruri pe care doriți să le discutați. În acest fel veți economisi timp și veți evita pericolul de a fi nevoit ca, după ce ați închis, să mai telefonați o dată spunând: *“ Ah, am uitat să vă întreb !”* ;
- Este indicat să aveți o agendă în care să țineți evidența tuturor convorbirilor telefonice avute și a conținutului lor scurt. Rasfoind-o, va veți aminti ce aveți de făcut;
- Dacă activitatea dumneavoastră vă impune să lipsiți adeseori din birou, asigurați-vă că în lipsa dumneavoastră, mesajele sunt receptate;
- Felul în care vorbiți este extrem de important. Nu uitați să zâmbiți chiar dacă nu va vede nimeni. Zâmbetul va face vocea mai plăcută. Dacă doriți să dominați persoana de la capatul celălalt al firului, ridicați-vă în picioare. Va veți convinge că acest lucru este extrem de util.

Capitolul IV

COMUNICAREA NONVERBALĂ



DMV30221

Comunicarea non verbala este comunicarea care nu foloseste cuvinte si prin care se exprima sentimente, emotii, atitudini.

Chiar si fără cuvinte, noi comunicam prin ceea ce facem: modul cum stăm sau cum umblam, cum ridicam din umeri sau facem un gest, cum ne îmbrăcăm, cum conducem o mașină sau stăm la birou, fiecare din acestea având o semnificație si comunicând o idee.

COMUNICAREA NON VERBALĂ [8]

Comunicarea non verbală completează, întărește, nuanțează sensul mesajelor verbale și, în anumite situații, este chiar mai credibilă decât comunicarea verbală. Un bun comunicator trebuie să stăpânească bine atât comunicarea verbală cât și pe cea non verbală.

Sensul acestei comunicări depinde de context și de relațiile dintre indivizi. Comunicarea non verbală este deosebit de importantă în plan social. De obicei afirmațiile verbale sunt influențate de o serie de factori cum ar fi: teama de a nu jigni sau supăra, dorința de a încheia o afacere, presiunea socială care uneori ne determina să spunem că suntem de acord cu cineva chiar dacă nu este așa, etc.

TIPURI DE COMUNICARE NON VERBALĂ:

- comunicarea non verbală, denumită senzorială, deoarece se bazează pe ceea ce recepționăm cu ajutorul simțurilor văzului, auzului, mirosului, tactil și gustativ ;
- comunicarea non verbală estetică (pictură, muzică, dans, imagine, etc.) care are loc prin intermediul diferitelor forme de exprimare artistică și comunica diferite emoții artistice ;
- comunicarea non verbală bazată pe folosirea însemnelor (steaguri, insigne, uniforme, etc.) și a simbolurilor specifice, ca de exemplu, cele legate de religie (cruce, altar, icoane, etc.) sau statut social (gradele la ofițeri, titulatura, decorațiile, etc.).

CARACTERISTICILE COMUNICĂRII NON VERBALE:

– este neintenționată — ne trădează emoțiile sau atitudinea chiar fără voia noastră, deci trebuie să fim conștienți că mesajele non verbale uneori pot contrazice ceea ce afirmăm;

Exemplu:

- când pretindem că suntem atenți, ne putem trăda râzând forțat sau dând afirmativ din cap la o frază pe care nu trebuia să o aprobăm.

– comunicarea non verbală este alcătuită dintr-un număr de coduri separate pe care trebuie să învățăm să le folosim.

Anumite coduri non verbale sunt universale, fiind înțelese la fel în culturi diferite;

Exemplu:

- exprimarea bucuriei, surprizei, dezgustului, etc. Unele coduri au însă sensuri diferite în culturi diferite.
- mișcarea capului de la dreapta spre stânga sau invers în cultura noastră exprimă negația, la bulgari însă exprimă o afirmație. Necunoașterea specificului acelei culturi poate duce la confuzii în comunicare.

Abilitatea de comunicare non verbală crește odată cu vârsta, cu experiența. Cei care comunică bine non verbal, stăpânesc în aceeași măsură și codurile non verbale și, de obicei, sunt acei care reușesc mai bine în societate, construiesc relații bune cu semenii lor și au un statut social mai bun ;

Mesajele non verbale ne furnizează informații despre problemele personale sau de relaționarea la alți indivizi, despre care am fi jenați să discutăm.

Exemplu:

- prin mesajele non verbale pe care le recepționăm, putem obține informații despre identitatea culturală, personalitatea, atitudinile și stilul personal. Acestea ne “vorbesc” despre credibilitatea individului și despre gradul său de abordare ;
- contactul vizual, distanța la care ne plasăm, expresia feței, zâmbetele, atingerile arată că ne place sau nu ne place ;
- gradul de implicare se manifestă prin viteza și volumul discursului, numărul de gesturi folosite, schimbarea expresiei feței ;
- statutul social al persoanei cu care comunicăm este evidențiat prin spațiul pe care îl ocupă, prin expunerea unor obiecte sau îmbrăcăminte costisitoare, etc.

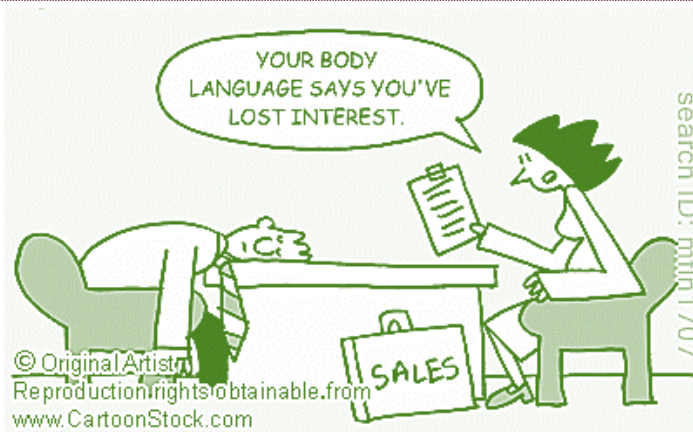
COMPONENTELE COMUNICĂRII NON VERBALE

LIMBAJUL TĂCERII

“ Tăcerea este de aur” se spune adesea, și cu siguranță în unele situații ea reprezintă o soluție adecvată dar în altele poate constitui un factor de ambiguitate.

Exemplu: dacă la sfârșitul unei expunerii conferențiarul solicita întrebări, se poate răspunde prin “tăcere” care poate însemna: plictiseala, dezacord, respingere, apreciere, etc. În alt sens prin tăcere (ascultare pasivă) se poate exprima intenția de continuare a unei expunerii, dezvăluirea unor idei, sentimente sau atitudini care ar putea fi blocate prin intervenție verbală.

O posibilă soluție pentru situația în care nu se știe cum să se interpreteze tăcerea poate fi feedback-ul.



LIMBAJUL TIMPULUI

Noțiunea timpului este percepută diferit de diverse culturi, naționalități, societăți, etc. Chiar în cazul unei culturi, percepția timpului diferă.

Exemplu:

- * oamenii de afaceri, cei care muncesc sau studiază se concentrează pe intervalul luni-vineri iar cei din turism pe finalul de săptămână
- * un interval de timp de 30 minute cu cineva care nu-ți este pe plac poate fi considerat ca “pierdere de vreme” iar cu cineva drag poate fi considerat “o veșnicie”.



Timpul biologic — este un concept care poate transmite informații referitoare la performanța indivizilor. Astfel funcțiile de acestă unii indivizi sunt “privighetori”iar alții “păsări de noapte”.

În prima categorie intra cei care sunt matinali, care se scoală devreme, sunt plini de energie și obțin cele mai bune rezultate în cursul dimineții. Ceilalți reprezintă opusul acestora și intra în cea de a doua categorie. Aceste caracteristici individuale, legate de timpul biologic, nu pot transmite informații legate de performanța indivizilor.

Timpul informațional — este interpretat diferit în diverse culturi.

Exemplu: a fi punctual în Germania sau Anglia înseamnă a respecta întotdeauna ora stabilită (“punctual ca un lord”). În alte țări printre care și România există concepția “sfertului academic” (acceptarea unei întârzieri de până la 15 minute), iar alții consideră că sunt punctuali și la o întârziere de până la o jumătate de oră. O astfel de întârziere poate spune mult însă despre importanța timpului și atitudinea față de trecerea acestuia.

Timpul este văzut ca parte a contextului în care interacționează oamenii. El poate fi folosit și simbolic, ca în expresia “Timpul înseamnă bani”, expresie care invită la întrebuițarea rațională a timpului.

LIMBAJUL CORPULUI

Mișcările corpului, numite și “limbajul corpului”, pot avea uneori sens simbolic și în acest caz participă la comunicarea nonverbală.

Postura corpului este definitorie pentru anumite mesaje. Umerii lăsați sau capul plecat indică timiditate, deprimare, amărăciune, sentiment negativ sau un sentiment de inferioritate, capul sus și umerii dreupți transmit mulțumirea și chiar superioritatea.

Într-o discuție aplecarea spre interlocutor poate însemna interes, atenție. Retragerea corpului, dimpotrivă sugerează respingere. Încrucișarea brațelor la piept semnifică închidere în sine față de interlocutor sau subiectul discutat.



MIȘCĂRILE CAPULUI AU ANUMITE SEMNIFICAȚII:

Datul din cap (în sus și în jos) înseamnă aprobare sau descurajare dar de pilda în India însemna “NU” !

Expresiile feței sunt cele mai ușor de controlat. Fiecare parte a feței noastre comunica. Fata exprima reacția persoanei în cauza la tot ce se spune: surpriza, dezacord, neînțelegere, dezamăgire, supărare, durere, interes, dezinteres, etc.

Exemplu:

- fruntea încruntată semnifică preocupare, manie, frustrare
- Sprâncenele ridicate cu ochii larg deschiși - mirare, surpriză
- Nas încrețit-nepăcare, nari largi-mânie sau în alt context, excitare sexuală
- Buzele strânse-nesiguranță, ezitare sau ascundere de informații.

Expresiile feței trebuie să coreleze cu celelalte mișcări ale corpului sau cu mesajele verbale.

Expresia feței poate fi sinceră sau simulată și de aceea uneori este chiar greu de descifrat.

Zâmbetul este un gest foarte complex, capabil să exprime o gamă largă de stări, de la plăcere, bucurie, satisfacție, la promisiune, cinism, jenă. Interpretarea sensului zâmbetului variază însă de la o cultură la alta fiind în strânsă corelație cu presupunerile specifice care se fac în legătură cu relațiile interumane în cadrul acelei culturi.

Mișcările ochilor au un rol important în cadrul interacțiunii sociale. De exemplu în cadrul unui dialog persoanele se privesc în ochi 25-75 % din timpul conversației. Scopul privirii în ochi este de a recepționa mesajele vizuale suplimentare, care să completeze cuvintele sau să găsească în ochii celuilalt un feedback, o reacție la cele afirmate.

Se spune că “ ochii sunt oglinda sufletului” de aceea sunt o importantă sursă de informații.

Modul în care privim și suntem priviți are legătură cu nevoile noastre de aprobare, încredere, acceptare și prietenie. Chiar și a privi sau nu privi pe cineva are un înțeles. Interlocutorii care te privesc în ochi în timpul conversației sunt considerați mai credibili decât cei care evită contactul vizual sugerând intenția de a ascunde ceva.

Exemplu:

- Mișcarea ochilor în sus exprimă încercarea de a ne aminti ceva; în jos, tristețe, modestie, timiditate sau ascunderea unor emoții. Privirea într-o parte sau neprivirea cuiva denotă lipsă de interes, răceală.
- Evitarea privirii înseamnă ascunderea sentimentelor, lipsă de confort sau vinovăție. Pupilele dilatate indică emoții puternice. Astfel folosirea privirii trebuie adaptată preferințelor partenerilor de discuție. Observați dacă este cazul să priviți în ochi sau dimpotrivă, acest lucru stânjenește și procedați în consecință.

Personalitatea se evidențiază și prin alte mișcări ca : rosul unghiilor, jucatul cu o bijuterie, frecatul nasului, etc. Este greu să înțelegem sensul acestor mișcări deoarece unele se fac inconștient și ele pot ilustra doar o stare interioară (frică, jenă, nerăbdare). În acest sens nu vorbim de comunicare non verbală. Dacă aceste semne se folosesc intenționat, pentru a spune ceva despre noi, atunci ele constituie comunicare non verbală.

GESTICA

Alte mișcări ale părților corpului (mâini, brațe, picioare), grupate sub denumirea de “gestică”, reprezintă mijloace frecvent folosite în comunicarea non verbală. (vezi expresia “ persoane care vorbesc cu mâinile”).

La ce folosește gestică?

– comunicarea de informații pentru a întări sensul cuvintelor sau a le înlocui complet ;

Exemplu:

- mâna ridicată în semn de salut, semnul “V” al victoriei, arătarea cu degetul, pumnii încleștați, etc.



COMUNICAREA DE EMOȚII ;

Exemplu:

- mâna dusă la gura în semn de surprindere, aplaudarea pentru a demonstra aprecierea
- susținerea vorbirii—pentru a sublinia înțelesul cuvintelor, a indica diverse persoane sau obiecte , a ilustra forme sau mărimi ;

INTERPRETAREA UNOR GESTURI:

Strângerea pumnilor denota ostilitate și mânie sau, solidaritate, stres.

Brațele deschise-sinceritate, acceptare

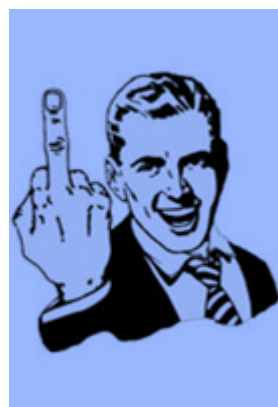
Capul sprijinit în palma-plicitiseala, dar palma (degetele) pe obraz, dimpotrivă denota interes extrem. Mâinile ținute la spate - superioritate sau încercare de autocontrol.

Atenție însă și la diferențele culturale. De exemplu, prin mișcarea capului de sus în jos spunem "da", în timp ce oamenii din Sri Lanka redau același lucru prin mișcarea capului de la dreapta la stânga. Gestul de arătare cu degetul este considerat nepolitic la noi, insulta în Thailanda și absolut neutru, de indicare, în SUA.

Utilizarea gesticulației excesive este considerată nepoliticoasă în multe țări, chiar și la noi, dar gesturile mâinilor au creat faima de popor pasionat a italienilor.

Modul în care americanii își încrucișează picioarele (relaxat, mișcări largi, fără nici o reținere) diferă de cel al europenilor (controlat, atent la poziția finală); cel al bărbaților diferă de cel al femeilor.

Un american va pune picioarele pe masă dacă aceasta înseamnă o poziție comodă sau dacă vrea să demonstreze un control total asupra situației. Bătăitul picioarelor denota plicitiseala, nerăbdare, stres.



VOCEA

Modul în care ne folosim vocea și calitățile vocale are importanță în procesul de comunicare. Înălțimea și intensitatea vocii exprimă atitudinea dorită.

O voce stridentă, țipătoare, ascuțită indică mânie, amenințare în timp ce una joasă arată emoție, frică, disperare, tensiune.

Volumul vocii oferă indicații privind personalitatea, atitudinea, sentimentele vorbitorului.

Dicția și accentul vocii exprimă gradul de educație și statutul social. Accentele regionale ne oferă indicații despre zona geografică de proveniență (moldovean, oltean, ardelean, etc.).

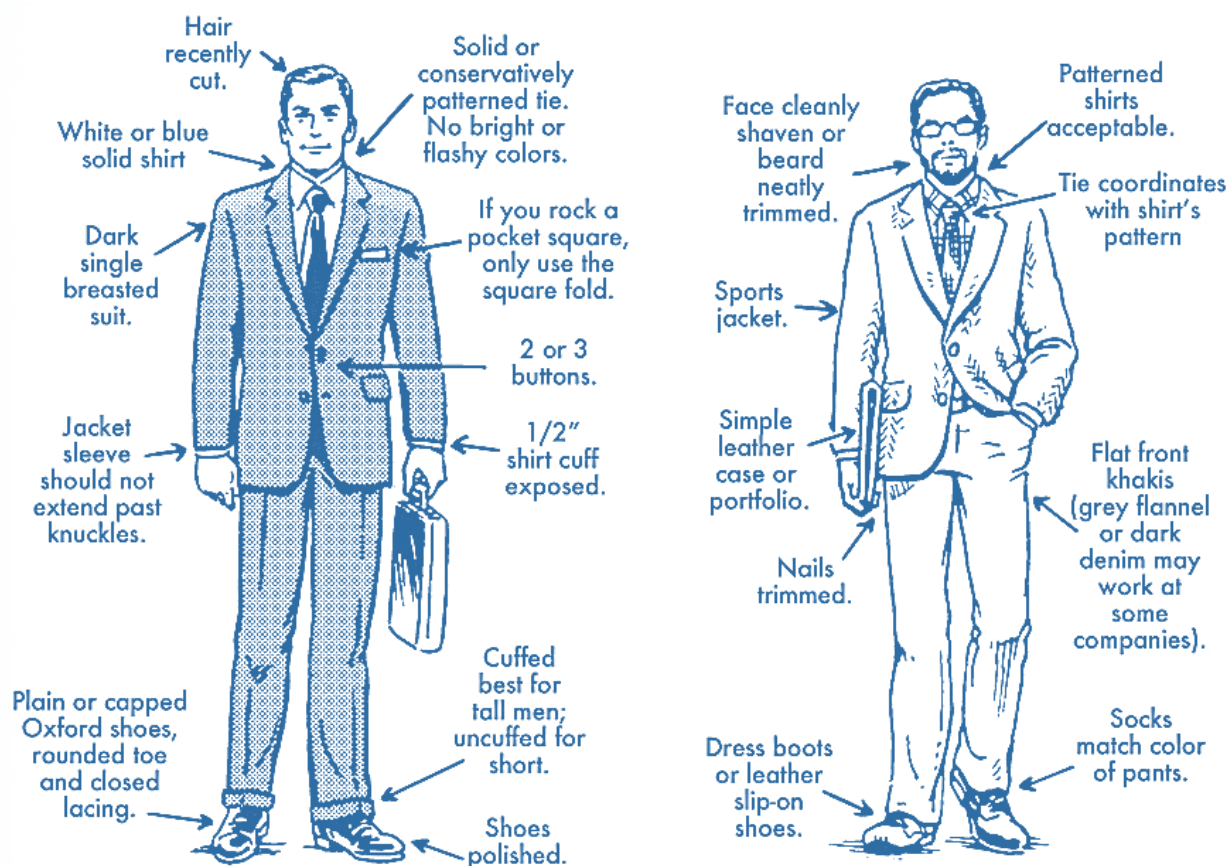
Gradul de încredere, autoaprecierea, siguranța de sine se pot transmite prin intermediul vocii; toate aceste informații despre noi înșine la putem oferi prin comportamentul nostru de comunicare.

ASPECTUL FIZIC

Mesaje non verbale sunt transmise și prin intermediul îmbrăcămintei și accesoriilor pe care le purtăm (bijuterii, cravate, ochelari), prin machiaj, coafură/ freză, etc.

Se afirmă că " haina face pe om" și într-adevăr știm că oamenii bine îmbrăcați dau impresia de succes, putere, educație, bani, etc. Îmbrăcămintea poate accentua frumusețea fizică, naturală ,reprezintă un simbol cultural (bărbații întotdeauna poartă pantaloni) sau subliniază o tradiție (kilt-ul scoțian sau sari-ul indian).

How to Dress for a Job Interview



Formal Business Interview Attire

Casual Job Interview Attire

The Art of
MANLINESS
EST. 2008

Felul în care ne îmbrăcăm oferă și informații personale. O femeie îmbrăcată provocator poate exprima disponibilitate, sfidarea regulilor sociale pe când o femeie îmbrăcată decent conferă seriozitate, încredere și are posibilități mai mari de promovare în piața muncii sau în funcții de răspundere. Nu trebuie să fiți eleganți în orice situație, trebuie însă să aveți o ținută adecvată oricărei situații.

SPAȚIUL PERSONAL ȘI TERITORIUL

În general oamenii le place să aibă un spațiu propriu, cât de mic, pe care să-l aranjeze conform dorințelor proprii. Spațiul împrumută ceva din personalitatea omului și transmite mesaje non verbale despre ocupant. Spațiul personal poate fi definit ca fiind distanța de la care există disponibilitatea contactului cu ceilalți.

“Marcarea” teritoriului se face la serviciu, dar și acasă.

Exemplu: acasă, bucătăria aparține femeii, iar camera de zi-cu televizorul !- aparține bărbatului. În locurile publice tindem să ne marcăm locul ocupat cu o carte, haină, poșetă, etc.

În domeniul comunicării non verbale există distanțele diferite de comunicare funcție de context și de caracterul mesajului transmis.

Astfel:

zona intimă (personală), între 0,5-1,2 m este pentru discuții cu caracter personal, fiind însă total inacceptabilă în alte cazuri, cu toate că pot apărea situații obiective (deplasarea în lift, mijloace de transport în comun, etc.) ;

zona socială (normală), între 1,2-2 m este folosită mai ales la comunicarea interpersonală (colegi de serviciu aflați pe aceeași treaptă ierarhică, prieteni, etc.) ;

zona socioconsultativă, între 2-3,5 m este folosită în situații oficiale (superior, subordonat, consultant-client, angajat –persoana care solicită angajarea, gospodina, vânzătoarea de la magazin) ;

zona publică, 3,5 m și mai mult în care comunicarea este formală (cursuri, ședințe, discursurile politicienilor, etc.) .

Dacă o persoană se apropie mai mult decât este potrivit, poate apărea tensiune și chiar ostilitate, stări care vor afecta comunicarea. Atunci când se produce invadarea (violarea) spațiului personal, persoana în cauză se retrage pentru a restabili distanța iar în cazul în care acest lucru nu mai este posibil, se va face tot posibilul ca “invadatorul” să se retragă la distanța convenită.

Nu stânjeniți pe cei cu care discutați apropiindu-vă de ei mai mult decât trebuie. De obicei când sunteți în picioare, distanța necesară este aceea a strângerii mâinii.

ATINGEREA

Atingerea sau contactul fizic este unul dintre cele mai vechi coduri ale comunicării non verbale. Ea exprimă emoții sau sentimente diferite, de la sentimente calde: iubire, simpatie, încurajare, până la agresiune fizică.

Unii oameni evită orice atingere. Forța și tipul de atingere depinde în mare măsură de vârstă, statut, relație și cultură.

Gradul de atingere diferă de la o cultură la alta. Exemplu: în Anglia și SUA atingerile sunt mult mai rare în comunicare non verbală decât în țările latine. La japonezi, înclinarea capului înlocuiește datul mâinii ca salut, în timp ce la eschimoși acest salut se exprimă cu o lovitură ușoară pe umăr.

TEMPERATURA, LUMINA ȘI CULOAREA

Aceste elemente ale mediului, natural sau ambiant influențează modul în care oamenii comunică fără a constitui însă coduri non-verbale.

Iluminarea corespunzătoare a unui spațiu contribuie la o bună ascultare, iar anumite culori au efect stimulator asupra atenției. Lumina și culoarea pot determina anumite stări și dispoziții fizice.

De asemenea, temperatura poate influența pozitiv sau negativ buna comunicare.

După psihologul român Fl. Ștefănescu-Goangă, interpretarea culorilor vizavi de metabolism este următoarea:

- albastrul închis al cerului noaptea este culoarea liniștii și pasivității;
- galbenul strălucitor al luminii zilei este culoarea speranței și a activității.

Așadar ne-am obișnuit să dormim pe culoarea albastru închis și să fim activi pe galben strălucitor.

Gândirea creatoare are loc în mod optim într-o cameră cu mult roșu, iar cea de perfectare a ideilor într-o cameră cu mult verde. Culorile strălucitoare sunt alese de oamenii de acțiune, comunicativi, extrovertiți, iar cele pale, de timizi, introvertiți.

Semnificația culorilor poate fi diferită în alte culturi. De exemplu, roșu este asociat în China cu bucurie și festivitate; în Japonia cu luptă și mânie; în cultura indienilor americani semnifică masculinitate; în SUA și Europa, dragoste. În țările cu populație africană, negrul sugerează binele, iar albul, răul.

Pentru europeni, negrul este culoare tristeții, în timp ce aceste stări sunt exprimate la japonezi și chinezi prin alb. Verdele semnifică la europeni invidie, la asiatici bucurie, iar în alte părți speranța, în timp ce galbenul comunică la europeni lașitate, gelozie, la americani este culoarea intelectualității, iar la asiatici semnifică puritatea.

Culorile afectează comunicarea și sub următorul aspect: culorile calde (galben, portocaliu, roșu) stimulează comunicarea, în timp ce culorile reci (albastru, verde, gri) inhibă comunicarea; monotonia, precum și varietatea excesivă de culori, inhibă și distrag atenția și comunicarea.

COPIEREA STILULUI

Oamenii îi acceptă, în mod inconștient cu mai multă ușurință pe aceia cu care se aseamănă. Studiați cu foarte multă discreție partenerii de discuție și aflați-le stilul. Încercați în cazul în care ei zâmbesc să zâmbiți, iar dacă sunt sobrii să fiți și voi la rândul vostru. Vorbiți tare sau încet, repede sau rar în stilul partenerului de discuție.

CUM SA DEZVOLTAM COMUNICAREA NON VERBALA

– atenție la interpretarea mesajelor non verbale—fiecare avem un sistem propriu după care îi judecăm pe ceilalți, dar uneori stereotipii pe care îi aplicăm în mod automat, nu sunt întotdeauna adevărați ;

- acordarea atenției corespunzătoare fiecărui cod non verbal ;
- conștienta propriilor semnale non verbale ;
- exersarea “ tăcerii ” și folosirea ei cu știință ;

Deși în multe situații comunicarea non verbala este mult mai ambiguă decât cea verbală, este mai credibilă când semnalele sale sunt contradictorii față de cele ale comunicării verbale. Acest tip de comunicare dezvăluie multe aspecte emoționale, poate fi o sursă de informare, dar și de dezinformare, depinde de modul în care acest instrument este cunoscut și stăpânit.

ARTICOLE APLICATIVE

LIMBAJUL TRUPULUI [37]

Limbajul trupului semnifică comunicarea prin intermediul mișcărilor sau poziției corpului. Poate fi conștient sau inconștient. Acest limbaj este observat de oricine, dar nu i se acordă suficientă atenție. Uneori îl ignorăm și încercăm să ne ascundem în spatele cuvintelor, dar nu trebuie să uităm că nu putem păcăli pe oricine. Copiii reacționează la acest tip de limbaj, deoarece ei înțeleg lumea prin intermediul intuiției. Același lucru poate fi aplicat în cazul adulților când sentimentele sunt cele implicate. Persoanele care sunt într-o stare emoțională proastă vor acorda mare importanță acestuia. De fapt, de obicei, aceste persoane rețin cea mai mică aluzie greșită a persoanei cu care conversează. Și de obicei trag singuri concluzii greșite cum ca persoana ar fi plictisitoare sau supărăcioasă, astfel combinând orice sens al depresiei și stimei de sine scăzute.

O metodă utilă de învățare a secretelor limbajului corpului constă în privitul la televizor fără sunet și încercarea de a înțelege ceea ce s-a spus prin citirea limbajului corpului. Se va observa că oamenii spun multe lucruri prin limbajul verbal care este contrazis de către limbajul corpului, de gesturi și alte căi de comunicare. Mesajele sunt foarte relative.

O trăsătură notabilă a începutului de secol 21 este faptul că limbajul corpului la diferite civilizații devine treptat asemănător. Astfel, un gest făcut de o persoană ce trăiește în America de Sud, poate fi ușor interpretat de persoane din Rusia sau Japonia. Multe dintre acestea se datorează efectelor televiziunii, care arată aceleași „metode de lingușire” în toate părțile globului.

CUVINTELE SI LIMBAJUL TRUPULUI

Pentru ca un părinte să fie credibil atunci când spune copilului că este sănătos să meargă devreme la culcare, acest părinte trebuie să se exprime atât verbal, cât și prin limbajul corpului. Altfel, copilul ar putea avea impresia că această afirmație este benefică numai pentru părinte, prin faptul că el merge devreme la culcare.

Este important de știut că, deși limbajul trupului ne oferă o cale suplimentară de comunicare, care uneori contrazice limbajul verbal, ar trebui interpretat cu mare atenție. În primul rând, limbajul corpului ar putea fi afectat de diverse deprinderi ale interlocutorului. În afară de diferențele individuale, există și diferențe de ordin geografic, precum și între diversele grupuri culturale.

De exemplu, în Grecia, se dă aprobator din cap pentru „nu” și se scutură din cap pentru „da”. Creierul uman transmite corpului cum trebuie să își mențină poziția. Limbajul trupului este inconștient și este menit să asigure un echilibru între sentimentele interne și aparența exterioară.

Dacă ne dezvoltăm o sensibilitate crescută la propriul limbaj al corpului, va crește și abilitatea de a citi limbajul altor persoane. Acest lucru ne ajută să spunem dacă persoana cu care conversăm este fericită, tristă, rezervată sau iritată. Sau dacă persoana minte, dacă este nerăbdătoare sau plictisită. De asemenea, mai poți observa dacă persoana te place, este sau nu de acord cu ceea ce spui, are un comportament agresiv, suspicios sau îngrijorat.

OBSERVAREA SENTIMENTELOR ASCUNSE.

Atenția crescută la limbajul corpului îți va permite să observi sentimente ascunse, ideile preconcepționate și intențiile sexuale; toate acestea prin intermediul vederii și a altor simțuri pe care le folosim la perceperea lumii din jurul nostru.

Limbajul trupului constă în mișcările membrelor inferioare și superioare, poziția corpului, modalitatea de a sta, expresia feței, mersul, mișcările oculare și gesturi regulate de tipul mișcării de atingere a părului, atingerea nasului, etc. Înclinarea capului semnifică o persoană pașnică.

Această atitudine se considera a fi o consecință a obiceiului mamei ce își înclină capul când te compătimea ca și copil. Îți arată că nu este supărată pe tine, dar dorea să îți poarte de grijă. De asemenea, mama își bătea ușor palmele sau te mângâia ușor pe cap, când dorea sa te consoleze.

Continuam să facem aceste mișcări și după ce creștem mari și nu o mai avem pe mama lângă noi să mai facă aceste gesturi. Ne batem ușor peste obraji, pe brațe sau ne frecam ușor mâinile. Este posibil să îți ții brațele aproape de față în momentul conversației, în general acesta este un semn de nesiguranță. Același lucru se poate spune și despre mișcarea de răsucire a mustății sau a bărbii cu degetele, sau de aranjare a părului, de exemplu aranjarea acestuia în spatele urechii.

STAI IN POZIȚIE CONFORTABILĂ?

Modul în care oamenii stau pe scaun nu este unul întâmplător. Dacă vă tolăniți cu mâinile și picioarele întinse, este semn că sunteți relaxat și vă simțiți confortabil. Dacă stați pe marginea scaunului, cu membrele inferioare întinse în față și cu labele picioarelor încrucișate, este semn de indiferență.

De exemplu: într-o țară în care regulile de comportament erau foarte stricte, un martor al unui proces stătea în poziția descrisă mai sus, cu cizmele imense întinse peste cei care mai erau în sală, purtând o haină mare și ținând brațele încrucișate. Judecătorul a spus: stai drept și dă-ți haina jos, altfel te trimit la închisoare. Bărbatul și-a redresat imediat poziția corpului atunci când a aflat că ar putea fi închis pentru asta.

O persoană care așteaptă să intre la dentist sau urmează să susțină un interviu pentru o slujbă ar putea sta pe marginea scaunului cu picioarele apropiate. Dacă este femeie, probabil că va își va tine strâns geanta sau eșarfa. Tensiunea corporală se răspândește la nivelul sistemului respirator, forțând respirația și făcându-ne să avem dificultăți de respirație.

Când ești într-o asemenea poziție, este ușor să-ți pierzi capul și pur și simplu să o iei la fugă dacă lucrurile iau o întorsătură mai rea.

La televizor este interesant de urmărit concurenții care participă la emisiuni de tipul „Vrei sa fii milionar”. Le poți detecta tensiunea normală în aceste condiții, din modul cum își țin mâinile până ce încheieturile devin albe și de asemenea prin observarea respirației accelerate. Nu credem că putem învăța oamenii să-și controleze în totalitate limbajul corpului; își vor pierde controlul într-un anumit punct sau altul - când devin prea nerăbdători sau prea supărați.

Dacă luăm ca și exemplu o discuție între politicieni, controlul este acolo, chiar și când devin supărați, dar întotdeauna va exista un mic mușchi al fetei care tremura sau o venă care pulsează și devine roșie. Obrajii se înroșesc în cazul femeilor supărate sau jenate, în timp ce la bărbați se înroșesc lobiile urechilor în circumstanțe asemănătoare.

NEÎNȚELEGEREA LIMBAJULUI CORPULUI

Când încercăm să interpretăm limbajul corpului, trebuie să-l interpretăm în relație cu ceea ce s-a spus; altfel pot apărea neînțelegeri. Trebuie să se analizeze ca un întreg. Câteva elemente trebuie să fie în concordanță dacă vrem să tragem niște concluzii ferme în legătură cu o persoană. Ea sau el fiind o persoană nesigură.

Pentru a ajunge la această concluzie, trebuie să fim atenți la expresia facială, la poziția gurii, mișcarea oculară, la retracția și dilatarea pupilară. Cercetările au arătat că fața interlocutorului este cea mai de încredere sursa de informații în legătură cu starea de spirit a unei persoane. Transmiterea stării de fericire, de surpriză, de supărare sau de mulțumire se face prin intermediul experiențelor vizuale, în timp ce experiențele auditoriului comunică teama.

Pentru a constata starea de spirit a interlocutorului, trebuie să observăm musculatura facială:

- cât de încordați sau relaxați sunt mușchii
- cât de fine sunt liniile din jurul gurii

- cum ridurile din jurul ochilor îi fac să strălucească de fericire, când acesta este sentimentul pe care fata vrea să-l exprime.

Aceleași caracteristici exprimă supărare sau mulțumire, în timp ce caracteristici mai blânde pot exprima bunătate și prietenie - dar rețineți: numai dacă sentimentele se extind și la nivelul ochilor. O fată care zâmbește fără zâmbetul ochilor trimite semnale de falsitate și neîncredere.

Sprâncenele care se ridică și coboară rapid semnifică acceptarea contactului social. Dacă îți ridici sprâncenele și le menții ridicate pentru o vreme, este semn de surpriză și uimire - poate chiar indignare. Când ridicarea sprâncenelor este însoțită de clipitul din ochi, persoana respectiva încearcă să flirteze. Acest lucru poate cauza probleme.

De exemplu, în Japonia este considerat foarte inadecvat, practic nepotrivit, să se ridice sprâncenele, sub nici o formă. Lacrimile și râsul sunt forme de expresie pe care le considerăm ușor de interpretat. Cu toate acestea, lacrimile sunt folosite pentru exprimarea multor lucruri - mâhnire, veselie și supărare. Râsul poate fi semn de veselie și prietenie, dar și de mulțumire și sarcasm. Uneori zâmbim și dacă suntem speriați sau dacă experimentăm ceva foarte înfricoșător.

Ocazional, persoanele care lucrează cu oamenii, în serviciul de ajutor social sau sectorul sanitar pot reacționa prin răs dacă află de ceva foarte tragic - maltratare, violență sau moarte. Acesta pare a fi un răspuns prin care își protejează propria sănătate de groaza multor evenimente cu care se confruntă și care îi pot face să plângă sau să clacheze. A fi capabil să citești limbajul trupului este un lucru interesant, dar poate fi complicat, deci fiți foarte atenți! Greșeli pot fi făcute cu ușurință.

ARTA SEDUCȚIEI SI LIMBAJUL CORPULUI [32]

Majoritatea specialiștilor cât și statisticile spun că ne ia între 90 de secunde și 4 minute pentru a decide dacă ne place de cineva. Însă din ce este compusă această prima impresie? 58% din mesajul pe care îl percepem de la cineva este compus din limbajul corpului, 34% din tonul, rapiditatea și inflexiunile vocale și doar 8% este format din cuvintele pe care le spune.

PRIMA IMPRESIE ESTE FOARTE IMPORTANTĂ

Asta nu înseamnă că poți vorbi despre melci și despre colecția de fluturi mongolieni (aceste discuții importante pot fi lăsate pe mai târziu), ci doar că trebuie să-ți exprimi sentimentele prin limbajul corpului și să fii atent la celălalt, iar astfel acesta nu se va plictisi încercând să descopere ce persoană fascinantă ești.

Să începem cu baza... există un motiv întemeiat pentru care foarte mulți oameni eșuează când doresc să seducă pe cineva cred că ei sunt în centrul jocului, că trebuie să-l impresioneze pe celălalt cu calitățile lor extraordinare. Însă arta seducției înseamnă să-l încânți, să-l farmeci, să-l captivezi, să i te dedici în totalitate celuilalt. De ce persoanele care nu arata foarte bine, dar care au o personalitate vibrant, au mai mult succes decât femeile superbe, dar reci?

Seducția înseamnă să te preocupe persoana pe care vrei să o seduci, trebuie să afli ce îi place și ce nu îi place, ce își dorește, ce gusturi are, care îi sunt calitățile și defectele... trebuie să o farmeci, să o fascinezi...

Dacă ne gândim ce ne atrage imediat la o altă persoană...vom observa că sunt mereu aceleași gesturi.

Dacă învățați cum să transmiteți informații și cum să interpretați mesajele nonverbale deja sunteți la jumătatea drumului.

CE NE FARMECĂ INSTANTANEU LA O PERSOANA?

Zâmbetul... de multe ori vezi pe stradă pe cineva zâmbind și instantaneu zâmbești la rândul tău. Pe o scară a seducției nimic nu este mai puternic decât zâmbetul. Însă nu orice fel de zâmbet... efectul maxim îl are zâmbetul lent, schițat pe jumătate, care luminează fața ...dar care în același timp insinuează și altceva iar cel mai elocvent este zâmbetul Mona Lisei, care a fascinat generații întregi cu misterul ei.

Oamenii de știință au descoperit că există cinci etape inconștiente pe care le fac oamenii în momentul în care flirtează.

În momentul în care ne place cineva, fără să ne dăm seama urmăm următorii pași... iar cunoașterea acestora le poate accentua efectul și putem afla când cineva ne place.

PRIMA PRIVIRE.

O privire scurtă de 3 secunde, urmată de câteva fluturări din gene însoțite de schițarea unui zâmbet.

PRIVIREA INTENSĂ.

O privire intensă și directă, care durează mai mult de 5 secunde, ochi în ochi, fără a clipi, urmând ca la sfârșit privirea să se lase în jos. Pe parcursul acestei etape gura se întredeschide.

ATINGEREA PROPRIULUI PĂR.

Femeia își trece degetele prin par sau își scutură parul, cu mesajul "Vreau să fiu atrăgătoare pentru tine!"

ÎNCLINAREA CAPULUI.

Dacă femeia simte că primește răspuns la flirt, ea își inclină capul într-o parte, expunându-și gatul, una din cele mai erogene și senzuale zone.

ATINGEREA.

În momentul în care vrem o legătură cu cineva sau ne simțim foarte atrași de o persoană simțim nevoia să-l atingem pe braț, pe umăr...pe...alegerea va aparține! Psihologii au constatat că femeia flirtează în mod inconștient din primele secunde în care cunoaște un bărbat, pe care îl consideră atrăgător, două treimi din flirturi fiind inițiate de către femei.

DAR BĂRBAȚII? SECRETELE LUI CASANOVA

Nu exista simbol mai cunoscut al seducției decât Casanova. Însă cum reușea acest bărbat să seducă atâtea femei, de la servitoare la cele mai educate și mai frumoase femei de înaltă clasă din timpul său?

Casanova avea o capacitate extraordinară de a înțelege psihicul uman, o memorie fantastică și o personalitate care impresiona pe oricine care l-a întâlnit, de la Voltaire și până la Ecaterina cea Mare. Casanova își studia cu atenție viitoarea cucerire și afla ce își dorea aceasta.

De exemplu, pentru vizita Mariei Morosini a închiriat cel mai scump palat cu grădină din Veneția și a amenajat-o pentru plăcere, dragoste. Clădirea era plină de oglinzi, sute de lumânări, o atmosferă elegantă și seducătoare. (CITIȚI "HISTOIRE DE MA VIE"-CASANOVA)

Casanova știa foarte bine vechea vorbă că "drumul către inima trece prin stomac" și mereu își încânta iubitele cu delicatețe și delicii culinare gen: vânat, nisetru, trufe, stridii, șampanie, etc. Un alt secret consta în personalitatea lui Casanova, care era plin de umor și șarm, maestru în arta conversației, cunoscând metodele rafinate ale plăcerii.

Deci, pentru început, persoana care vrea să seducă trebuie să învețe să fie amuzantă, plină de viață și fermecătoare. Nimeni nu e interesat de cineva deprimat, trist și plin de probleme. De asemenea, pe cine crezi că adoră oamenii să audă? Pe ei! Toți vor să fie ascultați, să aibă impresia că sunt interesați și importanți, să se simtă în centrul atenției. Așadar, ascultă-l pe cel pe care vrei să îl seduci, fii atent la ceea ce spune, pentru că înainte de a porni la atac trebuie să cunoști foarte multe despre el, așa cum spuneam înainte trebuie să știi ce îi place și ce nu îi place.

Aceste metode pot părea cinice, să stai să-l studiezi, să îți calculezi orice mișcare... Însă acești pași sunt făcuți inconștient de toate persoanele îndrăgostite, când iubești pe cineva nu te mai saturi să-l ascuți, știi ce îi place și ai face orice pentru a-i îndeplini dorințele, nu-i așa?

LIMBAJUL CORPULUI - CUM SĂ ÎNȚELEGI FEMEILE? [40]

În viața mea am întâlnit suficienți bărbați neinspirați încât să consider că este nevoie de acest articol. În eterna joacă de-a șoarecele și pisica dintre femei și bărbați, pentru a ne înțelege, aveți nevoie de un mic ajutor.

Dacă te uiți cu atenție la o femeie poți obține o mulțime de informații altfel spuse în mii de cuvinte. Asta-i ideea acestui articol, să ne facă nouă femeilor viața mai plăcută și să lumineze un pic mințile bărbaților. Te vrea, nu te vrea? Cuvintele ei s-ar putea să fie ambigue dar limbajul corpului ei spune totul.

Imaginează-ti:

Ai spus "Noapte buna" acum 2 secunde unei femei superbe pe care tocmai ai întâlnit-o și speri s-o revezi. "Te sun peste câteva zile" spui tu entuziasat și ea-ti răspunde cu "M-ar bucura nespun" ridicându-și mana stângă și fluturându-și degetele într-un mod care ție ți se pare foarte sexy pentru un gest de la revedere.

Rămâi rânjind în timp ce ea se îndreaptă rapid spre mașina ei. Începi să te bucuri și aștepti a doua zi s-o suni așa cum ai promis, dar la telefon auzi vocea ei spunând "M-am gândit că noi doi nu avem suficient de multe lucruri în comun ca să mai fie cazul să ne întâlnim".

"Ciudat", nu ? De unde a mai scos-o și pe asta? N-a spus ea că s-ar bucura să o sun? Care-i problema? Problema este ca în stadiul de euforie pe care l-ai avut gândindu-te la o reîntâlnire promițătoare, i-ai auzit vorbele, dar n-ai luat aminte la semnele pe care ea le-a trădat, limbajul corpului.

N-ai observat că îndepărtându-se de tine, ridicând mana ca pe o barieră subtilă în fața ei pentru a te ține departe, fluturând mesajul de "la revedere", corpul ei a dezmințit orice cuvânt i-ar fi ieșit din gură. Probabil nici măcar ea n-a realizat la nivel conștient că avea rezerve privind o viitoare întâlnire cu tine dar corpul ei știa deja și te-a avertizat cu mesajele de respingere. Tu, nepercepând aceste mesaje, evident că ai fost ghidat către o idee greșită.

Dacă vrei să înțelegi o femeie ia aminte că orice gest pe care-l face este la fel de important că orice cuvânt pe care-l spune, uneori chiar mai important. Oricum, ea nu poate să fie întotdeauna 100% sincera, de exemplu, dacă ar veni la tine și ti-ar spune că e topită după tine ar părea disperată sau ușuratică. Sau dacă nu-i interesată de "oferta" ta poate că n-ar vrea să-ți rănească sentimentele spunându-ți direct asta. Din fericire, limbajul corpului ei este mai puțin elaborat la nivel conștient ceea ce înseamnă că înțelegându-l poți avea mai multe șanse să-ti dai seama ce gândește și ce simte ea cu adevărat. Așa îți vei putea da seama că este cazul să-ti schimbi atitudinea, să treci la următoarea femeie sau când este timpul să aplici lovitura decisivă.

Așa că data viitoare când te vezi cu o femeie, nu uita să urmărești următoarele semne (atenție să nu uiți s-o și ascuți). Cu cât mai multă practică cu atât mai multe șanse ai să-ți dai seama ce se întâmplă cu adevărat în capul unei femei. Și cine știe, poate că și ea s-ar bucura să întâlnească într-un final un bărbat care s-o înțelegea cu adevărat.

- ✓ Dacă se uită direct în ochii tăi pentru ceva mai mult timp, e interesată. (Ai putea să te uiți și tu la ea cu privirea ta de crai dar nu exagera! Exagerând nu faci decât s-o incomodezi mai ales dacă ajungi să consideri că ochii ei sunt la nivelul bustului)
- ✓ Dacă se apropie de tine, e atrasă. Dacă se apropie suficient de mult încât să-ți poată șopti în ureche, e cazul să înțelegi că vrea să fiți chiar și mai apropiați.
- ✓ Dacă se depărtează de tine înseamnă că se distanțează de ceea ce spui sau chiar de tine. Schimbă-ți atitudinea imediat!
- ✓ Dacă zâmbește doar cu gura nu și cu ochii, e mai mult decât probabil că doar încearcă să fie politicoasă. Dar dacă-i poți vedea ambele rânduri de dinți atunci când zâmbește, e cu adevărat bucuroasă să fie cu tine.
- ✓ Dacă palmele îi sunt deschise, arată sinceritate și receptivitate și nu ascunde nimic de tine.
- ✓ Dacă pumnii îi sunt încleștați sau dacă are palmele strânse, înseamnă că este supărata sau că se protejează de tine. (Aici mai este și varianta extremă când poate că se pregătește să sară pe tine de plăcere -> numai dacă te cheamă Brad Pitt sau similar)
- ✓ Dacă-și "ițește" capul spre tine sau dacă te privește peste umărul ușor ridicat înseamnă că are deja afecțiune pentru tine.
- ✓ Dacă se joacă cu vârful firelor de par, acesta-i un semn clasic de flirt.
- ✓ Dacă-și dă parul de pe gât spre spate lăsându-și gâtul gol înspre tine acesta este un gest de supunere oferindu-se vulnerabilă ție – un semn de atracție față de tine. Similare sunt și gesturile în care-ți arată încheieturile interioare ale mâinilor.

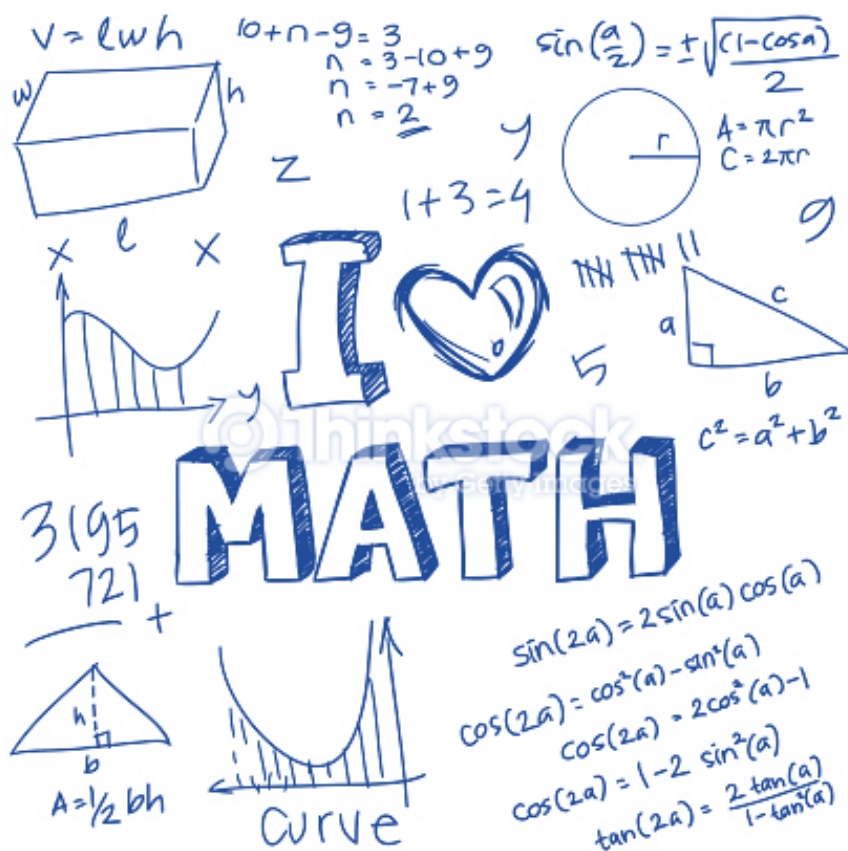
- ✓ Dacă bate ritmuri cu degetele, înseamnă că-i plictisita, nerăbdătoare sau enervata.
- ✓ Dacă stă picior peste picior arătând spre tine cu cel din față, este un semn că te-a remarcat și trebuie să nu te deplasezi în alta parte.
- ✓ Dar dacă-și balansează piciorul din față înspre tine, consideră acesta un adevărat șut în fund.
- ✓ Dacă-și ascunde fața cu mâna sau cu un meniu, se protejează de tine sau te minte cu ceva.
- ✓ Dacă sprijină obrazul cu palma înseamnă că încă evaluează situația și este cazul s-o convingi repede cu ceva pentru că urmează să treacă în starea de obosita sau enervata.
- ✓ Dacă-și acoperă gura cu mâna, nu este de acord cu ce spui tu sau prefera să nu spună ce gândește cu adevărat.
- ✓ Dacă se îmbujorează, urechile-i devin roșii sau pieptul i se înroșește, este nervoasă, neliniștită și probabil chiar atrasă de tine.
- ✓ Dacă-și umezește buzele cu vârful limbii este un semn foarte bun! Dacă-și dă cu ruj în prezența ta, asta-i chiar și mai bine mai ales dacă face acesta acțiune cu încetinitorul.
- ✓ Dacă are mâinile încrucișate este în defensivă.
- ✓ Dacă-ți atinge mâna, este prietenoasă și asta-i un semn foarte bun. Dacă face asta cu mai toata lumea, asta nu înseamnă că-i de rău, înseamnă că nu-i displaci.
- ✓ Dacă-ți atinge orice altă parte a corpului înseamnă că vrea cu siguranță să te cunoască mai bine.
- ✓ Dacă se freacă de tine, chiar te vrea cu adevărat ... doar dacă nu face asta ca să-i faci loc să se ducă până la toaletă.
- ✓ Dacă o vezi în general tensionată întreab-o politicos dacă a avut o zi dificilă. Dacă n-a avut, înseamnă că tu ești de vină! Încearcă rapid s-o faci să râdă, invit-o la un dans sau măcar oferă-i încă o băutură.
- ✓ Dacă pare în general relaxata, bravo, ai făcut treabă bună – îi place să fie cu tine și este deschisă pentru viitoare acțiuni. Dacă o menții pe linia asta, o să ajungă în brațele tale.

OK, acum când aveți deja niște informații prețioase la îndemână, poate este cazul să învățați și câteva tactici și replici de introducere.

- Dacă vrei să declanșezi mesaje ale corpului primitoare din partea femeii, este cazul să-ți folosești celalalt limbaj, articulat și cu esență, ca s-o atragi. Cuvintele alese cu grijă, frazele cu sens, toate au importanță. În timpul liber încearcă să te gândești la ce ai putea spune unei femei .. ca să nu te prezinți nepregătit.
- Folosește-ti simțul umorului. Dacă poți s-o faci să râdă, ești deja la jumătatea drumului. (Dacă ai bancuri care ar putea-o jigni sau deranja, uită-le! Nu este mod mai rapid decât bancurile proaste pentru a primi dezaprobarea ei definitivă. Fără bătărăni!)
- Dacă sunteți la o petrecere sau la un pub și v-ați văzut de mai mult de 10 minute, întreab-o dacă dorește să-i aduci o băutură. (Asta ar părea rudimentară ca tehnică, dar ai rămâne surprins de câți bărbați ignoră aceste mici gesturi de atenție)
- Introdu-o persoanelor care te salută și include-o în conversații. Arată-te prietenos cu amicii ei dar nu prea prietenos cu amicele ei!
- Arată-te entuziast privind aspectele vieții pe care le apreciezi. Dacă sunt aspecte pe care le urăști, nu le aduce în discuție.
- Femeile se plâng deseori de bărbații care vorbesc prea mult despre ei deci strădui-te să afli și care sunt atracțiile ei. Încearcă să pui întrebări deschise de genul "Și cum este să fi economista într-o lume atât de agitata financiar?" sau "Cum este să crești având încă două surori?"
- La întrebările ei răspunde adăugând cel puțin încă o întrebare la final care să arate interesul tău în discuție.
- Dacă te pisează cu o discuție care nu te interesează deloc, în loc să-i tai replicile direct, încearcă să împingi discuția spre alte subiecte comune. (Dacă nu găsești nici un subiect comun, e cazul să cauți alta femeie!) Menține contactul vizual cu ea în timp ce vorbește și asigură-te că n-o întrerupi.
- Vorbește la nivel neutru sau pozitiv despre alte femei (În special despre fostele prietene. Fraternalizarea femeilor nu-i basm)
- Complimentează-i ideile, felul în care se exprimă, râsul, zâmbetul, privirea ... pe scurt, orice-ți place la ea și nu implică înfățișarea sau corpul ei. (Păstrează-ti complimentele privind aspectul ei fizic pentru prima întâlnire adevărată cu ea când vei exclama entuziast cât de bine arată chiar în secunda nr.1 în care o vezi)

Capitolul V

COMUNICAREA PRIN LIMBAJ MATEMATIC



COMUNICAREA PRIN LIMBAJ MATEMATIC

Limbajul științific și tehnic este destinat în primul rând specialiștilor. Când aceștia trebuie să comunice cu audiența mai puțin specializată este necesar apelul la dicționar pentru a explica termenii din textele de specialitate .

Cum se realizează acest fapt în cazul matematicii, limbaj considerat de toată lumea foarte codificat și ermetic, susceptibil de grad maxim de abstractizare și rigurozitate?

Ne propunem să studiem caracteristicile generale ale lexicului matematic și influența acestuia asupra dublului schimb între limba comună și limbajul specializat sau în relația cu alte limbi științifice care fac apel la matematică.

Punctul de vedere al matematicienilor asupra limbajului matematic (LM)

Opinia specialiștilor în domeniu oscilează între atitudinea ezoterică strictă și permeabilitatea selectivă în ceea ce privește accesul cititorului cu pregătire medie la înțelegerea limbajului matematic.

Obiectele matematice nu există propriu vorbind în natură ceea ce contează în Matematică sunt simbolurile care asamblate observând anumite "reguli ale jocului" explicit enunțate, servesc la formarea obiectelor matematice și a relațiilor

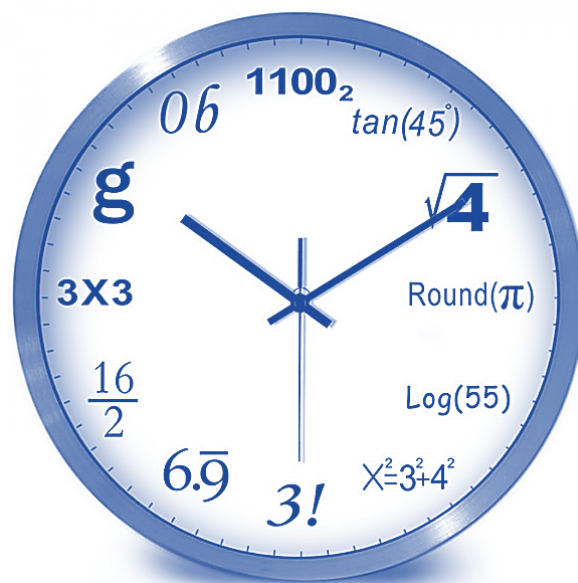
În această concepție a Matematicii, obiectele matematice și relațiile sunt asamblaje (în general atât de complicate încât nu se mai pune problema descrierii efective) de semne fundamentale și litere, formate observând anumite criterii enunțate o dată pentru toate"

Pentru matematicieni, realitatea este construită din aceste relații și asamblaje abstracte. Se pune întrebarea dacă limbajul matematic nu este prin natura sa o limbă în întregime simbolică împrumutând din limba naturală elemente sintactice în număr foarte redus.

Se impune distincția între obiectele matematicii și termenii matematicii (limbajul matematic).

Primele reprezintă ansambluri complexe, rezultate în urma unor relații riguros construite, exprimabile prin intermediul strict al limbajului codificat-simbolic, situate în zone de înaltă abstractizare încât găsirea echivalentelor în realitatea imediată presupune un adevărat efort. limbajul matematic se constituie din cuvinte împrumutate inevitabil din limba naturală care permit contactul specialist-public larg.

Există destulă îndemânare într-un cuvânt ordinar, astfel încât doi interlocutori să aibă impresia de a se înțelege



fără să se gândească exact la același lucru: limbajul matematic vrea să scape de această ambiguitate.

Reușește, dar cu prețul prinderii ușurinței comunicării.

Cu cât o informație este mai bogată și mai precisă, cu atât transmiterea ei este mai delicată”. Această biunivocitate a matematicii, împinsă la extremă, riscă să ducă la cazuri de specializare, și ele extreme, în care matematicianul nu mai poate comunica decât cu el însuși.

Limbajul matematic rămâne accesibil de la un anumit nivel numai specialiștilor. Rigoarea și abstractizarea ridicate se obțin prin construcții care trebuie parcurse integral pentru asigurarea înțelegerii.

Segmente lipsă în bagajul epistemic al receptorului din informația necesară construcției înseamnă întreruperea fluxului comunicativ.

$$(\sqrt{(-shit)})^2$$

SHIT JUST GOT REAL

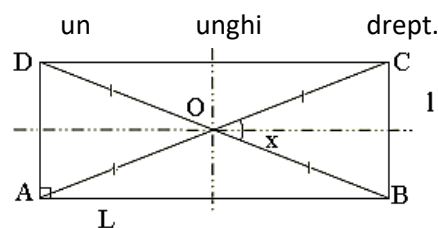
GEOMETRIE PLANĂ

DREPTUNGHIU

Dreptunghiul este paralelogramul care are un unghi drept.

Proprietăți:

- dreptunghiul are laturile opuse congruente;
- dreptunghiul are toate unghiurile drepte;
- într-un dreptunghi diagonalele sunt congruente;
- dreptunghiul are două axe de simetrie (mediatoarele laturilor).



$$P = 2 \cdot (L + l);$$

$$A = L \cdot l;$$

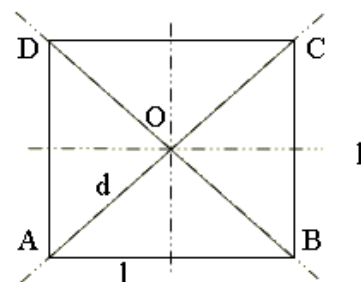
$$A = \frac{d^2}{2} \cdot \sin x.$$

PĂTRATUL

Este dreptunghiul care are laturile alăturate congruente, sau romb cu un unghi drept.

Proprietăți:

- pătratul are toate laturile egale;
- într-un pătrat toate unghiurile sunt drepte (au măsura de 90°);
- diagonalele pătratului sunt: perpendiculare, congruente, bisectoare, se înjumătățesc și axa de simetrie;
- pătratul are patru axe de simetrie (două sunt ediatoarele laturilor și două sunt diagonalele).

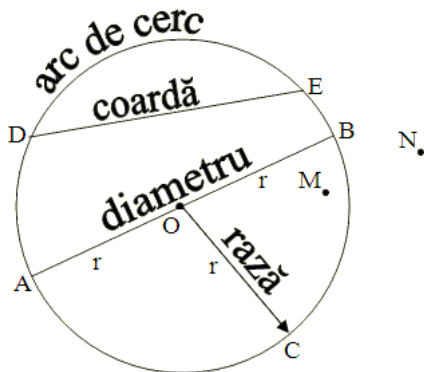


$$P = 4 \cdot l;$$

$$A = l^2;$$

$$A = \frac{d^2}{2}.$$

CERCUL



Formule:

$$\pi = 3,14 \dots$$

Lungimea cercului:

$$L = 2\pi r ;$$

Aria cercului:

$$A = \pi r^2 ;$$

Lungimea arcului de cerc:

$$L_{arc} = \frac{2\pi \cdot r \cdot x^\circ}{360^\circ} \text{ sau } L_{arc} = \frac{\pi r \cdot x^\circ}{180^\circ} ;$$

(x° este măsura unghiului la centru)

Aria sectorului:

$$A_{sector} = \frac{\pi r^2 \cdot x^\circ}{360^\circ} .$$

ROMBUL

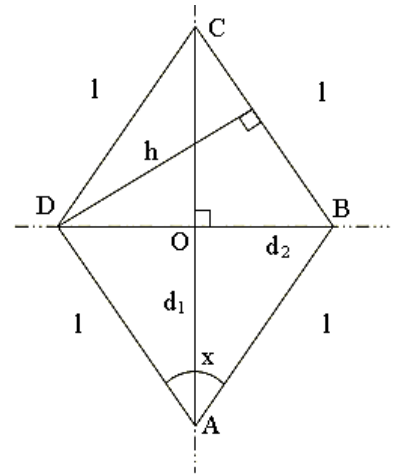
Rombul este paralelogramul care are laturile alăturate congruente (egale).

Proprietăți:

- rombul are toate laturile congruente;
- într-un romb unghiurile opuse sunt congruente;
- diagonalele rombului sunt: perpendiculare, bisectoare, se înjumătățesc și axe de simetrie;
- rombul are doua axe de simetrie (diagonalele rombului).

$$P = 4 \cdot l ;$$

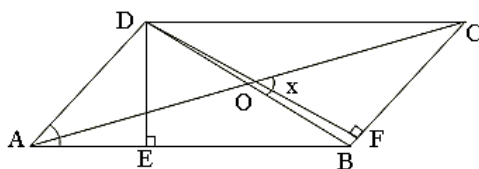
$$A = l \cdot h ; \quad A = l^2 \cdot \sin x ; \quad A = \frac{d_1 \cdot d_2}{2}$$



PARALELOGRAMUL

Paralelogramul este patrulaterul convex care are laturile opuse paralele.

Perimetrul și aria paralelogramului



$$P = 2 \cdot (AB + AD) ;$$

$$A = AB \cdot DE = AD \cdot DF ;$$

$$A = AB \cdot AD \cdot \sin A ;$$

$$A = \frac{AC \cdot BD}{2} \cdot \sin x .$$

Proprietăți:

-- paralelogramul are laturile opuse congruente,

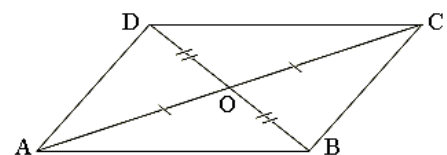
$$[AB] \equiv [CD] \text{ și } [AD] \equiv [BC] ;$$

-- paralelogramul are unghiurile opuse

congruente, $\sphericalangle BAD \equiv \sphericalangle BCD$ și $\sphericalangle ADC \equiv \sphericalangle ABC$;

-- într-un paralelogram diagonalele se înjumătățesc, $[AO] \equiv [OC]$ și $[DO] \equiv [OB]$;

-- paralelogramul nu are axe de simetrie.



TRIUNGHIUL

Perimetrul este egal cu suma lungimilor tuturor laturilor.

$$P = a + b + c;$$

$$p = \frac{a + b + c}{2};$$

unde p este semiperimetrul triunghiului.

Aria triunghiului

$$A = \frac{BC \cdot AD}{2} = \frac{AC \cdot AB}{2} = \frac{AB \cdot AC}{2};$$

$$A = \frac{AB \cdot BC \cdot \sin(\sphericalangle ABC)}{2};$$

$$A = \frac{AC \cdot CB \cdot \sin(\sphericalangle ACB)}{2};$$

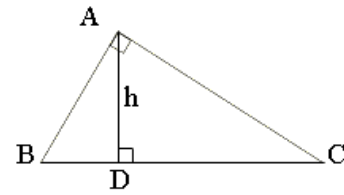
$$A = \frac{BA \cdot AC \cdot \sin(\sphericalangle BAC)}{2};$$

Formula lui Heron

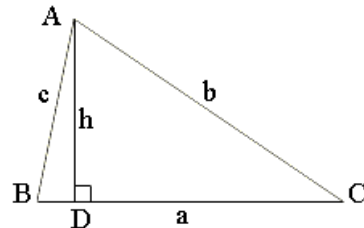
$$A = \sqrt{p(p-a)(p-b)(p-c)}$$

$$\text{unde } p = \frac{a + b + c}{2};$$

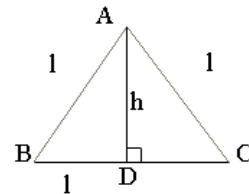
Pentru triunghiul dreptunghic:



$$h = \frac{AB \cdot AC}{BC}; \quad A = \frac{AB \cdot AC}{2}.$$



Pentru triunghiul echilateral:



$$h = \frac{l \cdot \sqrt{3}}{2}; \quad A = \frac{l^2 \sqrt{3}}{4}.$$

BISECTOAREA

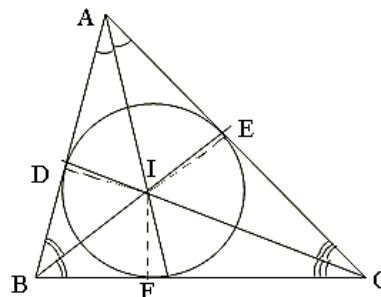
$$\sphericalangle BAA' \equiv \sphericalangle CAA'$$

$$\sphericalangle CBB' \equiv \sphericalangle ABB'$$

$$\sphericalangle ACC' \equiv \sphericalangle BCC'$$

Punctul I (centrul cercului înscris) este la egala distanță de laturile triunghiului.

$$DI = EI = FI$$



Proprietatea bisectoarei: Un punct din interiorul unui unghi propriu aparține bisectoarei unghiului dacă distanțele de la punct la laturile unghiului sunt egale. **Teoremă:** Într-un triunghi cele trei bisectoare sunt concurente (au un punct comun), acesta se numeste centrul cercului înscris și se notează "I"

CENTRUL DE GREUTATE

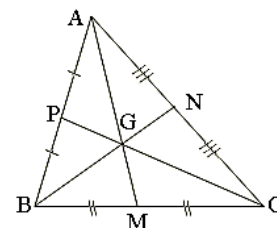
În orice triunghi, centrul de greutate G este situat pe oricare dintre mediane la **2/3 față de vârf și la 1/3 față de bază** (latura corespunzătoare medianei).

$$AM \cap BN \cap CP = \{G\}$$

$$AG = \frac{2}{3} AM; \quad GM = \frac{1}{3} AM;$$

$$BG = \frac{2}{3} BN; \quad GN = \frac{1}{3} BN;$$

$$CG = \frac{2}{3} CP; \quad GP = \frac{1}{3} CP;$$

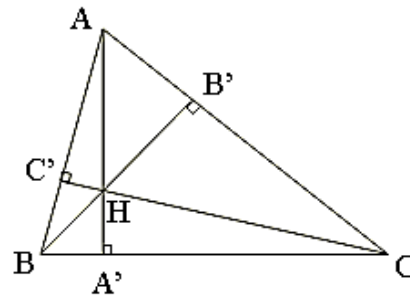


ÎNĂLȚIMEA ÎN TRIUNGHI

Definiție: O **înălțime** a unui triunghi este segmentul determinat de **un vârf al triunghiului** și **piciorul perpendicularei** dusă din acel vârf pe dreapta care conține latura opusă.

Dreptele care includ cele trei înălțimi ale unui triunghi sunt concurente (au un punct comun unic)

Punctul comun se numește **ortocentrul** triunghiului și se notează cu "**H**".



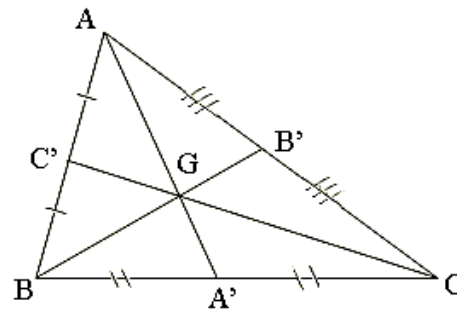
MEDIANA

Definiție: Segmentul determinat de un vârf al unui triunghi și mijlocul laturii opuse acestuia se numește **mediană** a triunghiului.

Medianele unui triunghi sunt concurente, iar punctul lor comun se numește **centrul de greutate** al triunghiului, și se notează cu "**G**".

$[AA']$, $[BB']$, $[CC']$ sunt medianele triunghiului.

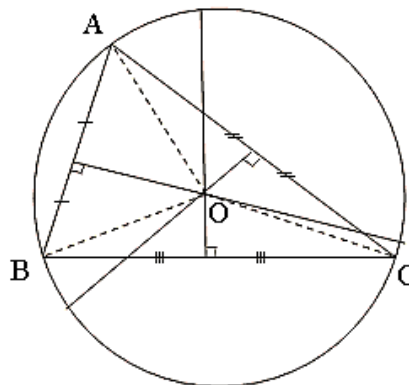
G este centrul de greutate.



MEDIATOAREA

Definiție: **Mediatoarea** unui segment este dreapta perpendiculară pe segment în mijlocul său.
Proprietate: Un punct aparține mediatoarei unui segment dacă și numai dacă are distanțe egale față de extremitățile segmentului.

Teoremă: Într-un triunghi mediatoarele celor trei laturi sunt concurente iar punctul de intersecție se numește **centrul cercului circumscris** triunghiului și se notează "**O**".



Punctul O este centrul cercului circumscris rezultă că $AO = BO = CO$ deoarece acestea sunt raze ale aceluiași cerc.

CONGRUENȚA TRIUNGHILOR

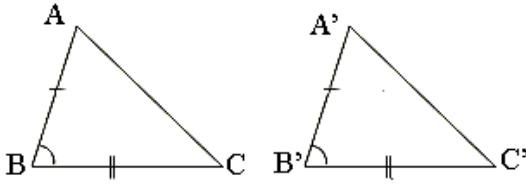
$\Delta ABC \equiv \Delta A'B'C'$ dacă:

$$[AB] \equiv [A'B']; [BC] \equiv [B'C']; [AC] \equiv [A'C']$$

$$\sphericalangle A \equiv \sphericalangle A'; \sphericalangle B \equiv \sphericalangle B'; \sphericalangle C \equiv \sphericalangle C'$$

Cazuri de congruență

Cazul : **Latură, Unghi, Latură (LUL)**

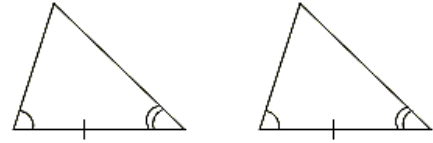


$$[AB] \equiv [A'B']; \quad |$$

$$\sphericalangle B \equiv \sphericalangle B'; \quad | \xRightarrow{LUL} \Delta ABC \equiv \Delta A'B'C'$$

$$[BC] \equiv [B'C']; \quad |$$

Cazul : **Unghi, Latură, Unghi (ULU)**

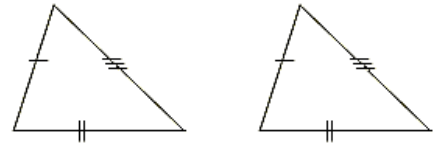


$$\sphericalangle B \equiv \sphericalangle B'; \quad |$$

$$[BC] \equiv [B'C']; \quad | \xRightarrow{ULU} \Delta ABC \equiv \Delta A'B'C'$$

$$\sphericalangle C \equiv \sphericalangle C'; \quad |$$

Cazul : **Latură, Latură, Latură (LLL)**



$$[AB] \equiv [A'B']; \quad |$$

$$[BC] \equiv [B'C']; \quad | \xRightarrow{LLL} \Delta ABC \equiv \Delta A'B'C'$$

$$[AC] \equiv [A'C']; \quad |$$

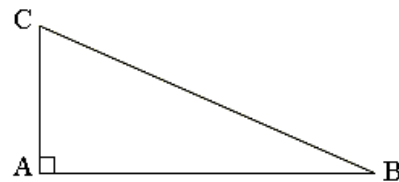
TEOREMA LUI PITAGORA

În orice triunghi dreptunghic,

pătratul lungimii ipotenuzei este egal cu suma pătratelor lungimilor catetelor.

Fie triunghiul ABC dreptunghic, $m(\sphericalangle A) = 90^\circ$.

$$BC^2 = AC^2 + AB^2;$$



Consecințe:

$$AB^2 = BC^2 - AC^2;$$

$$AC^2 = BC^2 - AB^2;$$

Teorema lui Pitagora generalizată: În orice triunghi, pătratul unei laturi este egal cu suma pătratelor celorlalte două laturi minus dublul produsului dintre cele două laturi și cosinusul unghiului cuprins între ele.

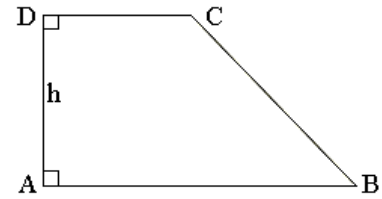
$$BC^2 = AC^2 + AB^2 - 2AC \cdot AB \cdot \cos A$$

TRAPEZUL

Trapezul este patrulaterul convex, care are două laturi paralele și două neparalele.

Trapezul isoscel are laturile neparalele congruente.

În trapezul ABCD : $AB \parallel CD, AD \nparallel BC$, iar segmentele [AB] și [CD] se numesc bazele trapezului ([AB] -- baza mare, notată B și [CD] – baza mică, notată b).



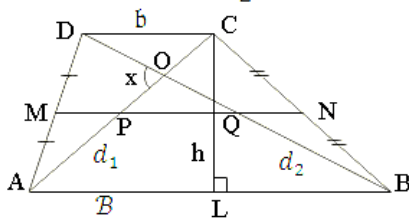
Linia mijlocie a trapezului este segmentul care unește mijloacele laturilor neparalele (în cazul nostru [MN]).

Semisuma bazelor

$$MN = \frac{AB + CD}{2};$$

Semidiferența bazelor

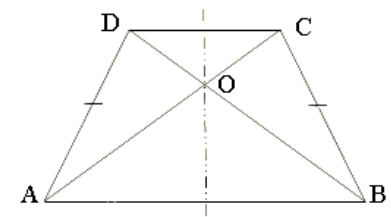
$$PQ = \frac{AB - CD}{2};$$



$$A = \frac{(B + b) \cdot h}{2};$$

$$A = MN \cdot h;$$

$$A = \frac{d_1 \cdot d_2}{2} \cdot \sin x.$$



Proprietăți:

- trapezul isoscel are diagonalele congruente și formează cu bazele triunghiuri isoscele asemenea;
- trapezul isoscel are unghiurile alăturate aceleiași baze congruente;
- trapezul isoscel are o singură axa de simetrie (mediatoarea bazelor).

Trapezul dreptunghic este trapezul care are un unghi drept.

Proprietate:

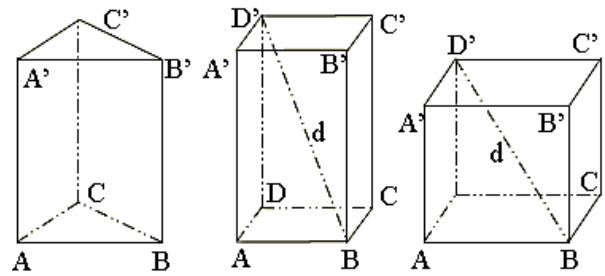
- trapezul dreptunghic are două unghiuri drepte, deci una dintre laturile neparalele este înălțimea trapezului.

Suma unghiurilor opuse este 180 grade, adică $\hat{A} + \hat{B} = 180$, respective $\hat{C} + \hat{D} = 180$.

Unghiul format de o diagonală cu una din laturi, este egal cu unghiul format de cealaltă diagonală cu latura opusă, adică de exemplu $\widehat{CAB} = \widehat{CDB}$

GEOMETRIE ÎN SPAȚIU

PRISMA



Formule prismă (oricare dintr ele)

$$\mathcal{A}_l = \mathcal{P}_b \cdot h;$$

$$\mathcal{A}_t = \mathcal{A}_l + 2 \cdot \mathcal{A}_b;$$

$$\mathcal{V} = \mathcal{A}_b \cdot h;$$

-- diagonala paralelipipedului dreptunghic:

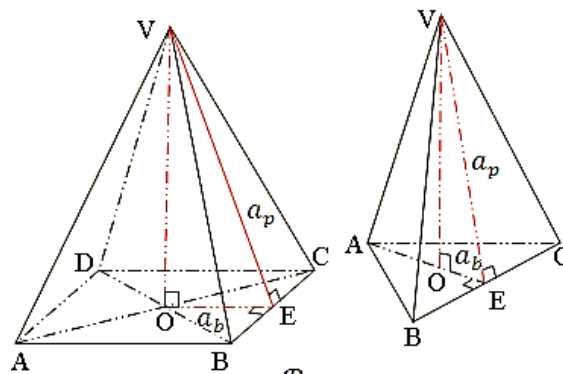
$$d^2 = a^2 + b^2 + c^2;$$

-- formule adaptate pentru cub:

$$\mathcal{A}_{l_{cub}} = 4l^2; \quad \mathcal{A}_{t_{cub}} = 6l^2;$$

$$\mathcal{V}_{cub} = l^3; \quad d_{cub} = l\sqrt{3};$$

PIRAMIDA



$$\mathcal{A}_l = \frac{\mathcal{P}_b \cdot a_p}{2};$$

$$\mathcal{A}_t = \mathcal{A}_l + \mathcal{A}_b;$$

$$\mathcal{V} = \frac{\mathcal{A}_b \cdot h}{3};$$

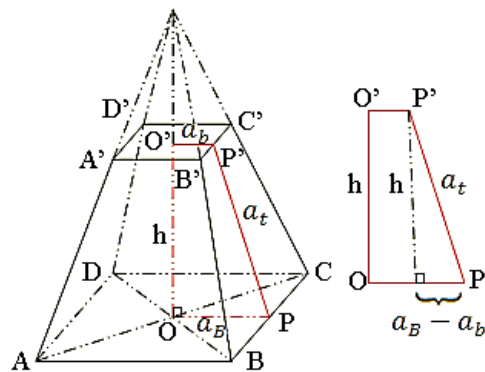
-- dacă baza este **triunghi echilateral**

$$a_b = \frac{h_{\Delta_{echilateral}}}{3}; \quad a_b = \frac{l\sqrt{3}}{6}; \quad \mathcal{A}_b = \frac{l^2\sqrt{3}}{4};$$

-- dacă baza este **pătrat**

$$a_p = \frac{l}{2}; \quad \mathcal{A}_b = l^2; \quad a_p^2 = h^2 + a_b^2.$$

TRUNCHIUL DE PIRAMIDĂ



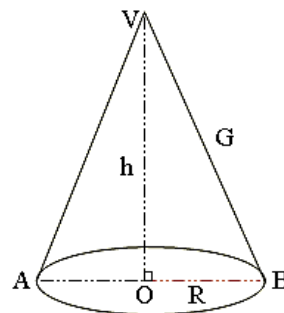
$$\mathcal{A}_l = \frac{(\mathcal{P}_B + \mathcal{P}_b) \cdot a_t}{2};$$

$$\mathcal{A}_t = \mathcal{A}_l + \mathcal{A}_B + \mathcal{A}_b;$$

$$\mathcal{V} = \frac{h(\mathcal{A}_B + \mathcal{A}_b + \sqrt{\mathcal{A}_B \cdot \mathcal{A}_b})}{3};$$

$$a_t^2 = h^2 + (a_B - a_b)^2.$$

CONUL



$$\mathcal{P}_b = 2\pi R;$$

$$\mathcal{A}_b = \pi R^2;$$

$$\mathcal{A}_l = \pi R G;$$

$$\mathcal{A}_t = \pi R(G + R);$$

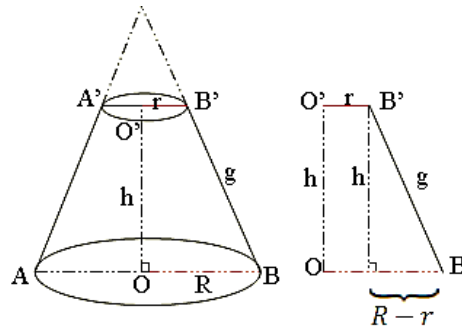
$$\mathcal{V} = \frac{\pi R^2 h}{3};$$

$$G^2 = h^2 + R^2;$$

$$\mathcal{A}_{l_{con}} = \mathcal{A}_{sector} \text{ și } G_{con} = R_{sector} \Rightarrow \frac{R}{G} = \frac{x^\circ}{360^\circ}$$

(pentru conul desfășurat).

TRUNCHIUL DE CON



$$\mathcal{P}_b = 2\pi r; \quad \mathcal{P}_B = 2\pi R;$$

$$\mathcal{A}_b = \pi r^2; \quad \mathcal{A}_B = \pi R^2;$$

$$\mathcal{A}_l = \pi g(R + r);$$

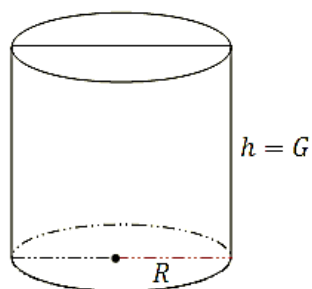
$$\mathcal{A}_t = \pi g(R + r) + \pi R^2 + \pi r^2;$$

$$\mathcal{A}_t = \mathcal{A}_l + \mathcal{A}_B + \mathcal{A}_b;$$

$$\mathcal{V} = \frac{\pi h(R^2 + r^2 + Rr)}{3};$$

$$g^2 = h^2 + (R - r)^2.$$

CILINDRUL



$$\mathcal{P}_b = 2\pi R;$$

$$\mathcal{A}_b = \pi R^2;$$

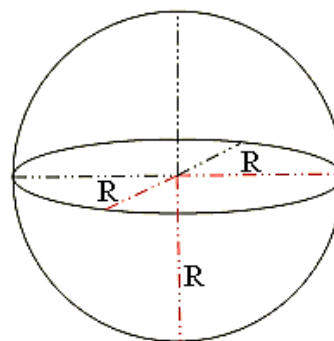
$$\mathcal{A}_l = 2\pi R G, \text{ unde } h = G;$$

$$\mathcal{A}_t = 2\pi R(G + R), \text{ unde } h = G;$$

$$\mathcal{A}_t = \mathcal{A}_l + 2 \cdot \mathcal{A}_b;$$

$$\mathcal{V} = \pi R^2 G.$$

SFERA



$$\mathcal{A} = 4\pi R^2;$$

$$\mathcal{V} = \frac{4\pi R^3}{3};$$

TRIGONOMETRIE

FUNȚIILE TRIGONOMETRICE

Sinusul unui unghi ascuțit este raportul dintre lungimea catetei opuse unghiului și lungimea ipotenuzei.

$$\sin = \frac{\text{lungimea catetei opuse}}{\text{lungimea ipotenuzei}};$$

$$\sin B = \frac{AC}{BC};$$

$$\sin C = \frac{AB}{BC};$$

Cosinusul unui unghi ascuțit este raportul dintre lungimea catetei alăturate unghiului și lungimea ipotenuzei.

$$\cos = \frac{\text{lungimea catetei alăturate}}{\text{lungimea ipotenuzei}};$$

$$\cos B = \frac{AB}{BC};$$

$$\cos C = \frac{AC}{BC};$$

Tangenta unui unghi ascuțit este raportul dintre lungimea catetei opuse unghiului și lungimea catetei alăturate.

$$tg = \frac{\text{lungimea catetei opuse}}{\text{lungimea catetei alăturate}};$$

$$tg B = \frac{AC}{AB};$$

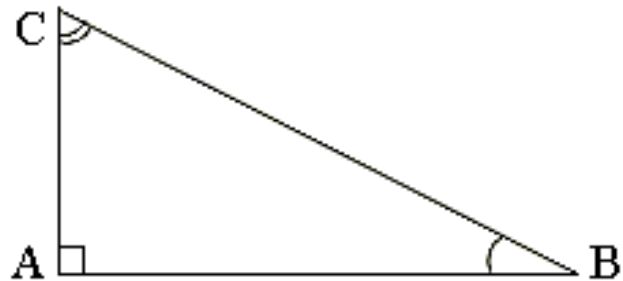
$$tg C = \frac{AB}{AC};$$

Cotangenta unui unghi ascuțit este raportul dintre lungimea catetei alăturate unghiului și lungimea catetei opuse.

$$ctg = \frac{\text{lungimea catetei alăturate}}{\text{lungimea catetei opuse}};$$

$$ctg B = \frac{AB}{AC};$$

$$ctg C = \frac{AC}{AB};$$



	0°	30°	45°	60°	90°
$\sin x^\circ$	0	$\frac{1}{2}$	$\frac{\sqrt{2}}{2}$	$\frac{\sqrt{3}}{2}$	1
$\cos x^\circ$	1	$\frac{\sqrt{3}}{2}$	$\frac{\sqrt{2}}{2}$	$\frac{1}{2}$	0
$\operatorname{tg} x^\circ$	1	$\frac{\sqrt{3}}{3}$	1	$\sqrt{3}$	nu există
$\operatorname{ctg} x^\circ$	nu există	$\sqrt{3}$	1	$\frac{\sqrt{3}}{3}$	0

Formule fundamentale:

$$\sin^2 x + \cos^2 x = 1, \forall x \in [0^\circ, 90^\circ];$$

$$\operatorname{tg} x = \frac{\sin x}{\cos x}, \cos x \neq 0;$$

$$\operatorname{ctg} x = \frac{\cos x}{\sin x}, \sin x \neq 0;$$

$$\cos 0 = 1, \sin 0 = 0.$$

Transformari din grade in radiani

$$360^\circ = 2\pi \text{ deci } 180^\circ = \pi \quad \text{aproximam } \pi = 3,14$$

pentru a calcula din grade in radiani aplicam regula de trei simpla.

Cati radiani reprezinta 5°?

$$180^\circ \text{ ----- } \pi$$

$$5^\circ \text{ ----- } x$$

$$x = 5\pi / 180$$

$$x = \pi / 36$$

daca efectuam si impartirea: $x = 0,087$

Pentru a determina măsura unghiului C , căutăm în tabel măsura unghiului al cărui cosinus este $\frac{1}{2}$

$$\cos C = \frac{1}{2} \Rightarrow m(\sphericalangle C) = 60^\circ$$

Pentru a afla lungimea laturii AB se poate aplica teorema lui Pitagora sau

$$\operatorname{tg} B = \frac{AC}{AB}$$

$$\operatorname{tg} 30^\circ = \frac{AC}{AB}$$

Pentru valoarea tangentei căutăm în tabel

$$\frac{\sqrt{3}}{3} = \frac{2}{AB} \Rightarrow AB = \frac{2 \cdot 3}{\sqrt{3}}$$

$$AB = \frac{\sqrt{3} \cdot 2 \cdot 3}{\sqrt{3}} = \frac{2 \cdot 3 \cdot \sqrt{3}}{\sqrt{3} \cdot \sqrt{3}} = \frac{2 \cdot 3 \cdot \sqrt{3}}{3}$$

$$AB = 2\sqrt{3}$$

TRANSFORMARI DIN RADIANI IN GRADE

Cate grade reprezinta 10 radiani?

$$180^\circ \text{ ----- } \pi$$

$$x^\circ \text{ ----- } 10\pi$$

$$x = (180 \cdot 10\pi) / \pi$$

$$x = 1800^\circ$$

FORMULA DE CALCUL A TANGENTEI

este:

$$\operatorname{tg}(a) = \sin(a) / \cos(a);$$

FORMULA DE CALCUL A COTANGENTEI

este

$$\operatorname{ctg}(a) = \cos(a) / \sin(a);$$

FORMULA FUNDAMENTALĂ A TRIGONOMETRIEI :

$$\sin^2 x + \cos^2 x = 1$$

$$\text{pentru } x=45^\circ, \quad \sin(x) = \frac{\sqrt{2}}{2} \quad \cos(x) = \frac{\sqrt{2}}{2} \quad \operatorname{tg}(x) = 1 \quad \operatorname{ctg}(x) = 1$$

Exemplul: Se cere $\sin(750)$

Deoarece 360 grade inseamna **o rotatie completa**, 750 grade inseamna

720 ($360+360 = \text{doua rotatii}$) + 30° .

Prin urmare $\sin 750^\circ$ inseamna ca punctul A este in aceeasi pozitie ca pentru 30° .

Adica $\sin 720^\circ = \sin 30^\circ = \frac{1}{2}$.

Identic si pentru $\cos(x)$, $\text{tg}(x)$, $\text{ctg}(x)$, adica

$\cos 750^\circ = \cos 30^\circ$,

$\text{tg} 750^\circ = \text{tg} 30^\circ$,

$\text{ctg} 750^\circ = \text{ctg} 30^\circ$.



Capitolul VI

COMUNICAREA TEHNICĂ



Comunicarea tehnică se face prin: texte și grafice clare, precise, concise. Pentru aceasta este nevoie de: standardizare, unități de măsură, desene tehnice, grafice, diagrame, imagini, filme.

Standardizarea reprezintă o activitate organizată, de limitare la un minimum rațional necesar a varietății produselor și mărcilor de materiale necesare fabricării acestora, prin elaborarea de noi standarde și revizuirea lor. Prin standarde se realizează următoarele:

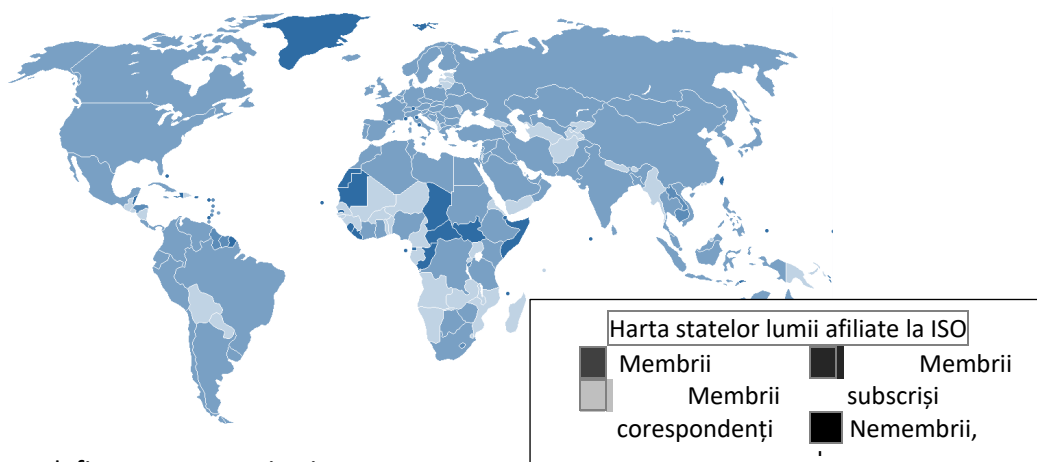
COMUNICAREA TEHNICĂ

STANDARDIZAREA

ISO - ORGANIZAȚIA INTERNAȚIONALĂ DE STANDARDIZARE [11], [20],

Din 14 până 26 octombrie 1946, în Londra a avut loc întrunirea de organizații naționale de norme din 25 de țări. Acolo s-a hotărât organizarea unei noi organizații, în care *ISA* (eng. *International Federation of the National Standardizing Associations*) înființată în 1926 dar care și-a oprit activitatea în anul 1942 și *UNSCC* (eng. *United Nations Standards Coordinating Committee*). Această nouă organizație numindu-se **ISO**, și-a preluat activitatea în data de 23 februarie 1947.

Organizația reprezintă peste 150 de țări, și fiecare țară are un reprezentant. Limbile oficiale sunt engleza și franceza.



Chiar dacă ISO se autodefinește ca organizație non guvernamentală, capacitatea sa de a elabora standarde care pot deveni referințe de legi – prin acorduri și tratate – face ca această organizație să fie mult mai puternică decât multe alte ONG-uri. Participanții au în componere un organism de standardizare pentru fiecare țară membră la care pot participa și principalele corporații. ISO cooperează strâns cu Comisia Electrotehnică Internațională (*IEC*), care este responsabilă pentru standardizarea echipamentelor electrice și electronice.

Se observă că în Europa, Republica Moldova, Albania și țările Baltice sunt doar membrii corespondenți ai ISO. Standardele ISO sunt adoptate, traduse și difuzate în România de **ASRO** - Asociația de Standardizare din România (fostul IRS) care participă prin specialiști în cadrul comitetelor tehnice internaționale ale ISO.

ISO este sigla pentru „*International Organization for Standardization*”. Deși acest cuvânt este un acronim, el derivă și de la termenul grecesc „*ισιος*”, care înseamnă egal, *izotonic*, *izomorf*, *izobare*, *izotop*, etc. Dacă ar fi fost doar un simplu acronim atunci ar fi fost: OIS în română, IOS în engleză, OIN în franceză, fondatorii însă au ales ISO ca abreviere universală.

Standardele ISO sunt numerotate, și au un format de tipul: "ISO 9999:yyyy: Titlul", unde "9999" este numărul standardului, "yyyy" este anul publicării, și "Titlul" descrie obiectul. De exemplu, familia de standarde ISO 9000 este formată într-o serie de standarde referitoare la sistemul de management al calității, care urmăresc asigurarea satisfacției clienților și obținerea de produse și servicii conforme.

Standardizarea reprezintă o activitate organizată, de limitare la un minimum rațional necesar a varietății produselor și mărcilor de materiale necesare fabricării acestora, prin elaborarea de noi standarde și revizuirea lor. Prin standarde se realizează următoarele: Se asigură în mod unitar și general ridicarea calității produselor la nivelul celor mai bune realizări pe plan național și mondial;

Codex Alimentarius este de exemplu o colecție de standarde alimentare adoptate la nivel internațional, care au ca scop declarat protecția sănătății consumatorilor și asigurarea practicilor corecte în comerțul alimentar. Codex Alimentarius cuprinde standarde pentru toate alimentele, fie ele preparate, semipreparate sau crude

și pentru distribuția către consumator, prevederi în ceea ce privește igiena alimentară, aditivi alimentari, reziduuri de pesticide, factori de contaminare, etichetare și prezentare, metode de analiză și prelevare.

În realitate, Codex Alimentarius intenționează să pună în afara legii orice metodă alternativă în domeniul sănătății cum ar fi terapiile naturiste, folosirea suplimentelor alimentare și a vitaminelor și tot ceea ce ar putea constitui mai mult sau mai puțin un potențial concurent pentru industria chimiei farmaceutice.

DEFINIȚIA UNUI STANDARD

Ghidul ISO/CEI 2: 1996 definește standardul ca fiind un document, stabilit prin consens și aprobat de către un organism recunoscut, care asigură, pentru uz comun și repetat, reguli, linii directoare sau caracteristici pentru activități sau rezultatelor lor, cu scopul de a se obține gradul optim de ordine într-un anumit context.

CONȚINUTUL UNUI STANDARD

Standardele variază după caracter, subiect sau volum. Acestea includ mai multe discipline: începând cu toate aspectele tehnice, economice și sociale ale activității umane și încheind cu toate disciplinele de bază cum ar fi limbajul, matematica, fizica etc.

- Sunt coerente și consecvente : standardele sunt elaborate de către comitetele tehnice care sunt coordonate de către un organism specializat și asigură depășirea barierelor dintre diferitele domenii de activitate și diferite politici comerciale;
- Rezultă din participare : standardele reflectă rezultatele activității desfășurate în comun ce implică toate părțile competente și sunt validate prin consens pentru a reprezenta toate interesele relevante: producători, utilizatori, laboratoare, autorități, consumatori etc.
- Sunt procese active : standardele se bazează pe experiența reală și conduc la rezultate materiale în practică (produse – atât bunurile, cât și serviciile, metodele de încercare etc.); ele stabilesc un compromis între cele mai ridicate nivele de progres și constrângerile economice ale timpului;
- Sunt actualizate : standardele sunt revizuite periodic sau după cum dictează circumstanțele pentru a le asigura actualitatea și, de aceea, evoluează împreună cu progresul social și tehnologic;
- Au statut de referințe în contracte comerciale și în instanță în cazul unei dispute;
- Au recunoaștere națională sau internațională : standardele sunt documente care sunt recunoscute ca valabile la nivel național, regional sau internațional, după caz;
- Sunt disponibile pentru oricine : standardele pot fi consultate și achiziționate fără restricție. Ca regulă generală, standardele nu sunt obligatorii, acestea având o aplicare voluntară. În anumite cazuri, implementarea poate fi obligatorie (cum ar fi în domeniile legate de securitate, instalații electrice sau în contracte publice).

ROLUL STANDARDELOR

Un standard reprezintă un nivel de experiență și tehnologie care face ca prezența industriei în elaborarea sa să fie indispensabilă.

Acesta este un document de referință folosit, în special, în contextul contractelor publice sau în cadrul comerțului internațional, pe care se bazează majoritatea contractelor comerciale.

Standardele sunt folosite de către industriași ca și referință indiscutabilă ce simplifică și clarifică relațiile comerciale dintre partenerii economici.

Standardele sunt documente care se folosesc din ce în ce mai mult în jurisprudență. Pentru factorii economici, standardele sunt:

- Un factor de raționalizare a producției : standardul face posibilă stăpânirea caracteristicilor tehnice, pentru a satisface clientul, pentru a valida metodele de fabricație, pentru creșterea productivității, dând un sentiment de securitate operatorilor și instalatorilor;
- Un factor de clarificare a tranzacțiilor : în fața unei oferte supraaglomerate de produse sau servicii, care pot avea valori practice extrem de diferite, existența sistemelor de referință facilitează o mai bună evaluare a

ofertelor și reducerea incertitudinilor, ajută la definirea necesităților, optimizează relațiile cu furnizorii, elimină necesitatea unor încercări suplimentare;

- Un factor de transfer al noilor tehnologii : standardizarea facilitează și accelerează transferul de tehnologie în domeniile care sunt esențiale atât pentru companii, cât și pentru persoane fizice (noi materiale, sisteme de informare, biotehnologie, produse electronice, fabricarea integratelor pentru computere – CIM etc.)
- Un factor pentru selectarea strategică a companiilor : participarea la standardizare înseamnă introducerea soluțiilor adaptate la competența unei companii și echiparea acelei companii pentru a putea concura într-un mediu economic competitiv. Asta înseamnă să acționezi în spiritul standardizării, nu să suporti costurile.

TIPURI DE STANDARDE

Se pot menționa patru tipuri mari de standarde: Standarde de prescripții fundamentale care se referă la terminologie, metrologie, convenții, semne și simboluri etc.

- Standarde pentru metode de încercare și pentru analiză care măsoară caracteristicile;
- Standarde care definesc caracteristicile unui produs (standard de produs) sau a unei specificații pentru un serviciu (standarde pentru activități de servicii) și pragurile de performanță ce trebuie atinse (utilizare adecvată, interfața și interschimbabilitatea, sănătate, securitate, protecția mediului, contracte standard, documentația ce însoțește produsele sau serviciile etc.);
- Standarde de organizație care se referă la descrierea funcțiilor unei companii și la relațiile dintre acestea, cât și la structurarea activităților (managementul și asigurarea calității, mentenanța, analizele de valoare, logistica, managementul calității, managementul proiectelor sau al sistemelor, managementul producției etc.)

CICLUL DE VIAȚĂ

În general, un standard cuprinde șapte etape majore:

1. **Identificarea necesităților partenerilor** : analiza pe sector a gradului de adecvare și a fezabilității tehnico-economice a activității normative pe baza a două întrebări hotărâtoare: Standardul va asigura „un plus” tehnic și economic în sector? Există și sunt disponibile cunoștințele necesare pentru elaborarea unui standard?
2. **Programarea colectivă**: strategie de gândire pe baza necesităților identificate și a priorităților definite de către toți partenerii, apoi luarea deciziei de a se introduce în programul de lucru al organizației implicate;
3. **Elaborarea proiectului de standard de către părțile interesate**, reprezentate de experți (inclusiv producători, distribuitori, utilizatori, consumatori, administrație, laboratoare etc., după caz), lucrând împreună în cadrul comitetelor tehnice;
4. **Consensul experților** privind proiectul de standard;
5. **Validarea** : consultare la nivel internațional și/sau național, după caz, sub forma unei anchete publice, ce implică toți partenerii economici pentru a avea asigurarea că proiectul de standard este conform interesului general și nu ridică alte obiecții majore.
6. **Finalizarea textului proiectului de standard**; Aprobarea textului pentru a fi publicat ca standard;
7. **Revizuirea** : aplicarea tuturor standardelor reprezintă obiectul unei evaluări efectuate în mod regulat de către organismul de standardizare în ceea ce privește relevanța, ceea ce face posibilă detectarea la timp a unui standard ce trebuie adaptat la alte necesități. După revizuire, un standard poate fi confirmat fără schimbări, poate merge în continuare la revizuire sau poate fi anulat.

DREPTUL DE AUTOR ȘI DREPTUL DE UTILIZARE

Standarde naționale: Standardul este o operă colectivă. Includerea unui standard național în programul național de standardizare și elaborarea acestuia se face sub autoritatea organismului național de standardizare, care îl și publică.

Prin urmare, standardul național este o operă protejată încă din faza de proiect, dreptul de autor aparținând organismului național de standardizare.

Standarde internaționale: Din faza de proiect în cadrul comitetului tehnic, standardele internaționale sunt protejate prin drept de autor, aparținând organismelor internaționale de standardizare (ISO, CEI).

Exploatarea drepturilor de autor este în mod automat transferată către organismele naționale de standardizare, membre ale ISO și CEI, pentru elaborarea standardelor naționale. Organismul național de standardizare este obligat să ia toate măsurile care se impun pentru a asigura protecția proprietății intelectuale a ISO și CEI pe teritoriul național.

Fiecare proiect de standard internațional și fiecare standard internațional publicat poartă mențiunea de exploatare a drepturilor de autor, constând în simbolul internațional al dreptului de autor, numele editorului și anul publicării. Reproducerea standardelor Standardul nu poate fi copiat, reprodus electronic sau transmis, în tot sau în parte, sub orice formă și prin orice mijloace, electronic sau mecanic, inclusiv prin fotocopiere și microfilm, fără acordul scris al organismului național sau internațional de standardizare în cauză, decât dacă nu este prevăzut altfel.

Utilizarea rețelelor publice, inclusiv a Internetului La toate nivelele – național, regional sau internațional – organismul național de standardizare trebuie consultat în prealabil în cazul deschiderii unei rețele electronice publice sau private (Internet, Intranet sau ceva similar) destinate diseminării, transmiterii sau schimburilor de texte sau părți ale textelor standardelor, în cadrul sau în afara activității de standardizare.

Indiferent de situație, există o obligație strictă de a urmări recomandările organismului internațional și național de standardizare în cauză ori de câte ori sunt utilizate rețele publice sau private.

ROLUL STANDARDIZĂRII

Standardizarea este recunoscută astăzi ca fiind disciplina esențială pentru toți agenții economici, care trebuie să depună eforturi pentru cunoașterea motivațiilor și a implicațiilor acesteia. Acum 20 de ani standardizarea era un domeniu rezervat doar câtorva specialiști. Astăzi, companiile au preluat standardizarea ca un element tehnic și comercial major. Ele conștientizează faptul că trebuie să joace un rol activ în acest domeniu sau să fie gata să accepte standardizarea care se desfășoară fără contribuția lor sau fără luarea în considerare a intereselor lor. Mai mulți factori au contribuit la definirea acestei tendințe:

INTEGRAREA ECONOMICĂ A EUROPEI

Pașii alerti spre integrarea economică europeană și decizia Comisiei CE de a da standardelor o valoare decisivă în ceea ce privește libera circulație a mărfurilor și a serviciilor în cadrul Uniunii au condus la rolul cheie pe care îl joacă instrumentul normativ. Concurența în creștere și specializarea pe care le determină vor conduce la o dezvoltare majoră a schimburilor în cadrul Pieței Unice. Aceste schimburi trebuie să se conformeze anumitor reguli. Comisia și-a limitat rolul prin afirmarea obiectivelor – cerințele esențiale – lăsând agenților economici, implicați în elaborarea standardelor, posibilitatea de a specifica modalitățile și mijloacele de atingere a obiectivelor.

CERINȚA CALITĂȚII

Apărută în anii '50, cerința calității a dobândit o importanță crescută și se evidențiază din ce în ce mai mult ca un factor determinant al competitivității. Dacă astăzi este ușor să compari prețuri, este mult mai dificil să compari nivele de calitate. Existența unui sistem de calitate de referință, recunoscut unanim, reprezintă un instrument prețios de clarificare. Acesta este rolul exact al standardelor.

EVOLUȚIA TEHNICĂ ȘI TEHNOLOGICĂ

Un alt factor pozitiv pentru expansiunea standardizării este apariția noilor tehnici și tehnologii. Toate tehnicile privind informația, prelucrarea și transmiterea la distanță a acesteia (prelucrarea datelor, telecomunicațiile, căile de informații etc.) implică stabilirea rețelelor.

În ceea ce privește alte tehnici bazate pe rețele (transmisii electronice), dezvoltarea acestora depinde de acceptul utilizatorilor în privința regulilor comune care facilitează interoperabilitatea. Într-o economie a țărilor dezvoltate, aceste tehnici joacă un rol considerabil, fapt atestat, spre exemplu, de expansiunea ridicată a Electronic Data Interchange (EDI).

STANDARDIZAREA INTERNAȚIONALĂ, REGIONALĂ ȘI NAȚIONALĂ

Standardele se elaborează la nivel internațional, regional și național. Coordonarea activităților la aceste trei nivele este asigurată prin structuri comune și acorduri de cooperare.

ISO – Organizația Internațională de Standardizare

IEC – Comisia Electrotehnică Internațională

ITU – Uniunea Internațională a Telecomunicațiilor Standardizarea regională Europa

CEN – Comitetul European pentru Standardizare

CENELEC – Comitetul European pentru Standardizare în Electrotehnică

ETSI – Institutul European pentru Standardizare în Telecomunicații America

COPANT – Comisia de Standardizare Panamericană

MERCOSUR – Piața Comună a Sudului Standardizarea națională Fiecare țară are propriul sistem național de standardizare. Organismele principale sau cele mai reprezentative sunt membre ale organismelor regionale sau internaționale.

STANDARDIZAREA ȘI OMC (ORGANIZAȚIA MONDIALĂ A COMERȚULUI)

Ultimele negocieri ale GATT (Acordul General asupra Tarifelor și Comerțului), Runda Uruguay, au avut ca rezultat înființarea OMC, care a fost înființată pe data de 1 ianuarie 1995. La data de 5 februarie 2003 existau 145 de membri și observatori.

Acordul privind Barierele Tehnice în Calea Comerțului (WTO TBT) este unul dintre cele 29 de texte juridice individuale ale Acordului OMC care obligă membrii să asigure faptul că reglementările tehnice, standardele voluntare și procedurile de evaluare a conformității nu creează obstacole inutile în calea comerțului.

Anexa 3 a Acordului TBT este Codul de Bună Practică pentru Pregătirea, Adoptarea și Aplicarea Standardelor. Prin acceptarea Acordului TBT, membrii OMC sunt de acord să asigure faptul că guvernele și organismele de standardizare ale țărilor lor 1189 acceptă și respectă acest Cod de Bună Practică și acceptă și să ia măsuri rezonabile pentru ca și guvernele locale, organismele neguvernamentale și organismele regionale de standardizare fac același lucru. Codul este, de aceea, deschis pentru a fi acceptat de către toate aceste organisme.

În contextul transparenței, Codul cere ca organismele de standardizare care au acceptat condițiile sale să notifice acest lucru la Centrul de Informare ISO/CEI cu sediul la Secretariatul Central ISO de la Geneva, fie direct sau prin intermediul membrului ISONET național/internațional relevant (rețeaua de Informare ISO). Informațiile de contact pentru toți membrii ISONET sunt prezentate în ISONET Directory. Cel puțin o dată la șase luni, organismele de standardizare trebuie să publice programele lor de standardizare și să notifice existența lor la Centrul de Informare ISO/CEI.

STANDARDE PENTRU SISTEME DE MANAGEMENT

În ultimii ani s-a putut constata dezvoltarea și aplicarea a ceea ce se cunoaște sub numele de „standarde generice pentru sisteme de management”, în care „generic” înseamnă că cerințele din standarde se pot aplica în orice organizație, indiferent de produsele pe care le fabrică (sau de faptul că „produsul” este, de fapt, un serviciu) iar sisteme de management se referă la ceea ce face organizația pentru a-și organiza procesele.

Două dintre cele mai cunoscute serii de standarde internaționale ce intră în această categorie sunt aproape sigur seria ISO 9000 pentru managementul sistemelor calității și seria ISO 14000 pentru sistemele de managementul mediului. O gamă largă de informații și asistență legate de aceste standarde și aplicarea lor este disponibilă la membrii ISO, dintre care mulți oferă informații detaliate prin intermediul site-urilor lor și pe site-ul ISO.

CERTIFICAREA CONFORMITĂȚII CU STANDARDELE ȘI

DEFINIȚIA CERTIFICĂRII

Certificarea este o procedură prin care o terță parte dă asigurarea scrisă că un produs, proces sau serviciu este în conformitate cu cerințele specificate. (Definiție: Ghidul 2 ISO/CEI: 1996). Acesta este diferit de alte sisteme de dovedire a conformității, cum ar fi declarațiile furnizorului, rapoartele laboratoarelor de încercări sau rapoartele organismelor de inspecție.

Certificarea se bazează pe rezultatele încercărilor, inspecțiilor și auditurilor și dau încredere clientului în ceea ce privește intervenția sistematică a unei terțe părți competente.

ROLUL CERTIFICĂRII

Certificarea este un avantaj, atât pentru producător, cât și pentru cel care achiziționează, consumator sau distribuitor. Aceasta adaugă o valoare incontestabilă produsului sau serviciului care poartă marca sa comercială. Pentru producător sau pentru cel care furnizează servicii, această valorifică bunurile sau serviciile, deschide piețele și simplifică relațiile.

Pentru utilizator, ea furnizează asigurarea că produsul achiziționat îndeplinește caracteristicile definite sau că procesele organizației îndeplinesc cerințele specificate. Anumite mărci de certificare a produsului pot reprezenta asigurarea securității și calității. Certificarea facilitează diferențierea produselor sau serviciilor aparent identice; aceasta oferă tuturor posibilitatea unui apel în cazul nemulțumirii.

TIPURI DE CERTIFICARE

Certificarea produsului atestă faptul că acesta este în conformitate cu caracteristicile de securitate, adecvat utilizării și/sau interschimbabilității definite în standarde și în specificațiile suplimentare standardelor, atunci când acestea sunt cerute de către piață.

Certificarea organizației demonstrează conformitatea calității, de exemplu, a unei organizații sau a sistemului său de management de mediu cu modelul relevant din seriile de standarde privitoare la sistemele de management ISO 9000 sau ISO 14000. Diferitele sisteme de referință nu sunt legate de nivelul de performanță a produsului.

LABORATOARELE DE ÎNCERCĂRI ACREDITATE

Producătorii pot avea nevoie de sprijinul tehnic al laboratoarelor de încercări independente, fie pentru dezvoltarea unor produse noi, fie în etapa de marketing și export.

Multe țări industrializate au făcut eforturi substanțiale pentru a dezvolta rețele de laboratoare care furnizează asigurarea calității serviciilor de încercare (în special în termeni legați de calitatea rezultatelor pe care își bazează deciziile). La nivel internațional, această activitate se încadrează în domeniul de aplicare al International Laboratory Accreditation (ILAC).

Unul dintre obiectivele acestei coordonări este de a asigura companiilor un acces îmbunătățit la serviciile acestor laboratoare care vor acoperi cel mai probabil, necesitățile acestora legate de încercare și vor optimiza utilizarea acestor mijloace. La nivel național, există un număr de rețele de laboratoare. Organismele naționale de standardizare pot fi contactate pentru informații privind țările lor.

ACCESUL LA STANDARDE ȘI LA SERVICIILE DE STANDARDIZARE

Fiecare organism național de standardizare își administrează propria colecție de standarde și are acces la colecțiile altor instituții. Acesta face disponibilă colecția pentru agenții economici și oferă o gamă de servicii. Acestea pot include:

- Instrumente și servicii de informare gratuite pentru identificarea standardelor sau pentru anunțarea standardelor noi: cataloage, reviste informative, servere web etc;
- Servicii contra cost pentru accesul la textele normative în diferite formate: Abonamente, format hârtie, CD-ROM, online;
- Serviciile de notificare sau abonare pentru informații actualizate;
- Asistență tehnică, incluzând exportatorii. Membrii WSSN Pentru a facilita accesul la informațiile despre standarde și servicii, WSSN menține legături directe cu site-urile organizațiilor din următoarele categorii: ISO, CEI, ITU
- Alte organisme internaționale de standardizare
- Alte organizații internaționale/regionale cu activități conexe
- Organismele regionale de standardizare
- Membrii naționali ai ISO și CEI De asemenea, se furnizează o listă în ordine geografică a site-urilor de mai sus după țară sau după regiune. În schimb, membrii naționali ai ISO și CEI păstrează legătura cu organizațiile naționale similare și, când este cazul, rețelele naționale în domeniul standardizării, cum ar fi

NSSN o sursă de informații din Statele Unite, pentru standardele regionale și internaționale, care se poate accesa prin site-ul www.nssn.org/

ANSI – Institutul Național de Standardizare din America), SISC (Serviciul Informații Standarde, Canada, care se poate accesa prin site-ul www.ansi.org/

SCC – Consiliul Standardizării din Canada) etc. Indexul structurat al WSSN asigură un mijloc de accesare facilă a paginilor specifice ale site-urilor membrilor WSSN, cum ar fi informațiile de contact, cataloage etc. (www.scc.ca/)

Informațiile despre organizații care intră în categoriile de mai sus și care nu au site-uri se pot obține după cum urmează:

- Organisme internaționale de standardizare – ISO/CEI: Nomenclatorul organismelor internaționale de standardizare conține informații despre 45 de organisme internaționale
- Membrii naționali ai ISO
- Comitete naționale CEI

Alte surse de informații ISONET: centrele de informare ale unui număr de organisme naționale de standardizare, organisme regionale de standardizare și organisme internaționale de standardizare cooperează în cadrul ISONET, Rețeaua de Informare ISO. ISONET este un acord între organismele de standardizare pentru a combina eforturile lor în vederea obținerii informațiilor despre standarde, reglementări tehnice și alte aspecte aferente, care să fie disponibile rapid, de ori de câte ori este necesar.

Membrii ISONET sunt de acord să își împărtășească experiența și să facă schimb de informații între ei, facilitând transferul informațiilor despre standardele și reglementările naționale străine ce se pot obține prin intermediul unui membru local al ISONET. Informațiile de contact pentru membrii ISONET și informațiile privind serviciile pe care le furnizează aceștia sunt prezentate în Nomenclatorul ISONET. Punctele de informare OMC TBT și OMC SPS Aceste acorduri ale OMC prevăd înființarea punctelor naționale de informare pentru a furniza informații și asistență privind reglementările tehnice relevante, standardele și procedurile de evaluare a conformității.

Pentru țările în care există un membru ISONET, informațiile de contact pentru punctele naționale de informare OMC TBT și OMC SPS relevante sunt incluse în nomenclatorul ISONET. Listele complete ale

punctelor naționale de informare OMC TBT și OMC SPS sunt administrate de către OMC. Listele sunt, de asemenea, disponibile și în Nomenclatorul ISONET. Servicii de informare gratuite sau contra cost?

În funcție de tipul de informații dorite, răspunsul furnizat poate fi gratuit sau poate intra în cadrul serviciilor contra cost. Ca regulă, informațiile privind standardizarea și sistemele de certificare, identificarea informațiilor privind standardele, produsele și serviciile oferite de către fiecare membru al WSSN vor fi gratuite.

În mod similar, catalogul serviciilor membrilor WSSN, ce permite identificarea referințelor la standardele în vigoare în fiecare țară și a documentelor prin care se comandă un serviciu, va fi, de asemenea, oferite gratuit.

Publicațiile organismelor de standardizare (standarde, manuale, cataloage pe hârtie etc.) sunt contra cost și fiecare organism are propriile sale tarife. Serviciile de documentare (bazele de date, serviciul de supraveghere a normativelor – format de hârtie, sau electronic – și servicii online, servicii care adaugă valoare) vor fi, de asemenea, contra cost.

UNITĂȚILE DE MĂSURĂ CA ȘI COMUNICARE TEHNICĂ

Unitățile de măsură reprezintă un standard de măsurare a cantităților fizice. În fizică și în metrologie, e necesară o definiție clară și univocă asupra aceeași cantități, pentru a garanta utilitatea și reproductibilitatea rezultatelor experimentale, ca bază a metodei științifice. Sistemele de măsură științifice sunt o formalizare a conceptului de greutate și măsuri, care s-au dezvoltat inițial cu scopuri comerciale, în special pentru a crea o serie de instrumente cu care vânzătorii și cumpărătorii să poată măsura în manieră univocă o cantitate de marfă tranzacționată. Există diverse sisteme de unități de măsură, bazate pe diverse suite de unități de măsură fundamentale.

SISTEMUL INTERNAȚIONAL DE MĂSURI [21]

Sistemul cel mai folosit în ziua de azi e Sistemul Internațional, care are șapte unități de măsură de bază ("fundamentale"), din care toate celelalte sunt derivate.

Astăzi, sistemul internațional este cel mai utilizat sistem de unități de măsură pe plan mondial. Sistemul este folosit în majoritatea țărilor lumii, la ora actuală doar Marea Britanie și încă trei țări n-au trecut încă oficial la SI: Statele Unite ale Americii, Liberia și Myanmar. Totuși, în SUA SI este larg folosit în mediile științifice.

Cu toate acestea, majoritatea unităților de măsură non-metrice sunt definite pe baza unităților SI. De exemplu, Institutul Național de Standarde și Tehnologii al SUA (NIST) publică tabele cu definiții ale unităților de măsură americane în funcție de cele metrice

UNITĂȚILE FUNDAMENTALE ALE SISTEMULUI INTERNAȚIONAL

SI are șapte unități fundamentale independente, din care se obțin prin analiză dimensională toate celelalte unități, adică unitățile SI derivate. Unitățile fundamentale sunt considerate independente în măsura în care permit măsurarea mărimilor fizice independente.

Unitățile fundamentale de măsură în sistemul internațional				
Mărime	Simbol	Denumire	Simbol unitate	Definiție, Observații
lungime	l	metru	m	Metrul este lungimea drumului parcurs de lumină în vid în timp de $1/299\,792\,458$ dintr-o secundă.
masă	m	kilogram	kg	Kilogramul este masa prototipului internațional al kilogramului confecționat dintr-un aliaj de platină și iridiu (90 % - 10 %) și care se păstrează la Biroul Internațional de Măsuri și Greutăți (BIPM) de la Sèvres - Franța.
timp	t	secundă	s	Secunda este durata a $9\,192\,631\,770$ perioade ale radiației care corespunde tranziției între două nivele de energie hiperfine ale stării fundamentale a atomului de cesiu 133 la temperatura de 0 grade K.
curent electric [‡]	I	amper	A	Amperul este intensitatea unui curent electric constant care, menținut în două conductoare paralele, rectilinii, cu lungimea infinită și cu secțiunea circulară neglijabilă, așezate în vid, la o distanță de 1 metru unul de altul, ar produce între aceste conductoare o forță de 2×10^{-7} dintr-un newton pe o lungime de 1 metru.
temperatură termodinamică	T	kelvin	K	Kelvinul, unitate de temperatură termodinamică, este fracțiunea $1/273,16$ din temperatura termodinamică a punctului triplu al apei.
cantitate de substanță	n	mol	mol	Molul este cantitatea de substanță a unui sistem care conține atâtea entități elementare câți atomi există în 0,012 kilograme de carbon C-12 (¹² C). De câte ori se întrebuintează molul, entitățile elementare trebuie specificate, ele putând fi atomi, molecule, ioni, electroni, alte particule sau grupuri

Unitățile fundamentale de măsură în sistemul internațional				
Mărime	Simbol	Denumire	Simbol unitate	Definiție, Observații
				specificate de asemenea particule. Acest număr de unități elementare se numește numărul lui Avogadro.
intensitate luminoasă	I_v	candelă	cd	Candela este intensitatea luminoasă, a unei surse care emite o radiație monocromatică cu frecvența de 540×10^{12} hertzi și a cărei intensitate energetică, în această direcție este de $1/683$ dintr-un watt pe steradian.

Unitățile fundamentale derivate			
Mărime	Simbol	Denumire	Simbol dimensional
arie	A	metru pătrat	m^2
volum	V	metru cub	m^3
viteză	v	metru pe secundă	$m s^{-1}$
acelație	a	metru pe secundă la pătrat	$m s^{-2}$
număr de undă	σ, \bar{U}	metru la puterea minus unu	m^{-1}
masă volumică (densitate)	ρ	kilogram pe metru cub	$kg m^{-3}$
masă superficială [†]	ρ_A	kilogram pe metru pătrat	$kg m^{-2}$
volum masic	v	metru cub pe kilogram	$m^3 kg^{-1}$
densitate de curent densitatea curentului electric	j	amper pe metru pătrat	$A m^{-2}$
câmp magnetic	H	amper pe metru	$A m^{-1}$
concentrație a cantității de substanță ^(a)	c	mol pe metru cub	$mol m^{-3}$
concentrație masică [†]	ρ	kilogram pe metru cub	$kg m^{-3}$
luminanță	L_v	candelă pe metru pătrat	$cd m^{-2}$
indice de refracție ^(b)	n	unu	1
permeabilitate relativă ^{† (b)}	μ_r	unu	1

[‡] Formularea „curent electric” trebuie înțeleasă ca „o mărime fizică cu ajutorul căreia se pot măsura fenomenele din domeniul curentului electric”. În continuare în surse se precizează că mărimea aleasă, și a cărei unitate este amperul (A), este intensitatea curentului electric.

[†] Formulări neprezente în traducerea din 1989 în limba română a broșurii SI versiunea 5-a.

^(a) În domeniul biochimiei această mărime este numită *concentrație de substanță*.

^(b) Aceste mărimi sunt adimensionale, cu dimensiunea 1. Simbolul „1” pentru unitate (numărul „unu”) nu se scrie la mărimile adimensionale.

Unele unități fundamentale sunt definite pe baza altor unități fundamentale (de exemplu definiția secunde utilizează unitatea kelvin). Prin urmare, unitățile fundamentale nu sunt independente *stricto sensu*, însă ele, așa cum sunt, permit măsurarea mărimilor fizice.

Pentru definirea unităților fundamentale ale SI se folosesc fenomene fizice reproductibile. Doar kilogramul este încă definit printr-un obiect material degradabil. În prezent se fac cercetări pentru a înlocui și această definiție printr-una bazată pe un fenomen fizic.

Rezultatul ar putea fi că kilogramul și-ar putea pierde statutul de unitate fundamentală în favoarea altei unități. Asta deoarece unitățile fundamentale trebuie să poată permite măsurarea tuturor mărimilor fizice fără definiții redundante, însă alegerea propriu-zisă a acestor unități (actual unitățile de lungime, masă, timp, curent electric, temperatură, intensitate luminoasă și cantitate de substanță) este arbitrară.

UNITĂȚI DERIVATE CU DENUMIRI SPECIALE

Unele unități derivate au căpătat o denumire specială și un anumit simbol.

Unități SI derivate cu denumiri speciale				
Mărime	Denumire ^(a)	Simbol	Expresia în alte unități SI	Expresia în unități SI fundamentale
unghi plan	radian ^(b)	rad	1 ^(b)	m m ⁻¹
unghi solid	steradian ^(b)	sr ^(c)	1 ^(b)	m ² m ⁻²
frecvență	hertz ^(d)	Hz		s ⁻¹
Forță	newton	N		m kg s ⁻²
presiune tensiune mecanică	pascal	Pa	N m ⁻²	kg m ⁻¹ s ⁻²
energie, lucru mecanic, cantitate de căldură	joule	J	N m	kg m ² s ⁻²
putere, flux energetic	watt	W	J s ⁻¹	kg m ² s ⁻³
sarcină electrică, cantitate de electricitate	coulomb	C		A s
diferență de potențial electric (tensiune) tensiune electromotoare	volt	V	J C ⁻¹	kg m ² A ⁻¹ s ⁻³
capacitate electrică	farad	F	C V ⁻¹	A ² s ⁴ kg ⁻¹ m ⁻²
rezistență electrică	ohm	Ω	V A ⁻¹	kg m ² A ⁻² s ⁻³
conductanță electrică	siemens	S	A V ⁻¹	A ² s ³ kg ⁻¹ m ⁻²
flux de inducție magnetică	weber	Wb	V s	kg m ² A ⁻¹ s ⁻²
inducție magnetică	tesla	T	V s m ⁻²	kg A ⁻¹ s ⁻²
inductanță	henry	H	V s A ⁻¹	kg m ² s ⁻² A ⁻²
temperatură Celsius	grad Celsius ^(e)	°C		K
flux luminos	lumen	lm		cd sr
iluminare	lux		lx	m ⁻² lm
activitate (a unui radionuclid) ^{‡ (f)}	becquerel ^(d)	Bq		s ⁻¹
doză absorbită, energie masică comunicată masică, kerma [‡]	gray	Gy	J kg ⁻¹	m ² s ⁻²
echivalent al dozei absorbite [‡] (ambientă, direcțională, individuală)	sievert ^(g)	Sv	J kg ⁻¹	m ² s ⁻²

[†] Formularea reprezintă în traducerea din 1989 în limba română a broșurii SI versiunea 5-a.

[‡] Unități SI derivate cu denumiri speciale admise pentru protecția sănătății umane.

^(a) Prefixe pot fi folosite pentru oricare nume sau simbol, dar uneori unitatea rezultantă nu e coerentă.

^(b) *Radianul* și *steradianul* sunt numele speciale pentru numărul „unu”, care pot fi utilizate pentru a specifica mărimea respectivă. În practică simbolurile *rad* și *sr* se folosesc pe măsura necesităților, iar simbolul „unu” nu este scris în cazul mărimilor adimensionale.

^(c) În fotometrie, se menține simbolul steradianului, *sr*, în expresia unităților.

^(d) Unitatea *hertz* se folosește doar pentru fenomenele periodice, iar unitatea *becquerel* doar pentru procesele aleatoare legate de activitatea unui radionuclid.

^(e) *Gradul Celsius* este numele special al *kelvinului* folosit pentru exprimarea gradelor Celsius. Celsius și kelvin sunt egale ca mărime, astfel că valoarea numerică a unei diferențe de temperatură sau a unui interval de temperaturi este aceeași la exprimarea în grade Celsius sau în kelvini.

^(f) Activitatea unui radionuclid este uneori numită incorect *radioactivitate*.

^(g) V. Recomandarea 2 (CI-2002) a CIPM (p. 79) privind utilizarea *sievert* (PV, 2002, 70, 102).

UNITĂȚI COERENTE CU SISTEMUL INTERNAȚIONAL SI

Unitățile derivate se definesc prin produsul puterilor unităților fundamentale. Dacă acest produs nu conține alt factor numeric decât 1, ele se numesc *unități derivate coerente*.

De exemplu, unitatea de viteză *metru pe secundă* este coerentă, în timp ce unitățile *kilometru pe secundă*, *centimetru pe secundă* sau *milimetru pe secundă*, deși fac parte din SI, nu sunt unități coerente.

Exemple de unități coerente			
Mărime	Denumire	Simbol	Expresia în unități SI fundamentale
viscozitate dinamică	pascal-secundă	Pa s	$m^{-1} kg s^{-1}$
momentul unei forțe	newton-metru	N m	$m^2 kg s^{-2}$
tensiune superficială	newton pe metru	$N m^{-1}$	$kg s^{-2}$
viteză unghiulară	radian pe secundă	$rad s^{-1}$	$m m^{-1} s^{-1} = s^{-1}$
acelerație unghiulară	radian pe secundă la pătrat	$rad s^{-2}$	$m^2 kg s^{-2}$
Flux termic superficial iluminare energetică	watt pe metru pătrat	$W m^{-2}$	$kg s^{-3}$
capacitate termică, entropie	joule pe kelvin	$J K^{-1}$	$kg m^2 s^{-2} K^{-1}$
capacitate termică masică, entropie masică	joule pe kilogram-kelvin	$J kg^{-1} K^{-1}$	$m^2 s^{-2} K^{-1} = m^2 s^{-2} K^{-1}$
energie masică	joule pe kilogram	$J kg^{-1}$	$m^2 s^{-2}$
energie volumică	joule pe metru cub	$J m^{-3}$	$m^{-1} kg s^{-2}$
câmp electric	volt pe metru	$V m^{-1}$	$m kg s^{-3} A^{-1}$
sarcină (electrică) volumică	coulomb pe metru cub	$C m^{-3}$	$m^{-3} s A$
sarcină (electrică) superficială [†]	coulomb pe metru pătrat	$C m^{-2}$	$m^{-2} s A$
inducție electrică deplasare electrică	coulomb pe metru pătrat	$C m^{-2}$	$m^{-2} s A$
permitivitate	farad pe metru	$F m^{-1}$	$m^{-3} kg^{-1} s^4 A^2$
permeabilitate	henry pe metru	$H m^{-1}$	$m kg s^{-2} A^{-2}$
energie molară	joule pe mol	$J mol^{-1}$	$m^2 kg s^{-2} mol^{-1}$
entropie molară capacitate termică molară	joule pe mol-kelvin	$J mol^{-1} K^{-1}$	$m^2 kg s^{-2} K^{-1} mol^{-1}$
expunere (radiații X și γ)	coulomb pe kilogram	$C kg^{-1}$	$kg^{-1} s A$
debitul dozei absorbite	gray pe secundă	$Gy s^{-1}$	$m^2 s^{-3}$
intensitate energetică	watt pe steradian	$W sr^{-1}$	$m^4 m^{-2} kg s^{-3} = m^2 kg s^{-3}$
luminanță energetică	watt pe metru pătrat-steradian	$W m^{-2} sr^{-1}$	$m^2 m^{-2} kg s^{-3} = kg s^{-3}$
concentrație activitate catalitică [†]	katal pe metru cub	$kat m^{-3}$	$m^{-3} s^{-1} mol$

[†] Formulări neprezente în traducerea din 1989 în limba română a broșurii SI versiunea 5-a.

REGULI DE FOLOSIRE A UNITĂȚILOR

La scrierea simbolurilor unităților se recomandă:

- Numele unităților se scriu cu litere latine, drepte.
- Simbolurile se scriu cu minuscule, cu excepția cazului când provin dintr-un nume propriu, când prima literă e majusculă.
- Simbolurile nu sunt abrevieri, deci nu se pune punct după ele.
- Înmulțirea și împărțirea se face conform regulilor clasice ale algebrei. Împărțirea este simbolizată de bara oblică (/) sau de exponenții negativi. Pe un rând se recomandă să fie o singură bară oblică, la nevoie simbolurile se grupează cu paranteze.
- Nu se admit prescurtări gen „cc” pentru centimetru cub, „mps” pentru metri pe secundă etc.
- Valoarea numerică precede întotdeauna simbolul, care la rândul său este precedat de un spațiu. Singura excepție este pentru unitățile unghiurilor: °, ' și ", care se scriu imediat după valoarea numerică. Simbolul temperaturii °C este precedat de un spațiu.

PREFIXE SI

Prefixele care formează *multiplii* și *submultiplii* unităților de măsură din SI au fost adoptate:

- pentru 10^{-12} - 10^{12} în 1960;
- pentru 10^{-15} și 10^{-18} în 1964;
- pentru 10^{15} și 10^{18} în 1975;
- pentru 10^{21} , 10^{24} , 10^{-21} și 10^{-24} în 1991.

LISTA PREFIXELOR:

Unitate de măsură (Prefixe SI)										
Nume	yotta	zetta	exa	peta	tera	giga	mega	kilo	hecto	deca
Simbol	Y	Z	E	P	T	G	M	k	h	da
Factor	10^{24}	10^{21}	10^{18}	10^{15}	10^{12}	10^9	10^6	10^3	10^2	10^1
Nume	deci	centi	mili	micro	nano	pico	femto	atto	zepto	yokto
Simbol	d	c	m	μ	n	p	f	a	z	y
Factor	10^{-1}	10^{-2}	10^{-3}	10^{-6}	10^{-9}	10^{-12}	10^{-15}	10^{-18}	10^{-21}	10^{-24}

Prefixele binare, folosite în domeniul computerelor, nu fac parte din SI.

REGULI DE FOLOSIRE A PREFIXELOR SI

La scrierea prefixelor se recomandă:

- Simbolurile prefixelor se tipăresc cu litere latine, drepte, fără spațiu între simbolul prefixului și simbolul unității.
- Ansamblul format din simbolul unui prefix și simbolul unei unități formează un nou simbol, care poate fi ridicat la o putere și poate fi combinat cu alte simboluri.

Exemple:

$$2,3 \text{ cm}^3 = 2,3 (10^{-2} \text{ m})^3 = 2,3 \times 10^{-6} \text{ m}^3$$

$$1 \text{ cm}^{-1} = 1 (\text{cm})^{-1} = 1 (10^{-2} \text{ m})^{-1} = 10^2 \text{ m}^{-1} = 100 \text{ m}^{-1}$$

$$1 \text{ V/cm} = (1 \text{ V}) / (10^{-2} \text{ m}) = 10^2 \text{ V/m} = 100 \text{ V/m}$$

$$5000 \mu\text{s}^{-1} = 5000 (10^{-6} \text{ s})^{-1} = 5000 (10^6 \text{ s})^{-1} = 5 \times 10^9 \text{ s}^{-1}$$

- Nu se admit prefixe compuse. Exemplu: 1 nm, nu 1 mμm.
- Un prefix nu poate fi folosit singur. Exemplu: $10^6 / \text{m}^3$, nu M/m^3 .

KILOGRAMUL

Unitatea de masă este singura dintre unitățile SI fundamentale a cărei denumire conține, din motive istorice, un prefix. Denumirile multiplilor și submultiplilor zecimali ai unității de masă se formează adăugând prefixe la cuvântul *gram*.

Exemplu: 10^{-6} kg = 1 miligram (1 mg), *nu* 1 microkilogram (1 μ kg).

UNITĂȚI CARE NU FAC PARTE DIN SI

Deși utilizarea SI este recomandată în știință, tehnologie și comerț, este recunoscut faptul că mai sunt încă utilizate o serie de unități adânc înrădăcinate în decursul timpului. Dintre acestea fac parte:

- unități de timp: minutul, ora, ziua, anul;
- unități ale geometriei: gradul, minutul și secunda;
- unități de masă: litrul, tona;
- unități tehnice: bar, mmHg, decibelul;
- unități de navigație (inclusiv aeriană): piciorul, mila marină, nodul;
- unele unități ale sistemului CGS;
- unități ale fizicii experimentale: unitatea astronomică, viteza luminii, electronvoltul etc.

Menținerea acestor unități este justificată de obișnuință, comoditate și aparatură (exemplu: ceasuri). Alte unități și prefixe care nici ele nu fac parte din SI, dar au apărut recent:

- unități de cantitate de informație sau și de capacitate de memorie de computer: bitul, baitul și octetul. De asemenea, nici prefixele binare nu fac parte din SI.

SISTEMUL ANGLO-SAXON DE UNITĂȚI ȘI MĂSURI

După bătălia de la Hastings din 1066, Wilhelm Cuceritorul a introdus un nou sistem de unități de măsură, **sistemul anglo-saxon de unități**.

Acest sistem de unități a fost confirmat de Magna Carta în 1215 și apoi în 1496, în 1588 și în 1758. Numele de **Sistem imperial de unități** datează din 1824. Acest sistem era destinat să fie utilizat în tot Imperiul Britanic.

Acest sistem a redefinit valorile unităților tradiționale, fără a crea altele noi.

În 1959, Marea Britanie, Statele Unite ale Americii și întregul Commonwealth, din necesitatea de a avea definiții precise, au ajuns la un compromis.

Majoritatea unităților sunt actual definite legal în raport cu unitățile Sistemului Internațional de unități.

LUNGIME

UNITĂȚI PRINCIPALE

Țolul (inch), **piciorul** (foot) și **mila** (statute mile) sunt unități de lungime de uz curent. **Mila marină** (nautical mile) internațională este de exact 1852 metri din 1970. Istoric, mila marină engleză era definită ca 6080 de picioare, adică cca. 1853,18 de metri.

Nume unitate	Nume englez	Raport	Echivalență în metri SI
un țol	inch	1 / 12	0,0254
un lăntșor [†]	link	66 / 100	0,201168
un picior	foot	1	0,304 800

un yard	yard	3	0,9144
o prăjină	perch *	16½	5,0292
un lanț	chain	66	20,1168
-	furlong	660	201,168
o milă	mile	5280	1 609,344
o leghe	league	15840	4 828,032

† Unități neuzuale în limba română, traducere literală din limba franceză.

* În engleză, *prăjina* perch mai este denumită și „pole” sau „rod”.

UNITĂȚI SPECIFICE

În tabelul următor sunt prezentate o serie de unități vechi sau specifice unei anumite meserii. O excepție este **punctul tipografic** (punct pica), larg folosit în informatică.

Țolul este menționat și aici ca unitate de bază pentru comparație.

Unități specifice unor meserii			
Nume unitate	Nume englez	Raport	Echivalență în millimetri
un bob de mac †	poppyseed	1/288	0,088194
un punct	point	1/144	0,176388
un punct pica	pica point	1/72	0,352 777
un pica	pica	1/6	4, 233 333
un bob de orz †	barleycorn	1/3	8, 466 666
un deget	digit	3/4	19,050
un palmac	finger	7/8	22,225
un țol	inch	1	25,400
o unghie †	nail	9/4	57,150
	palm	3	76,200
un lat de palmă	hand	4	101,600
	shaftment	6	152,400
	natural span	8	203,200
o palmă	span	9	228 600
un cot	ell	45	1 143
un stânjen	fathom	72	1 828,8

† Unități neuzuale în limba română, traducere literală din limba franceză.

Încă o serie de unități din industria textilă:

1 „spynle” = 4 „hanks” = 48 „cuts” = 14 400 yarzi.

SUPRAFAȚĂ

Unități de măsură a suprafeței în sistemul anglo-saxon			
Nume unitate	Nume englez	Raport	Echivalență în unități SI
un picior pătrat	square foot	4 / 1089	929, 030 4 cm ²
un yard pătrat	square yard	4 / 121	0, 836 1 m ²
o prăjină pătrată	square perch	1	25, 292 9 m²
o Feredelă	rood	40	10, 117 1 ari
un pogon	acre	160	0, 404 7 ha
o milă pătrată	square mile	1 024 000	2, 690 0 km ²

VOLUM

VOLUME UZUALE

Unități de măsură a volumului în sistemul anglo-saxon				
Nume englez	Raport absolut	Raport relativ	Țoli cubici	Echivalență în litri
1 US Gill lichid	1 / 32	1 / 32	7, 21875	0, 118 3
1 UK Gill	3 / 80		8, 66250	0, 142 0
1 US pinte lichid	1 / 8	1 / 8	28, 87500	0, 473 2
1 US pinte uscat	8 / 55		33, 60	0, 550 6
1 UK pinte	3 / 20		34, 65	0, 567 8
1 US quart lichid	1 / 4	1 / 4	57, 75	0, 946 4
1 US quart uscat	16 / 55		67, 20	1, 101 2
1 UK quart	3 / 10		69, 30	1, 135 6
1 US galon lichid	1	1	231, 00	3, 785 4
1 US galon uscat	64 / 55		268, 80	4, 404 8
1 UK galon	6 / 5		277, 20	4, 542 5
1 US peck	128 / 55	2	537, 60	8, 809 7
1 UK peck	12 / 5		554, 40	9, 085 0
1 US boisseau	512 / 55	8	2150, 40	35, 238 9
1 UK boisseau	48 / 5		2117, 60	36, 334 0
1 US Baril	63 / 2	31,5 (US)	7276, 50	119, 240 5

Unități de măsură a volumului în sistemul anglo-saxon				
Nume englez	Raport absolut	Raport relativ	Țoli cubici	Echivalență în litri
1 US Baril de petrol	42 / 1	42,0 (US)	9702, 00	158, 984 3
1 UK Baril	216 / 5	36,0 (UK)	9979, 20	163, 529 8

1. Gallonul lichid american este definit drept **231,0 țoli cubici**, adică exact 3,7854117 litri.
2. Gallonul uscat american este definit drept **268,8 țoli cubici**, adică exact 4,4048428032 litri.
3. Gallonul englez este definit drept **277,2 țoli cubici**, adică exact 4,5424941408 litri

Unități vechi de măsură a volumului în sistemul anglo-saxon					
Raportul celor patru pinte	1 / 64 picioare cubice	Pinta lichidă americană	Pinta uscată americană	Pinta engleză	Echivalența în mililitri
Pinta de 1/64 picioare cubice	1 : 1	77 : 72	56 : 45	77 : 60	442,450728
Pinta lichidă americană	72 : 77	1 : 1	64 : 55	6 : 5	473,176473
Pinta uscată americană	45 : 56	55 : 64	1 : 1	33 : 32	550,605350
Pinta engleză	60 : 77	5 : 6	32 : 33	1 : 1	567,811767

Într-un volum de **77 picioare cubice engleze**, adică în 2 180, 397 187 584 litri, intră exact:

- **576** galloane lichide americane,
- **495** galloane uscate americane și
- **480** galloane engleze

UNITĂȚI FARMACEUTICE DE MĂSURĂ A VOLUMULUI

Nume unitate	Raport absolut	Raport relativ	Țoli cubici	Echivalență în ml ³
1 UK minim	1	1 / 60	231 / 64000	0, 059
1 US minim	25 / 24		231 / 61440	0, 062
1 UK drachme lichid	60	1	693 / 3200	3, 549
1 US drachme lichid	62½		693 / 3072	3, 697
1 UK once lichid	480	8	693 / 400	28, 391
1 US once lichid	500		693 / 384	29, 574
1 US pinte lichid	8000	128	693 / 24	473, 176
1 UK pinte	9600	160	693 / 20	576, 812

UNITĂȚI DE MĂSURĂ A MASEI

1 uncie US (US ounce) = 28,35 g
 1 uncie UK (UK ounce) = 31,103 g
 1 tonă scurtă US (short ton) = 907 kg
 1 tonă lungă US (long ton) = 1016 kg

1 livră US (US pound) = 0,454 kg
 1 livră UK (UK pound) = 0,373 kg
 1 stone US (st) = 6,356 k

TEMPERATURĂ

Temperatura este un parametru fundamental de stare care caracterizează starea termică a unui corp, mai exact, starea de echilibru termodinamic.

Gradul FAHRENHEIT

Fahrenheit, (se pronunță *farănhait*), este o scară de temperatură utilizată în cadrul sistemului anglo-saxon de unități de măsură.

Gradul Fahrenheit este unitatea de măsură a temperaturii și diferenței de temperatură pe această scară.

Scara Fahrenheit a fost propusă în 1724 de către fizicianul Daniel Gabriel Fahrenheit și numită după acesta.

Astăzi scara Fahrenheit a fost înlocuită de scara Celsius în cele mai multe țări. Este încă folosită în scopuri non-științifice în Statele Unite și alte câteva state, cum ar fi Belize. Conversia dintre gradele Celsius și Fahrenheit este următoarea:

$$^{\circ}\text{C} = (^{\circ}\text{F} - 32) \div 1,8$$



Termometru cu unități Fahrenheit pe scara exterioară și unități Celsius pe scara interioară

Gradul RANKINE

Scara de temperatură Rankine este o scară termodinamică de temperatură, denumită după fizicianul și inginerul englez William John Macquorn Rankine, cel care a propus-o în anul 1859.

Unitatea de măsură pentru temperatură pe această scară este **gradul Rankine** cu simbolul °R (sau °Ra dacă este necesară deosebirea ei de gradul Rømer sau Réaumur).

Originea scării Rankine, ca și a scării Kelvin este temperatura zero absolut, dar gradul Rankine este definit ca egal cu un grad Fahrenheit, la fel cum gradul

Celsius este unitatea de măsură adoptată pe scara Kelvin. Temperatura -459.67°F este egal exact cu 0°R . Scara de temperatură Rankine are o utilizare restrânsă, fiind folosit pentru exprimarea temperaturii pe scara termodinamică în anumite domenii ingineresti în SUA și Canada.

Lumea științifică, inclusiv din SUA și Canada utilizează în primul rând kelvinul.

National Institute of Standards and Technology nu recomandă folosirea gradelor Rankine în publicațiile NIST.

CĂLDURĂ

Căldura, simbolizată prin **Q**, este energia *transferată* între un sistem termodinamic și mediul înconjurător, între două sisteme termodinamice sau între diferite părți ale aceluiași sistem termodinamic, în cursul unei transformări în care parametrii externi rămân constanți. Transferul de căldură are loc sub influența unei *diferențe de temperatură*. Principiul al doilea al termodinamicii stipulează că acest transfer se face de la sine doar de la temperatura mai înaltă la temperatura mai joasă.

BRITISH THERMAL UNIT (BTU)

British thermal unit, prescurtat **BTU** sau **Btu** (rom: unitate [de măsură] [pentru energie] termică, britanică) este o unitate de măsură pentru căldură, egală cu cantitatea de căldură necesară pentru a crește temperatura unei cantități de o livră de apă cu un grad Fahrenheit. Deoarece capacitatea termică masică a apei variază cu temperatura, iar livra și caloria au avut diferite definiții în diverse perioade de timp, valoarea BTU variază între 1054,35 J (cu caloria folosită în termodinamica chimică) și 1059,67 J (cu caloria la 4 °C).

BTU nu face parte din Sistemul Internațional.

CONVERSII

Actual, standardul ISO 80000-5:2007 stabilește echivalentul SI la:

$$1 \text{ BTU} \approx 1055,056 \text{ J}$$

care este o valoare rotunjită la acuratețea măsurăturilor practice a valorii calculate pe baza caloriei internaționale.

PUTERE TERMICĂ

Pe baza BTU este definită o unitate de măsură pentru putere termică, BTU pe oră (*BTU/h*), utilizată pentru a specifica puterea termică de încălzire și de răcire a instalațiilor de climatizare în țările în care se folosește sistemul de unități anglo-saxon.

În acest context, puterile se exprimă adesea în mod eronat în BTU (valorile reprezintă de fapt BTU/h). O astfel de exprimare este cu același tip de eroare ca și a exprima vitezele în kilometri în loc de kilometri pe oră !.

Relația de conversie a BTU/h în kW este:

$$1 \text{ BTU/h} \approx 1055,056:3600 \text{ kW} \approx 1:3412 \text{ kW}$$

$$\text{sau mai simplu: } 1000 \text{ BTU/h} = 293 \text{ W}$$

Pentru evaluări aproximative raportul 1:3400 dă o eroare sub 0,4 %

CONVERSIA UNITĂȚILOR DE MĂSURĂ

Putem considera, prin analogie, conversia unităților de măsură ca un fel de dialog între popoare ce vorbesc limbi diferite. Cum spunea un înțelept: Câte limbi vorbești de atâtea ori ești om.

CORESPONDENȚA MĂSURILOR ÎN ȚOLI ~ FRAȚIE-ZECIMAL

Fractiune tol (inch)	Valoare zecimala	mm
1/6	0,063	1,587
1/8	0,125	3,175
3/16	0,188	4,762
1/4	0,25	6,35
5/16	0,313	7,937
3/8	0,375	9,525
7/16	0,438	11,112
1/2	0,5	1,7
9/16	0,563	14,287
5/8	0,625	15,875
11/16	0,688	17,462
3/4	0,75	19,05
13/16	0,813	20,637
7/8	0,875	22,225
15/16	0,938	23,812

Corespondența unităților de lungime

Lungimea	Metru (m)	Inch (in)	Foot (ft)	Yard (yd)	Furlong (fr)	Mila (mi)	Mila maritimă
Metru (m)	1	39,37	3,2808	1,0936	-	-	-
Inch (in)	0,0254	1	0,0833	0,0277	-	-	-
Foot (ft)	0,3048	12	1	0,3333	-	-	-
Yard (yd)	0,9144	36	3	1	-	-	-
Furlong (fr)	201,168	-	660	220	1	0,125	0,1085
Mila (mi)	1609,344	-	5280	1760	8	1	0,8684
Mila marit.	1853,25	-	6080	2025,4	9,2121	1,1515	1

CORESPONDENȚA UNITĂȚILOR DE MĂSURĂ PENTRU UNGHIURI

Un **radian**, având simbolul **rad**, este o unitate de măsură pentru unghiuri. Este unghiul care, având vârful în centrul unui cerc, intersectează pe circumferința acestuia un arc a cărui lungime este egală cu lungimea razei cercului. Radianul face parte din Sistemul Internațional. În matematică, unghiurile se exprimă de obicei în radiani, fără a scrie însă unitatea de măsură.

Unități de măsură pentru unghiuri				
Grade sau minute sexazecimale	1 rad = 57,29578°			
	Grade in radiani	Minute in radiani	Secunde in radiani	
			"	rad
1	0,017453	0,000291	10	0,000048
2	0,034907	0,000582	20	0,000097
3	0,05236	0,000873	30	0,000145
4	0,069813	0,001164	40	0,000194
5	0,087266	0,001454	50	0,000242
6	0,10472	0,001745	60	0,000291
7	0,122173	0,002036		
8	0,139626	0,002327		
9	0,15708	0,002618		
10	0,174533	0,002909		

Măsura în radiani a unui unghi la centru este egală cu lungimea arcului de cerc unitate (cu raza 1) corespunzător. Lungimea unui arc de cerc este egală cu raza înmulțită cu măsura în radiani a arcului.

Un radian este egal $180^\circ/\pi$ sau aproximativ $57,2958^\circ$ sau $57^\circ 17' 45''$.

CORESPONDENȚA UNITĂȚILOR DE MASURĂ PENTRU ARIE

Aria	m ²	ar	hectar	in ²	ft ²	yd ²	acri
m ²	1	10-2	10 ⁻⁴	1 550	10, 7636	1, 1959	-
ar (a)	10 ²	1	10 ⁻²	-	1076,36	119,59	-
Hectar (ha)	10 ⁴	10 ²	1	-	-	11959,9	2,47
in ² (sq.inch)	6,45 · 10 ⁻⁴	-	-	1	-	-	-
ft ² (sq.foot)	9, 29 · 10 ⁻²	-	-	144	1	0,111	-
yd ² (sq.yard)	0, 8361	-	-	1296	9	1	-
Acri (S.U.A)	4046,87	40,469	0, 4047	-	43560	4840	1

CORESPONDENȚA UNITĂȚILOR DE MĂSURĂ PENTRU VOLUM

Volum	m ³	Litru (L)	Pinta	Quarta, UK	Galon, SUA	Galon, UK	Baril, SUA
m ³	1	103	-	-	264, 2	220	6,2898
Litru (L)	10 ⁻³	1	1,7598	0,8799	-	0,2199	-
Pinta	-	0, 568	1	0,5	-	0,125	-
Quarta, UK	-	1, 136	2	1	-	0,25	-
Galon, SUA	-	3, 785	-	-	1	0,8327	0,0238
Galon, UK	-	4, 546	8	4	1,201	1	0,0286
Baril, SUA	0,159	158,98	-	-	42	34,9714	1

CORESPONDENȚA UNITĂȚILOR DE MĂSURĂ PENTRU PUTERE

Putere	W	CP	Hp	CP electric
Watt = J/s	1	1,36 · 10 ⁻³	1,341·10 ⁻³	1,34·10 ⁻³
Cal putere intrnational (CP)	35,5	1	745, 5	746
Horsepower (UK) (hp)	45,7	1, 0138	1	0, 9996
Cal putere electric	746	1, 0142	1, 0004	1

CORESPONDENȚA UNITĂȚILOR DE MĂSURĂ PENTRU ENERGIE

Energie (lucru mecanic, caldura)	J	Kwh	Kcal	Btu
Joule = W · s	1	0,27778·10 ⁻⁶	238, 8 · 10 ⁻⁶	948·10 ⁻⁶
Kilowattora (kWh)	3, 6 · 10 ⁶	1	859, 8	3413
Kilocalorie (kcal)	4,1868·10 ³	1, 163·10 ⁻³	1	3,969
British thermal unit (Btu)	1055	293 x 10 ⁻⁶	0, 252	1
1 Gcal = 10 ⁹ cal = 10 ⁶ kcal = 1,163 · 10 ³ kWh = 1, 163 MWh				
1 tona combustibil conventional (t.c.c) = = 7 · 10 ⁶ Kcal = 8, 1414 · 10 ³ kWh = 8,1414 MWh = 7,0Gcal				
1 tona echivalent petrol (t.e.p.) = =1,5 t.c.c.= 10,5 · 10 ⁶ Kcal = 12, 21 · 10 ³ kWh = 12,21 MWh = 10,5 Gcal				

CORESPONDENȚA UNITĂȚILOR DE MĂSURĂ PENTRU PRESIUNE

Presiuni	Pa, $\left[\frac{N}{m^2}\right]$	mm H ₂ O $\left[\frac{kgf}{m^2}\right]$	atmosfera tehnică[at] $\left[\frac{kgf}{cm^2}\right]$	Atmosfera fizica [atm]	Torr [mm Hg]	Bar
Pa, $\left[\frac{N}{m^2}\right]$	1	0,10197	1,01972·10 ⁵	0,98692·10 ⁵	7,50064·10 ³	10 ⁵
mm H ₂ O $\left[\frac{kgf}{m^2}\right]$	9,80665	1	10 ⁴	9,67837·10 ⁵	0,073556	9,80665·10 ⁵

Presiuni	Pa, $\left[\frac{N}{m^2}\right]$	mm H ₂ O $\left[\frac{kgf}{m^2}\right]$	atmosfera tehnică[at] $\left[\frac{kgf}{cm^2}\right]$	Atmosfera fizica [atm]	Torr [mm Hg]	Bar
atmosfera tehnică[at] $\left[\frac{kgf}{cm^2}\right]$	9,80665·10 ⁴	10 ⁴	1	0,967841	735,559	0,98006
Atmosfera fizică[atm]	10,1325·10 ⁴	1,03323·10 ⁴	1,03323	1	760	1,33322·10 ³
Torr[mmHg]	133,322	13,5951	13,5951·10 ⁴	1,31579·10 ³	1	1,33322·10 ³
Bar	10 ⁵	1,01972·10 ⁴	1,01972	0,98692	750,064	1

CORESPONDENȚA UNITĂȚILOR DE MĂSURĂ PENTRU TEMPERATURĂ

DATE REMARCABILE	kelvin	Celsius	Fahrenheit	Rankine
Zero absolut (prin definiție)	0 K	-273.15 °C	-459.67 °F	0 °R
Punctul de topire al gheții	273.15 K	0 °C	32 °F	491.67 °R
Punctul triplu al apei (prin definiție)	273.16 K	0.01 °C	32.018 °F	491.688 °R
Punctul de fierbere al apei	373.1339 K	99.9839 °C	211.9710 °F	671.641 °R
FORMULE DE CONVERSIE A TEMPERATURILOR				
În	Din	Formulă		
Fahrenheit	Celsius	°F = (°C × 1,8) + 32		
Celsius	Fahrenheit	°C = (°F - 32) ÷ 1,8		
Kelvin	Celsius	K = °C + 273,15		
Celsius	kelvin	°C = K - 273,15		
Pentru diferență de temperatură în loc de temperaturi, 1 °C = 1 K și 1 °C = 1,8 °F				

CORESPONDENȚA ÎMBRĂCĂMINTE BĂRBAȚI

IMBRACAMINTE BARBATI			
Camasi		Costume	
EUR	USA / UK	EUR	USA / UK
35	14	34	34
36/37	14 ½	36	35
38	15	38	36
39	15 ½	40	37
40/41	16	42	38
42	16 ½	44	39
43	17	46	40
44/45	17 ½	48	42
46	18		
47	18 ½		

CORESPONDENȚA ÎNCALȚĂMINTE BĂRBAȚI

INCALȚĂMINTE BARBATI		
EUR	USA	UK
39	6	5 ½
39 ½	6 ½	6
40	7	6 ½
40 ½	7 ½	7
41	8	7 ½
42	8 ½	8
43	9	8 ½
43 ½	9 ½	9
44	10	9 ½

CORESPONDENȚA ÎNCALȚĂMINTE FEMEI

ÎNCALȚĂMINTE FEMEI		
EUR	USA	UK
36	4 ½	3
36 ½	5	3 ½
37	5 ½	4
37 ½	6	4 ½
38	6 ½	5
39	7	5 ½
39 ½	7 ½	6
40	8	6 ½
40 ½	8 ½	7
41	9	7 ½
42	9 ½	8

CORESPONDENȚA ÎMBRĂCĂMINTE FEMEI

IMBRACĂMINTE FEMEI - ROCHII, TRICOURI, CAMASI					
EUR	USA	UK	EUR	USA	UK
36	10	32	44	18	40
38	12	34	46	20	42
40	14	36	48	22	44
42	16	38			

ALTE DIMENSIUNI ȘI MĂRIMI UZUALE

FORMATE DE HÂRTIE

FORMAT A		FORMAT B		FORMAT C	
4 A0	1682x2378				
2 A0	1189x1682				
A0	841x1189	B0	1000x1414	C0	917x1297
A1	594x841	B1	707x1000	C1	648x917

FORMAT A		FORMAT B		FORMAT C	
A2	420x594	B2	500x707	C2	458x648
A3	297x420	B3	353x500	C3	324x458
A4	210 x297	B4	250x353	C4	229x324
A5	48x210	B5	176x250	C5	162x229
A6	105x148	B6	125x176	C6	114x162
A7	74x105	B7	88x125	C7	81x114
A8	52x72	B8	62x88	C8	57x81
A9	37x52	B9	44x62	C9	40x57
A10	26x37	B10	31x44	C10	28x40

CIFRE ROMANE SI ARABE

		I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X		
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
XX	XXX	XL	L	LX	LXX	LXXX	XC	C	D	M	MDCCCL	MCMLXXIII	MMXII
20	30	40	50	60	70	80	90	100	500	1000	1850	1973	2012

UNITĂȚI DE MĂSURĂ PENTRU PIETRE PREȚIOASE [17]

Pietrele prețioase se măsoară în carate. O carată este egală cu 0,2 grame.

Exemplu :

un diamant de 100 de carate are 100 x 0,2 grame, adică 20 de grame de diamant.

Pentru pietrele prețioase, carata este un submultiplu al gramului. În cazul pietrelor prețioase, carata exprimă cantitatea, nu calitatea.

DISTANȚE ÎNTRE LOCALITĂȚI-PE ȘOSEA ȘI CALE FERATĂ

CALE FERATA	Tg. Mures	Timișoara	Suceava	Sibiu	Ploiești	Pitești	Pt. Neamț	Oradea	M. Ciuc	Iași	Galați	Deva	Craiova	Constanța	Cluj-Napoca	Brașov	Baia Mare	Arad	București
București	448	533	447	315	59	108	360	651	261	399	230	455	209	225	497	166	625	546	
Arad	324	59	599	284	543	525	772	121	528	737	745	149	381	817	274	433	308		547
Bacău	388	744	145	461	243	392	60	623	217	159	187	596	511	360	470	312	546	595	284
Baia Mare	285	371	401	368	569	652	606	193	364	538	636	354	598	809	194	459		311	592
Brașov	282	450	457	149	110	256	372	484	95	459	310	284	335	360	331		394	418	168
Cluj-Napoca	127	331	325	198	441	482	540	153	288	462	560	184	412	691		274	152	268	440
Constanța	642	758	505	509	250	333	420	844	455	428	259	644	434		706	380	787	813	266
Craiova	403	324	656	230	268	142	571	502	430	608	439	246		500	406	255	558	380	248
Deva	175	166	485	135	394	388	656	270	379	622	594		253	661	177	266	329	152	395
Galați	459	759	322	459	200	341	247	713	288	229		560	478	205	568	294	655	712	244
Giurgiu	539	624	538	406	150	187	453	741	352	490	309	460	215	288	505	233	657	617	65
Iași	505	788	137	608	349	507	219	615	373		252	577	566	430	427	311	481	755	393
M. Ciuc	187	546	362	244	205	351	277	441		300	283	296	357	475	253	102	359	448	270
Oradea	280	178	478	351	594	635	483		405	621	720	191	444	858	152	457	195	116	592
Pt. Neamț	448	804	205	521	301	452		479	138	142	243	434	490	448	327	235	378	594	342
Pitești	473	466	537	284	149		370	478	237	446	333	281	120	380	326	135	478	433	114
Ploiești	392	560	388	259		149	301	532	210	352	210	374	243	272	382	108	502	526	60
Sibiu	182	301	499		253	160	322	318	184	456	439	121	220	540	166	145	318	273	274
Suceava	368	661		424	398	464	102	473	240	147	340	506	587	569	321	332	304	589	439
Timișoara	344		663	278	531	467	599	168	453	734	717	157	328	828	334	423	363	52	562
Tg. Mureș		377	286	144	277	304	222	257	148	322	463	220	364	562	105	169	225	372	337
	Tg. Mures	Timișoara	Suceava	Sibiu	Ploiești	Pitești	Pt. Neamț	Oradea	M. Ciuc	Iași	Galați	Deva	Craiova	Constanța	Cluj-Napoca	Brașov	Baia Mare	Arad	București

Capitolul VII

COMUNICAREA PE INTERNET



Numărul utilizatorilor de Internet din toata lumea a ajuns în octombrie 2014 la cifra de 2,9 miliarde, a anunțat șeful agenției de telecomunicații din cadrul ONU.

De asemenea, numărul abonamentelor de telefonie mobilă a atins nivelul de cinci miliarde.

COMUNICAREA PRIN INTERNET

Comunicarea nu este doar apanajul oamenilor. Totul în Univers interacționează și poate fi numit comunicare. La ființe, procesul comunicării este evident, în special când se face conștient - datorita inteligenței. De-a lungul existenței sale omenirea a progresat prin îmbunătățirea comunicării. Biologii argumentează ca atât corpul cât și creierul oamenilor nu s-au schimbat aproape deloc în ultimii 100.000 ani. Iar pentru viitorul previzibil nu există nici un indiciu ca s-ar putea aștepta schimbări evolutive majore.

Ne putem imagina evoluția comunicării umane transferată pe durata unei zile (24 ore): momentul de pornire, **ora 0.00**, este datat cu 36.000 ani în urmă, când se crede - convențional - ca a apărut limba ca mijloc de comunicare. O scurtă redare a progreselor ne oferă următoarea imagine:

ora 3 noaptea - nu se întâmplă nimic;

ora 6 dimineața - nu se constată nici o schimbare.

ora 8 dimineața începe prima revoluție în comunicare: este descoperită pictura rupestră. Privind în continuare dezvoltarea comunicațională constatăm:

ora 12 amiaza - nimic nou, peșterile sunt pictate în continuare.

ora 18 - aceeași imagine: în peșteri activează „artiștii”.

ora 20 - se „mișcă” ceva în sectorul comunicării: sumerienii descoperă (cu 4000 de ani înainte de Christos) scrisul.

Ora 20.40 - egiptenii inventează hieroglifele. **Ora 21.28** - se dezvoltă alfabetul.

Ora 22.06 - perioada când trăiește Homer (primul mare poet a cărui operă s-a transmis pe cale scrisă). Imperiul Roman durează între 22.38 și 23.01.

Abia la **ora 23.38**, la Mainz începe următoarea revoluție în comunicație - Gutenberg tipărește Biblia.

De acum, invențiile se succed tot mai repede:

23.53 - presa tipografică pe aburi;

23.54 - telegraful;

23.55 - telefonul. Din acest moment începe explozia comunicațională:

23.57 - filmul cu sunet;

23.58 - televiziunea în culori;

23.59 - primul satelit artificial. Ultimele secunde: comunicațiile și computerele converg. Internetul a deschis larg porțile comunicării între oamenii din toate colțurile lumii.

Deși civilizația îl dotează pe om cu o tehnică prin care puterea și activitatea sa se măresc considerabil natura sa fundamentală (biologică) nu s-a schimbat. Doar mijloacele prin care comunică omenirea au cunoscut o evoluție rapidă dintre care cea mai spectaculoasă este cea a Internetului.

SCURT ISTORIC

Internetul a apărut din dorința armatei Statelor Unite de a comunica în cazul unui război, iar impulsul a fost nevoia SUA de a răspunde provocării Uniunii Sovietice care a lansat primul satelit artificial al Pământului în 1957. Armata americană avea nevoie de o rețea flexibilă pentru cazul în care legătura ar fi fost întreruptă într-un punct, informația să poată fi redirecționată către destinația inițială.

În primii zece ani precursorul Internetului a fost folosit doar în mediile academice și militare. Din 1980 Internetul depășește granițele locului de naștere, moment în care companiile au început să se implice în dezvoltarea și utilizarea unui nou mod de comunicare și acces la informații.

Astfel, unii oameni de afaceri din SUA, căutând noi mijloace de a ajunge cât mai aproape de consumatori, și-au întors privirea către Internet și au decis că merita să investească bani în dezvoltarea și promovarea acestuia.

În 1990 un consorțiu de companii private a preluat administrarea rețelei Internet în urma unui acord cu guvernul SUA, acord care prevedea deschiderea Internetului către activitatea comercială (Gillies & Cailliau, 2000). Această inițiativă a părut multora dacă nu riscantă, cel puțin neprofitabilă.



Nu numai economiștii, ci chiar unii dintre actorii „vechi” pe scena informaticii erau sceptici în privința viitorului Internetului, care trebuia să-și găsească un loc în mediul foarte concurențial al telecomunicațiilor și transmiterii de informații, mediu dominat de telefon și televiziune, ambele ușor de folosit și având o largă audiență. Un deceniu mai târziu, oamenii au început să folosească Internetul pentru orice se baza pe un suport de comunicare - de la mesaje personale la tranzacții comerciale, de la scopuri informaționale până la cumpărături.

Se poate spune că, odată cu trecerea în secolul XXI, Internetul a trecut și el într-o nouă perioadă a existenței sale. Oricum, este de așteptat că, mai devreme sau mai târziu, rata adoptării Internetului să intre într-un declin ușor, ca urmare a stabilizării numărului de utilizatori.

Numărul utilizatorilor de Internet din toată lumea a ajuns în octombrie 2011 la cifra de două miliarde, a anunțat șeful agenției de **telecomunicații** din cadrul ONU. De asemenea, numărul abonamentelor de telefonie mobilă a atins nivelul de cinci miliarde.

"La începutul anului 2000, erau doar 500 de milioane de abonați la telefonie mobilă în toată lumea și 250 de milioane de utilizatori de Internet", a declarat Hamadoun Toure, potrivit AFP. "Până la începutul anului 2011, numărul a crescut peste cinci miliarde de abonați la telefonie mobilă și două miliarde de utilizatori de Internet", a adăugat șeful organizației.

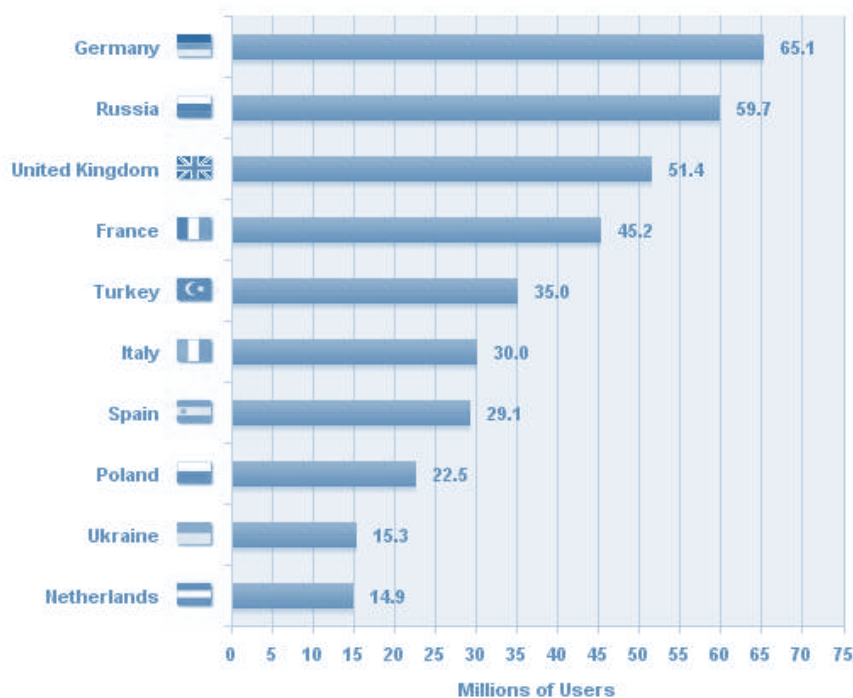
Organizația a precizat că cifrele se referă la abonamente. Numărul de abonamente de telefonie mobilă a ajuns la 5,28 de miliarde până la sfârșitul anului 2010, de la 4,66 de miliarde câte erau cu doar un an înainte. În ceea ce privește utilizatorii de Internet, la sfârșitul anului 2009 erau 1,86 de miliarde, iar un an mai târziu numărul lor crescuse la 2,08 miliarde. Având în vedere că pe Pamant trăiesc 6,8 miliarde de oameni, asta înseamnă că o persoană din trei are acces la Internet.

În martie 2011 situația privind numărul de utilizatori de internet în lume era cea de mai jos [29] :

INTERNET USAGE AND POPULATION STATISTICS - WORLD March 31, 2011 [28]						
World Regions	Population (2011 Est.)	Internet Users Dec.31.2000	Internet Users Latest Data	Penetration % population	Growth 2000- 2011	Users % of Table
Africa	1.037.524.058	4.514.400	118.609.620	11,4 %	2.527%	5,7 %
Asia	3.879.740.877	114.304.000	922.329.554	23,8 %	706%	44 %
Europe	816.426.346	105.096.093	476.213.935	58,3 %	353%	22,7 %
Middle East	216.258.843	3.284.800	68.553.666	31,7 %	1.987 %	3,3 %
North America	347.394.870	108.096.800	272.066.000	78,3 %	151%	13 %
Latin America/Carib.	597.283.165	18.068.919	215.939.400	36,2 %	1.037%	10,3 %
Oceania/Australia	35.426.995	7.620.480	21.293.830	60,1 %	179%	1 %
WORLD TOTAL	6.930.055.154	360.985.492	2.095.006.005	30,2 %	480%	100 %

Observați creșterea pe 2000-2014 a utilizatorilor din Africa: 2527%

Top 10 Internet Countries in Europe March 31, 2011



În Europa, primele 10 țări după numărul de utilizatori de internet era:

REPARTIZAREA PE DOMENII A ADRESELOR DE INTERNET

TLD	Active	Deleted	New	Expired	Transferred
.Com	98.306.733	330.161.170	79.894	56.882	91.069
.Net	14.267.735	36.483.243	10.620	8.896	10.990
.Org	9.558.533	22.676.256	7.992	4.517	6.985
.Info	8.194.438	13.406.331	13.027	8.490	13.360
.Biz	2.160.690	2.778.635	2.032	1.273	1.403
.Us	1.742.926	2.383.932	1.828	1.339	1.159
Total	134.363.705	408.552.679	115.393	81.397	124.966
Last Updated : 2016-11-01					
Sursa: http://www.domaintools.com/internet-statistics/					

INTERNETUL ÎN ROMÂNIA

În România, fata de alte tari din Europa, Internetul a pătruns relativ încet. Dacă din punct de vedere al infrastructurii lucrurile au avansat destul de mult, din punct de vedere al resurselor informatice disponibile evoluția este încă greoaie.

Cu toate ca majoritatea companiilor si chiar unele structuri administrative au înțeles ca prezenta în Internet este foarte importanta, încă nu exista resurse si depozite informaționale românești semnificative. Din acest motiv traficul observat în rețea este mai mult de aducere de informație din exterior decât de export de informație sau de schimb de informație în cadrul tarii.

Având în vedere intervalul mare de timp pentru care accesul din România la informații externe a fost oprit, fenomenul este destul de natural.

Din datele prezentate de ICI (Institutul de Cercetare în Informatica, www.ici.ro), relațiile României cu rețeaua mondială au decurs în felul următor:

1971: demarează la ICI primele studii privind rețelele de calculatoare, iar patru ani mai târziu sunt fabricate primele modemi și sunt testate liniile de comunicații pentru transmiterea de date;

1991: la inițiativa Academiei Române, a Ministerului Învățământului și a Comisiei Naționale de Informatică, primul ministru al Guvernului României aprobă finanțarea din bugetul de stat pentru cercetarea a unui proiect de conectare la subrețeaua EARN (European Academic Research Network);
1992: primul nod românesc, care realizează legătura internațională cu EARN prin Universitatea din Viena, devine operațional la ICI;

1993: La 26 februarie România primește acceptul de a înregistra domeniul național „.RO”. Primul nume de domeniu a fost rnc.ro. Apare SC EuNet SRL, primul operator comercial Internet din România;

1995: se stabilesc prioritățile importante pentru societatea informațională în România, în cadrul strategiei de aderare la Uniunea Europeană

1998: sunt înregistrate 20.000 de site-uri în domeniul „.ro”;

2000: există deja 3817 servere Web;

2004: aproape 70.000 de domenii înregistrate (din care peste 40.000 sunt direct sub .ro, de forma www.xxx.ro, iar restul sunt de nivel trei, adică xxx.go.ro sau xxx.org.ro).



UTILIZATORII DE INTERNET DIN ROMÂNIA

Internet Usage: 7,786,700 Internet users as of June/10, 35.5% of the population,

Latest Population Estimate: 21,959,278 population for 2010,

Gross Domestic Product: GDP per capita is US\$ 7,902 ('04)
Country Size (Area): 238,391 sq km - Population density is 89 per/km².




























Internet Usage and Population Statistics:

AN	Useri	Populație	% Pop.	Sursa
2000	800,000	22,217,700	3.6 %	ITU
2004	4,000,000	21,377,426	18,7 %	ITU
2006	4,940,000	21,154,226	23,4 %	C.I. Almanac
2007	5,062,500	21,154,226	23,9 %	ITU
2010	7,786,700	20,959,278	35,5 %	ITU
2015	8.944.011	19.527.674	47,07%	ITU

În ultimii ani s-a înregistrat o ameliorare importantă în sectorul telecomunicațiilor, atât din punct de vedere cantitativ, cât și calitativ (înlocuirea centralelor telefonice analogice cu cele digitale, introducerea și extinderea telefoniei mobile, introducerea televiziunii prin cablu etc.).

Accesul la Internet se realizează prin intermediul a mai mult de 600 de furnizori de servicii, dintre care cei mai importanți actori sunt RCS&RDS, Euroweb, Mediasat, UPC (Astral), Intrabit, Ines & * Fibernet, GTS Central Europe GTS Telecom, Lamit Company. Conexiunile se realizează mai ales prin sistem broadband, dar tehnologii mai eficiente cum ar fi accesul prin wireless. Fără exagerare, se poate spune că România a făcut progrese impresionante în comunicații în ultima perioadă, progrese recunoscute, și la nivel internațional.

România se află pe locul 6 în lume după viteza maximă de conectare și pe locul 11 după viteza medie de conectare la internet (https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_countries_by_Internet_connection_speeds):

Țara	Avg. connection speed (Mb/s)	Avg. Peak Connection Speed (Mb/s)	Above 4 Mbit/s	Above 10 Mbit/s	Above 15 Mbit/s
 Singapore	12.5	135.4	87%	51%	27%
 Hong Kong	15.8	101.1	92%	59%	36%
 South Korea	20.5	86.6	96%	68%	45%
 Japan	15	78.4	90%	54%	32%
 Taiwan	10.1	77.9	88%	29%	13%
 Romania	13.1	72.9	94%	57%	27%
 Israel	11.2	70	94%	36%	14%
 India	7.5	70	68%	30%	14%
 Sweden	17.4	69	92%	55%	38%
 Netherlands	15.6	63.5	95%	60%	34%
 Switzerland	16.2	62.6	93%	61%	36%
 Uruguay	5.9	60.2	68%	7.70%	1.60%
 Belgium	12.8	59.3	91%	52%	26%
 Thailand	8.2	58.3	93%	18%	5.80%
 Russia	10.2	57.9	87%	38%	15%
 Finland	14.8	57.4	91%	51%	28%
 United States	12.6	57.3	80%	46%	24%
 Norway	16.4	55.9	88%	54%	37%
 United Kingdom	13	54.2	87%	46%	28%
 Hungary	10.7	53.9	90%	36%	18%
 Spain	10.4	53.5	85%	34%	17%
 Canada	11.9	52.4	87%	43%	21%
 Ireland	12.4	52	76%	41%	23%
 Czech Republic	14.5	50.9	86%	46%	27%
 Denmark	14	50.1	94%	51%	29%
 Germany	11.5	49.2	87%	37%	19%
 Slovakia	11.2	49	85	28%	17%

Aceasta dezvoltare a pietei Internet din România a determinat ca tot mai multe companii din cele mai diverse domenii (profil de producție, edituri, distribuitori de servicii de turism, institutii administrative, firme specializate pe servicii de consultanță etc.) să-și creeze prezența în spațiul virtual, pentru a fi cunoscute și integrate în sistemul Internet.

INTERNET2

(www.internet2.edu) este un proiect lansat în 1998 și în curs de desfășurare, de către mari universitatea și companii de calculatoare și telecomunicații (printre care Cisco Systems, IBM, AT&T, National Science Foundation din SUA s.a.).

În 2002, la Internet erau deja conectate peste 200 de universitatea, 60 de corporații și 40 de membrii afiliați. Principalul său obiectiv este să sporească viteza Rețelei, astfel încât să accepte rate de gigabiti pe secunda.

Astfel în septembrie 2004, promotorii standardului Internet 2 au anunțat un nou record de viteza la transmiterea datelor între California Institute of Technology (Caltech) și CERN (laborator european cu sediul în Elveția): 859GB de date în mai puțin de 17 minute pe o distanță de 16.000 de kilometri – obținând o rată medie de transfer de 6,63GB/secunda.

Mobilitatea se constituie în unul din factorii cheie care contribuie la crearea de noi moduri de viață și de lucru, care redefinește modul de conducere al afacerilor, interacțiunile între indivizi și organizații.

Se spera ca dezvoltarea rapidă a telecomunicațiilor va contribui din plin la mondializarea economiei, utilizarea rețelelor wireless (fără fir) fiind considerată elementul cheie pentru creșterea productivității transmisiilor de date și informație.

INTERNETUL MOBIL

Mai mult, **Internetul mobil**, consultabil direct cu ajutorul unui telefon mobil portabil, fără necesitatea utilizării unui calculator, este considerat noul eldorado economic. Comunicațiile fără fir includ: telefoane mobile, PDA-uri (Personal Digital Assistant), pagere și alte dispozitive și sunt în general utilizate de companii din sectorul aviatic sau turism sau de persoane pentru rezervări la spectacole, călătorii, restaurante, operațiuni bancare, tranzacții bursiere, descărcarea de muzică, accesarea informațiilor despre starea vremii și sport etc. Ele deschid noi perspective pentru mesajele de marketing orientate precis și la momentul stabilit, fiind totodată o alternativă ieftină la rețelele costisitoare de generația a treia, lucru prefigurată și de giganții telefoniei mobile.

Chiar dacă, în prezent, este greu de imaginat impactul pe care îl va avea în viitor asupra marketerilor această conectare omniprezentă pe care o oferă tehnologia mobilă, este însă previzibil că va fi unul demn de luat în seamă. Statisticile indică pentru sfârșitul anului 2004 la nivel mondial un număr de 809 milioane de utilizatori de telefoane mobile. Plutonul fruntas al țărilor utilizatoare de comunicații mobile este deschis de către China, urmată de Statele Unite și Japonia. Clasamentul emigrează apoi spre Europa, pe ultimul loc al topului celor 10 situându-se Coreea de Sud.

Un aspect deosebit de interesant îl constituie faptul că, deși utilizarea inițială a început în Europa (Suedia și Finlanda) creșterea explozivă a avut loc în Asia, în special în China și Japonia, unde numărul abonaților la telefoanele fără fir încă din anul 2000 l-a depășit pe cel al clienților abonați la sistemul de telefonie fixă.

În fiecare zi aproximativ 25 de mii de japonezi cu vârste sub 20 de ani încheie contracte pentru acest tip de servicii. Aruncând o privire asupra clasamentului primelor 10 țări utilizatoare de telefoane mobile pentru a accesa Internetul observăm o schimbare radicală a ierarhiei.

Conform datelor furnizate de Telecommunications Management Group cu cele 29,5 procente de utilizatori de Internet mobil din totalul populației Japonia se situează pe primul loc. Urmează în ordine Coreea de Sud (24,8%), Franța (10,5%), Singapore și Suedia (7,1%), Germania (6,1%), Marea Britanie (5%), Finlanda (4,1%), Norvegia (3,9%) și Spania (3,4%). Boom-ul Internetului mobil va trebui să tină însă pasul cu explozia telefoanelor portabile, care depășesc astăzi miliardul.

În mod paradoxal, unul dintre motivele pentru care SUA a rămas în urmă în domeniul comunicațiilor fără fir este chiar utilizarea pe scară largă a calculatoarelor personale.

Justificarea acestui fapt este relativ simplă: milioanele de locuitori din lumea a treia care nu au posibilitatea de a-și cumpăra un calculator vor putea, totuși, să-și cumpere un telefon mobil, ceea ce va da naștere, implicit, unei societăți mobile.

Pentru consumatorii interesați de Internetul mobil, cele mai atractive sunt facilitățile de comunicare și de informare, urmate de aplicațiile financiare de plăți mobile, operații bancare mobile și licitații/comerț mobil. De asemenea, par să aibă priză multe aplicații de nișă, cum sunt chat-room-urile și forumurile de discuții. Penetrarea telefoniei mobile la nivel global nu ține, în general, de granițe. Ea crește odată cu PIB-ul pe cap de locuitor numai până la un punct, după care se pastrează constant. Așa cum rezulta din figura anterioară, în majoritatea țărilor, potențialul de creștere a penetrării este mare, cu numai câteva piețe aproape de saturatie.

În România creșterea pe segmentul telefoniei mobile este impresionantă, potrivit estimărilor companiei Nokia (primul producător de telefoane mobile din lume), rata de penetrare a telefoniei mobile la noi în țară va fi de cel puțin 80% la finele anului 2011. Datele publicate pe paginile de Internet ale operatorilor de telefonie mobilă, indică o rată de acoperire a teritoriului României de peste 95%.

Volumul traficului de voce prin intermediul rețelelor mobile a ajuns la 16532 de milioane de minute, de patru ori mai mult decât în 2010. Toate aceste cifre dovedesc ca piata româneasca de telefonie mobila este o piata matură.

Internetul poate fi asemanat cu o autostrada pe care circula date si, conceptual, functiile sale pot fi asemanate cu functiile unei autostrazi.

Chiar daca veteranii Internetului au încă retineri în a enunța o definiție acestui concept, ei au cazut totusi de acord ca poate fi definit prin ceea ce nu este: nu este o organizatie; nu este o institutie; nu are proprietar; nu este controlat si guvernat de o autoritate anume.

Daca ar fi sa enumeram câteva dintre cele mai populare facilitati oferite de Internet astazi, am putea vorbi despre posta electronica, paginile Web, ziarurile electronice, transferul de fisiere, transmiterea în timp real a programelor radio si TV, transferuri de bani, cumparaturi în timp real si lista ar putea continua.

Astazi îl regasim în cele mai multe din domeniile vietii economico-sociale si sta la baza unor strapungeri tehnologice nevisate cu doar câteva ani în urma. În continuare sunt prezentate cele mai importante instrumente si servicii de comunicare Internet

COMUNICAREA PRIN REȚELELE DE SOCIALIZARE

Rețeaua socială este definită ca un grup de indivizi, care sunt împreună și fac parte dintr-un anumit grup, adesea asemănându-se cu o comunitate sau un cartier.

Deși rețelele sociale sunt posibile și offline, cu persoane, care se văd și se întâlnesc, mai ales în școli sau la locul de muncă, sunt mult mai populare rețelele de socializare din mediul online.

Acest lucru se explică prin faptul că liceele, colegiile și locurile de muncă nu au atât de mulți membri, spre deosebire de Internet care este utilizat de milioane de persoane, dintre care o parte este foarte interesată să se întâlnească și să dezvolte prietenii online.



Rețelele sociale funcționează pe baza unor site-uri care formează această comunitate de utilizatori online; acestea se împart în diferite categorii precum: hobby-uri, religie, politică, interese sau diverse alte activități, respectiv toate la un loc: rețele tradiționale de socializare(unde toată lumea are acces și se poate înscrie, indiferent de interesele sau viziunile pe care le au).

Alt avantaj al rețelelor de socializare online se referă la ușurința și comoditatea prin care putem interacționa cu alți oameni, cunoscuți sau necunoscuți. Faptul că "totul se întâmplă" pe un ecran al unui calculator/laptop, face ca totul să fie mai simplu. Nu trebuie să ne deplasăm, putem evita discuții incomode la telefon sau pe "messenger", nu trebuie să ne simțim obligați în a menține legătura cu o persoană anume. Rețeaua de socializare se poate folosi și actualiza oricând, în funcție de dorințele fiecăruia. Putem răspunde favorabil și putem ignora pe oricine, putem fi la current cu ceea ce se întâmplă în jurul nostru, întrucât există mereu o parte dintre cei care sunt adepții rețelelor de socializare care să actualizeze paginile lor personale, cât și cele de la index/home/pagina principală a site-ului în cauză.

Rețelele sociale online ajută foarte mult și la recrutarea oamenilor pentru diferite posturi. Angajatorii cu o deschidere față de noile metode tehnologice preferă să apeleze la acestea, datorită unor aspecte practice precum: calitatea angajaților; pot fi găsiți candidați mult mai potriviți, cu o deschidere mult mai mare, profesioniști, cu recomandări de la foștii colegi sau superiori; li se poate verifica mai ușor istoricul joburilor anterioare, rapiditatea angajării, rata mai mare de acceptare a ofertelor, nivel ridicat de credibilitate, costuri reduse. O altă metodă de recrutare alternativă poate fi considerată și blogul. Acesta poate fi personal sau profesional și poate oferi informații utile despre anumiți candidați: opiniile generale, viziunea și preocupările acestora.

În afara celor menționate mai sus, rețelele de socializare online mai vin însoțite și de niște aspecte negative. O problemă mare și foarte des întâlnită este cea legată de identitate. Adică de anumite persoane care socializează/interacționează sub un alt nume, sub o altă identitate; acestea pot fi periculoase din mai multe puncte de vedere, tocmai de aceea lumea care activează pe astfel de rețele trebuie să aibă grijă cu cine stă de vorbă și câtă încredere acordă diferitelor "personaje" pe care le găsec în această lume "internautică".

Cei care nu își arată datele lor personale și "trăiesc sub o mască" pe aceste rețele pot face rău atât social și faptic celor cu care interacționează (depinzând de nivelul de implicare din partea ambelor părți), cât și probleme de tip tehnologic, iar aici vorbim despre viruși și furturi online.

Ca și o concluzie a aspectelor pozitive și negative pe care le oferă aceste rețele de socializare, putem spune că este mai simplu să ne ferim și să avem grijă cu cine interacționăm decât să ne privim de oportunitățile online de viață socială.

Având în vedere numărul extrem de mare de utilizatori al acestor site-uri, este în avantajul nostru să fim deschiși, măcar pentru a vedea despre ce e vorba sau de ce nu... pentru cultura noastră?

Rețelele de socializare online sunt foarte populare și prezintă niște avantaje și beneficii care "cântăresc" mai mult decât aspectele negative. Într-un final, oricine poate să aleagă dacă dorește să intre în această lume. Nimeni nu este forțat să își etaleze activitatea și identitatea pe un site online; însă având în vedere anvergura acestor forme de socializare cred că ar fi bine ca fiecare să experimenteze acest fenomen, în ciuda părților negative care există sau care pot să apară pe parcurs.

FACEBOOK ÎN TOPUL REȚELELOR DE SOCIALIZARE

20 DE STATISTICI DESPRE FACEBOOK – (SEPTEMBRIE 2016)

Facebook reprezintă o piață enormă pentru social media. Următoarele statistici evidențiază că la nivel mondial, există peste 1.710.000.000 utilizatori Facebook activi lunar, cu o creștere de 15 de procente pe an. 4.5 miliarde aprecieri (like) generate zilnic din luna mai 2013, care reprezintă o creștere de 67 la sută, față de luna august 2012.

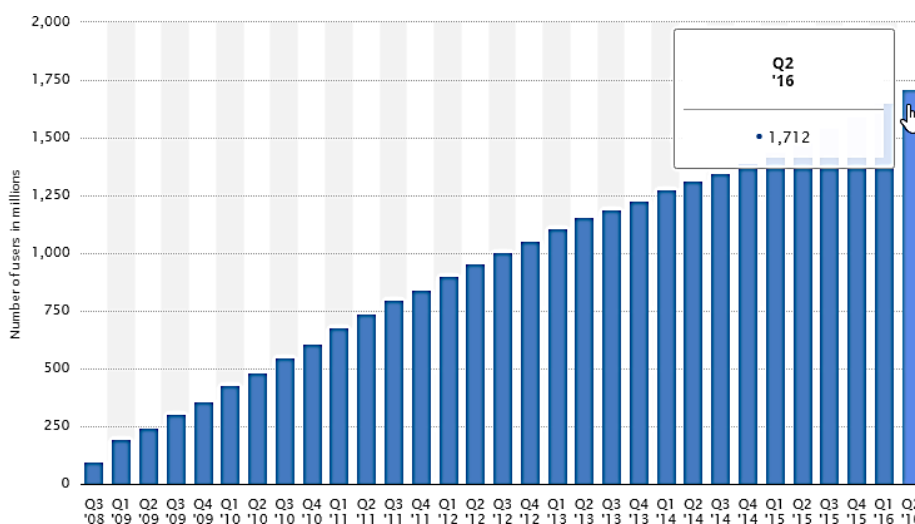
1.13 miliarde de oameni au fost conectați pe Facebook ca utilizatorii activi de zi cu zi în luna iunie 2016, ceea ce reprezintă o creștere de 17% în fiecare an.

Concluzia: un număr foarte mare de utilizatori Facebook sunt activi și consecvenți în vizitele lor.

Au fost 1,57 miliarde de utilizatori activi de facebook pe telefonia mobilă în iunie 2016, o creștere de 20 la sută față de anul trecut.

Există 1.03 miliarde de utilizatori activi pe mobile zilnic în iunie 2016, ce reprezintă o creștere de 22% pe an. În medie, Butoanele Like and Share sunt vizualizate de peste aproape 10 milioane de site-uri de zi cu zi.

În Europa, peste de 307 milioane de oameni sunt pe Facebook. Acesta nu este doar un fenomen SUA - o piață la nivel mondial este disponibil prin intermediul Facebook.



EVOLUȚIA NUMĂRULUI UTILIZATORILOR DE FACEBOOK

Vârsta 25 la 34, la 29,7% dintre utilizatori, este cel mai frecvent demografice de vârstă. Ce înseamnă acest lucru pentru tine: Acesta este ținta principală demografice pentru eforturile de marketing mai multe întreprinderi, și aveți schimbarea de a se angaja acești consumatori cheie pe Facebook.

Cinci noi profiluri sunt create în fiecare secundă. (Sursa: AllFacebook 2012) implicația: Publicul potențial pe Facebook crește exponențial.

Utilizatorii Facebook sunt 76% de sex feminin (din 100% din totalul femeii) și 66% de sex masculin (din 100% din totalul de sex masculin). Acesta este stat este una care trebuie într-adevăr să se gândească, deoarece este comparat procentul tuturor femeilor împotriva tuturor procentul de sex masculin, care sunt pe Facebook. Ne pare rău pentru confuzie. Pentru a săpa un pic mai adânc să ia o privire la acest studiu, care face o treaba mult mai bine la a explica nuanțele - Sursa: Brandwatch - <https://www.brandwatch.com/2015/01/men-vs-women-active-social-media/>) MENIUL: Din moment ce acest lucru nu este o diferență statistică mare, ar trebui să poată să ajungă în mod eficient ambele sexe pe Facebook.

Cel mai mare trafic are loc la mijlocul săptămânii, între 1 și 3 um. (Sursa: Bit.ly blog) Într-o altă notă, un post pe Facebook la 7pm va avea ca rezultat mai multe clicuri, în medie, decât afișare la 20 (Sursa: Forbes). Dă-ți seama. Cum acest lucru vă poate ajuta: Ai potențialul de a ajunge la mai mulți consumatori și conduce vehicule de trafic mai mare pe site-ul în timpul orelor de vârf de utilizare, dar oamenii pot fi mai probabil să fie mai implicați în seara. Această statistică poate fi un factor atunci când sunteți de planificare pentru programarea de comunicare socială. (De asemenea, consideră că Facebook are o audiență globală, astfel încât s-ar putea dori să-și planifice în jurul valorii de fusul orar al pieței cheie.)

Joia și vinerea, angajament este cu 18% mai mare. (Sursa: Bit.ly blog) implicația: Din nou, utilizați aceste informații pentru a determina când a posta, în scopul de a optimiza eforturile de marketing social media.

Există 83 de milioane de profiluri false. False sau nu, acestea reprezintă consumatori potențiali.

Există diverse motive pentru crearea profilurilor false, inclusiv profesioniștii fac asta pentru a face teste și cercetare.

Se încarcă pe facebook 300 de milioane pe zi. Implicația: Din nou, acest lucru este un indiciu al utilizatorilor implicați; De asemenea, este un indiciu că există o mulțime de fotografii, precum și alte informații, care concurează pentru atenția utilizatorilor.

Timpul mediu petrecut pe Facebook vizita este de 20 de minute. Ce înseamnă acest lucru pentru tine: Ai putea avea o perioadă scurtă de timp pentru a face impresie, deci utilizați-l cu înțelepciune cu posturi și oferte relevante, interesante și unice, în scopul de a obține cea mai mare profit.

La fiecare 60 de secunde de pe Facebook: sunt postate 510 comentarii, 293.000 stările sunt actualizate, iar 136.000 fotografiile sunt încărcate. Implicația: Din nou, există o mulțime de utilizatori implicați și activi, dar, de asemenea, o cantitate mare de informații care concurează.

4,75 miliarde de bucăți de conținut introduse în fiecare zi în luna mai 2013, reprezentând o creștere de 94 la sută, față de luna august 2012.

50% dintre cei cu vârsta între 18-24 de ani deschid Facebook atunci când se trezesc. Ce înseamnă acest lucru pentru tine: Facebook este important pentru acești utilizatori.

Unul din cinci puncte de vedere publicate în Statele Unite are loc pe Facebook. Cum acest lucru vă ajută: Aceasta este o piață uriașă pe web; dacă utilizați eforturile de marketing social media pe Facebook bine, ai putea avea profituri uriașe.

42% din agențiile de marketing raportează că Facebook este critică sau importantă pentru afacerea lor. Aceasta este o piața aglomerată, dar nu vă puteți permite să o ignorați, pentru că sunt șanse destul de mari ca concurența dumneavoastră să fie acolo.

16 de milioane de pagini de afaceri locale au fost create în luna mai 2013, care este o creștere de 100 la sută, de la 8 milioane de euro în iunie 2012.

Concluzie: Cu cei 1490000000, Facebook are mai mulți utilizatori activi lunar decât WhatsApp (500 milioane), Twitter (284 de milioane) și Instagram (200 de milioane) – combinat (Sursa: CNBC)

FACEBOOK - AVANTAJE SI DEZAVANTAJE – SPIONAJ, DATE PERSONALE, VIRUSI, SEX, DIVORT, COMUNICARE, JOURI ETC

Posted on 24/09/2012 by Emilian

Facebook este un fenomen despre care este bine să se discute la modul foarte serios, dintr-un motiv simplu: are în jur de 1 miliard de utilizatori la nivel global. Un site de socializare cu atât de mulți utilizatori oferă celui care îl deține foarte multă putere. Să existe persoane care au acces la datele personale ale peste 900 de milioane de oameni de pe planeta asta este poate cel mai periculos lucru care poate fi legat de Facebook. Bineînțeles că această rețea are și avantaje pentru cei care o folosesc.



Dar sunt ele mai importante și semnificative pentru viața noastră, decât riscurile și relele CERTE pe care și le asumă cineva atunci când folosește Facebook? Citiți în continuare care sunt avantajele și dezavantajele folosirii Facebook:

Mențiune: Ziceam că facebook are avantaje și dezavantaje. E de reținut că, de regulă, avantajele lucrează rapid, pe termen scurt – sunt vizibile și aduc beneficii “simțibile” foarte repede, pe când dezavantajele / pericolele lucrează mai lent, sunt ascunse și mai greu perceptibile, acționează pe termen mediu și lung și ne afectează viața, ca și comunitate, mult mai puternic decât avantajele, în principiu pentru că facebook (și internetul în general) lovește într-o caracteristică umană de bază – libertatea.

AVANTAJE FACEBOOK (le știu toți cei care folosesc facebook, dar merg trecute cu liniuță):

- socializare cu oameni cunoscuți și necunoscuți; găsire de noi prieteni și socializare cu aceștia; găsire de vechi prieteni (/colegi) și socializare cu aceștia;
- găsire de parteneri de viață;
- aflare de informații (noutăți) despre ce mai fac persoanele/organizațiile/asociațiile/firmele etc cu care ești în legătură pe facebook; aflare de noi oferte la diferite produse;
- scăpare de plictiseală (pierderea vieții și a timpului) – jocuri
- să îți auto gâdili propriul egou – să te dai mare cu tot ce ai mai făcut și realizat în viață, pe unde ai mai fost, ce ai mai vizitat și ce gagici ți-ai mai tras
- împărtășirea emoțiilor și sentimentelor într-un mod mai facil decât față în față
- împărtășirea diferitelor informații cu ceilalți mult mai rapid și ușor;
- aflare de feedback de la multe persoane foarte rapid legat de ceva ce vrei să faci sau despre un lucru pe care vrei să-l cumperi;
- autocompătimire facilă – să te plângi pe facebook că nu știi ce ți s-a întâmplat și să sară multă lume să te mângăie virtual, să te compătimizească, să te iubească, să-ți zică faptul că „o să fie bine...” etc etc etc.
- promovarea (vinderea?) propriului corp – pentru a atrage masculi, pentru a le face în sân celor de același sex care arată mai prost ca tine, sau doar ca să te laude lumea că arăți bine – trilioane de poze;
- promovarea și vinderea diferitelor produse, promovarea afacerii/ideii
- desfășurarea de campanii de strângere de fonduri, campanii electorale sau campanii de orice fel, într-un mod mai facil; etc

DEZAVANTAJE FACEBOOK:

Dezavantajele / pericolele facebook coincid, în principiu, cu dezavantajele generale ale internetului, pe care le puteți citi în articolul meu următor. Dați click și citiți-le. E bine să le conștientizați:

IATĂ CÂTEVA DEZAVANTAJE-RELE-PERICOLE PE SCURT DESPRE FACEBOOK:

1.Pierderea de timp – stai cu anii pe facebook fără să afli ceva util/important, fără să realizezi ceva sau fără să realizezi prea multe lucruri pentru binele tău pe termen lung, pentru binele familiei tale, pentru binele societății în care trăiești. Pe Facebook are loc o mare pierdere de timp (la propriu) – discuții cretine și inutile, comenturi stupide la poze, jocuri (Farmville? DUDE!) etc.

2.Statul în fața calculatorului așa mult dăunează ochilor din cel puțin două motive – radiațiile care ies din monitor și faptul că faci focus continuu cu ochii la aproximativ 40cm distanță (în timp nu o să mai vezi bine la depărtare)

3.Facebook creează iluzia că dacă susții cu un like o anumită “cauză nobilă”, gata, ți-ai făcut datoria de cetățean, ai ajutat mult la binele societății, ești un om bun. A fost și greu să dai like, într-adevăr...

De exemplu 1: la proteste de stradă, susțin inițiativa pe facebook zeci de mii de persoane, dar apoi în stradă apar 5 țânțari. Nu da nimeni doi bani pe “protestatarii facebookciști”. Nu se schimbă nimic dacă sunt mii de likeuri pe facebook. Din păcate în România ca să-ți faci auzite opiniile-pretențiile corecte/democratice de cetățean european, trebuie să le zbieri în stradă. Și nici acolo nu prea da nimeni doi bani pe tine dacă sunt puțini cei care protestează. Deci...facebook dăunează grav manifestărilor pașnice și democratice pentru apărarea drepturilor și libertăților omului, pentru că induce ideea că e suficient să-ți manifesti părerea doar pe facebook. Nu este suficient! (de exemplu, de ce nu ies mai mulți oameni în stradă să ceară lucruri “de bun simț” pe care le merită, cum ar fi să dispară din viața publică dictatorul bănescu,)

De exemplu 2: la campanii de donare de sânge – dau like inițiativei pe facebook zeci de mii de oameni, vreo câteva mii spun că e posibil-foarte posibil să vină să doneze sânge, iar vreo mie spun că SIGUR vor merge să doneze sânge în campania respectivă; Când are loc campania se prezintă să doneze 3 țânțari. Superb!

Deci facebook contribuie la distrugerea responsabilității civice a omului.

4.Facebook crează iluzia că ai mulți prieteni. Bineînțeles că ar trebui să lungim discuția cu “ce înseamnă prieten” și că ar trebui să menționăm că totul pleacă de la ce vrea fiecare; dacă omu’ nostru e fericit pe facebook cu mulți oameni care îi comentează pozele, vorbesc cu el etc, de ce să îi distrugem noi bucuria și să-i amintim că în viața reală poate nu da nimeni doi bani pe el. Personal nu consider a fi prieten o persoană care doar comentează la poze, la povești, la articole, zice la mulți ani când îl atenționează calculatorul că e ziua cuiva, dă fundițe sau ce “premiu iluzorii” mai există pe internet etc. Aceste lucruri distrug sistemul de valori pe care ar trebui să-l aibă un individ și pe care ar trebui să se bazeze în momentul în care alege în cine să aibă încredere și în cine nu. Ajungi astfel să ții cont de părerea unor oameni care.....cine sunt acei oameni again? “Prietenii” tăi? Să fim serioși...

5. Facebook dă impresia că toți utilizatorii spun adevărul despre ei în contul de pe facebook. De genul “domne...pe hi5 erau numai cocalari pedofili, nici nu știai cine sunt în realitate. Dar acum, pe facebook, e mai civilizată domne...ți se cere numele complet, chestii...”. Ce glumă... Deci se creează iluzia că fiecare cont de pe facebook reprezintă o imagine corectă-adevărată a persoanei reale. Nu este obligatoriu să fie așa deloc! Poți oricând să minți când îți faci contul. Și sunt probabil o grămadă care mint. Să vezi ce mișto este când niște fetițe de 15-16 ani (cu cont pe facebook desigur) aleg să se întâlnească cu persoanele întâlnite pe facebook și pe care le plac, dar care se dovedesc a fi niște bărbățoi cretini/pedofili/traficantși de carne vie. Oh well.

6.Facebook este responsabil, ca și alte site-uri de socializare, de distrugerea căsniciilor și a relațiilor dintre parteneri, pe motiv de gelozie (justificată sau nu), sau pe motiv că “mi-am găsit pe altcineva pe Facebook”. (parcă 30% dintre divorțurile din SUA erau cauzate de Facebook, conform unui sondaj).

7. Folosind facebook și alte site-uri de socializare te învești să te manifesti (ca un fel de “public”) doar în mediul online, unde e mult mai ușor. Din cauza asta foarte mulți vor avea probleme să poarte o discuție față în față (live) sau să vorbească în public cu mai multe persoane.

8.Facebook funcționează ca o “capcană mediatică de drogare creiere” (hmm...ar trebui să scriu un text numai despre asta); pe scurt: în timpul pe care îl petrec cei mai mulți oameni pe facebook, aceștia află de cele mai multe ori lucruri frivole, neimportante pentru viața ta, a familiei sau a societății, dar care te “entertain”, te “distrează”, sau cum îmi place mie să spun – îți “droghează creierul”. Astfel, stând tot timpul ocupat cu astfel

de gunoaie inutile de cele mai multe ori, ajungi să-ți distrugi capacitatea de a vedea realitatea înconjurătoare, nu mai ai spirit critic (ceea ce se și dorește de sus), nu mai ești în stare să iei decizii corecte pentru viața ta, pentru că în loc să te informezi despre lucruri utile-importante ai pierdut timpul cu prostii etc.

9. Facebook te folosește pentru a produce mulți bani, prin vânzarea datelor tale personale pe care ți le "fură" prin acele cookies care se instalează automat la tine în calculator când intri pe facebook, și astfel se sustrag date despre ce cauți pe internet, ce îți place, ce îți cumperi, ce le plac prietenilor tăi, ce îți cumperi ei, ce cauți ei etc etc etc etc. Apoi, FB ia toate datele astea și le vinde la pachet marilor corporații care contribuie la controlul mondial din umbră prin faptul că sunt putred de bogate și controlează piața produselor. Acele mari companii vor folosi acele informații despre tine pentru a te manipula ulterior prin reclamele (personalizate pentru tine) pe care le vei vedea pe Facebook. Însă cea mai importantă și negativă parte a FB este că în același timp, prin aceleași cookies și nu numai, FB fură foarte multe date personale despre tine. Toți utilizatorii sunt niște oi trecute în rapoarte stufoase pline de detalii despre fiecare. Acele detalii ajung obligatoriu pe mâna celor care controlează din umbră lumea. Și astfel o controlează mai ușor. Detalii mai jos:

10. Postarea pe Facebook a atâtor detalii despre tine reprezintă o autosabotare a propriei vieți și a viitorului vieții tale. Să fii adult și să nu conștientizezi că există oameni undeva în umbră, foarte puternici, care vor să controleze populația globului (inclusiv pe tine) arată câte ceva despre cât de ignorant-prost-egoist ești. Acești oameni care vor să controleze omenirea se bucură foarte mult când primesc pe tavă toate informațiile de care au nevoie chiar de la persoanele supravegheate (cel mai ușor de urmărit-supravegheat-controlat sunt mai ales cei care folosesc telefoane mobile, mai ales cei care folosesc aplicații pe telefoanele smart phone, mai ales cei care folosesc internetul, mai ales cei care folosesc siteuri de socializare, mai ales cei care folosesc Facebook). Facebook îți introduce în calculator niște cookies – niște programele care fură tot felul de informații despre tine (cine poate știi ce informații exact ce informații se fură în acest fel?). Aceste date personale și informații despre tine ajung apoi în două locuri: 1. la mari corporații care le vor folosi în scopuri comerciale și 2. la cei care conduc lumea din umbră și vor să controleze TOT). Facebook crează iluzia de "securitate și siguranță", crează iluzia că mai există pe internet ceva privat și personal pe care nimeni altcineva nu-l știe. Nu mai există nicăieri pe internet ceva privat. TOTUL "SE ȘTIE". Tot ce miști pe yahoo, google, facebook, hi5, twitter etc etc etc se stochează undeva și este folosit/va fi folosit la momentul oportun. Cineva de sus știe tot timpul tot ce miști. Iar facebook îi ajută pe acești oameni să afle totul despre tine.

Capitolul VIII

COMUNICAREA INTERPERSONALĂ



COMUNICAREA INTERPERSONALĂ [8]

Comunicarea interpersonală este cea mai importanta forma de comunicare si cel mai des folosita. Oamenii nu pot evita acest tip de comunicare; existenta lor sociala depinde de abilitatea cu care pot angaja discuții cu alții. Viața de familie, relațiile cu prietenii, activitatea profesionala, toate depind de aceasta calitate.

Comunicarea interpersonală se refera la comunicarea fata în fata. Acest tip de comunicare este important pentru a te înțelege pe tine si pentru a construi relațiile tale cu ceilalți.

Pentru a realiza acest lucru trebuie dezvoltata capacitatea de autoanaliza, autocunoaștere, autoexpunere cât si cunoașterea barierelor si factorilor perturbatori care îngreunează procesul comunicării.

Freud considera ca a te autocunoaște, a fi complet onest cu tine însuti constituie un efort uman deosebit deoarece aceasta onestitate cu sine reclama căutare, descoperirea si acceptare a de informație despre sine si o dorința de autoperfecționare.

IMAGINEA DESPRE SINE

Psihanaliștii susțin ca prima lege a vieții nu este autoconservarea biologica ci conservarea imaginii de sine, aceasta fiind o nevoie de baza strict umana. Imaginea, părerea de sine, provenind din organizarea experiențelor, percepțiilor, valorilor si obiectivelor noastre tine de “realitatea” noastră si ne determina comportamentul.

Atunci când comunicam, ne adresam imaginii pe care noi o avem despre interlocutor, iar acesta va comunica cu noi conform versiunii sale despre noi si despre el însuși.

Orice persoana are cel puțin cinci imagini, fiecare interinfluențându-se si schimbându-se în permanenta, în urma procesului de comunicare. Armonia dintre aceste versiuni face comunicarea sa fie simpla, directa si nedistorsionata.

Aceasta armonie se poate realiza prin “testarea” imaginii de sine (autocunoaștere) sau prin deschiderea spre alții, autoexpunerea, “reflectarea noastră în alții”.

Suntem ființe sociale, iar personalitatea noastră rezulta din asociere si nu din izolare.

VERSIUNI ALE IMAGINII DE SINE:

- EU, CEL CARE CRED EU CA SUNT (versiunea mea despre mine)
- EU, CEL CARE CRED CA TU CREZI CA SUNT (versiunea mea despre versiunea ta despre mine)
- EU, CEL PE CARE NICI EU NICI TU NU-L STIM (versiunea ascunsa)
- EU, CEL CARE TU CREZI CA SUNT (versiunea ta despre mine)
- EU, CEL CARE TU CREZI CA EU CRED CA SUNT (versiunea ta despre versiunea mea despre mine).

BARIERE ÎN COMUNICARE

Comunicarea interpersonală este îngreunata de bariere umane Barierele sunt:

- **Fizice:** deficiente verbale, acustice, amplasament, lumina, temperatura, ora din zi, durata întâlnirii, etc.
- **Semantice:** vocabular, gramatica, sintaxa, conotații emoționale ale unor cuvinte.

Determinate de factori interni:

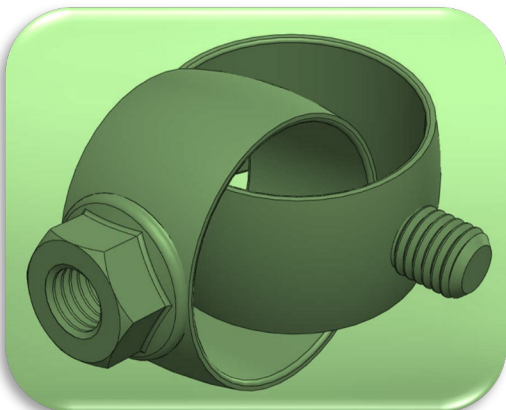
- **Implicare pozitiva:** Îmi place Ion, deci ascult ceea ce are de spus.
- **Implicare negativa:** Mirela m-a bârfit acum 10 ani, deci interpretez tot ceea ce spune ca fiind împotriva mea.
- **Frica:** sunt atât de preocupat de ceea ce voi spune după aceea încât
- nici nu pot sa aud ceea ce spune Mihai.
- **Presupuneri subiective:** Arați exact ca unchiul meu pe care nu pot sa-l sufăr, așa ca ori de câte ori vorbești îl aud pe el.
- **Agenda ascunsa:** îndată ce termin ședința mă voi putea duce sa joc baschet. “Hai sa discutăm acest subiect în ședința următoare”.
- **Lumi imaginare:** Toți avem “lumi imaginare”... interpretarea noastră personala a lucrurilor si ideilor...pe care le protejam cu grija.

Alte bariere:

- **Diferențele de percepție:** Modul în care privim noi lumea este influențat de experiențele noastre anterioare, astfel ca persoane de diferite vârste, naționalitatea,

culturi, educație, ocupație, sex, temperamente, etc. vom avea alte percepții și vor recepta situațiile în mod diferit.

- **Concluzii grăbite:** Adeseori vedem ceea ce dorim să vedem și auzim ceea ce dorim să auzim, evitând să recunoaștem realitatea în sine. Aceasta ne poate duce la ceea ce se spune "face doi plus doi să dea cinci".
- **Stereotipii:** Învățând permanent din experiențele proprii vom întâmpina riscul de-a trata diferitele persoane ca și cum ar fi una singură: "dacă am cunoscut un inginer (sau student, maistru, vânzător, etc.) i-am cunoscut pe toți".
- **Lipsa de cunoaștere:** Este dificil să comunicăm cu cineva care are o educație diferită de a noastră, ale cărei cunoștințe asupra unui subiect de discuție sunt mult mai reduse.
- **Lipsa de interes:** Una din cele mai mari bariere ce trebuie depășite este lipsa de interes a interlocutorului față de mesajul dumneavoastră. Trebuie să vă așteptați și la aceasta posibilă: oricum sunteți mai



interesați de problemele noastre decât de ale altora. Acolo unde lipsa de interes este evidentă și de înțeles, trebuie să acționați cu abilitate pentru a direcționa mesajul dumneavoastră astfel încât să corespundă intereselor și nevoilor celui ce primește mesajul.

- **Emoții:** Emotivitatea emițătorilor și receptorilor de mesaje poate fi de asemenea o barieră. Emoția puternică este răspunzătoare de blocarea aproape completă a comunicării.

O metoda de a împiedica acest blocaj constă în evitarea comunicării atunci când sunteți afectați de emoții puternice. Aceste stări vă pot face incoerent sau pot schimba complet sensul mesajelor transmise. Totuși uneori, cel care primește mesajul poate fi mai puțin impresionat de o persoană care vorbește fără emoții sau entuziasm considerând-o



plictisitoare, astfel ca emoția poate deveni un lucru bun.

Personalitatea: Nu numai diferențele dintre tipurile de personalități pot cauza probleme ci adeseori, propria noastră percepție a persoanelor din jurul nostru este afectată și, ca urmare, comportamentul nostru influențează pe acela al partenerului comunicării.

Aceasta "ciocnire a personalităților" este una dintre cele mai frecvente cauze ale eșecului în comunicare. Nu întotdeauna suntem capabili să influențăm sau să schimbăm personalitatea celuilalt dar cel puțin, trebuie să fim pregătiți să ne studiem propria persoană pentru a observa dacă o schimbare în comportamentul nostru poate genera reacții satisfăcătoare. Acest tip de autoanaliză nu poate fi agreată de oricine și oricum.

Capitolul IX

EXEMPLE ȘI APLICAȚII

În acest capitol sunt prezentate modele de

- *Curriculum Vitae*
- *Scrisoare de intenție*
- *Test de comunicare scrisă pentru studenți*
- *Referat Tehnic*

EXEMPLE ȘI APLICAȚII

CURRICULUM VITAE -EUROPASS

Descărcați șablonul word de la: <http://m.mecanica.utcluj.ro/tc/>



Curriculum vitae Europass

Informații personale

Nume / Prenume

Inserați fotografia. (rubrică facultativă, vezi instrucțiunile)

Adresă(e)

Număr imobil, nume stradă, cod poștal, localitate, țară (rubrică facultativă, vezi instrucțiunile)

Telefon(oane)

(rubrică facultativă, vezi instrucțiunile)

Mobil: (rubrică facultativă, vezi instrucțiunile)

Fax(uri)

(rubrică facultativă, vezi instrucțiunile)

E-mail(uri)

(rubrică facultativă, vezi instrucțiunile)

Naționalitate(-tăți)

(rubrică facultativă, vezi instrucțiunile)

Data nașterii

(rubrică facultativă, vezi instrucțiunile)

Sex

(rubrică facultativă, vezi instrucțiunile)

Locul de muncă vizat / Domeniul ocupațional

(rubrică facultativă, vezi instrucțiunile)

Experiența profesională

Perioada

Menționați separat fiecare experiență profesională relevantă, începând cu cea mai recentă dintre acestea. (rubrică facultativă, vezi instrucțiunile)

Funcția sau postul ocupat

Activități și responsabilități principale

Numele și adresa angajatorului

Tipul activității sau sectorul de activitate

Educație și formare

Perioada

Menționați separat fiecare forma de învățământ și program de formare profesională absolvite, începând cu cel mai recent. (vezi instrucțiunile)

Calificarea / diploma obținută

Disciplinele principale studiate /
competențe profesionale dobândite

Numele și tipul instituției de învățământ / furnizorului de formare

Nivelul în clasificarea națională sau internațională

(rubrică facultativă, vezi instrucțiunile)

Aptitudini și competențe personale

Limba(i) maternă(e)

Precizați limba(ile) maternă(e) (dacă este cazul specificați a doua limbă maternă, vezi instrucțiunile)

Limba(i) străină(e) cunoscută(e)

Autoevaluare

Nivel european ()*

Înțelegere		Vorbire		Scriere
Ascultare	Citire	Participare la conversație	Discurs oral	Exprimare scrisă

Limba 1

Limba 2

(*) *Nivelul Cadrelui European Comun de Referință Pentru Limbi Străine*

Competențe și abilități sociale

Descrieți aceste competențe și indicați contextul în care au fost dobândite. (Rubrică facultativă, vezi instrucțiunile)

Competențe și aptitudini organizatorice

Descrieți aceste competențe și indicați contextul în care au fost dobândite. (Rubrică facultativă, vezi instrucțiunile)

Competențe și aptitudini tehnice

Descrieți aceste competențe și indicați contextul în care au fost dobândite. (Rubrică facultativă, vezi instrucțiunile)

Competențe și aptitudini de utilizare a calculatorului

Descrieți aceste competențe și indicați contextul în care au fost dobândite. (Rubrică facultativă, vezi instrucțiunile)

Competențe și aptitudini artistice

Descrieți aceste competențe și indicați contextul în care au fost dobândite. (Rubrică facultativă, vezi instrucțiunile)

Alte competențe și aptitudini

Descrieți aceste competențe și indicați contextul în care au fost dobândite. (Rubrică facultativă, vezi instrucțiunile)

Permis(e) de conducere

Menționați dacă dețineți un permis de conducere și categoria. (Rubrică facultativă, vezi instrucțiunile)

Informații suplimentare

Includeți aici orice alte informații utile, care nu au fost menționate anterior, de exemplu: persoane de contact, referințe etc. (Rubrică facultativă, vezi instrucțiunile)

Anexe

Enumerați documentele anexate CV-ului. (Rubrică facultativă, vezi instrucțiunile)

SCRISOARE DE INTENȚIE

12 Aprilie 2012

Către, *COMPANIE Srl*

Stimata dna/dl. *Nume:*

Doresc să vă prezint candidatura mea pentru poziția de inginer proiectant în cadrul companiei dumneavoastră, ca urmare a publicării anunțului de recrutare în ziarul Piața de la A la Z.

În sprijinul candidaturii mele, pe lângă aptitudinile și experiența prezentate în CV-ul atașat, doresc să vă menționez interesul permanent și pasiunea pe care o am față de acest domeniu al ingineriei.

Astfel în decursul ultimului an(i) am participat la circa 4 seminarii pe tematica "*nume seminarii*" și am beneficiat de un training "*nume training*" realizat de firma "*nume firma*".

Mă consider o persoană responsabilă, atentă la detalii, care acordă o importanță deosebită concretizării rezultatelor la locul de muncă și în comunicarea cu colegii.

Pentru orice informații legate de cv-ul atașat vă rog să mă contactați.

Cu respect, Nume

 Semnătura

Cluj-Napoca,

TEST DE COMUNICARE SCRISĂ

NUMELE _____ grupa _____ data: _____

1.	Cum se numește rectorul Universității Tehnice din Cluj-N	
2.	Cum se numește decanul Facultății de Mecanică	
3.	La ce materii aveți examen în semestrul I	1. 2. 3. 4.
4.	Care sunt specializările oferite de Facultatea de Mecanică. (scrieți denumirea prescurtată)	1. _____ 2. _____ 3. _____ 4. _____ 5. _____
5.	La ce materii aveți examen în semestrul II	1. _____ 2. _____ 3. _____ 4. _____
6.	Câte săptămâni ține sesiunea de vară ?	
7.	Ce forme de evaluare pot fi pentru o disciplină ?	
8.	Câte credite are:	Geom. Descr.: __ Fizica: __ Mecanica I: __
		Știința mat. __ Desen tehnic I: __ Practica I: __
9.	Câte săptămâni ține semestrul I ? Dar semestrul II ?	Sem. I _____ săptămâni / sem II _____ săptămâni
10.	Examenele din sesiunea de toamnă se plătesc? Toate?	____ / _____
11.	Câte zile ține vacanța de Paști?	
12.	Câte săptămâni de restanțe și consultații sunt într-un an universitar ?	
13.	Examenele restante din anii anteriori se plătesc? Cât costă?	
14.	De câte credite aveți nevoie pentru a promova în anul II ?	
15.	Pentru a trece în anul IV puteți avea restanțe din anul I ?	
16.	Care este numărul maxim de credite pe care îl puteți contracta într-un an ?	
17.	Câte ore de activitate corespund unui punct de credit ?	
18.	Ce sancțiuni sunt prevăzute pentru încercarea de fraudă dovedită la un examen ?	
19.	Ce procent de absențe, la activitățile obligatorii, pot fi recuperate fără plată ?	
20.	Ce se întâmplă dacă aveți mai mult de 40% absențe la activitățile obligatorii ?	
21.	La câte materii se poate merge la „mărire de notă” ?	

22.	Se poate merge la mărire de notă dacă aveți restanțe la alte materii ?	
23.	Când se pot face transferuri de la o facultate, secție, universitate la alta ?	
24.	În ce situații poate fi exmatriculat disciplinar un student ?	
25.	Ce sancțiuni poate primi un student ?	
26.	Care este taxa de reexaminare pentru o disciplină din anii precedenți	
27.	Care este taxa de recuperare a unor activități practice obligatorii (vara/toamna)	_____ / _____
28.	Care este taxa de cazare pentru un student la taxa/buget în UTC-N	_____ / _____
29.	În ce constau criteriile de performanță ale UTCN	

TEHNICI DE COMUNICARE–LIMBAJ MATEMATIC -

NUMELE:

grupa:

data:

REZOLVAȚI COMPLET PROBLEMA ÎN COLOANA DIN DREAPTA. Scrieți citeț și organizat NU FOLOSIȚI INSTRUMENTE DE CALCUL. Eventual faceți o schiță.

ÎNSCRIEREA DIRECTĂ A REZULTATULUI FINAL NU SE PUNCTEAZĂ !

1.	Am 19 ani și mama m-a născut când avea 25 de ani. Câți ani are mama acum?	
2.	La un service auto, Vasile i-a cerut Mihaelei 320 de lei pentru piese și 50 lei/oră manoperă, pentru repararea mașinii. Dacă el a lucrat 2,5 ore pentru a repara mașina, cât are Mihaela de plătit?	
3.	Era foarte frig afară. Dimineața a debutat cu o temperatură de – 20°C, până la prânz temperatura a crescut cu 5°C, iar spre seară gerul s-a lăsat din nou și temperatura a scăzut cu 7°C. Ce temperatură a fost în acea seară?	
4.	Calculați: $[10 - (-2)^3 \cdot 2 - 6]$	
5.	Raza orbitei Pământului este de 150.000.000.000m. Utilizează scrierea științifică pentru a rescrie numărul ce reprezintă lungimea razei.	
6.	Aranjați în ordine crescătoare următoarele numere fracționare: $\frac{3}{8}, \frac{2}{5}, \frac{1}{3}, \frac{2}{4}$ și calculați suma lor.	
7.	O pereche de blugi costă 180 de lei la magazinul de pe strada mea. Luna aceasta, magazinul oferă o reducere de 20%. Pot să îmi cumpăr blugii, dacă am 140 lei?	
8.	Până în 5 iunie 2000, Hagi a jucat în 748 de meciuri și a marcat 301 de goluri. Raportul dintre numărul de meciuri jucate și numărul de goluri marcate de Michael Owen până în ianuarie 2000 este de 0,54. Care jucător are raportul dintre numărul de goluri înscrise și cel al meciurilor jucate mai mare ?	
9.	Calculați: $32 : 4 + (2,5 - 1,49) - 1,23$	
10.	Calculați: $(-\frac{2}{3} - 0,5) : \frac{7}{3} + (-0,1)$	
11.	Punctajul maxim care poate fi obținut la testul scris de la examenul pentru obținerea carnetului de șofer este de 26 de puncte. Mădălina a obținut 12/13 din punctaj. Câte puncte a obținut la test?	

12.	Vaca lui Ion dă 11,5 l lapte pe zi. Ion are patru copii, astfel că el vinde doar $\frac{4}{5}$ din lapte la o firmă de comercializare a laptelui, care îi plătește 0,9 lei pe litrul de lapte. 1) Ce cantitate de lapte dă vaca lui Ion într-o lună (consideră că luna are 31 de zile)? 2) Cât câștigă Ion din vânzarea laptelui într-o lună?	
13.	Care dintre numerele $(-5)^3$, 11^2 , 4^3 este mai mare decât 100?	
14.	Familia Gașpar colectează separat deșeurile de hârtie. În fiecare săptămână se strâng aproximativ 3,5 kg de hârtie. 1) Câte kg de hârtie colectează familia Gașpar într-un an? 2) Dacă prin reciclarea a 80 kg de hârtie se salvează o zecime dintr-un copac, în câți ani va salva familia Gașpar un copac?	
15.	Calculați: $(-2)^2 + \left[\left(\frac{3}{2} + \frac{5}{4}\right) + 5\right] \cdot (-3) + (-25) : 4$	
16.	Mirela a depus 200 de lei într-un cont cu capitalizare la o bancă. Știind că dobânda oferită de bancă este de 3% pe an și că taxa de procesare luată de bancă este de 0,5% din suma depusă pe an, ce sumă va avea Mirela la doi ani de la depunere?	
17.	Marin are trei copii. Fiind foarte bătrân, el și-a scris testamentul. Jumătate din averea sa o lasă soției, un sfert celui mai mare dintre copii, o cincime mijlociului și restul celui mai mic. Ce parte din avere va primi cel mai mic dintre copiii lui Marin? Dacă averea lui Marin este 51.000 de lei, ce sumă reprezintă moștenirea fiecăruia?	

T EHNICI DE COMUNICARE – LIMBAJ MATEMATIC

NUMELE:

grupa:

data:

REZOLVAȚI COMPLET PROBLEMA ÎN COLOANA DIN DREAPTA. Scrieți citeț și organizat NU FOLOSIȚI INSTRUMENTE DE CALCUL. Eventual faceți o schiță.

ÎNSCRIEREA DIRECTĂ A REZULTATULUI FINAL NU SE PUNCTEAZĂ !

30.	Un unghi al unui romb are 37° . Să se afle celelalte unghiuri ale rombului.	
31.	Perimetrul unui dreptunghi este de 34, iar una din laturile sale este de 9. Să se afle lungimea celeilalte laturi.	
32.	Aflați măsurile unghiurilor unui paralelogram dacă ele sunt direct proporționale cu 1,2 și 0,8	
33.	Fie O punctul de intersecție a diagonalelor dreptunghiului ABCD. Dacă perimetrele $P_{ABC} = 48\text{cm}$, $P_{ABO} = 36\text{cm}$ și $P_{BCO} = 32\text{cm}$, aflați: a) BC; b) AB; c) BD.	

34.	Fie $\triangle ABC$ dreptunghic în A și $M \in (BC)$. Prin M construim $MN \parallel AC$ și $MP \parallel AB$, unde $N \in (AB)$ și $P \in (AC)$. Arătați că $APMN$ este dreptunghi.	
35.	Fie $VABCD$ o piramida patrulatera regulata cu varful in V care are aria bazei de 324cm^2 și perimetrul unei fețe laterale de 48 cm. Aflati: a) l (latura bazei); b) BD ; (diagonalka bazei) c) VA (lungimea unei muchii); d) A_f (Aria unei fețe laterale)	
36.	Se consideră prisma triunghiulară regulată $ABCA'B'C'$ care are muchia bazei de 20 și muchia laterală de 50 . Determinati: a) $m(\sphericalangle ABC)$ = b) P_b (Perimetrul bazei) c) A_b d) $P_{AC'B}$	
37.	Este prezentată agrement în dreptunghi lungimea $AB = 30$ m și lățimea $BC = 20$ m. În interiorul zonei se află un lac în formă de cerc cu raza de 10 m. Cercul intersectează latura AB în unctul P și latura BC în punctul M , astfel încât $PB = BM = MC$. a) Calculați aria suprafeței lacului. b) Determinați aria triunghiului DPM . c) În exteriorul lacului, zona de agrement este acoperită cu gazon. Verificați dacă aria suprafeței acoperite cu gazon este mai mică decât aria suprafeței lacului. Se poate lua $\pi = 3,14$.	
38.	În figura este reprezentat schematic un cort în formă de piramidă patrulateră regulată $VABCD$, în care $VA = AB = 4$ m. Intersecția diagonalelor AC și BD se notează cu O . a) Arătați că $OA = OV$ b) Calculați câți metri pătrați de pânză sunt necesari pentru confecționarea cortului, știind că toate fețele sunt din pânză, inclusiv podeaua. Se neglijează pierderile de material. c) Determinați distanța de la punctul O la o față laterală a piramidei patrulateră regulate $VABCD$.	

TEST DE COMUNICARE TEHNICĂ

NUMELE _____ grupa _____ data: _____

1.	Ce înseamnă ISO ?	
2.	La ce folosește un standard ?	
3.	Ce organizații/comitete de standardizare cunoașteți ?	
4.	În România ce organizație se ocupă de standardizare ?	
5.	Ce este punctul triplu al apei ? La ce temperatură se atinge el ?	
6.	Care este unitatea de măsură a curentului electric ?	
7.	În ce se măsoară viteza unghiulară ?	
8.	Cum se spune corect micron sau micrometru pentru $1 \times 10^{-6} \text{m}$?	
9.	Ce se măsoară cu potențiometrul ?	
10.	Ce ordin de mărime este „nano” ? dar „tera”	
11.	Țol sau inch înseamnă același lucru? Câți metri are fiecare ?	
12.	Câți cm are un picior (foot) ?	
13.	Ce înseamnă BTU ?	
14.	Câți metri are o milă ?	
15.	Câți litri are un US baril de petrol ?	
16.	O uncie (oz) câte grame are ?	
17.	O livră UK (pound) câte kg are ?	
18.	Ce dimensiune are un format A0 ?	
19.	Cum se scrie cu cifre romane 1996?	
20.	Care este diferența între temperatură și căldură ?	
21.	Câți Wați are un cal putere ?	
22.	Câți ari are un hectar ?	
23.	Câți tori are o atmosferă fizică ?	
24.	Câte grade Celsius fac 120°F ?	
25.	Un diamant de 10 carate câte grame are ?	

REFERAT TEHNIC - EFICIENTA RECTIFICĂRII PLANE ȘI DIRECȚIILE DE CREȘTERE A ACESTEIA

1.1. DEFINIREA noțiunii DE EFICIENTĂ A RECTIFICĂRII PLANE ȘI FACTORII CE O INFLUENȚEAZĂ

Rapida dezvoltare tehnică contemporană impune cerințe tot mai severe de eficiență a producției. Rectificarea este una din tehnologiile de prelucrare prin așchiere ale cărei posibilități și performante sunt puse în evidență în zilele noastre. Dacă în trecut rectificarea era folosită doar pentru prelucrări de finisare astăzi ea poate fi aplicată la prelucrarea completă prin îndepărtarea întregului adaos de prelucrare și obținerea reperului final la parametri dimensionali și geometrici prescriși. Desigur că aceste performante pot fi obținute doar în urma studierii intime a procesului și, pe baza pe cunoștințele dobândite, printr-o planificare în condiții de maximă eficiență.

Odată cu creșterea performanțelor mașinilor de rectificat criteriile de eficiență au început să se refere la scăderea timpilor auxiliari, iar abia după anii '40-'50, odată cu evoluția calculatoarelor, a senzorilor și a aparatelor de măsură și control s-au putut face determinări precise și problema creșterii eficienței rectificării a fost abordată din unghiul creșterii productivității și a scăderii costurilor, evident păstrând ca restricție precizia (geometrică și dimensională) precum și calitatea suprafeței prelucrate.

Rectificarea spre deosebire de celelalte procedee de așchiere este greu controlabilă în principal din următoarele motive:

- * geometria discului abraziv este variabilă în timp;
- * capacitatea de așchiere a discului abraziv și ea datorită geometriei, datorită fenomenelor termice și datorită îmbâcsirii porilor.
- * fenomenele termice din zona de contact disc abraziv-piesă sunt deosebit de intense și variabile putând altera caracteristicile fizico-chimice ale suprafeței prelucrate

1.1. Strategia creșterii eficienței rectificării plane

Procesul de rectificare plană ca și de altfel orice procedeu de prelucrare prin așchiere depinde de o serie de factori ce se influențează reciproc. În principal, prin optimizarea rectificării se înțelege: obținerea unor suprafețe, ce se încadrează în precizia dimensională și de rugozitate impusă, în timp cât mai scurt și cu costuri minime.

De regulă aceste cerințe au un caracter antagonist. Practic o tehnologie de prelucrare optimizată constă în alegerea unui obiectiv sau funcție scop (de exemplu calitatea suprafeței – rugozitatea) și ajustarea în limite rezonabile a celorlalți parametri pentru atingerea valorii impuse a funcției scop.

Ca funcție scop, în cazul rectificării plane, se alege de obicei precizia geometrică, calitatea suprafeței sau durabilitatea sculei ca factor determinant al reducerii timpului de prelucrare.

Având în vedere multitudinea factorilor ce influențează rectificarea plană și de dificultatea de a-i controla simultan chiar și cu ajutorul calculatorului, parametri caracteristici ai procesului de rectificare se împart în două categorii:

- parametri nereglabili, impuși de configurația sistemului tehnologic MEȘ (de exemplu construcția mașinii unelte, a dispozitivelor de prindere a materialului prelucrat precum și a discului abraziv);
- parametri reglabili care pot fi modificați și controlați înainte și dacă este posibil și în timpul prelucrării.

Adaptarea procedurii de așchiere la o problemă concretă de prelucrare se poate realiza prin intermediul alegerii adecvate a acestor parametri reglabili, care sunt adâncimea de așchiere t , avansul s , și viteza de așchiere v .

Trebuie remarcat faptul că aceștia nu sunt factori de sine stătători, ci sunt cuprinși în soluțiile problemelor de optimizare de la nivelele superioare cum ar fi programarea loturilor, stabilirea ritmurilor, a fluxului de materiale și de informații, a întregului proces de fabricație.

Determinarea parametrilor de așchiere, în funcție de gradul de integrare a echipamentelor de prelucrare automată a datelor se poate face manual sau asistat de calculator.

CLASIFICAREA MAȘINILOR DE RECTIFICAT PLAN CU DOUĂ DISCURI

Mașinile de rectificat plan bilateral sau cu două discuri cum li se mai spune pot fi clasificate după criteriile de ordin constructiv astfel:

- a) după planul de dispunere a axelor celor doi arbori principali:
 - mașini cu ax orizontal;- mașini cu ax vertical.
- b) după diametrul exterior al discurilor abrazive (parametru de putere):
 - de exemplu $\varnothing 450$, $\varnothing 600$, $\varnothing 750$.
- c) după procedeul de rectificare utilizat pentru îndepărtarea adaosului de prelucrare, care poate fi:
 - dintr-o singură trecere;
 - prin pătrundere;
 - treceri succesive incluse în ciclul mașinii.
- d) după tipul de alimentator al zonei de lucru:
 - alimentator rotativ (fig.1);
 - alimentator prin trecere(fig 2) ;
 - alimentator oscilant;
 - culisant (fig. 3).

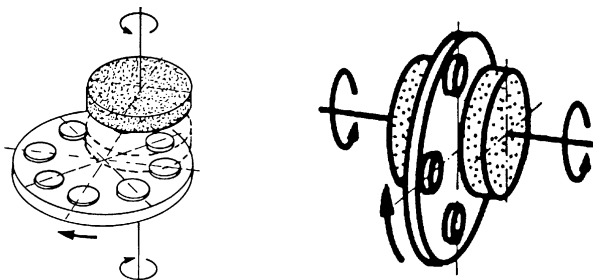


FIG. 1 RECTIFICARE BILATERALĂ CU ALIMENTATOR ROTATIV ȘI AXUL BROȘELOR VERTICAL SAU ORIZONTAL

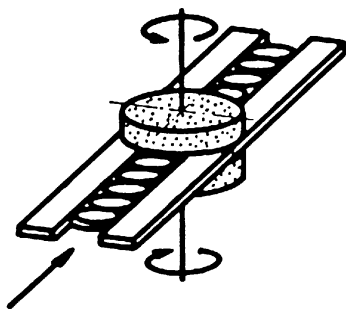


FIG. 2 - RECTIFICARE BILATERALĂ CU ALIMENTATOR LINIAR ȘI AXUL BROȘELOR VERTICAL

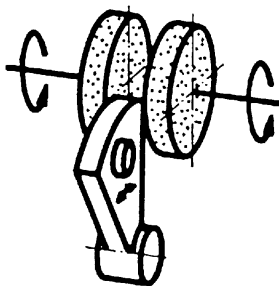


FIG. 3 - RECTIFICARE BILATERALĂ CU ALIMENTATOR OSCILANT

2.1 ÎNTEPRINDERI PRODUCĂTOARE DE MAȘINI DE RECTIFICAT PLAN CU DOUĂ DISCURI

La ora actuală, în lume, producția de mașini de rectificat cu două discuri este realizată asigurată de următoarele firme (țări):

- Diskus RFG;
- Giustina-Besley Italia;
- Gendron Franța;
- Fabrica de mașini-unelte speciale Moscova, Rusia;
- SUA.

În România se fabrică mașini de rectificat cu două discuri la:

- Simtex-București filiala Cluj-Napoca;

2.2 MAȘINI DE RECTIFICAT PLAN BILATERAL

Principala firmă producătoare de astfel de mașini este "Diskus" din Germania. În figura .4 este prezentată o mașină de rectificat segmenti auto de tip DDS IV PR-CNC.[35], iar alăturat schema ei cinematică.

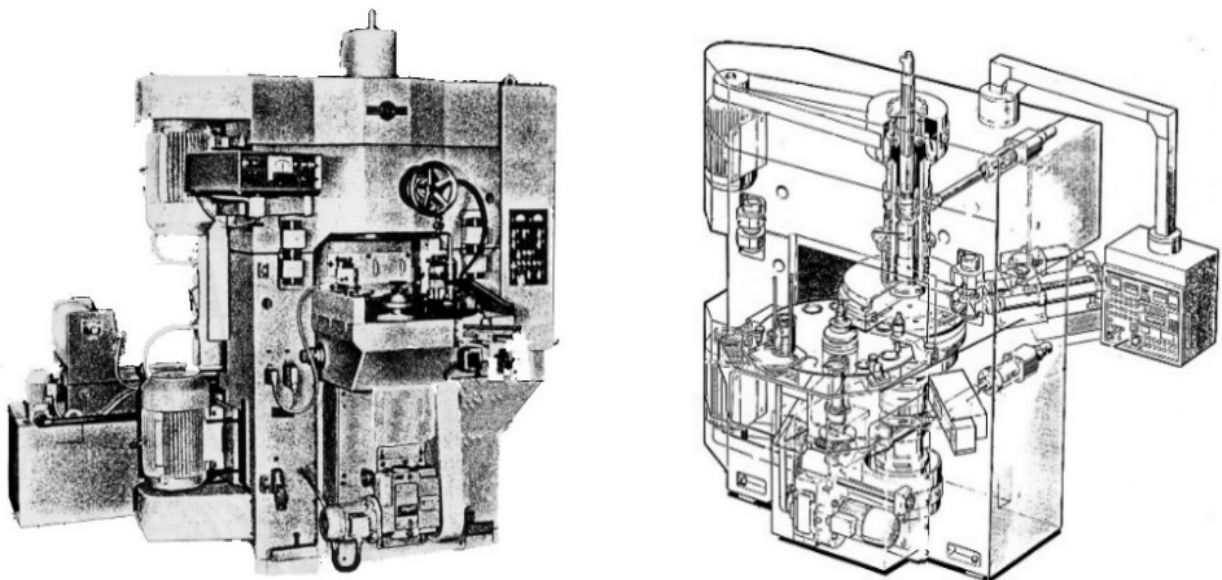


FIG. 4 - MASINI DE RECTIFICAT CU AZ VERTICAL

Ea este de tip portal pentru a asigura o rigiditate sporită în timpul prelucrării. Piesele sunt prelucrate complet la o singură trecere, ieșind la cota finală. Principiul de rectificare folosit este prin pătrundere asigurându-se o mare productivitate.

Broșele se rotesc în sensuri diferite pentru a nu supraîncărca dispozitivul de alimentare.

Corpurile abrazive sunt tip inel, zona centrală neparticipând la procesul de rectificare. Axele broșelor sunt verticale, pietrele de rectificare sunt de 750 mm diametru. +

Alimentatorul este de tip rotativ cu încărcarea semiautomată din magazie a pieselor. Viteza de rotație a mesei este constantă.

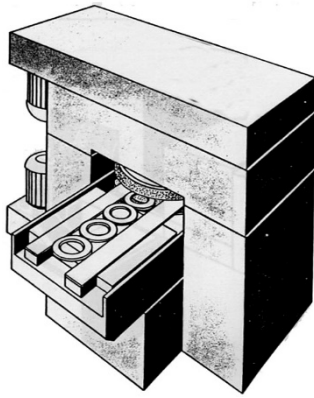


FIG. 5 MAȘINĂ CU AX VERTICAL TIP PORTAL CU ALIMENTATOR LINIAR

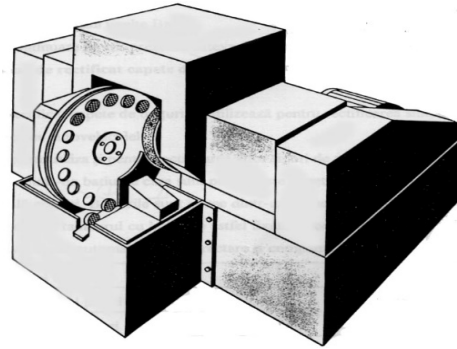


FIG. 6 MAȘINĂ DE RECTIFICAT CU AX ORIZONTAL CU ALIMENTATOR ROTATIV.

Avansurile rapid și de lucru sunt asigurate de servomotoare comandate numeric. Îndreptarea pietrelor se face tot în ciclu automat cu controlul vitezei de înaintare a diamantului. Lichidul de așchiere este dirijat prin axul broșelor pentru a asigura o răcire corespunzătoare. Toate reglajele și controlul mașinii se fac de la un panou central.

Tot firma Diskus mai produce și următoarele mașini de rectificat plan bilateral la care diferă poziția axelor capetelor de rectificare precum și forma și tipul de alimentator cu piese. Astfel în figura 5 este prezentată o mașină de rectificat cu ax vertical tip portal cu alimentator liniar tip **DDS-PL** [35], iar în figura 6 o mașină de rectificat cu ax orizontal cu alimentator rotativ. tip **DDW-CR** [35].

Un caz special de rectificare plan paralelă îl reprezintă mașina de rectificat cu ax orizontal și alimentator oscilant de tip **DDW-C**[35](fig.7). Ea este specializată în prelucrarea fețelor paralele ale crucilor cardanice.

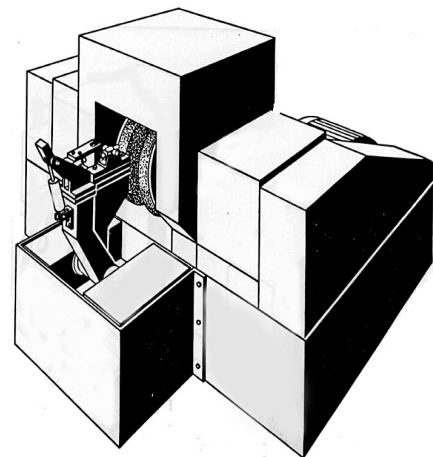


FIG. 7 MAȘINĂ CU AX ORIZONTAL CU ALIMENTATOR OSCILANT

Alimentatorul introduce piesele între discurile abrazive asigurând poziționarea precisă a lor precum și rotația cu 90° în vederea prelucrării și a celeilalte perechi de axe

2.3 . MAȘINI DE RECTIFICAT PLAN BILATERAL AUTOHTONE

MAȘINA DE RECTIFICAT CAPETE DE BOLȚURI TIP RCB 440

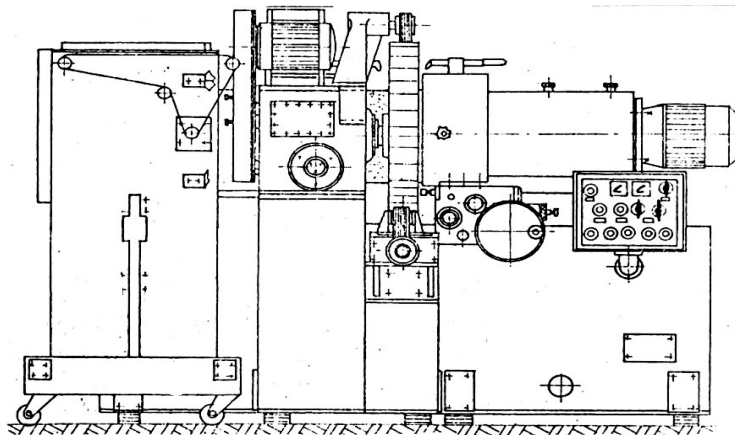


FIG. 8 MAȘINA DE RECTIFICAT CAPETE DE BOLȚURI

În țara noastră se proiectează și se produc mașini de rectificat cu două discuri la SIMTEX S.A. București, filiala Cluj, precum și la Întreprinderea de mașini unelte Bacău.

Mașina de rectificat capete de bolțuri se utilizează pentru rectificarea simultană a capetelor de bolțuri, specifice autovehiculelor.

Se poate utiliza și pentru rectificarea altor tipuri de piese de secțiune circulară.

Mașina se compune dintr-un batiu pe care sunt poziționate capetele de rectificat cu broșele port-corp abraziv la cota finală a piesei. Mașina este prezentată în figura 2.8.

Bolțurile sunt aduse dintr-un alimentator automat pe un tambur și sunt fixate cu un lanț.

Tamburul cu bolțurile astfel fixate trece printre discurile abrazive. Păpușile port-corp abraziv avansează automat pentru corectare și compensarea uzurii.

Caracteristicile mașinii de rectificat plan bilateral RCB 440

Tabelul 1

Caracteristici tehnice	Valori	Caracteristici tehnice	Valori
Diametrul maxim al piesei	50 mm	Lățimea minimă discuri	15 mm
Diametrul minim al piesei	15 mm	Rugozitatea	0,8 μm
Lungimea maximă a piesei	120 mm	Precizia prelucrării	abatere la // "0,002 mm
Lungimea minimă a piesei	40 mm	Avans pentru corectare și compensare a uzurii	0,01;0,02 ; 0,03 ; 0,04 mm
Adaos maxim pe față	0,25 mm	Turația tamburului de antrenare piese	0,575;0,287; 0,143; 0,073 rot/min
Diametru exterior discuri	440 mm	Puterea motoarelor electrice	2x7,5 kW broșă 0,48-0,8 kW piese
Diametrul interior discuri	220 mm	Turația motoarelor broșelor	1440 rot/min

MAȘINA DE RECTIFICAT PLAN CU DOUĂ DISCURI PENTRU SUPAPELE DE ADMISIE ȘI EVACUARE DE LA MOTOR FORD TIP RFS 760

Mașina de rectificat plan cu două discuri pentru placa de reglaj din față se utilizează pentru rectificarea simultană a capetelor de supape componente ale motorului Olcic cu lungimi variind între 85-115 mm.

Mașina este prezentată în figura.9

Ea poate funcționa în ciclu automat, semiautomat sau manual.

Este prevăzută cu un grup hidraulic, două grupuri pneumatice, instalație de răcire și epurare, precum și dulapul electric și panoul de comandă.

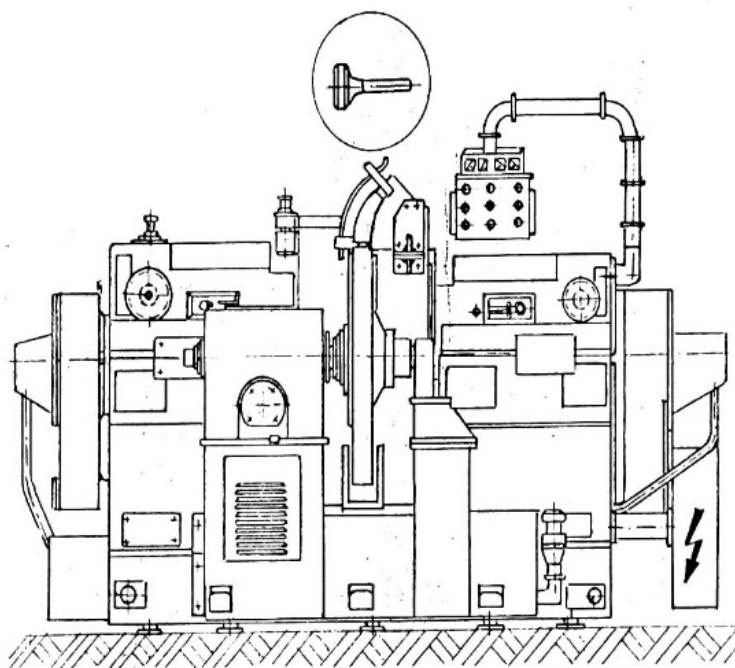


FIG. 9 MAȘINA DE RECTIFICAT SUPAPE RFS 760

Caracteristicile mașinii de rectificat plan bilateral RCB 440 *Tabelul 2.2*

Caracteristici tehnice		Valori
Lungimea piesei de rectificat		85-115 mm
Diametrul piesei de rectificat		8-40 mm
Toleranța la dimensiune		" 0,05 mm
Bătaia frontală a feței ciupercii		maxim 0,05 mm
Rugozitatea		Ra = 0,8 μm
Bătaia frontală a capului tijei		maxim 0,02 mm
Diametrul discurilor abrazive		765 mm
Turație	broșa stângă	596 rot/min const.
	broșa dreaptă	680 rot/min const.
Indexarea avansului pentru compensare		0,002 mm/impuls
Avansul rapid		56,25 mm/min

2.4 PERFORMANȚELE MAȘINILOR DE RECTIFICAT PLAN CU DOUĂ DISCURI

Dintre mașinile de rectificat plan cele cu două discuri se disting prin următoarele :

- productivitate extrem de ridicată - 1000 piese pe oră, adică peste 300.000 de piese pe lună, în funcție de mărimea pieselor,
- câmp de aplicabilitate extrem de larg - există o gamă foarte mare de piese ce necesită prelucrări plan paralele, mai ales în industria auto,
- se elimină necesitatea fixării piesei pe mașină în vederea prelucrării,
- adaosul de prelucrare poate fi foarte mare,
- prelucrarea se face printr-o singură trecere,
- posibilități foarte largi de automatizare a procesului ,
- se pot obține caracteristici geometrice (planitate și paralelism) și de suprafață foarte bune cu reglaje minime,
- repetabilitatea rezultatelor optime obținute se poate menține timp îndelungat chiar și cu sisteme de control clasice,
- materialul prelucrat poate fi de orice natură, de la bronzuri foarte moi la oțeluri foarte dure sau materiale ceramice.
- gabaritul pieselor prelucrate variază de la piese de ceas la blocuri motor de autocamioane,
- discurile abrazive pot avea dimensiuni între 300 și 2000 mm diametru.

1.4 CONCLUZII

Mașinile de rectificat cu două discuri oferă soluția optimă de uzinare a reperelor cu fețe plan paralele. Acest tip de piese este deosebit de răspândit în industria constructoare de mașini, aviaică, a bunurilor de larg consum. Folosind acest tip de mașini printr-o singură trecere se poate obține

- asigurarea unei abateri minime la paralelism a fetelor prelucrate;
- asigurarea unei planități corespunzătoare;
- asigurarea rugozității impuse suprafeței prelucrate;
- păstrarea sau îmbunătățirea caracteristicilor materialului în stratul superficial;
- menținerea parametrilor de mai sus la cote optime, constant în timp.

Acestea sunt principalele motive care au stat la baza hotărârii de a proiecta și construi o astfel de mașină de rectificat ce este prezentată în capitolul următor.

SISTEMUL INTERNAȚIONAL DE UNITĂȚI (SI)

MĂRIMI		UNITĂȚI		MĂRIMI		UNITĂȚI	
Nume	Simbol	Nume	Simbol	Nume	Simbol	Nume	Simbol
Spațiu și timp				Presiune	p	pascal	Pa
Unghi plan	α, β γ, ϑ $\varphi, etc.$	radiani	rad	Putere	P	watt	W
		rotații	rot	Randament	η	fără dimensiuni	-
		grade	grd				
		minute de unghi	'	Lucru mecanic		Joule wattoră electronvolt	J Wh eV
		secunde de unghi	"	Energie	$E (W)$		
Unghi solid	$\Omega (\omega)$	steradiani	sr	Energie potențială	E_p		
Accelerație unghiulară	α	radiani / secundă la pătrat	rad/sec ²	Energie cinetică	E_c		
Accelerație	a			Volum masic	v	metru cub/kg	m ³ /kg
Accelerație gravitațională	g	metri / secundă la pătrat	m/s ²	Electromagnetism			
Arie Suprafață	A (S)	metri pătrați	m ²	Capacitate	C	Farad	F
Lungimi	$a, b, ...$	metri	m	Câmp electric	$E (K)$	Volt /metru	V/m
Timp Intervale de timp Durată	t	secunde	s	Câmp magnetic	$[H]$	Amper/metru	A/m
		minute	min	Densitate de curent	$J (S)$	Amper/metru ²	A/m ²
		ore	h	Defazaj	φ	radiani	rad
		zile	d	Flux magnetic	Φ	weber	Wb
Viteză	v	metri / secundă	m / s	Inductanță	L	henry	H
Viteză unghiulară	ω	radiani / secundă	rad / s	Inducție magnetică	B	tesla	T
Volum	V	metri cubi	m ³	Reactanță	X	ohm	Ω
				Impedanță	Z		
Fenomene periodice				Intensitate curent	I	amper	A
Frecvență	F	herti	Hz	Permeabilitate	μ	Henry/metru	H/m
Frecvență de rotație	n	sec. la puterea -1	s ⁻¹	Potențial electric	V	volt	V
		rotații pe secundă	rot / s	Diferență de potențial	U		
		rotații pe minut	rot / min	Forță electromotoare	E		
Perioadă	T	secunde	s	Putere	P	watt	W
Pulsații	ω	radiani / secundă	rad / s	Cantitate de electricitate	Q	coulomb	C
Defazaj	φ	radiani	rad	Reluctanță	R, R_m	henry ⁻¹	H ⁻¹
Mecanica				Rezistență	R	ohm	Ω
Coefficientul lui Poisson	μ	fără dimensiuni	-	Rezistivitate	ρ	ohm metru	$\Omega \cdot m$
Densitate	d	fără dimensiuni	-	Conductanță	G	siemens	S
Coefficient de frecare	$\mu(f)$	fără dimensiuni	-	Conductivitate	γ, σ	siemens/metru	S/m
Forță	F	newton	N	Optică			
Greutate	$G (P)$						
Alunecare unitară	γ	fără dimensiuni	-	Luminozitate	E	lux	lx
Masă	m	kilogram	kg	Randament luminos	K	lumen/watt	lm/watt
Masă volumică	ρ	kilogram / m ³	kg/m ³	Flux luminos	Φ	lumen	lm
Modulul lui Coulomb	G	pascal	Pa	Intensitate luminoasă	I	candela	cd
Modulul lui Young	E						
Modul de inerție	Z, W	metru cub	m ³	Luminanță	L	candela/metru ²	cd/m ²
Moment cinetic	L	Kg * m ² / secundă	kg.m ² /s	Termic			
Momentul unei forțe	M, T	newton-metru	N.m	Coef. de dilatare	α	kelvin ⁻¹	K ⁻¹
Moment de inerție	I, J						
				Cantitate de căldură	Q	joule	J
				Temp. Celsius	t, θ	grade celsius	°C
				Temp. termodinamică	T	kelvin	K

BIBLIOGRAFIE

- [1]. ***, Culegere de Standarde românești și ISO
- [2]. <http://a1.ro/lifestyle/family/tehnici-de-agatat-fete-pe-facebook.html>
- [3]. http://adevarul.ro/locale/brasov/ponturile-unui-sef-resurse-umane-m-am-saturat-vad-cv-uri-dornic-lucrez-echipa-comunicativ-disponibil-program-prelungit-1_560634ecf5eaafab2c03601d/index.html
- [4]. <http://alexandrunegea.ro/2008/04/13/metode-de-agatat.html#>
- [5]. <http://artaseductiei.ro/de-ce-ajungi-mereu-singur-si-faci-laba-super-articol-scris-de-o-femeie/>
- [6]. http://en.wikipedia.org/wiki/Technical_communication
- [7]. <http://europass.cedefop.eu.int>
- [8]. <http://ikon6969.blogspot.com/2011/01/>
- [9]. <http://mail.ubv.ro/~janeta.sirbu/cursuri.html>
- [10]. <http://matematicaesimpla.com/unitati-de-masura-pentru-pietre-pretioase/>
- [11]. <http://muntealb.orgfree.com/Articole/limba-rumina.htm>
- [12]. http://polito.ubbcluj.ro/old/old_polito/documente/reguli_plagiat.pdf
- [13]. http://ro.wikipedia.org/wiki/Organizația_Internațională_de_Standardizare
- [14]. http://ro.wikipedia.org/wiki/Sistemul_Internațional
- [15]. <http://stanoiu.blogspot.ro/2010/02/capitolul-noua1.html>
- [16]. <http://www.4tuning.ro/bloguri/ganduri-octanice/2010/11/12/tehnici-de-agatat-in-trafic>
- [17]. <http://www.blogfierbinte.ro/10-metode-de-agatat-o-femeie/>
- [18]. <http://www.capital.ro/detalii-articole/stiri/internet-cand-au-fost-folosite-pentru-prima-data-acronimele-lol-omg-fyi-155758.html>
- [19]. <http://www.enciclopedie-auto.ro/>
- [20]. <http://www.grassy.eu/?p=158>
- [21]. http://www.inceptor.ro/tehnice/ulei_auto.asp
- [22]. http://www.intercar.ro/Haendler/R10153/ro/hdlr/eigeneseiten/R10153_A_12978459408.html
- [23]. <http://www.internetworldstats.com/stats.htm>
- [24]. <http://www.mygarage.ro/pc-mechanics/16092-dic-ionar-de-termeni-tehnici.html>
- [25]. <http://www.newz.ro/stire/85395/decalogul-flirtului-cele-zece-tehnici-garantate-de-agatat-barbatii.html>
- [26]. <http://www.nonverbal.ro/seductie/2008-08-18-66-arta-seductiei-si-imbajul-corpului.html>
- [27]. http://www.referat.ro/referate/download/Strunguri_6092c.html
- [28]. <http://www.roportal.ro/discutii/topic/10138-tehnici-100-ptr-agatat/>
- [29]. <http://www.scribd.com/doc/81056444/Ghid-Redactare-Diploma-Licenta>
- [30]. <http://www.seductie.ro/cum-agati-o-femeie-texte-de-agatat/>
- [31]. http://www.sfatulmedicului.ro/psihologie-si-psihoterapie/imbajul-trupului_1253
- [32]. <http://www.stiri-auto.ro/dictionar-auto>
- [33]. <http://www.studentoffice.ro/GHIDURI%20REALIZARE%20LUCRARI/UNIVERSITATEA%20ROMANA%20DE%20STIINTE%20SI%20ARTE%20GHEORGHE%20CRISTEA.pdf>
- [34]. <http://www.taifas.ro/7/imbajul-corpului-cum-sa-intelegi-femeile.html>
- [35]. http://www.uleiuri.ro/despre_uleiuri.php?pag=despre
- [36]. http://www.upm.ro/facultati_departamente/stiinte_litere/conferinte/situl_integrare_europeana/Lucrari/LauraRus.pdf
- [37]. <https://ceicunoi.wordpress.com/2012/09/24/avantaje-si-dezavantaje-facebook-spionaj-date-personale-virusi-sex-divort-comunicare-jocuri-etc-net6/>
- [38]. Iovanuț, Simona, Comunicarea - Curs de specializare pentru lucrători sociali în mediul rural, Editura Waldpress 2001
- [39]. Király A. Grafică inginerească, Editura U.T.Pres, Cluj-Napoca, 2002
- [40]. Király A. Grafică pe calculator, Editura U.T.Pres, Cluj-Napoca, 2002, reeditat 2008
- [41]. Király A., Comunicarea pentru ingineri, Editura Mega, 2012, ISBN 978-60-543-274-1
- [42]. Király, A. și Ilea H., Internet - Ghid, Cluj-Napoca, Editura Dacia, 1998.
- [43]. Király, A., Cercetări privind optimizarea procesului de rectificare plan bilaterală, Teză de doctorat, Cluj-Napoca, 2000.
- [44]. Király, A., Grafică Inginerească, U.T.Pres, Cluj-N 2016