



ROMÂNIA
MINISTERUL EDUCAȚIEI ȘI CERCETĂRII
UNIVERSITATEA „DUNĂREA DE JOS” DIN GALAȚI
FACULTATEA TRANSFRONTALIERĂ



Book of Abstracts

Secțiunea 1 Limba română și comunicare



1. METODE DE RECEPTARE A UNUI TEXT LITERAR ÎN ȘCOALA ALOLINGVĂ

CARP (SECRIERU) ANA, LRIDC Comrat, Anul II

Coordonator: Conf. dr. Gina Necula

UNIVERSITATEA „DUNĂREA DE JOS” DIN GALAȚI

Reprezintă încercările unui dascăl de a reface legătura copil-carte, un studiu perfectibil a celor mai eficiente căi (metodice) de a aduce textul literar mai aproape de sufletul tinerilor, de a face din lectură o necesitate, o pasiune, un mod de explorare a lumii interioare și exterioare, a vieții. Personalități marcante ale culturii românești au scris și publicat un număr destul de mare de lucrări care să ajute învățătorul în acest sens.

Această lucrare este o valorificare a tuturor elementelor teoretice în practică, o adaptare a acestora la noile manuale alternative aflate în circulație în ultimii ani, o analiză directă, cu exemple concrete pe textele existente, precedată de o statistică a genurilor și speciilor literare.

Valoarea teoretică a lucrării este argumentată de: actualizarea unor concepte estetice, literare, pedagogice și psihologice (didactica lecturii, finalitatea estetică a literaturii, receptare, orizont de așteptare, experiență literară și estetică, tehnologii didactice, metodologie, activitate literar lectorală, competență literar-lectorală); fundamentarea metodologiei educației literar-artistice axate pe conceptele de literatură ca artă a limbajului, de elev – re-creator al operei și de didactică a lecturii; contribuția științifică la definirea metodologiei ELA; sintetizarea tendințelor praxisului educațional către predarea-receptarea literaturii ca operă de artă.

Cuvinte - cheie: competență, manual alternative, limbaj, concept



2. PROBLEME DE PUNCTUAȚIE ȘI ORTOGRAFIE. DIFICULTĂȚI DE INTERPRETARE

EVGHENIA CURDOVA (TOLMACIOVA), LRIDC anul II – Comrat

Coordonator: Lect. dr. Alexandra Toma

UNIVERSITATEA „DUNĂREA DE JOS” DIN GALAȚI

În etapa actuală a dezvoltării societății, aprobarea că fiecare persoană, în special un viitor profesor, trebuie să scrie corect, nu necesită argumentări. În prezent, alfabetizarea ortografică devine tot mai acută. Motivul existenței a acestei problem constă în pregătirea nesatisfăcătoare în limba română, dezvoltarea insuficientă a limbajului oral și scris.

Rata alfabetizării este asociat nu numai cu pregătirea generală în limba română, ci și cu caracterul moral și cultura unei persoane.

Prin urmare, nu este întâmplător că în formarea viitorilor profesori se acordă o atenție deosebită formării abilităților de ortografie și punctuație. Lucrarea de față demonstrează, că perfecțiunea alfabetizării este un proces lung și complex, care se bazează pe o muncă sistematică și concentrată asupra ortografiei și punctuației.

Cuvinte-cheie: alfabetizare, insuficientă, rata alfabetizării, abilitățile de ortografie și punctuație, proces complex



3. PREDAREA PROCEDEELOR ȘI TEHNICILOR DE ARGUMENTARE ȘI/SAU A ELEMENTELOR DE RITORICĂ ÎN MANUALELE DE LIMBA ROMÂNĂ CA „LIMBĂ PENTRU ALOLINGVI,, ÎN REGIUNEA UTA GĂGĂUZIA, REPUBLICA MOLDOVA

VANDA CEACIR (PAVLIOGLO), LRIDC anul II – Comrat

Coordonator: Conf. dr. Gina Necula

UNIVERSITATEA „DUNĂREA DE JOS” DIN GALAȚI

Lucrarea de față reprezintă un studiu asupra practicii argumentării și predării procedeelelor și tehnicilor de argumentare și/sau a elementelor de ritorică în manualele de limba română ca „limbă pentru alolingvi,, în Regiunea UTA Găgăuzia, Republica Moldova. Lucrarea de disertație va fi axată pe noțiunile și elementele fundamentale ale argumentării, precum și condițiile sale de funcționare. Argumentarea a rămas a fi o temă actuală de-a lungul anilor, reprezentând o activitate intrinsecă activității lingvistice, omniprezentă în toate sferele vieții noastre. În Unitatea teritorial autonomă Găgăuzia situația lingvistică este una specială, nu este identică cu alte regiuni din Republica Moldova. În lucrarea de față m-am axat pe analiza a două manuale de limba română:

- 1) Nicu și Leanca învață limba română, autori: Alexandra Barbăneagră, Ana Stoletneaia, Lucia Cucu, Ala Zavadschi, Liuba Petrenco, Liuba Mocanu, Sabina Corniciuc, Anna Croitor);
- 2) Limba și literatura română – manual pentru școlile cu predare în limbile minorităților naționale, autori Lidia Granaci, Tatiana Callo. Scopul acestei lucrări este de a identifica cum procedeele argumentării pot servi la dezvoltarea unor acțiuni de formare a competenței de comunicare la copiii de vârstă timpurie.

Cuvinte – cheie: situația lingvistică, competență de comunicare, argumentare



4. MEȘTEȘUGURI POPULARE MOLDOVENEȘTI

OLGA DELI (CHIREACOVA), LRIDC, Comrat, Anul II

Coordonator: Conf. dr. Gina Necula

UNIVERSITATEA „DUNĂREA DE JOS” DIN GALAȚI

Lucrarea de față abordează tema ocupațiilor/ meșteșugurilor populare moldovenești. Alegerea acestei teme a fost motivată din cauza dezvoltării culturii noastre, păstrarea tradițiilor și obiceiurilor naționale. Lucrarea această studiază și cercetează tema această din toate punctele de vedere: ocupațiile femeilor, ocupațiile bărbaților, rolul meșteșugurilor populare în societatea contemporană.

Scopul analizei a fost acela de a identifica meșteșugurile populare care au fost dezvoltate în Moldova și de a afla atitudinea oamenilor față de ocupațiile populare, de a identifica meșterii populari, care se ocupau cu diferite meșteșuguri în timpul trecut și în prezent și ridicau la un nivel mai înalt cultura noastră.

Cuvinte – cheie: motivare, cultură, tradiție, ocupații, contemporană

5. ROLUL COMUNICĂRII ÎN OPTIMIZAREA ACTIVITĂȚII UNEI INSTITUȚII: ASPECTE TEORETICE ȘI APLICATIVE

CROCAN (CHIOSEA) ANA, CMM anul II – Taraclia

Coordonator: Conf. dr. Carmen Alexandrache

UNIVERSITATEA „DUNĂREA DE JOS” DIN GALAȚI

În cadrul oricărei organizații, comunicarea reprezintă o component esențială care influențează relațiile din interiorul său, dar și relațiile cu alte instituții sau organizații. Însă, comunicarea devine și un factor care poate bloca interrelaționarea, având deseori efecte mult mai grave, cum ar fi afectarea prestigiului instituției ori chiar desființarea acesteia.

În lucrarea aceasta îmi propun să realizez o scurtă descriere a rolului pe care comunicarea îl are în ceea ce privește planificarea, organizarea, desfășurarea și evaluarea activității unei instituții. Alături de aceste aspecte teoretice, am adăugat și unele exemple practice privind intervenția la nivelul instituției pentru armonizare relațiilor interumane.

Cuvinte – cheie: management, instituție, strategii de comunicare, interrelaționare

6. MÂNCĂRURI ȘI BĂUTURI TRADIȚIONALE GĂGĂUZE

ALLA GAGAUZ, LRIDC anul II – Comrat

Coordonator: Conf. dr. Carmen Alexandrache

UNIVERSITATEA „DUNĂREA DE JOS” DIN GALAȚI

Bucătăria găgăuză tradițională este rezultatul evoluției, în timp, a gusturilor, ideilor și obiceiurilor gastronomice specifice populației găgăuze. Ea este diversă și se corelează cu nenumărate obiceiuri și tradiții culinare, mâncăruri specifice, împreună cu obiceiuri provenite prin intersectarea culturii gastronomice cu tradiții ale altor popoare. Bucătăria găgăuză cuprinde atât bucate de zi cu zi cât și preparate specifice de sărbătoare.

Cred că acest subiect va interesa pe fiecare dintre noi, deoarece generațiile de azi, din păcate, au început să uite de mâncăruri și băuturi tradiționale, de aceea ar fi bine ca pregătirea mâncărilor tradiționale să fie păstrată și transmisă din generație în generație. Aceasta este una din frumusețile poporului nostru care nu ar trebui uitată. Păstrarea valorilor de cultură națională este necesară pentru propria noastră identificare ca popor și ca națiune.

Lucrarea de față își propune să prezinte câteva elemente ale bucătăriei tradiționale găgăuze. În bucătăria populară depistăm preferințe gustative și vizuale, care posedă un anumit limbaj de comunicare a normelor tradiționale, sociale și a urmelor de influență.

Cuvinte – cheie: bucătăria tradițională, obiceiuri, mâncăruri zi de zi, mâncăruri de sărbătoare



7. CEREMONIALUL DE BOTEZ LA GĂGĂUZII DIN S.CONGAZ – REPUBLICA MOLDOVA

NINA DONCEVA, CMM anul II – LRIDC, Comrat

Coordonator: Conf. dr. Carmen Alexandrache

UNIVERSITATEA „DUNĂREA DE JOS” DIN GALAȚI

Lucrarea propune o descriere a ceremonialului de botez respectat de comunitatea găgăuză din sudul Republicii Moldova, mai precis din satul Congaz. Pentru această comunitate, ca pentru oricare altă comunitate creștină, Botezul este considerat o punte de trecere spre viață, prin „moartea ritualică” a omului vechi și învierea celui nou, pregătit astfel să treacă la o viață în Hristos. Ca urmare a importanței sale, această „trecere” este însoțită de practici populare, obiceiuri și tradiții, transmise generațional. Pentru o mai bună dezvoltare a subiectului, am realizat și o comparație cu practicile populare asociate botezului la comunitatea moldovenească din această zonă teritorial-geografică.

Cuvinte – cheie: tradiții, găgăuzi, botez, naștere, creștinare

8. TRADIȚIONAL ȘI MODERN ÎN OBICEIURILE DE NUNTĂ LA GĂGĂUZI

GALINA IANIOGLO (MUTCOGLO), LRIDC anul II – Comrat

Coordonator: Conf. dr. Carmen Alexandrache

UNIVERSITATEA „DUNĂREA DE JOS” DIN GALAȚI

Una din marile „treceri” ale omului este „nunta”, considerată punte de trecere către viața plină de responsabilități de părinte.

Nunta, mai ales componenta numită „cununie” face ca această trecere să aibă și caracter sacru, prin primirea binecuvântării divine. De aceea, nunta „se pregătește” din timp, cu minuțiozitate și cu respectarea atentă a tradițiilor și obiceiurilor transmise din generație în generație. Aceste tradiții și obiceiuri sunt pline de frumusețe și încărcate de simboluri menite să aducă tinerei perechi bunăstare și prosperitate. Dar, așa cum este de așteptat, modernizarea societății a dus treptat la „uitarea” acestor obiceiuri și tradiții, fapt care, pentru unii, astăzi nunta și-a pierdut din frumusețe. Dorind ca această zi să fie unică în viața lor, eliberată de multe constrângeri, așa cum sunt considerate astfel de gesturi populare, tinerii miri au renunțat la câteva elemente care caracterizau nunta tradițională.

În prezentarea de față mi-am propus să evidențiez câteva din obiceiurile și tradițiile de nuntă ale comunității găgăuze din sudul Republicii Moldova, cunoscute din scrierile etnologice și etnografice, precum și din mărturiile bătrânilor satelor. De asemenea, mi-am propus să evidențiez care din aceste practici populare nu mai sunt astăzi respectate, deși încă nu le putem considera definitiv pierdute. Un alt aspect al lucrării reliefează faptul că în Comrat comunitățile etnice au conviețuit în general pașnic și continuă să o facă și în zilele noastre.

Ca urmare, folclorul nupțial al găgăuzilor față de cel al moldovenilor, diferă doar prin unele particularități, existând multe elemente comune, dar și elemente specifice.

Cuvinte – cheie: nunta, mirele, mireasa, pețitul, logodna, chemarea, cununia

9. PROBLEME ALE EXPRIMĂRII CORECTE ÎN MASS-MEDIA REPUBLICII MOLDOVA

ANASTASIA MARIN (ȘOMPOL), LRIDC anul II – Comrat

Coordonator: Conf. dr. Ionel Apostolatu, Universitatea „Dunărea de Jos”, Facultatea Transfrontalieră

UNIVERSITATEA „DUNĂREA DE JOS” DIN GALAȚI

Mass-media este, un mijloc important de informare pentru întreaga societate. Cu toate acestea se observă foarte multe abateri de la normele exprimării corecte în limba română. Membrii societății, comit multe greșeli în pronunțare inspirându-se din aceste surse, fiind convinși că specialiștii din arealul mass-media trebuie să dețină studii în domeniul lingvistic. De aici se observă că mass-media are un impact major asupra modului de comunicare în societate. Acest proces presupune o schimbare de paradigmă, ceea ce ar contribui esențial la modul corect de exprimare în cadrul social. Ținând cont de faptul că în Republica Moldova conviețuiesc mai multe etnii, putem menționa că și vorbitorii alolingvi recepționează greșelile lingvistice de pronunțare oferite de sursele mass-media, ceea ce influențează negativ asupra modului de înțelegere și exprimare în limba română, care reprezintă limba de stat a țării în care trăiesc. Lucrarea dată își propune să aducă câteva exemple de pronunțări corecte, care oferă posibilitatea de a se exprima corect în limba română, vorbitorilor alolingvi (în special), ce studiază limba română ca limbă străină.

Cuvinte - cheie: mass-media, domeniul lingvistic, comunicare, societate

10.INTERFERENȚE LINGVISTICE ÎN COMUNITĂȚILE MULTIETNICE ȘI MULTILINGVISTICE DIN REPUBLICA MOLDOVA

ION ȘOMPOL, LRIDC anul II – Comrat

Coordonator: Conf. dr. Ionel Apostolatu, Universitatea „Dunărea de Jos”, Facultatea Transfrontalieră

UNIVERSITATEA „DUNĂREA DE JOS” DIN GALAȚI

Procesul de conviețuire a două sau mai multe entități, pe teritoriul unei țări, atrage după sine interferența lingvistică, de aceea este necesar de a cerceta, în sfera lingvistică, acest domeniu. Este important de a elabora aceste cercetări deoarece comunicarea între membrii diferitor etnii presupune un efort intelectual imens, depus de subiecți, pentru a putea transmite și recepționa corect mesajele. Acest proces are un impact puternic asupra membrilor comunității în care trăim, de aceea mediul preuniversitar și academic, al minorităților din Republica Moldova solicită, tot mai amplu, studierea limbii române ca limbă străină. În ultimul timp, membrii societății interacționează tot mai des în majoritatea domeniilor de activitate, fapt care presupune o schimbare de paradigmă, necesară pentru cunoașterea și înțelegerea mai profundă a limbii române. Lucrarea de față își propune să aducă câteva exemple de interferențe dintre limba română și limba găgăuză, precum și diferite procese ca: comutarea de cod în comunicare, împrumutul și calcul lingvistic. Aceste procese sunt necesare pentru studiu pe motiv de a aduce la cunoștință modalitatea corectă de vorbire a limbii române în spațiul locuit de membrii comunității găgăuze.

Cuvinte – cheie: conviețuire, comunicare, paradigmă



11. OCUPAȚIILE FEMEILOR GĂGĂUZE. COMPARAȚIE TRECUT – PREZENT

LARISA ȘTIROI, LRIDC anul II – Comrat

Coordonator: Conf. dr. Carmen Alexandrache

UNIVERSITATEA „DUNĂREA DE JOS” DIN GALAȚI

Lucrarea își propune să evidențieze schimbările petrecute în ceea ce privește atitudinea față de femeie, rolul ei în societate și poziția pe care o ocupă în societate, comparativ cu a bărbatului. Am urmărit mai ales situația femeii din comunitatea găgăuză din sudul Republicii Moldova.

Dacă, acum mult timp în urmă era imposibil să vezi femeie - șofer, femeia - șef de întreprindere, femeie-polițist, femeie- fotbalist ș.a., astăzi putem observa că femeia are astfel de activități profesionale, și, mai mult chiar, ocupă locuri de frunte în politică, în afaceri, în educație, în medicină

Cuvinte – cheie: societate, roluri sociale, echitate, egalitate, ocupații tradiționale

12. MULTICULTURALITATE TOPONIMICĂ ÎN REGIUNEA BUGEACULUI

SERGIU TORGAN, LRIDC anul II – Comrat

Coordonator: Conf. dr. Ionel Apostolatu, Universitatea „Dunărea de Jos”, Facultatea Transfrontalieră

UNIVERSITATEA „DUNĂREA DE JOS” DIN GALAȚI

Sudul interfluviului Nistru și Prut și zonele limitrofe din cele mai vechi timpuri au avut o istorie destul de dramatică. În istoriografia națională și europeană regiunea vizată a fost interpretată ca: Atelcuz, Bugeac, Basarabia.

În perioada medievală și-n prima perioadă a epocii moderne aici au existat ca focare de rezistență contra pericolului turco-tătar ținutul Tigheci/ Chigheci, tot el fiind interpretat ca o Republică a Tigheciului, alături de Vrancea și Câmpul-Lung Moldovenesc. După dispariția documentară a ținutului Tigheci, în prima jumătate a secolului al XVII-lea apar două subunități administrative: Codru și Greceni.

În ciuda tuturor riscurilor și vitregiilor istorice, populația ținuturilor menționate și-a păstrat identitatea națională prin toponimele autohtone, dar, majoritatea toponimelor și hidronimelor din regiunile/ținuturile menționate atestă faptul că românii moldoveni și-au păstrat primatul în sudul Basarabiei.

În Republica Moldova ca și în alte țări ale lumii, conviețuiesc numeroase comunități entice, care au cultură, limbă, tradiții, datini proprii. Anume aici într-un spațiu delimitat - Sudul Basarabiei - avea să se constituie o comunitate multiculturală - prin etniile bulgare, sârbe, găgăuze, slave, germane, ucrainene, ruse – un pilon important în scop de creare a unei culturi comune pentru un viitor prosper al oricărei țări.

Cuvinte - cheie: Bugeac, Tigheci, Codrul Tigheciului, unitate și continuitate a neamului românesc, toponimică românească, multiculturalitate



13. INFLUENȚAREA SOCIALĂ PRIN COMUNICARE: PROPAGANDĂ, PERSUASIUNE, MANIPULARE

VICTORIA BELIOGLO, CMM Taraclia, anul II

Coord.: Lect. dr. Felicia Cordoneanu, Universitatea „Dunărea de Jos”, Facultatea Transfrontalieră

UNIVERSITATEA „DUNĂREA DE JOS” DIN GALAȚI

În prezent informația și comunicarea domină nu numai în zona cunoașterii, culturii și a oricărei dimensiuni a activității umane, ci mai ales pentru legitimarea acțiunilor politico-militare a regimurilor democratice sau totalitare. Societatea contemporană reprezintă o societate deschisă și dinamică, o societate fără granițe. Revoluția telecomunicațional-informațională a provocat dispariția barierelor în procesul comunicării interumane, comunicarea transformându-se într-un factor indispensabil al vieții umane, care iese de sub incidența limitelor spațiale și temporale. Propaganda, persuasiunea și manipularea sunt trei tehnici frecvent întâlnite în comunicarea contemporană. Este greu de acceptat opiniile celor care echivalează propaganda, persuasiunea și manipularea, spunând că sunt fenomene inerente oricărui act de comunicare. Lucrarea dată își propune de a studia influența socială pe care o creează cele trei mecanisme de comunicare.

Cuvinte - cheie: comunicarea, influența socială, propaganda, persuasiunea, manipularea



14.RECLAMA: ÎNTRE CREATIVITATE ȘI CLIȘEU

NELLI BOȘCOVA, CMM Taraclia Anul II

Coordonator: Lector dr. Alexandra Toma, Universitatea "Dunărea de Jos", Facultatea Transfrontalieră

UNIVERSITATEA „DUNĂREA DE JOS” DIN GALAȚI

Comunicarea în viața omului modern este în mare măsură legată de mass-media și, în special, de reclama. Este imposibil să ne imaginăm o societate fără reclamă. Ea este urmărită peste tot, de la televizor până la fațadele clădirilor și, uneori, o putem vedea chiar și pe haine. Reclama depășește sfera economică și devine un fenomen al culturii umane. În ciuda diversității studiilor științifice dedicate reclamei, este din ce în ce mai resimțită necesitatea "abordărilor calitative și nu cantitative". Rolul reclamei nu se limitează la comunicațiile comerciale sau activitatea de piață, valoarea sa crește aproape în toate domeniile ale economiei și vieții sociale. Reclama vizează în primul rând atragerea atenției. Limbajul reclamei instantaneu reflectă idei și evenimente noi. Schimbări care afectează diferite domenii ale vieții umane fără îndoială apar în textele reclamei. Interes sporit față de activitatea de reclamă a atras atenția cercetătorilor la principalele componente reclamei care sunt sloganul reclamei și limbajul reclamei în general. Textul reclamei bine construit contribuie la atragerea mai multor cumpărători și, în consecință, la promovarea mai activă a unui anumit bun sau serviciu.

Cuvinte – cheie: reclama, sloganul, limbajul reclamei, mijloace reclamei



15.TOLERANȚA ÎN REPUBLICA MOLDOVA

ANDREI CHIULAFLÎ, CMM Taraclia, Anul II

Lector dr. Flavia ȘTEFAN, Universitatea „Dunărea de Jos”, Facultatea Transfrontalieră

UNIVERSITATEA „DUNĂREA DE JOS” DIN GALAȚI

Prezentul studiu vizează măsurarea atitudinilor și percepțiilor populației față de diferite persoane și grupuri vulnerabile și marginalizate din Republica Moldova. În RM predomină o multitudine de stereotipuri cu referire la diferite grupuri sociale, aspect ce influențează gradul de coeziune și integrare socială a acestora. Etichetarea anumitor oameni după aparențe se poate răsfrânge ca un efect de bumerang asupra atitudinilor și comportamentelor acestora în societate. În acest context, rezultatele prezentului studiu pot fi utilizate cu ușurință atât de către instituțiile statului, cât și de către reprezentatii societății civile, inclusiv grupurile direct vizate de prezentul studiu pentru crearea investițiilor ale statelor în oameni, și îndeplinirea întregului lor potențial prin educație, incluziune și oportunități. Acest lucru înseamnă construirea societăților bazate pe respectarea drepturilor omului, unde frica, neîncrederea și marginalizarea sunt înlocuite de pluralism, participare și respect pentru diferențe

Cuvinte-cheie: globalizare, limba română ca limbă străină, impact, paradigmă



16. TEXTUL RECLAMEI PUBLICITARE, ORIGINALITATE, TRADUCERE SAU CALC

MARIA COLARI, CMM, anul II – Taraclia

Coordonator: Lect. dr. Alexandra Toma

UNIVERSITATEA „DUNĂREA DE JOS” DIN GALAȚI

Cercetarea și analiza unor exemple de reclame care conțin trăsături gramaticale specifice spațiului moldovenesc, confirmă ipoteza că publicitatea se axează din ce în ce mai mult pe stimularea și perfecționarea strategiilor de diferențiere și se inspiră din propria cultură a spațiului în care se difuzează, lansată la începutul acestei lucrări. În Moldova, creatorii de publicitate folosesc în multe reclame greșeli care aparțin spațiului, care nu cunoaște limba română. La nivelul lingvistic se evidențiază anumite particularități specifice moldovenești transpuse prin coduri care sunt mult mai reprezentative pentru moldoveni și care nu ar putea fi transpuse în alte țări, întru-cât acestea aparțin patrimoniului cultural moldovenesc. În republica Moldova, ca și în cazul țărilor sărace, lumea se conduce nu de calitate, ci de preț. Mesajul publicitar nu contează atât demult ca forma pentru ei.

Cuvinte-cheie: publicitate, mesaj, forma



17. STRATEGII DIDACTICE DE OPTIMIZARE A PROCESULUI DE PREDARE-ÎNVĂȚARE A LIMBII ROMÂNE LA CICLUL GIMNAZIAL

MARIA COLARI, CMM, anul II – Taraclia

Coordonator: Lect. dr. Alexandra Toma

UNIVERSITATEA „DUNĂREA DE JOS” DIN GALAȚI

Procesul de predare - învățare a limbii române în școlile alolingve zilnic se confruntă cu probleme a însușirii lui. Elevii școlilor și liceelor alolingvi percep adesea limba română nu ca limba de stat, a cărei cunoaștere este datorită fiecărui cetățean al Republicii Moldova, ci ca un alt subiect dintr-o listă lungă, în care apar deja trei-patru limbi. Noțiunile gramaticale se însușesc nu după principiul sistematizării lor, ci în funcție de necesitățile comunicaționale. Este necesară cunoașterea conjugării verbelor a fi, a avea, pronumelor personale și demonstrative, a numeralelor cardinale, flexiunii adjectivelor, acordului predicatului cu subiectul. Lucrarea de față își propune să arată de ce limba română este ca o limba străină pentru alolingvi; să analizează problemele cu care se confruntă procesul educativ a limbii române în domeniul gramatical și să sugerează strategiile și metodele pentru optimizare a procesului de predare-învățare a limbii române la clasa a VI-a.

Cuvinte – cheie: predare- învățare, alolingvi, strategii didactice, limba română, probleme gramaticale



18.COMUNICARE ȘI CONFLICT. STRATEGII DE PREVENIRE, REDUCERE ȘI REZOLVARE A CONFLICTULUI.

TATIANA CUZNEȚOVA, CMM Taraclia, Anul II

Coord. Lect. Univ. dr. Georgiana Ciobotaru, Univ. „Dunărea de Jos”, Facultatea Transfrontalieră

UNIVERSITATEA „DUNĂREA DE JOS” DIN GALAȚI

Comunicarea face posibilă coexistența oamenilor. În fiecare zi, în fiecare moment, ființele comunică între ele. Comunicarea, înseamnă a spune celor din jur cine ești, ce vrei, pentru ce dorești un anumit lucru și care sunt mijloacele pe care le vei folosi pentru a-ți atinge țelurile. În acest sens, a comunica înseamnă și a tăcea, a aștepta răspunsul, reacția celui căruia ai vrut să-l anunți că există și chiar vrei să-i comunici informații esențiale.

Conflictul este unul dintre cele mai răspândite fenomene în viața, în procesul de comunicare al oamenilor. Conflictul atrage asupra sa efecte negative care necesită a fi excluse din cadrul comunicării dintre parteneri cu scopul de a nu compromite relația dintre ei. O comunicare de succes este cheia soluționării constructive a conflictelor. Atunci când există un conflict, procesul de comunicare este bruiat sau foarte limitat.

Cuvinte-cheie: comunicarea, conflict, efecte, soluționare constructivă



19.COMUNICAREA ORALĂ. PREGĂTIREA ȘI SUSȚINEREA UNUI INTERVIU

DOMUȘCI AFANASI, CMM Taraclia, Anul II

Coord. Lect. Univ. dr. Georgiana Ciobotaru, Univ. „Dunărea de Jos”, Facultatea Transfrontalieră

UNIVERSITATEA „DUNĂREA DE JOS” DIN GALAȚI

Comunicarea este „cheia” personalității într-o societate, liantul dintre individ și colectivitate. Mesajul este unitatea de bază a comunicării, situat de fapt la intersecția dintre comunicare și reprezentarea realității. Comunicarea orală reprezintă modalitatea cea mai întâlnită de comunicare și este preferată în activitatea de conducere. Comunicarea orală reprezintă, ca și comunicarea scrisă, un sistem propriu de reguli și norme, doar că sensibil mai bogat și mai complex, datorită factorilor extra și paralingvistici și a influenței decisive a cadrului situațional.

Prezentările joacă un rol important în aproape toate domeniile de activitate. Prin prisma lor ceilalți apreciază eficiența. Prezentările trebuie considerate mai mult decât un mijloc funcțional de comunicare sau de luare de decizii, indiferent de cadrul în care sunt susținute, oficial sau neoficial.

Pentru a obține un serviciu, cea mai importantă etapă a procesului de selecție este interviul. Interviul comportamental este un instrument important prin care recrutorii își pot da seama de abilitățile candidaților.

Cuvinte - cheie: comunicarea, mesaj, prezentarea, interviul, instrument



20. TERMINOLOGIA CULINARĂ (NUMELE DE MÂNCĂRURI) ÎN LIMBA ROMÂNĂ

FABIAN (TODOROVA) EMILIA, CMM Taraclia Anul II

Coordonator: Lector dr. Alexandra Toma, Universitatea "Dunărea de Jos", Facultatea Transfrontalieră

UNIVERSITATEA „DUNĂREA DE JOS” DIN GALAȚI

Mâncarea este o parte integrantă a vieții naționale. Anume din acest motiv, în toate limbile lumii, unități lexicale legate de subiect „Gastronomia” ar trebui atribuite celor mai comune și mai vechi tradiții. Unul dintre aspectele funcționale importante ale terminologiei gastronomice privește forma și sensul pe care termenii le au în ansamblul limbii române și în subansamblul câmpului lexico-semantic al gastronomiei. În lucrare, am pornit de la ideea că terminologia este în esență o activitate lingvistică și cognitivă, iar termenii sunt unități lingvistice care transmit o semnificație conceptuală în cadrul textelor cunoașterii specializate. Lucrarea de față își propune să surprindă câteva criterii de clasificare a termenilor culinari, dar și să descrie rolul elementului terminologic în procesul de creare a terminologiei culinare.

Cuvinte – cheie: terminologia culinară, gastronomie, criterii de clasificare



21.COMUNICAREA ÎNTR-O INSTITUȚIE - ASPECTE TEORETICE ȘI APLICATIVE

MAXIM MALCOV, CMM anul II – Taraclia

Coordonator: Conf. dr. Carmen Alexandrache

UNIVERSITATEA „DUNĂREA DE JOS” DIN GALAȚI

În această lucrare îmi propun să realizez o scurtă evidențiere a importanței comunicării în desfășurarea cu succes a activității unei instituții.

Comunicarea este un concept mereu de actualitate, considerat cheia prevenirii, diminuării sau stingerii conflictelor. Desigur, o comunicare defectuoasă reprezintă cea mai mare problemă atât pentru instituții, cât și pentru fiecare persoană în parte. Comunicarea devine pe zi ce trece o parte componentă a oricărei instituții. Pe măsură ce intrăm în era informației și a cunoașterii, provocările la care este supus domeniul comunicării par mai importante ca niciodată. Fiecare angajat al instituției trebuie să fie un comunicator de succes, atât în comunicarea internă cât și în cea externă, capabil să facă față cerințelor zilnice și să dea dovadă de competență și responsabilitate.

Lucrarea de față își propune să surprindă câteva dintre particularitățile domeniului de comunicare, dar și a impactului acesteia asupra instituției și a persoanelor care activează într-o instituție.

Cuvinte - cheie: comunicare, strategii manageriale, criză, conflict, tehnici de comunicare



22.COMUNICAREA PUBLICITARĂ

VLADIMIR MUTAVCI, CMM Taraclia, Anul II

Coord. Lect. dr. Felicia Cordoneanu , Universitatea „Dunărea de Jos”, Facultatea Transfrontalieră

UNIVERSITATEA „DUNĂREA DE JOS” DIN GALAȚI

Comunicarea publicitară este o formă de comunicare care a apărut și s-a dezvoltat foarte mult în mass-media, odată cu apariția necesității comunicării mesajului publicitar și al reclamei. Comunicarea specifică reclamei publicitare a fost explicată, în literatura de specialitate, din mai multe perspective: teoria comunicării, sociologie, antropologie, marketing sau studii culturale. Aceste abordări evidențiază câte un aspect esențial care caracterizează mesajul reclamei. Comunicarea publicitară îndeplinește câteva funcții particulare și conține mesaje și simboluri reprezentative atât pentru produsul pe care îl promovează, cât și pentru publicul căruia i se adresează. În această lucrare vom prezenta câteva dintre caracteristicile comunicării publicitare și impactul lor asupra comunicării în spațiul public



23. STILUL OFICIAL

NATALIA NEICULOVA, CMM Taraclia, Anul II

Coordonator: Conf. dr. Gina Necula

UNIVERSITATEA „DUNĂREA DE JOS” DIN GALAȚI

Cel mai masiv tip de comunicare a oamenilor în societate este comunicarea de afaceri. Fără aceasta nu putem face relațiilor în domeniul economice, juridice, diplomatice, comerciale. Abilitatea de a purta cu succes negocieri de afaceri, de a întocmi corect documente a devenit acum o parte integrantă a culturii profesionale a omului: manager, șef de toate nivelurile, funcționar.

Aceste reguli sunt definite de tipul de comunicare în afaceri, forma, obiectivele specifice, precum și tradițiile național-culturale și normele sociale ale comportamentului societății.

Această lucrare are ca scop, identificarea unor particularități ale stilului oficial de afaceri și utilizarea acestuia în autoritățile publice locale din Republica Moldova.

Cuvinte - cheie: comunicare, stilul oficial, particularități, norme sociale



24. TRADIȚIILE SĂRBĂTORILOR RELIGIOASE DIN MOLDOVA LA MOLDOVENI, BULGARI ȘI GĂGĂUZI

SERGHEI PRIOROV, CMM Taraclia, Anul II

Coordonator: Conf. dr. Gina Necula

UNIVERSITATEA „DUNĂREA DE JOS” DIN GALAȚI

Cultura reprezintă elementul fundamental care înobilează sufletul omenesc, darul existențial oferit de către Dumnezeu omului, care-i conferă posibilitatea de a continua activitatea creatoare. Deși multe dintre obiceiurile și chiar sărbătorile populare s-au pierdut în prezent, din unele rămânând în memoria poporului numai ca amintirea semnificației lor, comunitățile mai conservatoare mai păstrează și acum vechi tradiții locale, care amintesc de vremuri deja apuse. De remarcat ar fi și faptul că, acolo unde obiceiurile populare lipsesc, comunitatea sărbătorește zilele sfinților prin participare la sfintele slujbe ale bisericii, la hramurile lăcașurilor de cult mai importante și prin mici reuniuni de familie sau între prieteni, semn al continuării spiritului de comuniune dintre oameni de la biserică în societate. Probabil că nimic altceva nu poate de a defini mai bine spiritual unui popor, decât străvechile sale tradiții păstrate de a-lungul secolelor. Tradițiile și obiceiurile populare poartă semne valorice moștenite din moși-strămoși prin care consolidează națiunea și contribuie la identificarea unui popor. Lucrarea de față își propune de a descrie tradițiile sărbătorilor religioase ale moldovenilor, bulgarilor și găgăuzilor în R. Moldova.

Cuvinte – cheie: comunitatea, sărbătorile populare, tradițiile sărbătorilor religioase

25. TRADIȚII POPULARE DE CRĂCIUN ÎN UTA GĂGĂUZIA

URUM (NICOLAEVA) MARIA, LRIDC anul II – Comrat
Coordonator: Conf. dr. Carmen Alexandrache

UNIVERSITATEA „DUNĂREA DE JOS” DIN GALAȚI

Lucrarea este subsumată problematicii legate de identitatea culturală a comunității găgăuze din sudul Republicii Moldova. etnice. Prin cultura și psihologia lor, găgăuzii sunt mult mai apropiați de bulgari, moldoveni, ucraineni, decât de alte popoare turcice. Posibil, această situație este favorizată de faptul că găgăuzii au adoptat creștinismul ortodox, dar și de faptul că aceste comunități etnice au conviețuit în general pașnic în această zonă.

Una din formele de exprimare a identității culturale este reprezentată de practicile populare păstrate la nivel de tradiții și obiceiuri. În lucrarea de față propun o prezentare comparativă a tradițiilor și obiceiurilor asociate petrecerii Crăciunului. De asemenea, am evidențiat și acele obiceiuri și tradiții care nu mai sunt respectate în zilele noastre.

Cuvinte – cheie: ritual, Colindatul, practici populare, creștinism

26. „TONUL FACE MUZICA” SAU IMPORTANȚA PARAVERBALULUI ÎN COMUNICARE

OLGA SUVOROVA, LRIDC Comrat, Anul II

Coord. Conf. univ. dr. Ionel Apostolatu, Universitatea „Dunărea de Jos”, Facultatea Transfrontalieră

UNIVERSITATEA „DUNĂREA DE JOS” DIN GALAȚI

În conversație cu cineva trebuie să fim atenți și la felul cum spune, nu doar ce spune. O zicală spune că „tonul face muzica”. Acest fapt ne ajută să ținem cont de informațiile involuntare pe care ni le transmite interlocutorul, accentul fiind pus pe emoțiile sale. S-a constatat, în urma experimentelor că datorită indicațiilor paraverbale înțelegem gradul de corectitudine în estimarea emoțiilor vorbitorului (70%).

Limbajul paraverbal are ca suport comunicarea verbal și este alcătuit din elemente perceptibile care particularizează rostirea și scrierea cuvintelor.

Abilitatea de a vorbi este o condiție a succesului în aproape orice domeniu. Puterea cuvintelor se destramă sau se întoarce împotriva noastră, dacă vocea care le rostește este lipsită de abilități. Ceea ce nu spunem poate fi, adesea, mai convingător decât ceea ce spunem. Este important să știm că ceea ce spunem este mult mai puțin important decât felul cum spunem. Limbajul pur al vocii poate fi lipsit de conținut verbal, dar nu de emoții.

Cuvinte-cheie: tonul face muzica, limbaj paraverbal, vocea, emoții, succes



27. STRATEGII DE PREVENIRE A CONFLICTELOR ÎN INSTITUȚIILE DE ÎNVĂȚĂMÂNT

ANNA ȘTÎRBOVA(OLEINIC), CMM anul II – Taraclia

Coordonator: Conf. dr. Carmen Alexandrache

UNIVERSITATEA „DUNĂREA DE JOS” DIN GALAȚI

Ca urmare a modernizării societății se dezvoltă și noi concepte, teorii și modele care au menirea de a optimiza comunicarea interumană, dar și interinstituțională, și, implicit, de a diminua factorii care pot contribui la apariția tensiunilor, stărilor conflictuale, respectiv a oricărui tip de criză. Aceeași preocupare se observă și la nivelul instituțiilor de învățământ, tot mai mult interesate, atât de ofertarea de servicii educaționale de calitate, cât și de dezvoltare instituțională.

În cazul școlilor și universităților, important este managementul comunicării, mai ales în situații de criză și conflict. În lucrarea de față mi-am propus să prezint câteva strategii de prevenire a conflictelor care pot să apară în oricare instituție de învățământ, folosindu-mă și de experiența proprie. Așadar, în această lucrare vor fi evidențiate strategii de prevenire a conflictelor în instituțiile de învățământ, dar și metode de soluționare rapidă a conflictelor apărute, vor fi discutate unele propuneri pentru dezvoltarea lor, insistând mai mult pe tehnici de predare-învățare-evaluare.

Cuvinte – cheie: comunicare, educație, management, colaborare

28.PROBLEME DE TOPICĂ ÎN STRUCTURAREA ENUNȚURILOR

IULIA ZANFIROVA, CMM anul II – Taraclia

Coordonator: Lector dr. Alexandra Toma

UNIVERSITATEA „DUNĂREA DE JOS” DIN GALAȚI

Enunțul acoperă cele două unități de comunicare amintite – propoziția și fraza – neidentificându-se cu niciuna dintre ele, în totalitate. Un enunț poate fi propoziție sau frază, dar sunt și enunțuri în a căror structură se află un singur cuvânt și toate intră în categoria unităților maxime ale limbii. Prioritățile enunțului, ca și parte indispensabilă a întregului, sunt cele de startizare/angajare/ancorare a tuturor modalităților logico-semantică într-un anumit conținut. Funcțiile implicite ale enunțului, din acest punct de vedere, sunt cele de mobilizare a întregului potențial sensibilizator la opera de angajare a actului/procesului de creativitate la revalorizare conștientă. Și în clasa complementelor se înregistrează devieri de la normele de construire a enunțurilor în limba română, bazate, în general, pe ordinea Subiect – Predicat – Obiect direct – Obiect indirect, determinanții circumstanțiali, bucurându-se de o libertate mai mare în alegerea poziției. Această diversitate a structurii sintactice corespunde mobilității ideilor, transpare în dinamica frazei, ritmul gândirii transmițându-se contextului lingvistic. Cuvinte – cheie: enunț, structura sintactică, norme de construire



29. COMUNICAREA ȘI FORMAREA OPINIEI PUBLICE

MARINA BIȘIR, CMM Taraclia, Anul II

Coord. Lect. dr. Felicia Cordoneanu , Universitatea „Dunărea de Jos”, Facultatea Transfrontalieră

UNIVERSITATEA „DUNĂREA DE JOS” DIN GALAȚI

Procesul intensiv al globalizării a presupus o schimbare în toate sferle activității umane. Comunicarea a devenit un concept de actualitate, care, în momentul de față, cunoaște multiple abordări atât în mediul preuniversitar, cât și în cel academic. În ultimii ani comunicarea și opinia publică despre mass-media au fost studiate din ce în ce mai profund. Domeniul universitar comunicare este căutat în vederea pregătirii profesionale de specialitate, iar departamentele de profil din cadrul instituțiilor universitare, au cunoscut o amploare, numărul educabililor înscriși la cursurile, dar și la proiectele naționale și internaționale, care au ca obiect de studiu comunicarea, a crescut. Lucrarea de față își propune să surprindă câteva dintre particularitățile domeniului comunicarea, dar și a impactului acestuia asupra celor care o studiază.

Cuvinte - cheie: globalizare, pregătire profesională, particularități, comunicare