

Opera suspicionată (OS)**Opera autentică (OA)****Suspicious work****Authentic work**

OS	MANOLE, Victor; ISTUDOR, Nicolae și BOBOC, Dan. Serviciile în economia rurală, bazată pe inovație și cunoaștere, în România. <i>Amfiteatru economic</i> . iunie 2007. p.136-146.
OA	NICULESCU, Nicolae. Economia bazată pe cunoaștere – NOUA ECONOMIE?. <i>Economie teoretică și aplicată</i> . 496(1). martie 2006. p.48-55.

Incidența minimă a suspiciunii / Minimum incidence of suspicion

p.137: 45d- p.138:16d

p.50:16s – p.50: 10d

Fișa întocmită pentru includerea suspiciunii în Indexul Operelor Plagiate în România de la
Sheet drawn up for including the suspicion in the Index of Plagiarized Works in Romania at
www.plagiate.ro

Notă: Prin „p.72:00” se înțelege paragraful care se termină la finele pag.72. Notăția „p.00:00” semnifică până la ultima pagină a capitolului curent, în întregime de la punctul inițial al preluării.

Note: By „p.72:00” one understands the text ending with the end of the page 72. By „p.00:00” one understands the taking over from the initial point till the last page of the current chapter, entirely.

Argumentarea calificării

Nr. crt.	Descrierea situației care este încadrată drept plagiat	Se confirmă
1.	Preluarea identică a unor pasaje dintr-o operă autentică publicată, fără precizarea întinderii și menționarea provenienței și însușirea acestora într-o lucrare ulterioară celei autentice.	✓
2.	Preluarea identică a unor pasaje dintr-o operă autentică publicată, care sunt rezumate ale unor opere anterioare operei autentice, fără precizarea întinderii și menționarea provenienței și însușirea acestora într-o lucrare ulterioară celei autentice.	
3.	Preluarea identică a unor figuri dintr-o operă autentică publicată, fără menționarea provenienței și însușirea acestora într-o lucrare ulterioară celei autentice.	
4.	Preluarea identică a unor poze dintr-o operă autentică publicată, fără menționarea provenienței și însușirea acestora într-o lucrare ulterioară celei autentice.	
5.	Preluarea identică a unor tabele dintr-o operă autentică publicată, fără menționarea provenienței și însușirea acestora într-o lucrare ulterioară celei autentice.	
6.	Republicarea unei opere anterioare publicate, prin includerea unui nou autor sau de noi autori fără contribuție explicită în lista de autori	
7.	Republicarea unei opere anterioare publicate, prin excluderea unui autor sau a unor autori din lista inițială de autori.	
8.	Preluarea identică de pasaje dintr-o operă autentică publicată, fără precizarea întinderii și menționarea provenienței, fără nici o intervenție care să justifice exemplificarea sau critica prin aportul creator al autorului care preia și însușirea acestora într-o lucrare ulterioară celei autentice.	✓
9.	Preluarea identică de figuri sau reprezentări grafice dintr-o operă autentică publicată, fără menționarea provenienței, fără nici o intervenție care să justifice exemplificarea sau critica prin aportul creator al autorului care preia și însușirea acestora într-o lucrare ulterioară celei autentice.	
10.	Preluarea identică de tabele dintr-o operă autentică publicată, fără menționarea provenienței, fără nici o intervenție care să justifice exemplificarea sau critica prin aportul creator al autorului care preia și însușirea acestora într-o lucrare ulterioară celei autentice.	
11.	Preluarea identică a unor fragmente de demonstrație sau de deducere a unor relații matematice care nu se justifică în regăsirea unei relații matematice finale necesare aplicării efective dintr-o operă autentică publicată, fără menționarea provenienței, fără nici o intervenție care să justifice exemplificarea sau critica prin aportul creator al autorului care preia și însușirea acestora într-o lucrare ulterioară celei autentice.	
12.	Preluarea identică a textului unei lucrări publicate anterior sau simultan, cu același titlu sau cu titlu similar, de un același autor / un același grup de autori în publicații sau edituri diferite.	

13.	Preluarea identică de pasaje ale unui cuvânt înainte sau ale unei prefețe care se referă la două opere, diferite, publicate în două momente diferite de timp.	
-----	---	--

Notă:

a) Prin „proveniență” se înțelege informația din care se pot identifica cel puțin numele autorului / autorilor, titlul operei, anul apariției.

b) Plagiatul este definit prin textul legii¹.

„ ...plagiatul – expunerea într-o operă scrisă sau o comunicare orală, inclusiv în format electronic, a unor texte, idei, demonstrații, date, ipoteze, teorii, rezultate ori metode științifice extrase din opere scrise, inclusiv în format electronic, ale altor autori, fără a menționa acest lucru și fără a face trimitere la operele originale...”

Tehnic, plagiatul are la bază conceptul de piesă de creație care²:

„...este un element de comunicare prezentat în formă scrisă, ca text, imagine sau combinat, care posedă un subiect, o organizare sau o construcție logică și de argumentare care presupune niște premise, un raționament și o concluzie. Piesa de creație presupune în mod necesar o formă de exprimare specifică unei persoane. Piesa de creație se poate asocia cu întreaga operă autentică sau cu o parte a acesteia...”

cu care se poate face identificarea operei plagiata sau suspicionate de plagiat³:

„...O operă de creație se găsește în poziția de operă plagiată sau operă suspicionată de plagiat în raport cu o altă operă considerată autentică dacă:

- i) Cele două opere tratează același subiect sau subiecte înrudite.*
- ii) Opera autentică a fost făcută publică anterior operei suspicionate.*
- iii) Cele două opere conțin piese de creație identificabile comune care posedă, fiecare în parte, un subiect și o formă de prezentare bine definită.*
- iv) Pentru piesele de creație comune, adică prezente în opera autentică și în opera suspicionată, nu există o menționare explicită a provenienței. Menționarea provenienței se face printr-o citare care permite identificarea piesei de creație preluate din opera autentică.*
- v) Simpla menționare a titlului unei opere autentice într-un capitol de bibliografie sau similar acestuia fără delimitarea întinderii preluării nu este de natură să evite punerea în discuție a suspiciunii de plagiat.*
- vi) Piesele de creație preluate din opera autentică se utilizează la construcții realizate prin juxtapunere fără ca acestea să fie tratate de autorul operei suspicionate prin poziția sa explicită.*
- vii) În opera suspicionată se identifică un fir sau mai multe fire logice de argumentare și tratare care leagă aceleași premise cu aceleași concluzii ca în opera autentică...”*

¹ Legea nr. 206/2004 privind buna conduită în cercetarea științifică, dezvoltarea tehnologică și inovare, publicată în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. 505 din 4 iunie 2004

² ISOC, D. *Ghid de acțiune împotriva plagiatului: bună-conduită, prevenire, combatere*. Cluj-Napoca: Ecou Transilvan, 2012.

³ ISOC, D. *Prevenitor de plagiat*. Cluj-Napoca: Ecou Transilvan, 2014.

Economia bazată pe cunoaștere – NOUA ECONOMIE?

Niculae Niculescu

Profesor universitar doctor
Universitatea „Petre Andrei” din Iași

Abstract. *The status of knowledge and information as development resources make us familiar with the phenomena on which THE NEW ECONOMY is founded. They reveal the fact that the universalisation of the scientific and technical values does not have alternative on the evolutionary level of mankind. Named with slight differences and variations, as we have already stated, the new economic and social reality has several specific features: the technologies based on microelectronics and computer science, biotechnologies, genetic engineering, green revolution, nuclear technology, space navigation etc. The transformation of management in a key –social function, responsible for the achievement of the best possible results, is also owed to the fact that information and knowledge have become requisite to the economic development.*

Key words: knowledge economy; post-industrialism; communication enterprise; managerial revolution; information society; human capital.

„În viață, orice este Schimbare, Calitate, Istorie. Gândirea...este în esență dialectică”.

N. Georgescu Roegen

Conștiința erei postmoderne este frământată de ideea schimbării, deși nu e pentru prima dată în istoria umanității când profunde metamorfoze economice, culturale și politico-sociale provoacă angoasă. În ultimele două-trei decenii, schimbările produse încet, dar ferm, au creat o realitate în care vechiul stil de viață și mod tehnic de producție industrial își găsesc loc din ce în ce mai puțin. O parte tot mai însemnată a civilizației umane, și nu doar din țările dezvoltate economic, începe să nu se mai simtă „acasă”. Sunt contestate atât modalitățile de organizare a sistemelor productive sau pattern-urile sociale, cât și denumirea societății cu care ne-am familiarizat.

Primele întrebări clare și pertinente, legate de valabilitatea și consistența conceptului de societate industrială, le aparțin lui Daniel Bell, Herman Kahn, Collin Clark și Jean Fourastié, care, încă de la începutul anilor '60, semnalau venirea „post-industrialismului”¹. Tranziția de la societatea industrială la următoarea fază a dezvoltării economice nu înseamnă cătuși de puțin că, după epoca industriei, nu va mai exista „industrie”. „Noua industrie” va fi însă una automatizată și

robotizată, o industrie cibernetizată, o industrie informatizată. Diferența dintre acest nou tip în raport și cel „clasic”, al „coșului-de-fum”, în formularea lui Alvin Toffler, este imensă², fiind mult mai profundă decât deosebirea dintre industria manufacturieră a secolelor XVII-XVIII-lea și industria mașinistă care i-a urmat.

Noul fenomen istorico-economic nu are o singură denumire, ci o multitudine, fiecare având o justificare, evidențiind o trăsătură specifică a noilor forțe economice și tehnologice ce prind contur. Iată câteva dintre acestea: *societate postindustrială, societate informațională, civilizație tehnologică, societate postcapitalistă, economie bazată pe cunoaștere și informație* etc. Fiecare dintre aceste denumiri este, în același timp, o metaforă. Multitudinea de termeni prin care se încearcă definirea acestui fenomen mai indică și faptul că ceea ce încă nu s-a conturat și așezat în forme stabile nu poate fi etichetat clar și univoc. Procesele de formare și de desăvârșire a noilor paradigme și a modelelor cognitive adecvate vor aduce după sine și cristalizarea terminologiei proprii. Oricum, ceea ce se

8) creșterea exponențială a diversificării spațiului social va aduce în prim-plan problema coeziunii sociale a spațiului social global;

9) rezistența la birocrație și incapacitatea acesteia de a asigura un nivel corespunzător al eficienței va orienta mișcarea istorică spre ad-hocratism și spre cultura adversă;

10) cultura organizațională, specifică industrialismului, bazată pe coduri și instituționalizări ale muncii și datoriei, va ceda treptat în fața atitudinilor și comportamentelor marcate de hedonism materialist. În noul context existențial, va predomina „viața interrelațională”, nevoia de comunicare, necesitatea de planificare a cunoașterii și de transformare a realității sociale într-o rețea de conștiință⁷.

Economia bazată pe cunoaștere, specifică societății postcapitaliste, este definită prin următoarele trăsături⁸:

1. *Supremația valorilor necorporale.* Valoarea unei firme din economia industrială este dată, în primul rând, de elementele materiale, corporale din patrimoniu. În schimb, competitivitatea și, implicit, valoarea unei firme din economia cunoașterii este determinată de capacitatea de a dobândi, disemina și valorifica cunoașterea și informațiile.

2. *Demasificarea piețelor.* Produsele și serviciile devin tot mai adaptate nevoilor specifice ale unor nișe sau chiar „particule” ale pieței. Demasificarea piețelor atrage demasificarea marketingului, proces care deplasează economia dinspre omogenitate și nediferențiere către eterogenitate extremă.

3. *Modificarea naturii muncii.* Nonintersanjabilitatea muncii și nevoia crescândă de expertize specializate complexe se generalizează. Munca de rutină, repetitivă și programabilă cedează teren în fața muncii creative, nonrepetitive, abordând sarcini inedite.

4. *Inovația este cheia succesului.* Supraviețuirea firmelor nu mai este posibilă fără asigurarea unor fluxuri constante de inovații care să vizeze toate aspectele funcționării lor. Or, inovația continuă, asimilarea permanentă a noului, înseamnă schimbări. Orientarea spre schimbare devine o lege.

5. *Revenirea la „scara redusă”.* Diferențierea produselor implică diferențierea proceselor, iar aceasta exclude economiile de scară atât de râvnite în producția industrială. „Scara redusă” furnizează, în schimb, o valoare economică ridicată. Mare nu înseamnă neapărat și bun, iar mic nu mai este sinonim cu slab și necompetitiv.

6. *„Dereglementarea” organizării.* Orientarea spre schimbare și inovație nu mai face posibilă menținerea unor angrenaje organizatorice fixe pe durate mari de timp. Descentralizarea decizională, destandardizarea procedurilor de muncă, deformalizarea relațiilor organizaționale, creșterea ponderii comunicării informale vor constitui cadrul organizatoric în măsură să asigure creativitatea, reactivitatea și flexibilitatea organizațiilor de afaceri.

7. *Integrarea sistemelor economice.* Interdependența crescândă a elementelor ce alcătuiesc sistemele economice duce la o mai pronunțată integrare a acestora. Coordonarea eficace a sistemelor de afaceri integrate pretinde, în schimb, volume tot mai mari de informații și o redutabilă capacitate de procesare a informațiilor.

8. *Informatizarea infrastructurii de afaceri.* Sistemele informatice reprezintă baza unor vaste și ramificate rețele parteneriale, multe dintre ele extinse la scară globală.

9. *Accelerarea ritmului tranzacțiilor și operațiunilor economice.* Economia vitezelor mari înlocuiește economia scării mari. Timpul se transformă într-o variabilă critică, fiecare interval temporal valorând mai mult decât cel anterior. Concurența dintre firme se bazează pe timp, mai exact pe rapiditatea reacțiilor, iar abordările lente, secvențiale, pas cu pas, sunt înlocuite de „abordări simultane”.

Aceste caracteristici ale noii economii suscită schimbări profunde în „fiziologia”, dar mai ales în „psihologia” firmelor, care nu numai că trebuie să își reinventeze structurile, ci să garanteze o altă calitate, superioară, a funcțiilor.

Reputatul gânditor francez Edgar Morin remarcă amploarea, în lumea modernă, a unor deloc de neglijat elemente de entropie normativă precum: neoanarhismul, neoruralismul, neonaturalismul etc.⁹ Ca efect major al acestor manifestări, statul-națiune (în egală măsură ca realitate socială, realitate economică și realitate simbolică) se găsește la confluența a două tendințe absolut divergente: pe de o parte, aspirațiile infranaționale (regionalismele, particularismele culturale, etnice și politico-economice), iar pe de altă parte, tendințele integraționiste, supranaționale, mergând chiar până la federalizare. În acest din urmă sens, țările dezvoltate economic au deplasat deja accentul către cooperarea transfrontalieră, focalizându-și eforturile spre reducerea tensiunilor naționaliste. Însă, de data aceasta, tensiunile naționaliste nu mai vizează componenta etnică, ci mai curând pe cea economică. În contextul mondializării tot mai accelerate a societății informaționale (post-industriale), la care participă în egală măsură actori guvernamentali și nonguvernamentali, atât la nivel național, cât și supranațional, continental, generând mutații în structurile sistemelor economico-sociale, problema păstrării unității în diversitate relevă actualitatea reasezării din temelie a structurilor vieții economice și sociale. Această restructurare profundă trebuie, însă, înțeleasă corect. Gândind viitorul în exclusivitate în termeni științifici, tehnologici și ai eficienței economice, există riscul unor sancțiuni severe pentru ignorarea variabilei om din ecuație. „Revoluția managerială”, ca vector conducător al societății postindustriale, și-a propus să ofere corecții prin deplasarea accentului de la eficiența tehnico-economică la eficiența umană globală, prin „sisteme de organizare rațională”, protejate normativ și axiologic în mod corespunzător¹⁰.

Globalizarea economică, trăsătură și, în același timp, vehicul al noii societăți, are multiple implicații. De exemplu, în perioada modernă, a economiilor industriale, strategia și, în general, managementul strategic făceau parte numai din arsenalul marilor corporații. Adesea, strategiile aveau și o pronunțată componentă internațională, în timp ce IMM-urile erau sortite unei existențe locale. Între timp, lucrurile s-au schimbat. Foarte multe IMM-uri nu mai sunt „locale”, ci devin actori activi ai afacerilor regionale și globale. Chiar dacă piețele lor au rămas locale, natura concurenței s-a schimbat enorm. Concurența a devenit internațională. Deschiderea frontierelor a eliberat circulația produselor,

trimitere la capacitatea de adaptare a acestor resurse la obiective și opțiuni strategice în schimbare, suportul logistic, decurgând din posibilitățile curente de a gestiona fluxurile de creare a valorii economice în cadrul firmei. Într-un sistem flexibil, angajații nu mai răspund decât de constrângerile obiective ale fluxului productiv. Ei trebuie să satisfacă, în primul rând, solicitările circuitelor informaționale care asigură funcționarea sistemului productiv. Ceea ce înseamnă că trebuie să își subordoneze comportamentele de muncă unui sistem informațional eficace, capabil să mobilizeze în jurul unor obiective schimbătoare sau noi provocări.

Organizarea flexibilă, caracteristică economiei cunoașterii, se dovedește, în mod necesar, „comunicantă”. Aceasta solicită interconectarea actorilor, în scopul coordonării sarcinilor lor, ținând cont de variațiile frecvente ale ritmurilor activității de producție. O asemenea organizare accentuează caracterul strategic al informației, prin faptul că informația condiționează operaționalitatea muncii de rapiditatea difuzării sale. Se evidențiază, în același timp, și motivul pentru care tehnologiile și sistemele informatice joacă un rol proeminent în punerea în practică a modelelor flexibile de organizare.

Economia societății informaționale adresează firmelor două provocări importante: comunicarea și integrarea. Pe de o parte, există presiuni tot mai mari ca firmele să fie atente la piețe și la evoluțiile tehnologice. Pe de altă parte, există o puternică presiune pentru a reduce perioada de timp dintre conceperea și lansarea pe piață a produselor. Ambele constrângeri vor conduce la organizații de afaceri concepute pentru a permite o cât mai liberă circulație a informației. Aceste organizații vor fi interconectate în interior și deschise spre exterior, în special în ceea ce privește relațiile departamentelor de cercetare și de formare a resurselor umane, parteneriatele cu furnizorii, prestatorii de servicii logistice și cu clienții. Compartimentarea orizontală internă se va realiza astfel încât să favorizeze comunicarea interfuncțională, iar compartimentarea verticală va avea în vedere reducerea numărului de niveluri ierarhice. Structurarea sistemelor informatice va fi concepută în așa fel încât să permită cooperarea perfectă între toate funcțiunile-cheie ale firmei (resurse umane, marketing, cercetare-dezvoltare), mai ales grație bazelor de date comune.

În societatea viitorului, comunicarea (schimbul informațional) are prioritate în fața informației înseși. Mergând spre structurile de bază ale noii economii, această prioritate are menirea să precizeze motivele și implicațiile punerii în practică a organizațiilor comunicaționale²⁴: a face

organizația mai competitivă, mai reactivă, mai adaptabilă și, în acest scop, a consolida toate sistemele de schimb informațional și de cooperare interfuncțională, a scurta traseele decizionale, a face să convergă energiile în jurul unor obiective comune, a înlocui munca organizată (și administrată) secvențial cu o muncă simultană și colectivă etc. Cunoscând aceste motivații și efecte, ne convingem că organizația comunicațională răspunde unor criterii economice riguroase de eficiență.

Comunicarea infuzează toate „celulele” societății postcapitaliste. De eficiența ei depinde însăși mărimea valorii economice obținute. Dacă managementul a devenit o funcție strategică a societății, asigurarea unei comunicări eficiente s-a transformat într-o funcție strategică a managementului însuși. Logica acestor evoluții explică, în mare măsură, numeroasele fenomene care au loc la nivelul componentelor primare ale economiei cunoașterii – firmele. Menționăm câteva dintre acestea²⁵:

- apariția noilor categorii de actori în interiorul firmei, cum ar fi directori de comunicare, șefi departamente RP, responsabili de calitate, dar și externi – consultanți, experți etc.;
- profesionalizarea meseriilor comunicării de firmă;
- redefinirea funcțiilor firmei în jurul mizelor comunicaționale;
- dezvoltarea și generalizarea strategiilor de formare în domeniul comunicării manageriale;
- influența exercitată de competențele comunicaționale asupra vieții profesionale a angajaților;
- expunerea noilor „gramatici” ale relațiilor interpersonale din firme;
- consolidarea formelor de control exercitate asupra canalelor și circuitelor de comunicare organizațională;
- prevalența culturilor de firmă sau, mai exact, a unor anumite discipline intelectuale;
- raționalizarea tuturor proceselor de schimb simbolic prin intermediul formalizării crescânde a sarcinilor, a misiunilor, a rolurilor, a procedurilor de comunicare;
- dezvoltarea sistemelor informatice care determină redefinirea modelelor de organizare a muncii etc.

Toate aceste fenomene demonstrează că, în economia postcapitalistă, comunicarea nu este un simplu efect de modă și, cu atât mai puțin, o ideologie. De fapt, este vorba de o practică orientată spre asigurarea eficienței economice, o competență esențială, absolut indispensabilă pentru succesul economic și, implicit, un mod de a fi, singurul mod firesc în contextul economiei postcapitaliste.

Note bibliografice

1. Vela, A. (1986), *Civilizația industrială în confruntarea cu sine însăși*, Ed. Politică, București, pp. 221-227
2. Toffler, A. (1982), *Al Treilea Val*, Ed. Politică, București, pp. 14-15
3. Buzărnescu, Șt. (1999), *Sociologia civilizației tehnologice*, Ed. Polirom, Iași, p. 72
4. Taylor, F.W. (1971), *Principles of Scientific Management*, The Free Press, London
5. Bădescu, I. (1983), *Civilizație industrială și perspectivă socială*, Ed. Științifică și Enciclopedică, București, pp. 7-51
6. Drucker, P. (1999), *Realitățile lumii de mâine*, Ed. Teora, București, pp. 200-213
7. Bell, D. (1976), *The Coming of Post-Industrial Society. Adventure in Social Forecasting*, Basic Books Inc., New York, pp. 197-199
8. Toffler, A. (1995), *Război și anti-război*, Ed. Antet, București, pp. 72-81
9. Morin, E. (1997), *Penser L'Europe*, Gallimard, Paris, pp. 8-12
10. Handy, Ch. (1994), *The Age of Unreason*, Mc Graw-Hill, New York, p. 8
11. Reich, R. (1996), *Munca națiunilor*, Ed. Paideia, București, pp. 120-134
12. Strange, S., *Retragerea statului*, Ed. Trei, București, pp. 23-26
13. Dahl, R. (2000), *Poliarhiile*, Ed. Institutul European, Iași, pp. 47-52
14. McQuail, D., Windahl, S. (2001), *Modele ale comunicării pentru studiul societății de masă*, Ed. Comunicare.ro, București, p. 169
15. Iacob, D., Cismaru, D. (2002), *Organizația inteligentă*, Ed. Comunicare.ro, București, p. 53
16. Alter, N. (1993), *L'effet organisationnel de l'innovation technologique*, Paris, Institut d'Etudes Politiques, pp. 31-32
17. Sainsaulieu, R. (1997), *Sociologie de l'organisation et de l'entreprise*, Daloz, Paris, pp. 289-290
18. Hasselbein, F., Goldsmith, M., Beckhard, R., *Organizația viitorului*, Ed. Teora, București, pp. 100-106; pp. 150-185
19. Du Tertre, C., Santili, G. (1992), *Automatisation et travail. Utopies, realites, debats des annes cinquante aux annes quatre-vingt dix*, PUF, p. 123
20. Lorino, P. (1991), *Le controle de gestion strategique*, Dunod, Paris, p. 88
21. Olivesi, St. (2005), *Comunicarea managerială*, Ed. Tritonic, București, pp. 53-54
22. Drucker, P. (1997), *Societatea postcapitalistă*, Ed. Image, București, pp. 69-80
23. Peters, Th., Waterman, R. (1982), *In Search of Excellence*, Mc Graw-Hill, New York, p. 17
24. Auviret, J. (2001), *Organiser la communication en milieu industriel*, Les Editions d'Organisation, Paris, pp. 99-101; pp. 186-187
25. Neveu, E. (1997), *Une societe de communication?* Ed. Montchrestien, Toulon, p. 23