Puterea limbajului, între teorie, metodă şi politică

Prof. **STANCA MĂDA GRIGORAŞ**

De ce puterea?

Mitul orfic al creării şi stăpânirii realității prin cuvânt nu este doar o legendă. Ne lovim zilnic de vorbe pe care le interpretăm şi la care răspundem diferit în funcție de puterea cu care aceste vorbe sunt rostite. Termenul „putere" acoperă aici o varietate de procese, strategii, metode de obținere şi de păstrare a puterii. Lucrarea de față îşi propune o analiză lingvistică, din perspectiva Critical Discourse Analysis (CDA), a unor manifestări concrete ale puterii limbajului. Departe de a fi numai o forță în stare să instituie interdicții, pentru a fi acceptată, puterea trebuie să „construiască", „să producă lucruri, să inducă plăcere, să formeze cunoştințe, să producă discurs; trebuie să fie considerată asemeni unei linii de producție care pune în mişcare întregul angrenaj social şi nu doar ca instanță negativă a cărei funcție este represiunea"[1].

Critical Discourse Analysis –Rațiunea analizei. Abordări metodologice

CDA se ocupă cu analiza relațiilor structurale (evidente sau disimulate) de dominare, discriminare, putere şi control manifestate în limbă. CDA investighează într-o manieră critică inegalitatea socială exprimată, semnalată, constituită, legitimizată etc. de / prin uzul lingvistic (în discurs). Astfel, CDA nu îşi focalizează atenția exclusiv asupra textelor scrise sau de limbă vorbită; o analiză „critică" (în sensul deplin al termenului) necesită o teoretizare şi o descriere atât a proceselor şi structurilor sociale de producere a textului, cât şi a proceselor şi structurilor sociale prin care indivizi sau grupuri creează sensuri în interacțiunea lor cu textele. Prin urmare, trei concepte sunt indispensabil legate de CDA: conceptul de putere, conceptul de istorie şi conceptul de ideologie. Luând în considerare faptul că orice discurs este structurat prin relații de dominanță legitimate de ideologia unor grupuri de influență şi că orice discurs este produs şi interpretat într-un context temporal şi spațial istoric determinat, CDA face posibilă analiza diverselor presiuni exercitate asupra discursului şi a posibilităților de contracarare a relațiilor inegale de putere care apar ca rezultat al convențiilor sociale. Cu rădăcini în retorica clasică, în funcționalism, în lingvistica textuală şi în sociolingvistică, în lingvistica aplicată şi în pragmatică, CDA consideră relevante pentru interpretarea şi explicarea textelor noțiuni precum ideologie, putere, ierarhie şi sex precum şi alte variabile sociologice. Probleme legate de rasism, de gen, discursul media sau de identitatea persoanei sunt tot atâtea direcții spre care studiul CDA se îndreaptă. (Wodak şi Meyer (eds.), 2001, 2-3)

În spațiul CDA, discursul este înțeles prin prisma a două tipuri de relații: „discursul (ca) practică socială, discursul ca formă de acțiune, ceea ce oamenii fac ori pentru ei, ori cu alții. Şi există discurs în sens foucaultian, discurs ca mod de reprezentare a practicilor sociale, ca formă de cunoaştere, ceea ce oamenii spun despre practicile sociale"[2]. După **Van Leeuven**, CDA „este sau ar trebui să fie interesată de ambele aspecte, de discurs ca instrument al puterii şi controlului precum şi de discurs ca instrument al construirii sociale a realității"[3] (ibid).

BDD-V3935 © 2003 Editura Universității din București
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 01:55:56 UTC)

CDA nu constituie o metodă empirică bine definită, ci mai degrabă o serie de abordări ce au o bază teoretică şi o problematică comună. **Sigfried Jager** distinge între o primă analiză structurală, bazată pe conţinut şi o a doua, bazată mai mult pe limbaj. El analizează: tipul şi forma argumentaţiei; anumite strategii argumentative; logica intrinsecă şi compoziţia textelor; implicaţiile şi insinuările implicite; simbolismul colectiv şi metamorfismul (atât în limbaj cât şi în contexte grafice – statistici, fotografii, tablouri, caricaturi ş.a.); expresii, proverbe, clişee verbale, vocabular şi stil; actori (persoane, structura pronominală); trimiteri (ştiinţifice, spre exemplu); particularităţi ale sursei ce furnizează informaţia / cunoaşterea.

Teun van Djik insistă asupra necesităţii analizării acelor forme de interacţiune prin care discursul (scris sau oral) al vorbitorului reprezintă manifestarea unei forme de putere socială. Mărcile lingvistice supuse analizei sunt: „accentul şi intonaţia; topica; stilul lexical; coerenţa; mişcările semantice locale; alegerea subiectului; actele de vorbire; organizarea schematică; figurile retorice; structurile sintactice; succesiunea luării cuvântului; reparaţiile; ezitările." (Wodak şi Meyer (eds.), 2001, 26) Analiza lui urmează şase paşi:

1. Analiza macrostructurilor semantice: subiectele şi macro-propoziţiile;
2. Analiza sensurilor „locale" (sensuri implicite şi indirecte: implicaţii, presupoziţii, aluzii, expresii ale vagului, omisiuni şi polarizări)
3. Analiza structurilor formale „subtile" (mărcile lingvistice menţionate anterior)
4. Analiza formelor şi formatului de discurs global şi local
5. Analiza figurilor de stil specifice (hiperbole, litote etc.)
6. Analiza contextuală (idem)

Norman Fairclough propune o altă abordare (din perspectivă pragmatică) de pregătire a analizei, încercând mai întâi **analiza structurală a contextului**, apoi **analiza interacţională**, axată pe trăsături lingvistice precum: agenţi, temporalitate, timpuri verbale, modalitate şi sintaxă şi, în final, **analiza interdiscursivităţii,** ce încearcă să compare discursul dominant şi cel refractar. (Wodak şi Meyer (eds.), 2001, 28-29)

Putere, ideologie şi manipulare

Încă din anii 1970 se recunoaşte rolul limbajului în structurarea relaţiilor sociale de putere. Fiecare situaţie de comunicare este influenţată de structurile de putere în care vorbitorii sunt plasaţi convenţional sau nu. „Pentru CDA, limbajul nu este putere în sine – el câştigă putere prin folosirea lui de către oameni puternici." (Wodak şi Meyer (eds.), 2001, 10)

Limba mediază ideologia într-o varietate de instituţii sociale. Ideologia este văzută ca un important aspect în stabilirea şi menţinerea relaţiilor de putere inegale. Efectele puterii şi ale ideologiei în producerea sensului nu sunt întotdeauna evidente. Unul din ţelurile declarate ale CDA este să de-mistifice discursul prin descifrarea ideologiilor. Interdisciplinaritatea este esenţială pentru înţelegerea funcţiilor limbajului în situaţii precum: constituirea şi transmiterea cunoştinţelor, organizarea instituţiilor sociale sau în exercitarea puterii. O ipoteză de lucru importantă în CDA este aceea că sunt extrem de rare cazurile în care un text este produsul unei singure persoane. În orice text, diferenţierile discursive sunt negociate, sunt guvernate de diferenţele de putere, care, la rândul lor, sunt în parte codate şi determinate de discurs şi de gen. Aşadar textele sunt adesea câmpuri de luptă între diferitele discursuri şi ideologii ce vor să-şi asigure dominaţia.

Puterea este o condiţie esenţială în viaţa socială. CDA îşi propune să formuleze o teorie a limbii în care „nu numai noţiunea de luptă pentru putere şi control, dar şi

BDD-V3935 © 2003 Editura Universităţii din Bucureşti
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 01:55:56 UTC)

intertextualitatea şi recontextualizarea discursurilor concurente" (Wodak şi Meyer (eds.), 2001, 11) să fie atent analizate. Puterea se referă la relaţii de diferenţă şi la efectul acestora asupra structurilor sociale. Limbajul creează puterea, o exprimă, este implicat oriunde există o luptă pentru putere. Puterea nu derivă din limbaj, dar limbajul poate fi folosit pentru a provoca, a submina sau a schimba distribuţia puterii pe termen lung sau scurt. Puţine forme lingvistice nu au fost la un moment sau altul obligate să servească exprimarea puterii. CDA este interesată de modurile în care formele lingvistice sunt folosite în numeroasele exprimări şi manipulări ale puterii. Puterea este semnalată nu numai prin formele gramaticale incluse în text, ci şi prin genul „literar" şi stilul funcţional al textului. Adesea unei situaţii sociale ce poate fi legată de exercitarea puterii sau de lupta pentru putere i se asociază anumite tipuri de text.

Putere poate însemna forţă, autoritate, statut sau expertiză. Modul prin care un om îşi arată puterea constă în felul în care îi tratează pe ceilalţi conform propriilor dorinţe sau celor ale instituţiilor pe care acesta le reprezintă. Astfel, vorbitorul emite ordine, comenzi, insistând asupra obligaţiilor pe care le au ceilalţi, pentru a obţine modificarea comportamentului lor fizic în direcţia dorită de el. Pentru modificarea comportamentului lor verbal, vorbitorul poate pune întrebări, solicitând un răspuns (o informaţie etc.). Modul **imperativ** este cel care exprimă cel mai direct o comandă: *Fă curat! Adu cărţile!* etc. În afara acestuia, în limbă mai există şi alte resurse gramaticale de exprimare a obligativităţii cu diverse grade de intensitate:

(1) Poţi să foloseşti prezervativul pentru un act sexual întâmplător.
(2) Ai putea să foloseşti...
(3) Ai nevoie să foloseşti...
(4) Tu vei folosi...
(5) Ar trebui să foloseşti...
(6) Trebuie să foloseşti...

Chiar şi cea mai puternică **construcţie modală** (*trebuie să...*) exprimă obligaţia cu mai puţină tărie decât imperativul „*Foloseşte prezervativul...!"*

Cel mai direct mod de solicitare a unui răspuns verbal este folosirea **interogativului**. *Cât este ceasul? Poţi să înoţi?* Efectul interogaţiei asupra relaţiilor interpersonale nu este la fel de puternic ca în cazul comenzilor. Pe de o parte a dimensiunii puterii, interogaţia presupune autoritate; pe de altă parte, o interogaţie tipică presupune că vorbitorul nu deţine informaţia şi că vrea să o obţină; în acest caz balanţa puterii înclinându-se către posesorul informaţiei. Atunci când vorbitorul / scriitorul este dotat cu autoritate şi expertiză recunoscute în mediul său, putem observa în discursul său o gradare a asertivităţii şi dogmatismului, obţinută prin **construcţii modale** exprimând probabilitatea (Această casă din secolul trecut *nu are / e improbabil să aibă / poate avea / ar putea avea / trebuie să aibă / are* igrasie.), prin cuvinte folosite să exprime diferite grade de frecvenţă (Această casă din secolul trecut *uneori / câteodată / adesea / frecvent / întotdeauna* are igrasie.) sau universalitatea (*Nici o / Puţine / Câteva / Unele / Multe / Cele mai multe / Toate / - /* casă(ele) din secolul trecut (n-) are(u) igrasie.) şi prin **mărci (personale şi impersonale) ale subiectivităţii** (*Cred / Consider / Părerea mea este / În viziunea mea...; este evident că / e clar că / se pare că / pare că etc.).*

Puterea limbajului se poate manifesta şi prin mijloace non-verbale: expresia feţei (încruntare, aer calm, liniştit, zâmbet superior), gesturi (mişcări ale mâinilor şi/sau corpului: indicatoare, agresive sau distante, de aprobare sau de dezaprobare, de încurajare sau intimidare), poziţia, orientarea şi proximitatea corpului (stând în picioare, şezând, cu faţa sau cu spatele către interlocutor, distanţa faţă de acesta), contactul vizual şi corporal

BDD-V3935 © 2003 Editura Universităţii din Bucureşti
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 01:55:56 UTC)

(privirea directă sau deviată a interlocutorului, atingerea, bătaia uşoară pe spate, luarea interlocutorului de după umeri), atitudinea (degajată, încordată) şi aspectul exterior (vestimentaţia, aspectul fizic). Prin toate aceste mijloace, vorbitorul se impune, se face ascultat, poate da mai multă greutate cuvintelor rostite.

Comunicarea cu ajutorul mijloacelor suprasegmentale (accentuarea unor cuvinte, intonaţia cu care sunt rostite propoziţiile) fac posibilă interpretarea diferită a enunţurilor. Orice vorbitor îşi pune amprenta personalităţii sale în tonul vocii, fapt cu atât mai evident la persoanele care reprezintă o „autoritate": profesorul, medicul, judecătorul, preşedintele, poliţistul etc.

Problematica lucrării de faţă a fost analizată în limba română din perspectivă psiholingvistică. În viziunea Tatianei Slama-Cazacu, „puterea" cuvintelor şi folosirea cuvintelor de către o „Putere", în scopul manipulării maselor fac parte din categoria numită „distorsionări ale comunicării în viaţa socială". Definită ca una din „influenţele psihologice interumane asupra actului de comunicare", puterea cuvintelor este analizată de autoarea „Psiholingvisticii" (Slama-Cazacu, 1999, 577) atât din perspectivă pozitivă (în scopul „cooperării", al „instruirii", în contactul social, pentru informare, în negociere, rolul „formulelor de politeţe" etc.), cât şi negativă („ceea ce pot exprima cuvintele – şi *face* –, „de bine" dar şi „de rău"), enumerând printre acestea din urmă „folosirea abuzivă a cuvintelor", „deturnarea comunicării prin schimbarea semnificaţiilor cunoscute ale anumitor cuvinte, pentru a ascunde sau masca realitatea, prin folosirea seducţiei anumitor cuvinte sau a necunoaşterii lor, spre a devia sau chiar a obnubila gândirea „adresanţilor" (a „receptorilor"), a le forţa conduita către o direcţie de care ei nu sunt conştienţi, a-i manipula, până la a *forţa* o persoană să fie „receptor" împotriva voinţei sau a intenţiei sale". (Slama-Cazacu, 1999, 577-578) Refuzul cooperării, competiţia neloială, folosirea „puterii" numai pentru a comanda, a minţi, a simula, a masca unele realităţi, a manipula masele în defavoarea lor, a întări o Putere sau a „distruge" prin cuvinte duc la instaurarea unei neîncrederi în comunicare, la întreruperea contactului social. Asemenea efecte sunt rezultatul unei ideologii[4] manifestate subtil printr-o serie de strategii sau „strategeme". „Schimbarea semnificaţiei uzuale a unui cuvânt printr-o impunere insidioasă de distorsiuni semantice, introducerea unor cuvinte străine în locul altora tradiţionale, chiar frecvente ori bine cunoscute, lansarea de clişee care nu spun sau ajung să nu mai spună nimic precis, „dialoguri" anormale, în care nu este un schimb echilibrat de replici, în folosul unui monolog al personajului „cu autoritate", sau false dialoguri, lipsite de libertatea exprimării şi ajungând, în situaţii definite, la escamotări de replici." (Slama-Cazacu, 1999, 581) Scopul nedeclarat al acestor strategeme este acoperirea unor „realităţi neplăcute", o „cosmetizare lingvistică" a „imaginii compromise a unor fapte, acţiuni, obiecte de către o Putere (politică ori economică, tehnocrată, comercială etc.)" (Slama-Cazacu, 1999, 581). Aceste artificii lingvistice stau la baza tehnicilor din publicitate şi a celor propagandistice, care nu ar putea exista în absenţa unei forme de cenzură. În Statele Unite ale Americii în timpul celui de-al doilea război mondial, **propaganda**[5] puterii prezenta războiul ca „o luptă morală împotriva tiraniei crude, a barbarismului şi expansiunii imperialiste fără nici o aluzie la motivaţia comercială" dovedită ulterior. Cenzura guvernamentală face posibilă direcţionarea maselor. Propaganda opoziţiei este, în schimb, lipsită de eufemisme. Prin expresii precum „cancer economic", se încearcă înlocuirea termenului neutru, pozitiv („creştere economică") cu unul conotat negativ.

O altă distorsiune a limbajului o constituie aşa-numita ***politically correct speech*** sau „**cosmetizarea**" Tatianei Slama-Cazacu. Aceasta este un exemplu de „handicapare" a puterii limbajului. Se insistă folosirea unor expresii precum *a disponibiliza, eveniment*

BDD-V3935 © 2003 Editura Universităţii din Bucureşti
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 01:55:56 UTC)

rutier, suicid, *întrerupere a unei sarcini* în detrimentul neaoşelor, bine cunoscutelor şi mai bine înţeleselor *a da afară / a concedia*, *accident*, *sinucidere* sau *avort*. *Negru* devine *Afro-American* sau *persoană de culoare*. *Olog* se transformă în *handicapat* sau *infirm*. *Ţările sărace* sunt *naţiuni aflate în proces de dezvoltare* aparţinând *lumii a treia*. Preluate din limbi străine (mai ales din limba engleză) sau create pe teren autohton, cuvintele par să aibă un aer „nobil", ca să nu spunem snob, fiind apanajul unor oameni ori lipsiţi de cultură, ori înregimentaţi ideologic. Aceste cuvinte nu sunt altceva decât stereotipii verbale, clişee, automatisme şi codări tehnocrate (străine limbii) toate purtând egida vagului şi a aproximării semantice (*Cea mai veche meserie din lume* n-ar putea fi o descriere mai vagă a practicării *prostituţiei*).

Înrudită cu „cosmetizarea" este aşa-numita „**limbă de lemn**", care a fost bine intuită de G. Orwell ca apanaj al unei puteri cu pretenţii „dictatoriale" şi nu numai (aşa cum de altfel demonstrează Tatiana SLAMA-CAZACU). Recognoscibilă prin aceleaşi caracteristici ale vagului şi nedeterminării, „limba de lemn" are funcţii, trăsături şi efecte ce ţin de un tip de discurs transistoric. „Limba de lemn" este „un subsistem al unei limbi" ce „cuprinde mai ales elemente lexicale, dar şi unităţi frazeologice, cu caracter de expresii fixe, de *clişee încremenite,* cu sens determinat în contextul unei anumite „autorităţi", în mare măsură utilizate *stereotip-dogmatic*, ca exprimare a unei *ideologii* (...), *imitate,* dar şi *impuse* de puterea politică (...), apoi *difuzat* prin repetare, prin utilizarea frecventă în diversele mijloace de comunicare orală sau scrisă, *anihilându-se* astfel *gândirea* maselor receptoare" (Slama-Cazacu, 1999, 588). Efectele obţinute sunt de a obţine autoritatea, de a împiedica orice altă formă de gândire (ce nu se înscrie în „linia" trasată de „sus") şi de a masca realităţile nefavorabile ale unei societăţi condamnată să poarte „ochelari de cal". Redundanţa termenilor şi proliferarea lor sunt expresia unui „dispreţ faţă de receptorii care nu cunosc „limbi străine" sau termeni tehnici" (Slama-Cazacu, 1999, 588). Cenzurarea regulată a tuturor textelor poate duce la înrădăcinarea expresiilor în limbă, la golirea de sens sau chiar la mutaţii de sens ale unor cuvinte sau expresii. O limbă este eficientă în măsura varietăţii şi a clarităţii cuvintelor sale. Acestea trebuie să exprime orice noţiune cu acurateţe, nu cu ambiguitate. De aceea este necesar un efort de conştientizare a existenţei şi a modului de formare şi propagare a limbii de lemn, pentru a evita, în ultimă instanţă, deformarea limbilor naturale prin expresii precum *vizavi de, privat, derula, pachete de legi, escaladarea violenţei* etc.

Manipularea maselor se face în direcţia inoculării unui sentiment pozitiv, a senzaţiei euforice că totul merge „ca pe roate" (*adecvat, propice, stimulativ, prioritar, modern* etc), când de fapt realitatea este departe de a fi astfel definită. Necesitatea manipulării maselor prin deformarea realităţii se leagă de dorinţa (legitimă, până la un punct, a) unei Puteri de a-şi păstra prestigiul, statutul şi „faţa", în relaţia pe care o are cu publicul. Cum această „conversaţie" (non *face to face*) se realizează preponderent prin intermediul presei, este suspectă de a deveni monologală, datorită faptului că răspunsurile publicului sunt întârziate în timp şi lipsite de prestigiul şi autoritatea unei voci unitare, cu alte cuvinte: e lipsită de puterea limbajului. Tehnologia serviciilor secrete şi a mass media face posibilă manipularea limbajului, conferind putere.

Analiza critică a discursului în textele de E-mail

Un domeniu tehnologic relativ recent intrat în limba română este informatica. Dintre toate metodele de comunicare interpersonale, internetul pare a fi cheia de boltă a începutului de mileniu. Comunicăm la mari distanţe şi ne informăm cu o viteză mai apropiată de aceea a gândului decât ne-am fi imaginat acum câteva decenii. Serviciul poştei

BDD-V3935 © 2003 Editura Universităţii din Bucureşti
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 01:55:56 UTC)

electronice (E-mail) face posibilă definirea unei noi perspective comunicaționale și lingvistice. Revoluționând genul epistolar (și nu în sens pozitiv – cf. R.lit., 9/96, 3), scrisoarea electronică a intrat și în limba română.

În cele ce urmează propunem o analiză critică a unui corpus alcătuit din zece E-mail-uri (vezi ANEXA) având ca sursă mediul de afaceri dintr-o corporație internațională cu filială în România. Această cercetare[6] este o analiză a unor texte autentice de comunicare profesională în mediul ei natural (la locul de muncă). Selecția comportamentului lingvistic observat cuprinde schimburi de interacțiuni prin E-mail, construite în jurul rezolvărilor de probleme specifice afacerilor unei corporații multinaționale. Analiza combină perspectiva lingvistică cu cea socială. Abordarea critică a textelor urmărește indiciile și mărcile ce reflectă prezența relațiilor de putere în comportamentul lingvistic al participanților la procesul de comunicare. Cercetarea uzului lingvistic încorporează atât produsul (E-mailul) cât și procesul de producere în sine.

Textele de E-mail cuprinse în corpusul analizat evidențiază toate cele trei variabile pertinente în comunicare: Puterea, Distanța și Ierarhia. Am încercat să cuprindem atât texte marcate cu semnul egalității între toate cele trei variabile (textele 1, 2, 3, 4), cât și texte pronunțat diferențiate lingvistic în manifestarea variabilelor de putere și ierarhie (textele 5, 6, 7, 8, 9, 10).

Un număr mare de mărci lingvistice este folosit pentru stabilirea raporturilor interpersonale de deferență. Autorul unui E-mail sau al unui memo trebuie să fie politicos față de destinatarul cu mai multă putere (autoritate, expertiză sau superior ca statut), decât față de subordonați. În textele 1, 2, 5, 7, 8, 9, 10, expeditorul se adresează întregului colectiv prin: formule specifice de adresare (*Dragi colegi*) sau folosind pluralul (*vă trimit; să nu mă înțelegeți greșit….v-am spus…; mulțumesc tuturor…, vă recomand*…etc). În textele 4 și 7 adresarea directă este la persoana a doua singular: *să îți dăm un "feeling", te rog să citeşti, te rog să informezi*, fapt generalizat în folosirea prenumelui ca mod de adresare și de referire către / la o persoană. În alegerea formelor de limbă prin care se exprimă politețea nu se reflectă doar existența dimensiunilor de putere și contact dintre vorbitori, ci se creează pozițiile sociale. În oricare din textele T8, T9 sau T10 ceea ce spune emițătorul (șeful) nu este doar o reflectare a diferențierilor sociale dintre participanții la actul de comunicare, ci însăși constituirea relației de subordonare a interlocutorilor față de autoritatea emițătorului. Cuvintele așadar crează lumea socială, nu doar o descriu.

În analiza artificiilor de obținere și menținere a puterii de care uzează emițătorul mesajelor din T5, T7, T8, T9 și T10, observăm o varietate a formelor verbale: imperativul (în special negativ: „*nu-i lăsați să facă ce vor ei, cereți tot…și nu vă lăsați cu una cu două*" T9), conjunctivul prezent (afirmativ: „*să citeşti*" T4, „*să recitiți…și să reflectați*" T8 și negativ: „*să nu mă înțelegeți greșit*" T9), prezentul de persoana întâi („*vreau să fim văzuți*"T9, „*Vrem să îți dăm*"T4, „*urăsc acest lucru*"T10) și viitorul („*vom lansa…va fi reprezentat*" T5, „*voi prezenta…vom trece*"T7). Gramaticalizate deja și ca mijloace de punere în contrast a două realități, conjuncțiile coordonatoare adversative și propozițiile condiționale de tipul: „*dacă nu…, atunci…*" sunt și excelente mijloace de persuasiune, chiar de „terorizare" („*Urăsc acest lucru, dar dacă nu veniți cu nominalizări până la sfârşitul acestei zile, voi face numirile din oficiu*." T10, „*Să nu mă înțelegeți greșit…, dar mă aşteptam…"*T9). Abundența verbelor la diateza activă face dovada pe de-o parte a mediului de lucru autentic, cu problematicile sale specifice, iar pe de altă parte a conciziei stilului în scrisorile electronice. Dând pe alocuri senzația de telegramă, E-mail-ul pare cea mai concisă formă de scrisoare, mediul comunicării profesionale fiind, se pare, cel mai

BDD-V3935 © 2003 Editura Universității din București
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 01:55:56 UTC)

propice acestei specii, ne-lipsită de valenţe literare. În ciuda modului de adresare, E-mail-urile ce constituie corpusul nostru de cercetare sunt redactate după rigorile formalismului (excepţie făcând poate T4, unde implicarea uşor emoţională face ca stilul să devină neutru, chiar fals informal: „*să-ţi dăm un „feeling" despre…cu sprijinul celor de „acasă*").

Folosirea ironiei şi a sarcasmului face dificilă încercarea analistului de a defini cât mai clar discursul specific E-mail-urilor din mediul profesional. În T8, ironia muşcătoare maschează o critică la adresa inferiorilor: „*Mulţumesc tuturor pentru NU-ul (ne-)hotărât spus acestui proiect. Data viitoare voi folosi butoanele de vot, pentru că sunt mai angajante*." Începută ca o mulţumire colectivă, intervenţia emiţătorului continuă cu o nominalizare a unui adverb de negaţie, scris cu majuscule şi articulat hotărât, fapt ce răstoarnă presupoziţiile cititorului. Critica din debutul scrisorii are rolul de a „trezi" inferiorii la realitate şi de a-i determina să acţioneze în vederea soluţionării problemei, şeful trasând clar obiectivele de îndeplinit şi persoanele desemnate să le înfăptuiască. O critică directă n-ar fi avut acelaşi efect asupra cititorilor. Mascarea puterii în spatele ironiei şi lipsa limbajului „dur" este necesară pentru menajarea „feţei" interlocutorilor. Acest lucru este evitat în T10, unde critica este explicită: *„Este inacceptabil...*", iar grija pentru păstrarea prestigiului persoanei este nulă. Aşa cum relevă maledictologia (ştiinţa care se ocupă cu studiul cuvintelor „urâte"), imprecaţiile conferă putere celor care le rostesc. Ele au şi rolul unor „supape de siguranţă" prin care sunt eliberate tensiunile emoţionale.

Deconstruirea operaţiilor lingvistice de mascare sau de potenţare a puterii permite reconstruirea realităţii sociale care ia forma ideologiei / politicii firmei. Puterea este o formă de comportament organizaţional fundamentală pentru rolul şi responsabilităţile participanţilor. Practicile sociale, culturale şi de organizare, valorile şi credinţele încadrează ideologia în realitate. Dovezile ne arată că în rutina de la locul de muncă puterea este forţa lăuntrică a interacţiunii. Pentru a-şi face prezenţa şi existenţa acceptate, puterea trebuie exercitată cu diplomaţie („covertly").

Putem concluziona că E-mail-ul este şi creează un mediu lingvistic dinamic. Comunicarea prin E-mail are un stil şi trăsături specifice ce permit interacţiunea şi verifică capacitatea lui de a manevra conţinuturi socio-emotive. Dinamismul se poate constata şi în mecanismele structurale interne ale E-mail-ului (spre exemplu From: Sent: To: Cc: Subject:), unele dintre ele fiind instrumente de exercitare a puterii în cadrul ideologiei unei corporaţii economice.

ANEXA

T1. Dragi colegi,

Avind in vedere modificarile survenite in ultimul timp in Operations (restructurari de activitati, comasare sectii, reorganizarii si retehnologizari, necorelari intre incadrarea din cartea de munca, pozitia din fisa de post semnata si pozitia pe care lucreza efectiv) se impune redenumirea unor pozitii si actualizarea fiselor de post, pentru muncitori.

Ca urmare, am identificat pozitiile exitente (atit in cartea de munca cit si in baza de date C&B) si am propus redenumirile pozitiilor in conformitate cu COR (Codul Ocupatiilor din Romania), pentru limba romana si conform recomandarilor CEEMA Operations, pentru limba engleza. (vezi tabelul anexat).

Va rog sa ne spuneti punctul vostru de vedere cu privire la propunerea noastra, pina vineri 11 Octombrie 2002.

Dupa agreerea pozitiilor propuse, urmatorii pasi vor fi facuti pentru a corela, evalua si inregistra pozitiile conform realitatii si standardizarii/recomandarii.

BDD-V3935 © 2003 Editura Universităţii din Bucureşti
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 01:55:56 UTC)

1) - intocmirea si semnarea fiselor de post pentru pozitia pe care lucreza (cu ajutorul managerilor de sectii, QA, PL)
2) - evaluarea HAY a pozitiilor agreate
3) - emitere decizie de schimbare pozitie
4) - actualizare pozitie in baza de date si inregistrarea in cartile de munca.
Va multumesc pentru raspuns,

T2. Dragi colegi,
am citit cu atentie propunerile facute pentru schimbarea meseriilor in cadrul depart.Operatiuni si doresc sa fac urmatoarea precizare:
- pentru schimbarea functiei de Tehnician-Operator in Operator policalificat, obligatoriu trebuie sa aiba mai multe meserii(minim 2).
In rest toate meseriile se regasesc in COR si nu ne putem opune legii.
Succese depline!
MM

T3. Sim, Adriana,
1. Vreau sa va spun ca acum in cartile de munca ale muncitorilor fiecare functie/meserie are trecut si nivelul 1, 2 sau 3 (Mari te rog sa confirmi acest lucru). Noi la ora actuala nu gasim nici o incadrare simpla de "preparator", "electician"...etc, toate sunt de ex. "operator-tehnician nivel 3"....etc.
In 1998 cand s-au inlocuit vechile categorii ale muncitorilor s-a trecut la aceste nivele care de fapt ele reprezinta SG-ul.
2. In grila salariala actuala din c.c.m. se vede foarte clar care sunt categoriile care intra intr-un anumit nivel sau altul si au fost atunci argumente foarte puternice care au dus la luarea deciziei (de ce categoriile respective sunt la SG 2 si de ce celelalte la SG 3).
3. Parerea mea este ca ceva similar trebuie sa existe si de acum incolo pentru ca in majoritatea cazurilor o meserie (ca si denumire) se poate regasi
si intr-un nivel si in celalalt.
4. Avind in vedere cele mentionate la punctul 3 va trebui sa existe o fisa de post pentru "preparator...nivel(SG) 2" si una pentru "preparator...nivel(SG) 3".
Meluta

T4. Dorin,
Vrem numai sa iti dam un "feeling" depre cum merg lucrurile cu Sharp. Te rog sa citesti primul paragraf din mesajul de mai jos. Cu sprijinul celor de "acasa" si cu ceva ore in plus de lucru aici, lucrurile se misca pe un fagas bun.
Cristian

T5. Vom lansa un newsletter KFRo. Gasiti detalii in prezentarea alaturata. Fiecare departament va fi reprezentat in comitetul de redactie. Cine doreste sa faca parte din HR sa imi spuna pina miine. Multumesc.
Simone, Adriana, FYI, voi puteti participa din partea productiei daca sunteti interesati, iar raspunsul trebuie dat prin Marian.
Doru

T6. Cu incepere de la 16 septembrie 2002, vrem sa angajam, cu contracte de colaborare, urmatoarele persoane, pe posturile respective:

- Anamaria Sarbu, Sales Trainee Bucuresti (Practicant Vanzari Bucuresti), 7.310.000 lei brut pe luna;
- Brenda Musa, Sales Trainee Brasov (Practicant Vanzari Brasov), 6.300.000 lei brut pe luna;
- Marius Ceterchi, Sales Trainee Cluj-Napoca (Practicant Vanzari Cluj-Napoca), 6.300.000 lei brut pe luna;
- Irina Lavric, Sales Trainee Iasi (Practicant Vanzari Iasi), 6.300.000 lei brut pe luna.

Le-am comunicat deja celor 4 conditiile in care dorim sa ii angajam si au acceptat.
Te rog sa:

- Verifici daca titulatura "Practicat Vanzari" este acceptata de catre Camera de Munca si daca nu, sa gasim o alternativa;
- Ii contactezi pe cei 4 si sa va intelegeti cum ajung contractele la ei si de ce date / documente

BDD-V3935 © 2003 Editura Universității din București
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 01:55:56 UTC)

mai ai nevoie. Le-am promis ca ii vei contacta maine sau poimaine;
- Pregatesti contractele de colaborare;
- Sa imi confirmi dupa semnarea contractelor ca totul este ok.

CVurile, scrisorile de intentie si formularele de date personale ale lor vor ajunge la tine maine dimineata, prin shuttle.
Multumesc!
Cristian

T7. Va trimit alaturat noua procedura de informare a cresterilor de salariu. Multumesc Nicoletei si Mariei pentru initiativa si tuturor celorlalti pentru inputuri. Joi voi prezenta aceasta propunere Boardului si vom trece la aplicare cu urmatoarea crestere de salarii.
Meluta, te rog sa informezi si pe Nicoleta si pe Gabi despre aceasta procedura, dupa ce iti confirm aplicarea ei.
Doru

T8. Multumesc tuturor pentru NU-ul (ne-)hotarit spus acestui proiect. Data viitoare voi folosi butoanele de vot, pentru ca sunt mai angajante.
Cristi, in calitate de co-ordonator de proiect si Cristina in calitate de MOD Asst. veti reprezenta HR.
In rest, va recomand sa recititi definitiile ratingurilor de performanta din MAP si sa reflectati asupra diferentelor dintre G si E.
Doru

T9. Sa nu ma intelegeti gresit si sa credeti ca minimizez munca voastra, dar ma asteptam, si v-am spus asta de citeva ori, ca Romania sa implementeze S cu excelenta. Vreau sa fim vazuti ca cei mai buni in orice am face si ma bucur intotdeauna sa vad confirmari ale acestui deziderat.
Pe de alta parte, nu-i lasati sa faca ce vor ei, cereti tot ce credeti ca ne trebuie si nu va lasati cu una cu doua daca nu obtineti ce ne trebuie.
Doru

T10**.** Este inacceptabil. Nimeni nu s-a oferit sa fie prezent pe 24 si 31decembrie si pe 3 ianuarie. Urasc acest lucru, dar daca nu veniti cu nominalizari pina la sfirsitul acestei zile, voi face numirile din oficiu.
Doru

NOTE:

1 ‘ …if [power] never did anything but say no, do you really believe that we should manage to obey it? What gives power its hold, what makes it accepted, is quite simply the fact that it does not weigh like a force which says no, but that it runs through, it produces things, it induces pleasure, it forms knowledge, it produces discourse; it must be considered as a productive network which runs through the entire social body much more than as a negative instance whose function is repression’ (M. Foucault citat în M. Morris şi P. Patton (eds) Michel Foucault: Power, truth, strategy)

2 Van Leeuven, citat în Wodak şi Meyer, 2001, 9.

3 ibid. nota 2.

4 „un corpus de idei sau credinţe legate de o „Putere” care vrea să se impună, ducând chiar până la extrem o dogmă sau o simplă, adică nu foarte clar formulată propensiune către „putere” (cf. Slama-Cazacu, 1999, 581)

5 Propagandă = activitate sistematică de răspândire în mase a informaţiilor favorabile intereselor proprii şi, respective, defavorabile intereselor oponenţilor. (cf. Grosu, Nicolae, 1999, Tratat de sociologie. Abordarea teoretică, Ed. Expert, Bucureşti)

6 Metoda pe care o vom aborda e descrisă de Sigfried Jager (în Discourse and knowledge: Theoretical and Methodological aspects of a critical discourse and dispositive analysis) ca o succesiune de paşi cuprinzând:

1) scurtă caracterizare a planului discursiv (Ex: media, reviste pentru femei, cântece pop etc.)
2) stabilirea şi procesarea materialului
3) analiza structurală: evaluarea materialului procesat din perspectiva tipului de discurs analizat

BDD-V3935 © 2003 Editura Universităţii din Bucureşti
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 01:55:56 UTC)

4) analiza amănunțită a câtorva fragmente de discurs tipice pentru planul discursului şi pentru politica discursivă a instituției care a creat materialul
5) analiza de ansamblu şi concluziile critice.

Bibliografie:

- Brown, P., Levinson, S.C., 1978, *Politeness: Some Universals in Language Usage,* Cambridge University Press, London
- Dinu, M., 1997, *Comunicarea*, Ed. Ştiințifică, Bucureşti
- Ducrot, O., Schaeffer, J.-M., 1996, *Noul dicționar enciclopedic al ştiințelor limbajului*, Ed. Babel, Bucureşti
- Ionescu-Ruxăndoiu, L., 1999, *Conversația: structuri şi strategii: sugestii pentru o pragmatică a românei vorbite*, ediția a II-a, All Educational, Bucureşti
- Moeschler, Jacques, Reboul, Anne, 1999, *Dicționar enciclopedic de pragmatică*, Ed. Echinox, Cluj.
- Rowența-Frumuşani, D., 1999, *Semiotică, societate, cultură*, Institutul European, Bucureşti
- Sarangi, S., Coulthard, M., 2000, *Discourse and Social Life*, Pearson Education, London
- Slama-Cazacu, T., 1999, *Psiholingvistica*, All Educational, Bucureşti
- Slama-Cazacu, T., 1973, *Cercetări asupra comunicării*, Ed. Academiei, Bucureşti
- Wodak, R., Meyer, M. (eds.), 2001, *Methods of Critical Discourse Analysis*, Sage Publications Ltd, London
- România Literară, 1996, nr. 9, pag. 3

THE POWER OF LANGUAGE BETWEEN THEORY, METHOD AND POLITICS

Abstract

The present research aims to bring a modern perspective (that of Critical Discourse Analysis) on the concept of power of language. Though frequently used before as a means of emphasizing social relationships created through language, this concept is now integrated in a broader chain of theories which were previously applied to Romanian language, but never under the generous "umbrella" of CDA. The practical aspect of our research is dealing with a corpus of ten E-mail texts representative for Romanian business life. Though relatively new in Romanian, E-mail texts became popular very fast, offering us an exciting field for further research.

BDD-V3935 © 2003 Editura Universității din București
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 01:55:56 UTC)