Influențe ale culturii corporatiste (a corporațiilor) asupra comunicării în cadrul profesional

Stanca MĂDA, Răzvan SĂFTOIU

Introducere

Intrate în peisajul mediului de afaceri românesc relativ recent, organizațiile multinaționale (corporații, grupuri etc.) au produs schimbări semnificative în modul de a comunica la locul de muncă. Nefiind suficient dezvoltată şi actualizată în mediul românesc, la începutul anilor ’90, etica formelor comunicative (a interviului de angajare, a comunicării prin e-mail, a corespondenței de afaceri şi altele) a împrumutat până la identificare practicile noilor organizații intrate pe piața muncii. Invazia bruscă şi acaparatoare a *culturii corporațiilor* a determinat schimbări majore nu numai la nivelul tipurilor şi al strategiilor de comunicare, ci şi la nivelul limbii române folosite în mediul de afaceri.

Promovarea culturii organizaționale se face prin texte care îmbină eficiența sloganului, strictețea normelor şi fundamentarea unor sisteme de valori bazate pe principiile unei etici utopice. Reprezentând un cod de comportament relativ impus angajaților unei companii (prin politici şi regulamente de ordine interioară), cultura fiecărei firme poartă amprenta țării de origine a organizației şi a gradului în care se doreşte transformarea mentalității angajaților. În termenii teoriei diferențierilor culturale a lui G. Hofstede (2001), *cultura unei organizații* tinde să unifice valorile proprii, impuse prin tradiție, cu valorile individuale ale fiecărui angajat.

Pentru a exemplifica aceste discrepanțe, am extras un pasaj din documentul intitulat „Managementul şi Evaluarea Performanței” emis de o companie multinațională recunoscută pentru agresivitatea politicii de resurse umane pe care o are față de angajații săi din România.

Exemplul 1:

Valorile [numele firmei][1]

CONCENTRARE	Ne vom concentra asupra a ceea ce este important pentru dezvoltarea afacerii, a mărcilor şi a angajaților noştri.
INOVAȚIE	Vom căuta modalități inovatoare de a ne satisface consumatorii, de a vinde către clienți şi de a opera sistemele noastre de afaceri.
PASIUNE	Vom transforma orientarea noastră puternică spre

[1] Din rațiuni de etică a cercetării, prin metodologia adoptată în culegerea şi analiza textelor, am omis intenționat numele firmelor şi orice referiri care ar putea duce la identificarea acestora. Informațiile omise apar între paranteze, pentru a nu influența înțelegerea globală a textului.

BDD-V381 © 2009 Editura Alfa
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.31 (2026-11-20 20:04:50 UTC)

	rezultate într-o reală pasiune de a învinge.
VITEZĂ	Vom acționa rapid şi disciplinat pentru a ne menține înaintea competitorilor.
MUNCĂ DE ECHIPĂ	Ne vom dezvolta lucrând în echipă, la nivel de funcții, unități de afacere, regiuni şi culturi.
ÎNCREDERE	Ne vom acorda respect reciproc şi vom acționa cu integritate şi onestitate.

Remarcăm de la început folosirea persoanei întâi plural. Încercarea companiei de a include individul în colectivul organizației dă impresia unui indice al individualismului scăzut şi o apreciere crescută pentru colectivism. Falsitatea tonului este dată tocmai de încercarea de a mula o cultură cu un indice al individualismului ridicat (cea americană, țară în care se află sediul central al companiei) pe tiparul culturii româneşti, aşezată de milenii în sfera colectivismului. În descrierea unei culturi individualiste, G. Hofstede se referea la „primatul obiectivului în fața relației colegiale”[2], punct demonstrat în primele patru paragrafe din secvența citată. „Grija” pentru punctele sensibile din cultura țării gazdă se reflectă în ultimele două paragrafe, intitulate *Muncă de echipă* şi *Încredere*. Primatul relațiilor interumane în fața obiectivelor, trăsătură specifică națiunilor cu un indice al individualismului scăzut, este dezideratul culturii tradiționale a locului de muncă din România.

Influențe lexico-semantice în comunicarea la locul de muncă

Abundența cuvintelor de origine străină prezente în lexicul românesc actual a fost determinată de progresele făcute de ştiință şi de tehnică (în domenii precum informatica sau telecomunicațiile), dar şi de pătrunderea masivă a termenilor din economie, finanțe sau resurse umane consacrați în limbile de circulație internațională.

Imixtiunea culturală (şi prin ea se înțelege şi cea lingvistică) a corporațiilor în spațiul românesc este probabil cel mai bine resimțită la nivelul comunicării la locul de muncă. Dacă în alte sfere ale vieții sociale, contactul nemijlocit cu influențele exterioare poate fi evitat sau contracarat, la serviciu, loialitatea față de valorile firmei este adesea obligatorie. Influența unei alte culturi (limbi) asupra angajaților este mai mare la nivelurile superioare ale ierarhiei unei organizații multiculturale (la nivel de manageri) decât la nivelul muncitorilor. Datorită contactului permanent pe care structurile de conducere îl au cu organizația „mamă” (corespondență de afaceri, întâlniri, convorbiri telefonice ş.a. sau chiar nemijlocit, în cazul unui şef de altă naționalitate), comunicarea se face preponderent într-o limbă străină. Modul în care comunicarea ulterioară, în limba română, către subordonați, va fi sau nu afectată de influențele străine ține cel mai adesea de conştiința fiecărui vorbitor.

Folosind materialul adunat pe parcursul cercetării noastre[3], vom analiza în cele ce urmează câteva exemple de folosire abuzivă a cuvintelor împrumutate din limba engleză.

[2] “Task prevails over relationship”.

[3] Proiect Idei, desfăşurat la Universitatea „Transilvania” din Braşov, intitulat *Limbajul profesional în româna actuală. Tipare lingvistice şi structuri discursive,* beneficiind de un grant CNCSIS, COD 142, director Mihaela Gheorghe.

BDD-V381 © 2009 Editura Alfa
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.31 (2026-11-20 20:04:50 UTC)

Exemplul 2:

> În prima zi a lucrărilor este rezervat *un panel special*[4] (între orele 17.00-18.00) întâlnirilor de afaceri ale companiilor româneşti cu reprezentanții Agențiilor de Promovare a Investițiilor din cele 9 țări central şi sud-est europene. Vă invităm să profitați din plin de această *oportunitate*, dacă compania pe care o conduceți are interese comerciale *pe această zonă*[5].

Cuvântul *panel* din textul de mai sus desemnează printre altele „un grup de oameni întruniți pentru a discuta, a se consulta etc." (*Little OXFORD Dictionary*, 1998) Din context rezultă referirea cuvântului la o perioadă de timp, nu la un grup de oameni, fiind aşadar greşit folosit. Oricât ar părea de ciudat, un astfel de exemplu nu influențează limba atât de radical precum se întâmplă în următoarele. *Oportunitate*, cuvânt împrumutat din limba engleză, ar fi putut fi înlocuit cu *ocazie*, *împrejurare*, cuvinte mai dragi limbii române. Din păcate, calcurile lingvistice de tipul *pe această zonă* (întâlnit în exemplul de mai sus) abundă în numeroase alte texte specifice comunicării la locul de muncă, fiind cu atât mai regretabile în comunicarea scrisă, în care grija pentru greşelile de tipul cacofoniilor (*dacă compania*) ar trebui să primeze. Utilizarea lui „pe" nu mai este cea spațială, ci se combină cu un sens abstract. Această utilizare se observă într-o serie foarte largă de contexte (jurnalistic, profesional). O tendință recentă, puternic marcată este cea de extindere a sensului de la cel colocvial, către alte registre.

Exemplul 3:

> Avem deosebita onoare de a vă invita să participați la seminarul de prezentare a pachetului informatic integrat, [nume produs], propus de [nume companie], companie având *capabilități* extinse în domeniul soluțiilor de tip...[6]

Re-inventarea dicționarului pare o sarcină uşoară pentru cei care nu se obosesc să-l consulte. De ce să folosim cuvântul *competențe*, dacă putem inventa substantivul *capabilitate*? Sau verbul *a agrea* cu cineva asupra unui punct de vedere comun?

Exemplul 4:

> „După cum am *agreat* la ultima şedință de HR, am conceput şi vă trimit mai jos…"[7].
>
> „Vom stabili întâlniri separate pentru obiectivele pe 2002, după ce *agreez* obiectivele mele cu Steve[8]".

Dacă în exemplul 3 avem un barbarism (xenism, în sensul descris în Dimitrescu 1997:13), în exemplul 4, *a agrea* este un calc semantic. Verbul are la origine sensul primar de „a vedea cu ochi buni, cu simpatie pe cineva", iar secundar „a da consimțământul, a accepta un reprezentant diplomatic" (DEX 1996:21). După calchiere sensul devine „a cădea de acord asupra unui punct de vedere".

[4] Sublinierile în italice ne aparțin.
[5] Textul integral al scrisorii în anexa A-1.
[6] Textul integral al scrisorii în anexa A-2.
[7] Textul integral al scrisorii în anexa A-3.
[8] Textul integral al scrisorii în anexa A-4.

BDD-V381 © 2009 Editura Alfa
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.31 (2026-11-20 20:04:50 UTC)

Exemplul 5:

„[numele firmei], membră a grupului [numele grupului de firme], leader în *domeniul restaurației colective* în România (Întreprinderi, Şcoli...).

Vă stăm la dispoziție pentru orice fel de studiu personalizat şi pentru orice tip de ofertă de „Catering", fie că dispuneți de bucătărie sau nu în cadrul întreprinderii Dumneavoastră."[9]

În exemplul 5, sintagma *restaurație colectivă* este folosită pentru a desemna serviciile de alimentație publică oferite la sediul firmelor de un furnizor recunoscut. Este un caz clar de confuzie paronimică, întrucât autorul textului nu cunoaşte sensul cuvântului *restaurație* şi îl foloseşte greşit în context.

Exemplul 6:

[nume firmă], "care se doreşte a fi un *suport* în dezvoltarea şi promovarea comunității de afaceri din România, oferind o soluție modernă de comunicare între oameni de afaceri"[10].

Fenomenul de calchiere semantică pe un cuvânt existent în limbă este prezent şi în cazul cuvântului *suport*. Recunoscut cu uşurință de către vorbitori datorită asemănării sale formale cu sensul de „ceea ce susține sau sprijină un obiect; piesă sau dispozitiv care serveşte la susținerea unei piese, a unui sistem tehnic etc."(DEX 1996: 1043), cuvântul *suport* este atras spre sensul său figurat de „ajutor, sprijin, reazem".

O serie de termeni sunt preluați din programele de operare pe calculator *slide*, *meeting planner, worksheet* etc. şi funcționează drept repere de identificare a componentelor acestora. Fiind folosiți în domeniul respectiv de către toți utilizatorii programului, traducerea şi utilizarea lor în limba română ar putea afecta eficiența comunicării.

Dacă termenii din domeniul informaticii beneficiază de un regim aparte, restul împrumuturilor din alte limbi utilizate în limbajul mediului de afaceri sunt adeseori catalogate drept manifestări de snobism. Fiecare departament al unei firme se remarcă printr-un jargon propriu, inițiat de obicei de şefi şi împrumutat ulterior de către subalterni. Folosirea lui fără discernământ poate duce la situații hilare de tipul „Vă rog să îmi spuneți dacă ați avut *cheltuieli de travel* inclusiv…"[11] sau „*Trecând pe field*, Adrian va primi maşina"[12]. Pentru economişti termeni precum *cash flow, forecast, clearing* ş.a. fac parte din vocabularul zilnic, aşa cum pentru cei din departamentul de resurse umane *training, trial period, career dialogue, feed-back, dead line* sau *development needs* pot fi la fel de uzuale. Aceste împrumuturi forțate nu sunt întotdeauna dictate de necesitatea introducerii unui nou termen, acesta existând tradus şi în limba română (spre exemplu, *cash flow – flux de numerar*). Dar comoditatea utilizării lui este specifică organizațiilor multiculturale, în care se

[9] Textul integral al scrisorii în anexa A-5.
[10] Textul integral al scrisorii în anexa A3-6.
[11] Textul integral al scrisorii în anexa A3-7.
[12] Textul integral al paragrafului din care am citat în anexa A3-8.

BDD-V381 © 2009 Editura Alfa
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.31 (2026-11-20 20:04:50 UTC)

foloseşte preponderent limba de circulaţie internaţională în comunicarea interdepartamentală.

Un revigorant "Hallo zusammen[13]" ne întâmpină în debutul unui mesaj transmis prin e-mail în cadrul unei companii multinaţionale cu rădăcini în cultura germană şi un final "Mit freundlichen Grüßen"[14] ne aduce aminte de normele uzuale de politeţe şi de comportament comunicativ.

Concluzii

Barbarismele (sau xenismele), împrumuturile lexicale şi alte manifestări ale interferenţei lingvistice rezultate în urma contactului între idiomuri constituie dovezi ale permeabilităţii lexicului limbii române folosit la locul de muncă. Cauzele acestui fenomen sunt în principal de ordin cultural, marcând recunoaşterea prestigiului limbii engleze în comunitatea oamenilor de afaceri şi dorinţa vorbitorilor de a adera la valorile culturii occidentale. Remarcăm tendinţa existentă în limbă de a folosi cuvinte împrumutate, de a înnoi limbajul profesional, nevoie dictată, pe de o parte, de raţiuni de schimbare a mentalităţii într-un mediu care a suferit de pe urma clişeizării şi a folosirii limbajului de lemn, iar pe de altă parte, din snobism, din dorinţa de a epata receptorul prin folosirea unor cuvinte pe care nu le cunoaşte îndeajuns. Remarcăm numeroase împrumuturi forţate prin procese de calchiere semantică şi de transformare a locuţiunilor în verbe (*a bugeta, a concluziona*). Un fapt îngrijorător este şi proliferarea xenismelor şi a cultismelor, mediul profesional fiind extrem de permeabil şi insuficient „cenzurat" din punct de vedere lingvistic.

Anexe

A-1 Invitaţie

Stimată Doamnă / Domnule Preşedinte / Director general,[15]

În continuarea invitaţiei noastre la cea de-a treia ediţie a *Forumului Internaţional de Investiţii pentru Europa Centrală şi de Sud-Est*, pe care sperăm că aţi primit-o deja, dorim să subliniem *noutatea* acestei ediţii, care conferă evenimentului un plus de interes şi atractivitate pentru mediul de afaceri.

Pentru prima dată, la lucrările prezentei ediţii vor participa şi reprezentanţi ai *Agenţiilor de Promovare a Investiţiilor din ţările Europei Centrale şi de Sud-Est* care vor prezenta climatul investiţional din aceste ţări, precum şi proiecte regionale.

În prima zi a lucrărilor este rezervat un panel special (între orele 17.00 – 18.00) *întâlnirilor de afaceri ale companiilor româneşti cu reprezentanţii Agenţiilor de Promovare a Investiţiilor* din cele 9 ţări central şi sud-est europene. Vă invităm să profitaţi din plin de această oportunitate, dacă compania pe care o conduceţi are interese comerciale pe această zonă. În măsura în care este posibil, v-am ruga să ne comunicaţi, înainte de începerea lucrărilor Forumului, care este *ţara* cu al cărei reprezentant aţi dori să vă întâlniţi, precum şi *domeniul* de interes. Aceste informaţii ne-ar permite să asigurăm o mai bună organizare şi eficienţă acestor întâlniri.

[13] Salutare tuturor (în orig. în limba germană).
[14] „Cu salutări amicale" (în germană în original).
[15] Sublinierile apar conform textului original. Scrisoarea e marcată cu „via E-mail".

BDD-V381 © 2009 Editura Alfa
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.31 (2026-11-20 20:04:50 UTC)

În speranța că eforturile noastre se vor concretiza într-un real sprijin în activitatea Dvs, vă mulțumim anticipat pentru participare.

Cu stimă,

Preşedinte

[semnătura]

A-2 Invitație

Stimate Domnule/Doamnă Director General,

Avem deosebita onoare de a vă invita să participați la seminarul de prezentare a pachetului informatic integrat, [nume produs], propus de [nume companie], companie având capabilități extinse în domeniul soluțiilor de tip ERP (Enterprise Resource Planning).

Organizarea seminarului se bazează pe dorința noastră de a furniza clienților şi potențialilor clienți informații detaliate despre produsele şi serviciile dezvoltate de compania noastră, pentru a contribui la eficientizarea activităților din cadrul întreprinderilor medii şi mari.

Evenimentul organizat împreună cu partenerii noştri [nume firma 1] şi [nume firma 2] va avea loc în ziua de 9 octombrie a.c. orele 11:00 la sediul Camerei de Comerț din Sibiu şi va fi urmat de un cocktail. Vă rugăm să ne confirmați intenția Dvs. sau a colaboratorilor Dvs. de a participa la seminar (telefon – [număr de telefon], fax [număr de fax], persoane de contact [nume persoana 1], e-mail: [adresă de e-mail] şi [nume persoana 2], e-mail: [adresă de e-mail]).

În speranța că tematica prezintă interes şi ne veți onora cu prezența Dvs., vă rog să primiți expresia celei mai înalte considerații.

[semnătură]
DIRECTOR GENERAL
[numele firmei]

A-3 Informare

Doru[16],

După cum am agreat la ultima şedință de HR, am conceput şi vă trimit mai jos *variantele de lucru* pentru:

1.POLITICA [NUMELE ORGANIZAȚIEI] cu privire la protecția datelor cu caracter personal şi libera circulație a acestor date

[document inserat1]

2. DECLARAȚIA individuală cu privire la acordul prelucrării datelor cu caracter personal de către [numele organizației].

[document inserat2]

Conform calendarului stabilit, cu o săptămână înainte de şedința de HR pe luna noiembrie, trimit la toți colegii aceste variante de lucru pentru a-i invita să facă observații, completări sau modificări pe cele două documente, urmând ca în baza

[16] Numele destinatarului şi al expeditorului sunt modificate, păstrându-se forma de adresare familiară cu numele mic.

BDD-V381 © 2009 Editura Alfa
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.31 (2026-11-20 20:04:50 UTC)

acestora să stabilim forma finală. Cu cât facem mai repede acest lucru cu atât mai bine.

Mulțumesc anticipat pentru recomandări,
Sorin

A-4 Transmiterea unei sarcini de serviciu prin e-mail

Este vremea MAP din nou. Vă trimit în continuare ce aştept din partea voastră în procesul MAP 2001/2002:

Evaluare 2001

– vă rog să îmi trimiteți prin e-mail, în noul format, autoevaluările voastre față de obiectivele originale + goal-urile de la MYR, până luni, 14 ianuarie. Vă rog să completați următoarele secțiuni:

Performance against goals

- evaluare față de obiective, care să conțină descrierea atingerii/depăşirii/nedepăşirii obiectivelor. Trebuie să reiasă din această descriere de ce pt. Obiectivul respective voi autopropuneți un rating sau altul.

Progress against prior years development plans

Career Dialogue

Development Plan 2002

- dacă aveți sugestii de făcut, completați. Dacă nu, vom stabili dvt. Plan în cadrul discuției MAP propriu zise, în funcție de development needs.

Goals setting 2002

Rog extrageți din action plan-urile departamentului ceea ce vă revine de făcut + aveți câteva sugestii de obiective redactate de mine + alte obiective pe care le aveți în vedere (vezi fişierele ataşate).

[fişiere ataşate]

Vă mai rog să propuneți voi datele pentru întâlnirile de evaluare MAP, începând cu 17 ianuarie, folosind meeting planner din outlook, considerând 2 ore pentru fiecare discuție.

Vom stabili întâlniri separate pentru obiectivele pe 2002, după ce agreez obiectivele mele cu Steve. Vă voi anunța din vreme despre acest lucru şi vă voi trimite obiectivele mele spre orientare.

Vă rog să mă contactați dacă aveți nelămuriri sau întrebări suplimentare.

Doru

A-5 Ofertă

[numele şi sigla firmei expeditoare]

[numele şi adresa firmei destinatare]

În atenția: Directorului General / Departamentului de Resurse Umane

Bucureşti, 01 octombrie 2003

Stimată Doamnă, Stimate Domn,

[numele firmei], membră a grupului [numele grupului de firme], leader în domeniul *restaurației colective* în România (Întreprinderi, Şcoli...).

BDD-V381 © 2009 Editura Alfa
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.31 (2026-11-20 20:04:50 UTC)

Vă stăm la dispoziție pentru orice fel de studiu personalizat şi pentru orice tip de ofertă de „Catering", fie că dispuneți de bucătărie sau nu în cadrul întreprinderii Dumneavoastră.

Ca un prim contact, vă mulțumim pentru bunăvoința de a ne răspunde prin e-mail, fax, sau curier, la chestionarul alăturat, precum şi la cuponul de răspuns.

În speranța unei întâlniri viitoare,

Cu respect,

[numele şi prenumele]

Managing Director

[numele firmei]

[semnătura]

A-6 Invitație

Stimate domnule Director General,

Aveți atașată o scurtă prezentare a Programului Profit România, care se doreşte a fi un suport în dezvoltarea şi promovarea comunității de afaceri din România, oferind o soluție modernă de comunicare între oamenii de afaceri.

Vă propunem să studiați materialul şi să aderați la acest program care presupune eforturi minime din partea companiei dumneavoastră.

Vă aşteptăm să vizitați site-ul la adresa [adresa site-ului] (şi versiunea sa în limba engleză [numele site-ului]) şi, în eventualitatea că v-ați decis să colaborați în cadrul Programului Profit România, puteți contacta direct reprezentanții săi. Persoane de contact; [numele, adresa de e-mail, numărul de telefon / fax].

În speranța că rezultatul eforturilor noastre comune nu vor întârzia să apară, vă asigurăm de întreaga noastră considerație.

Cu stimă,

[semnătura]

A-7 Mesaj transmis prin e-mail

Dragi colegi,

Vă rog să îmi spuneți dacă ați avut cheltuieli de travel inclusive cine / prânzuri de departament care nu au fost încă înregistrate şi plătite în / prin contabilitate.

Aştept răspunsul vostru până mâine dimineață la ora 10.00.

Mulțumesc pentru sprijin,

[semnătura]

A-8 Extract dintr-un mesaj transmis prin e-mail

[…][17]

Elian,

Trecând pe field, Adrian va primi maşină. Te rog frumos să iei legătura cu el pentru preluarea maşinii. Aşa cum am descris mai sus, pe 24 şi 25 noiembrie el va fi

[17] Fragmentul din A-8 face parte dintr-un mesaj e-mail cu mai mulți destinatari. Am reținut doar acest fragment pentru conformitate cu exemplul folosit în textul lucrării.

BDD-V381 © 2009 Editura Alfa
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.31 (2026-11-20 20:04:50 UTC)

(cu) Bogdan, în Selgros, deci pe 26 noiembrie ar putea veni la Braşov să preia maşina.

[…]

A-9 Anunţ

Dragii mei,

Din feedback-ul primit de la mai mulţi dintre voi am înţeles că aţi „dus dorul" unei şedinţe de RU. Mai mult decât atât, avem subiecte pe care ar trebui să le discutăm cu toţii. Cum furtunile de genul schimbarea Codului Muncii au trecut şi structura departamentului a devenit clară acum, a venit momentul să ne întâlnim.

Vă rog să adăugaţi în calendarele voastre data de 29 august pentru o şedinţă de RU (în principiu orele 11:00-14:00, voi reveni cu o confirmare şi cu agenda). *Vă rog să-mi confirmaţi participarea, până la sfârşitul zilei.* De asemenea, până la sfârşitul săptămânii viitoare, să veniţi cu propuneri de subiecte.

Cu o seară înainte de şedinţă (28 august) îmi va face plăcere să vă invit la cină (întreaga echipă, incluzând Georgiana, echipa Transport şi echipa Operations HR). Ora şi locul le veţi afla din timp.

Georgiana – te rog rezervă sala de consiliu din BV pentru 29 august (10:00 – 15:00). Sim, dacă tu crezi că Adriana şi Corina trebuie să participe la şedinţă, te rog să îmi spui.

Cristian

Bibliografie

DEX = *Dicţionarul explicativ al limbii române*, Academia Română. Institutul de lingvistică „Iorgu Iordan", Bucureşti, Univers Enciclopedic, 1996.

*** *Little OXFORD Dictionary*, Oxford, Clarendon Press, 1998.

Clyne 1994 = M. Clyne, *Inter-cultural Communication at Work,* Cambridge, Cambridge University Press.

Crystal 1997 = David Crystal, *The Cambridge Encyclopaedia of Language* (ediţia a doua), Cambridge: Cambridge University Press.

Dimitrescu 1997 = F. Dimitrescu, *Dicţionar de cuvinte recente* (ediţia a doua), Bucureşti, Logos.

Drew, Heritage 1992 = P. Drew, J. Heritage (ed.), *Talk at work,* Cambridge, Cambridge University Press.

Gains 1999 = J. Gains, *Electronic mail – A new style of communication or just a new medium?: An investigation into the text features of e-mail*, *English for Specific Purposes*, 18 (1), p. 81-101.

Heintz 2006 = Monica Heintz, *Etica muncii la românii de azi*, ediţia a II-a, Bucureşti, Curtea Veche Publishing.

Herring 1996 = S. Herring, *Computer-mediated communication: linguistic, social and cross-cultural perspectives*, Amsterdam, John Benjamins, p. 81-108.

Hofstede 2001 = Geert Hofstede, *Culture's Consequences: Comparing Values, Behaviors, Institutions and Organizations Across Nations*, Thousand Oaks CA: Sage Publications, în rezumat pe www.geert-hofstede.com/. Pentru România, în rezumat pe http://www.gallup.ro/romana/.

Ionescu-Ruxăndoiu 2002 = Liliana Ionescu-Ruxăndoiu (coord.), *Interacţiunea verbală în limba română actuală. Corpus. Schiţă de tipologie*, Bucureşti, EUB.

BDD-V381 © 2009 Editura Alfa
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.31 (2026-11-20 20:04:50 UTC)

Makin, Cox 2006 = Peter Makin, Charles Cox, *Schimbarea în organizaţii. Optimizarea comportamentului angajaţilor*, Iaşi, Polirom.
Slama-Cazacu 1999 = T. Slama-Cazacu, *Psiholingvistica. O ştiinţă a comunicării,* Bucureşti, All Educational.
Stoichiţoiu Ichim, 2006a = Adriana Stoichiţoiu Ichim, *Aspecte ale influenţei engleze în româna actuală*, Bucureşti, EUB.
Stoichiţoiu Ichim, 2006b = Adriana Stoichiţoiu Ichim, *Creativitate lexicală în româna actuală,* Bucureşti, EUB.
Wenger 1998 = Etienne Wenger, *Communities of Practice*, Cambridge, Cambridge University Press.
Zafiu 2001 = Rodica Zafiu, *Diversitate stilistică în româna actuală*, Bucureşti, EUB.

Influences of Corporate Culture in Professional Communication

The present paper is part of a larger on-going research project on workplace communication, based at Transylvania University of Braşov, entitled *Professional Language in Present-Day Romanian. Linguistic Patterns and Discoursive Structures.*

Romanian workplace communication has transformed significantly over the past years, since the appearance of the multinational organizations in Romania. The use (and abuse) of internationally recognized languages (especially English) for intra- and interdepartmental communication in such organizations led to the occurrence of many linguistic distortions (both in the written and the oral communication forms). The present paper analyses such distortions at lexical level using authentic examples, collected (between 2003 and 2007) in real communication conditions in institutions and multinational organizations from Romania. The paper pleads for the recognition of this phenomenon and offers arguments in favour of a linguistic "common sense" in the process of renewing the present-day professional language in Romania.

Braşov, România

BDD-V381 © 2009 Editura Alfa
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.31 (2026-11-20 20:04:50 UTC)