

ELENA N. MALYUGA, SVETLANA N. ORLOVA,  
*Linguistic Pragmatics of Intercultural Professional and Business Communication*, Cham, Springer International Publishing, 2018,  
145 p.

Printre consecințele globalizării economice se numără și interesul tot mai mare pentru comunicarea internațională în domeniul economiei și afacerilor. Deși subiectul comunicării interculturale în afaceri este deja destul de vast și de consacrat pentru a putea fi abordat din perspective multidisciplinare, cum ar fi științele economice și de management, psihologia și antropologia sau studiile de media și comunicare, lingvistica (în principal lingvistica aplicată) este disciplina care, în ultimii ani, a adus cercetarea discursului economic la un nou nivel de cunoaștere, prin atenția din ce în ce mai frecventă și mai productivă acordată analizei acestui subiect. Astfel, dintre volumele cele mai recente și definitorii pentru activitatea lingviștilor în acest domeniu se numără *Business Discourse*, ce reprezintă colaborarea dintre reprezentantele a trei universități din Marea Britanie, Emiratele Unite și Olanda (Francesca Bargiela-Chiappini, Catherine Nickerson, Brigitte Planken) și care a ajuns deja la a doua ediție în 2013, sau *Handbook of Business Communication. Linguistic Approaches*, editată de Gerlinde Mautner și Franz Rainer și apărută în 2017. Aceasta din urmă prezintă un tur de orizont al studiilor lingvistice în domeniul comunicării de afaceri, insistând asupra surselor și tradițiilor occidentale ale acestora și precizând că abordările lingvistice, ca o categorie separată în cadrul acestor cercetări, sunt ele însele destul de eterogene în acest moment. În același timp, editorii precizează și nevoia firească de a îmbogăți și completa resursele internaționale de cunoștințe despre lingvistica aplicată domeniului comunicării interculturale în afaceri cu ipoteze și rezultate provenite din afara spațiului european și occidental, exemplificând acest deziderat prin faptul că există prea puține volume similare apărute în spațiul limbii ruse, la care cercetătorii occidentali să aibă acces. Se menționează în acest sens o singură publicație în limba rusă, apărută în 2017 (Milehkina, Tat'iana A. & Renate Ratmajr (eds.), *Korporativnaia kommunikatsiia v Rossii: Diskursivnii analiz* [Comunicarea corporativă în Rusia. Analiza discursului], Moscow, Iaziki slavianskoi kul'tury, 2017).

În acest context, se poate spune că volumul celor două cercetătoare ruse Elena N. Malyuga și Svetlana N. Orlova despre pragmatica limbajului comunicării profesionale și de afaceri este mai mult decât binevenit, aducând în prim-plan rezultatele cercetării lingviștilor ruși în acest domeniu. Astfel, cadrul teoretic și metodologic stabilit de autoare cuprinde, pe lângă lucrări bine-cunoscute din diverse domenii ale lingvisticii și comunicării interculturale occidentale, mai ales de limbă engleză (Austin, Searle, Van Dijk, Hofstede, E.T. Hall), și publicațiile, extrem de bine puse în valoare, ale unei serii de autori și cercetători ruși practic necunoscuți până acum specialiștilor, dar a căror activitate formează aici partea preponderentă a bibliografiei propuse. Pe lângă citarea și sistematizarea acestor surse originale, munca de traducere a autoarelor reprezintă și ea o contribuție importantă la acoperirea unui gol de cunoștințe observat de cercetătorii occidentali și la o nouă posibilitate de dialog intercultural, de data aceasta între experții lingviști interesați de normele ce guvernează comunicarea profesională la nivel internațional.

Spre deosebire de lucrările menționate anterior, care integrează atât aspecte de lingvistică, cât și aspecte legate de teoria discursului și de metodologia predării limbajului de afaceri, volumul de față constituie o monografie dedicată exclusiv principiilor pragmatic-discursive de abordare a comunicării interculturale de afaceri. Această delimitare precisă permite concentrarea exclusivă asupra fenomenelor de natură pragmatico-lingvistică prezente în discursul de afaceri. Mai mult, aceste fenomene sunt abordate în tandem și nu prin intermediul unor contribuții separate, așa cum întâmplă în cazul autorilor din volumele menționate anterior, ceea ce înseamnă o mai bună coerență a textului și o lectură mai puțin fragmentată de stiluri sau abordări parțial suprapuse.

Pe de altă parte, proiectul autoarelor este foarte ambițios, acestea anunțând încă de la început că lucrarea își propune să treacă în revistă evoluția abordării cognitiv-discursive a ceea ce numesc, pe scurt, CIPA (comunicare interculturală profesională și de afaceri) nu numai din punct de vedere lingvistic, ci și extralingvistic, nu numai în discursul oral, ci și în cel scris. În plus, materialele și exemplele furnizate provin nu doar din surse media de limbă engleză, ci și din surse în limba franceză și italiană, ceea ce confirmă, de altfel, scopul studiului, acela de a evidenția aspectele interculturale tot

mai pronunțate ale discursului profesional și, în special, ale discursului de afaceri, în contextul colaborării tot mai strânse dintre partenerii economici internaționali.

De altfel, autoarele explică nevoia de lua în discuție și aspectele extralingvistice prin faptul că eficiența în cadrul comunicării interculturale de afaceri depinde nu doar de cunoștințe de natură lingvistică, ci și de cunoașterea unor particularități culturale și de etichetă de afaceri, ceea ce înseamnă utilizarea de mijloace de comunicare verbală și non-verbală într-un mediu caracterizat de multilingvism și multiculturalism. De aceea, autoarele consideră că discursul intercultural profesional și de afaceri (prescurtat de către ele DIPA) merită o analiză mai profundă, ancorată în teoriile pragmatice funcționale și luând în considerare fenomene specifice acestui tip de comunicare negociată, precum manipularea lingvistică și planificarea strategiilor de comunicare.

Mai precis, autoarele se concentrează asupra unei serii de fenomene lingvistice specifice discursului de afaceri, precum eufemizarea, generarea și consolidarea terminologiei profesionale sau mijloacele de codificare a vocabularului. Pentru că subiectul este unul complex, ele își propun sistematizarea demersului analitic într-un număr de etape care corespund, în esență, capitolelor în care este împărțită cartea și care evidențiază un parcurs de la general la particular și de la teoretic la exemplificator. Astfel, aspectele generale privind studiul CIPA sunt urmate de analiza comprehensivă a principalelor elemente caracteristice acestui tip de discurs, într-un rezumat util al teoriilor și literaturii existente deja asupra subiectului. Odată cu capitolul al doilea, autoarele își încep propria investigație a funcțiilor pragmatice ale limbajului de afaceri, insistând asupra jargonului profesional și codificărilor lexicale folosite îndeosebi în contextul negocierilor internaționale, cu exemple de împrumuturi și transferuri din engleză în italiană și franceză și evidențiind rolul manipulării lingvistice și strategiilor comunicaționale în acest context, în vederea maximizării eficienței dialogului.

Eufemismul și disfemismul în discursul de afaceri, precum și asocierea acestor fenomene lingvistice cu conceptul de corectitudine politică și cu stilul ironic, ocupă cuprinsul a două capitole. Identificate ca aspecte-cheie ale unei comunicări prin excelență orientate spre obținerea de efecte concrete și pe termen lung, ele sunt analizate și ca factori de mediere a relațiilor de putere sau de evitare a asumării directe, de către participanții la dialog, a unor responsabilități factuale sau de ordin subiectiv. Factorii ce influențează utilizarea eufemismelor în discursul instituțional, trăsăturile și rolul lor în context intercultural și multilingvistic sunt amplu ilustrate cu numeroase exemple, acestea din urmă fiind, la rândul lor, prilej de explicitare a modului de funcționare a acestor strategii lingvistice în situații comunicative ce presupun, de obicei, un grad înalt de formalizare și standardizare, așa cum sunt cele pe care le implică discursul de afaceri în cadru internațional.

Pe lângă exemplele furnizate de publicațiile economice, autoarele utilizează și rezultatele propriilor chestionare. Primul dintre acestea, aplicat unui grup de profesioniști din cadrul unor companii franceze și italiene, urmărește să afle nivelul de utilizare a elementelor de jargon profesional, în special ale celor împrumutate din limba engleză, și motivele utilizării lor de către economiști. Rezultatele indică faptul că, în cele mai multe cazuri, e vorba de un vocabular care identifică apartenența individului la grupul profesional, însă, pe lângă acest factor de natură extralingvistică, majoritatea respondenților folosesc acești termeni împrumutați și datorită conotațiilor lor expresive și încărcăturii subiective percepute. Astfel, autoarele pot conchide, încă o dată, că limba engleză rămâne principala limbă de comunicare în sfera activităților economice globale și că, în cazul economiștilor, profesionalismul pare să oblige vorbitorii să acorde prioritate limbajului de specialitate ce asigură posibilitatea unei comunicări interculturale eficiente, chiar dacă acest lucru presupune un efort lingvistic susținut și familiarizarea cu moduri de gândire diferite de cele derivate din cultura proprie.

Spre deosebire de primul chestionar, cel de-al doilea are ca subiect un grup de profesioniști britanici, consultați asupra gradului de recunoaștere a eufemismelor utilizate în discursul economic și a cauzelor utilizării acestora în contextul afacerilor. Rezultatele par să confirme ipoteza autoarelor cu privire la faptul că eufemismele sunt o modalitate preferată de evitare a adevărului sau a utilizării de termeni cu conotație negativă, fiind percepute ca neutre mai ales în situații de comunicare formală. În ceea ce privește gradul de recunoaștere a eufemismelor, chiar dacă acesta variază în funcție de anumiți factori ca educația și experiența profesională, se pare că eufemismele sunt percepute și înțelese de toți respondenții, mai mult sau mai puțin experți în diversele discipline economice. Acest rezultat indică faptul că, pe măsură ce dependența de fenomenele economiei globale afectează tot mai

mult nivelul de trai, tot mai numeroși oameni din afara domeniului profesional economic încep să recunoască și să înțeleagă acești termeni, până nu demult rezervați experților.

Eforturile de analiză și sinteză ale autoarelor sunt impresionante. Clasificarea sistematică, gruparea și explicitarea termenilor, exemplele multiple și comentarea fiecăruia dintre ele, bibliografia atașată fiecărui capitol, plurilingvismul surselor și, în special, introducerea unor lucrări și teorii ale autorilor ruși în domeniu fac din această lucrare o bogată resursă pentru cercetări ulterioare, mai ales din partea specialiștilor preocupați de interferența studiilor economice cu lingvistica aplicată. Pe de altă parte, lucrarea ar putea beneficia de pe urma unei editări mai scrupuloase, dat fiind faptul că, în varianta aceasta, unele bariere de ordin lingvistic fac lectura textului destul de dificilă pe alocuri. Chiar și așa, volumul își justifică cu prisosință utilitatea, având toate șansele să fie o publicație citată de către cei ce studiază fenomenul lingvistic în cadrul relațiilor economice internaționale.

IOANA-GABRIELA NAN

Universitatea „Babeș-Bolyai”

Facultatea de Științe Economice  
și Gestiunea Afacerilor

Cluj-Napoca, str. Teodor Mihali, 58–60

ioana.nan@econ.ubbcluj.ro

CLAUDIA TĂRNĂUCEANU, *Gramatica limbii latine. Morfologia cu aplicații pe texte juridice*. Cuvânt-înainte de Mihaela Paraschiv, Iași, Editura Universității „Alexandru Ioan Cuza”, 2012, 251 p.

CLAUDIA TĂRNĂUCEANU, *Gramatică latină. Sintaxa (cu aplicații pe texte cu caracter juridic)*, Iași, Editura Universității „Alexandru Ioan Cuza”, 2019, 243 p.

Cunoscută în mediul academic prin implicarea în activitatea Societății de Studii Clasice din România, prin munca de catedră și, mai ales, prin liniile de cercetare explorate, Claudia Tărnăuceanu, conferențiar la Catedra de Filologie clasică a Universității „Alexandru Ioan Cuza” din Iași, a realizat, în timp, studii serioase și competente, creând legături și corespondențe între limbile română și latină din diferite epoci. O linie cu acces dificil este aceea a neolatinei cantemiriene, finalizată cu teza de doctorat *Limba latină în opera lui Dimitrie Cantemir, Vita Constantini Cantemyrii. Studiu lingvistic și literar*, elaborată sub coordonarea regretatului profesor Dan Slușanschi, publicată la Editura Universității „Alexandru Ioan Cuza” din Iași, în anul 2008, și premiată de Academia Română, în anul 2010. A doua, nu mai facilă în abordare și explorare, este cea a discursurilor ciceroniene, din care a tradus, cu acribie, primul discurs împotriva lui C. Verres (*Marcus Tullius Cicero, In C. Verrem orationes / Discursurile împotriva lui C. Verres*. Ediție bilingvă, traducere, studiu introductiv, note și comentarii, bibliografie, indici de Claudia Tărnăuceanu, Iași, Editura Universității „Alexandru Ioan Cuza”, 2014), discursul împotriva lui Q. Caecilius (*Marcus Tullius Cicero, In Q. Caecilius oratio quae divinatio dicitur / Discursul împotriva lui Q. Caecilius numit „divinatio”*. Ediție bilingvă, traducere, studiu introductiv, note și comentarii, bibliografie, indici de Claudia Tărnăuceanu, Iași, Editura Universității „Alexandru Ioan Cuza”, 2013) și prima Catilinară (*Marcus Tullius Cicero, In L. Catilinam orationes quatuor / Cele patru cuvântări împotriva lui Catilina*. Ediție bilingvă, în colaborare, *Catilinara I*. Traducere, notă istorică, note și comentarii de Claudia Tărnăuceanu, Iași, Editura Universității „Alexandru Ioan Cuza”, 2013). A treia linie de interes se constituie din acest fapt inedit, al întocmirii unei gramatici în două volume, morfologie și sintaxă, construite pe un corpus de natură juridică.

Pentru facultățile de profil și pentru cercetătorii care-și asumă actul îndrăzneț al tălmăcirii unui document de natură juridică, un astfel de material este nu doar binevenit, ci și foarte necesar. Dacă e să desprindem câteva profiluri din rândul celor ispițiți de acest domeniu fascinant, atunci tre-