

UNIVERSITATEA „ALEXANDRU IOAN CUZA” DIN IAȘI
FACULTATEA DE LITERE
ȘCOALA DOCTORALĂ DE STUDII FILOLOGICE

Mărcile discursive în limbile română și engleză în comunicarea din
mediul profesional. Studiu contrastiv

Rezumatul tezei de doctorat

Conducător de doctorat:

Doctorandă:

Prof.univ.dr.CĂRĂUȘU LUMINIȚA

STAN C. CRISTINA ANDREEA

UNIVERSITATEA „ALEXANDRU IOAN CUZA” DIN IAȘI
FACULTATEA DE LITERE
ȘCOALA DOCTORALĂ DE STUDII FILOLOGICE

Mărcile discursive în limbile română și engleză în comunicarea din
mediul profesional. Studiu contrastiv

Conducător de doctorat:

Doctorandă:

Prof.univ.dr.CĂRĂUȘU LUMINIȚA

STAN C. CRISTINA ANDREEA

UNIVERSITATEA "ALEXANDRU IOAN CUZA" DIN IAȘI
Anexa 10

Școala Doctorală de Studii Filologice

ANUNȚ

La data de 23.09.2022, ora 12:00, în sala III.11, doamna Stan C. Cristina Andreea va susține, în ședință publică, teza de doctorat cu titlul "Mărcile discursive în limbile română și engleză în comunicarea din mediul profesional. Studiu contrastiv", în vederea obținerii titlului științific de doctor în domeniul Filologie.

Comisia de doctorat are următoarea componență:

Președinte

Prof. univ. dr. Lăcrămioara Dorina Petrescu, Universitatea „Alexandru Ioan Cuza” din Iași

Conducător de doctorat

Prof. univ. dr. Luminița Mirela Cărăușu, Universitatea „Alexandru Ioan Cuza” din Iași

Referenți

Prof. univ. dr. Rodica Zafiu, Universitatea din București

Prof. univ. dr. habil. Adrian Chircu, Universitatea „Babeș Bolyai” din Cluj-Napoca

Conf. univ. dr. Laura Carmen Cuțitaru, Universitatea „Alexandru Ioan Cuza” din Iași

Vă invităm să participați la ședința de susținere a tezei.

Teza poate fi consultată la Biblioteca Facultății de Litere

CUPRINS

INTRODUCERE	1
0.1. Scopul cercetării.....	1
0.2. Actualitatea temei.....	4
0.3. Cadrul teoretic.....	10
0.4. Originalitatea științifică.....	15
0.5. Metodologia cercetării.....	16
0.5.1. Metode de cercetare nespecifice.....	18
0.5.1.1. Observația.....	18
0.5.1.2. Ipoteza.....	19
0.5.2. Metode specifice ale cercetării lingvistice.....	21
0.5.3. Metode specifice ale cercetării pragmatice.....	22
0.5.3.1. Analiza conversației.....	22
0.5.3.2. Analiza discursului.....	23
0.5.3.3. Lingvistica de corpus.....	26
0.5.4. Metode moderne.....	27
0.5.4.1. Analiza distribuțională.....	27
0.5.4.2. Statistica.....	28
0.6. Corpusul lucrării.....	29
0.7. Organizarea lucrării.....	44
0.8. Interacțiunea verbală profesională.....	46
0.9. Mărcile discursive.....	55
PARTEA I. PERECHEA DE MĂRCI DISCURSIVE <i>PĂI – WELL</i>	61
CAPITOLUL I. MARCA DISCURSIVĂ <i>PĂI</i>	61
I.1. Aspecte teoretice.....	61
I.1.1. Aspecte morfologice.....	61

I.1.2. Aspecte discursive.....	63
I.2. Analiza funcțională. Polifuncționalitatea discursivă..	71
I.2.1. <i>Păi</i> – marcă a ezitării (funcția discursivă principală).....	71
I.2.2. <i>Păi</i> – marcă a justificării.....	72
I.2.3. <i>Păi</i> – marcă a obiecției.....	73
I.2.4. <i>Păi</i> – marcă a reproșului/refuzului.....	73
I.2.5. <i>Păi</i> – marcă a surprizei/a unei pauze.....	74
I.2.6. <i>Păi</i> – marcă a confirmării/infirmării.....	74
I.2.7. <i>Păi</i> – marcă a emfaticizării diferitelor părți ale discursului.....	75
I.3. Analiza distribuțională.....	75
I.3.1. Situații discursive în care marca <i>păi</i> poate fi substituită de marca discursivă <i>dar</i>	75
I.3.2. Situații discursive în care marca <i>păi</i> poate fi substituită de marca discursivă <i>bine</i>	76
I.4. Statistica ocurențelor.....	76
I.4.1. În funcție de corpus.....	76
I.4.2. Conform funcțiilor și subfuncțiilor.....	77
I.4.3. În funcție de analiza distribuțională.....	79
I.5. Orientarea/ poziția în aserțiune.....	81
I.5.1. Ocurențe ale mărcii discursive <i>păi</i> în poziție inițială.....	81
I.5.2. Ocurențe ale mărcii discursive <i>păi</i> în poziție mediană.....	81
I.5.3. Ocurențe ale mărcii discursive <i>păi</i> în poziție finală.....	81

I.5.4. Ocurențe ale mărcii discursive <i>păi</i> în poziție independentă.....	81
I.5.5. Statistica ocurențelor.....	81
CAPITOLUL AL II-LEA. MARCA DISCURSIVĂ	
<i>WELL</i>	83
II.1. Aspecte teoretice.....	83
II.1.1. Aspecte morfologice.....	83
II.1.2. Aspecte discursive.....	85
II.2. Analiza funcțională. Polifuncționalitatea discursivă.....	88
II.2.1. <i>Well</i> – marcă a ezitării (funcția discursivă principală).....	88
II.2.2. <i>Well</i> – marcă a completării.....	89
II.2.3. <i>Well</i> – marcă a modificării.....	90
II.2.4. <i>Well</i> – marcă a unei pauze/a unei surprize.....	90
II.2.5. <i>Well</i> – marcă a unui refuz/a unui reproș.....	91
II.2.6. <i>Well</i> – marcă a întoarcerii la tema inițială de discuție.....	92
II.2.7. <i>Well</i> – marcă a obiecției.....	92
II.3. Analiza distribuțională.....	92
II.3.1. Situații discursive în care marca <i>well</i> poate fi substituită de marca discursivă <i>but</i>	92
II.3.2. Situații discursive în care marca <i>well</i> poate fi substituită de marca discursivă <i>ok</i>	93
II.4. Statistica ocurențelor.....	93
II.4.1. În funcție de corpus.....	93
II.4.2. Conform funcțiilor și subfuncțiilor.....	94
II.4.3. În funcție de analiza distribuțională.....	95

II.5. Orientarea/ poziția în aserțiune.....	95
II.5.1. Ocurențe ale mărcii discursive <i>well</i> în poziție inițială.....	95
II.5.2. Ocurențe ale mărcii discursive <i>well</i> în poziție mediană.....	95
II.5.3. Statistica ocurențelor.....	96
CAPITOLUL AL III-LEA. PĂI ȘI WELL – STUDIU CONTRASTIV.....	97
III.1. Asemănări.....	98
III.2. Deosebiri.....	99
PARTEA A II-A PERECHEA DE MĂRCI DISCURSIVE DECI – SO	101
CAPITOLUL I. MARCA DISCURSIVĂ DECI.....	101
I.1. Aspecte teoretice.....	101
I.1.1. Aspecte morfologice.....	101
I.1.2. Aspecte discursive.....	103
I.2. Analiza funcțională.....	104
I.2.1. <i>Deci</i> – marcă a unei concluzii.....	104
I.2.2. <i>Deci</i> – marcă a unei consecințe.....	105
I.2.3. <i>Deci</i> – marcă a continuării ideii discursive.....	106
I.2.4. <i>Deci</i> – marcă a necesității unui timp suplimentar de gândire.....	107
I.2.5. <i>Deci</i> – marcă a obligativității.....	108
I.3. Analiza distribuțională.....	109
I.3.1. Situații discursive în care marca <i>deci</i> poate fi substituită de: (<i>eu</i>) <i>concluzionez (că)</i>	109
I.3.2. Situații discursive în care marca <i>deci</i> poate fi substituită de: <i>în acest caz trebuie să</i>	110

I.3.3. Situații discursive în care marca <i>deci</i> poate fi substituită de: <i>continuă!</i>	110
I.3.4. Situații discursive în care marca <i>deci</i> poate fi substituită de marca discursivă <i>și</i>	111
I.4. Statistica ocurențelor.....	112
I.4.1. În funcție de corpus.....	112
I.4.2. Conform subfuncțiilor.....	113
I.4.3. În funcție de analiza distribuțională.....	115
I.5. Orientarea/ poziția în aserțiune.....	117
I.5.1. Ocurențe ale mărcii discursive <i>deci</i> în poziție inițială.....	117
I.5.2. Ocurențe ale mărcii discursive <i>deci</i> în poziție mediană.....	117
I.5.3. Ocurențe ale mărcii discursive <i>deci</i> în poziție finală.....	118
I.5.4. Ocurențe ale mărcii discursive <i>deci</i> în poziție independentă.....	118
I.5.5. Statistica ocurențelor.....	118
CAPITOLUL AL II-LEA. MARCA DISCURSIVĂ <i>SO</i>	120
II.1. Aspecte teoretice.....	120
II.1.1. Aspecte morfologice.....	120
II.1.2. Aspecte discursive.....	123
II.2. Analiza funcțională.....	125
II.2.1. <i>So</i> – marcă a unei concluzii.....	125
II.2.2. <i>So</i> – marcă a unei consecințe.....	126
II.2.3. <i>So</i> – marcă a continuării ideii discursive.....	126

II.2.4. <i>So</i> – marcă a necesității unui timp suplimentar de gândire.....	127
II.2.5. <i>So</i> – marcă a argumentării.....	128
II.3. Analiza distribuțională.....	128
II.3.1. Situații discursive în care marca <i>so</i> poate fi substituită de: <i>I/We conclude (that)</i>	128
II.3.2. Situații discursive în care marca <i>so</i> poate fi substituită de: <i>I/We have to/should</i>	128
II.3.3. Situații discursive în care marca <i>so</i> poate fi substituită de: <i>continue!, keep going!, go on!</i>	129
II.3.4. Situații discursive în care marca <i>so</i> poate fi substituită de marca discursivă <i>and</i>	129
II.4. Statistica ocurențelor.....	130
II.4.1. În funcție de corpus.....	130
II.4.2. Conform subfuncțiilor.....	130
II.4.3. În funcție de analiza distribuțională.....	131
II.5. Orientarea/ poziția în aserțiune.....	132
II.5.1. Ocurențe ale mărcii discursive <i>so</i> în poziție inițială.....	132
II.5.2. Ocurențe ale mărcii discursive <i>so</i> în poziție mediană.....	132
II.5.3. Ocurențe ale mărcii discursive <i>so</i> în poziție finală.....	132
II.5.4. Ocurențe ale mărcii discursive <i>so</i> în poziție independentă.....	132
II.5.5. Statistica ocurențelor.....	132
CAPITOLUL AL III-LEA. DECI ȘI SO – STUDIU CONTRASTIV.....	134

III.1.Asemănări.....	134
III.2. Deosebiri.....	135
PARTEA A III-A PERECHEA DE MĂRCI DISCURSIVE <i>DAR</i> – <i>BUT</i>	137
CAPITOLUL I. MARCA DISCURSIVĂ <i>DAR</i>.....	137
I.1. Aspecte teoretice.....	137
I.1.1.Aspecte morfologice.....	137
I.1.2. Aspecte discursive.....	138
I.2. Analiza funcțională.....	140
I.2.1. <i>Dar</i> – marcă a unui contrast.....	140
I.2.2. <i>Dar</i> – marcă a continuității discursive.....	141
I.2.3. <i>Dar</i> – marcă a unei obiecții.....	142
I.2.4. <i>Dar</i> – marcă a „condițiilor fericite” ale actului de limbaj anterior.....	142
I.2.5. <i>Dar</i> – marcă a unei delimitări/restrângerii discursive.....	143
I.2.6. <i>Dar</i> – marcă a unei reacții.....	144
I.2.7. <i>Dar</i> – marcă a corectării.....	144
I.3.Analiza distribuțională.....	145
I.3.1. Situații discursive în care marca <i>dar</i> poate fi substituită de <i>totuși</i>	145
I.3.2. Situații discursive în care marca <i>dar</i> poate fi substituită de <i>oricum</i>	145
I.3.3. Situații discursive în care marca <i>dar</i> poate fi substituită de marca discursivă <i>și</i>	145
I.4. Statistica ocurențelor.....	146
I.4.1. În funcție de corpus.....	146
I.4.2.Conform subfuncțiilor.....	147

I.4.3. În funcție de analiza distribuțională.....	148
I.5. Orientarea/ poziția în aserțiune.....	149
I.5.1. Ocurențe ale mărcii discursive <i>dar</i> în poziție inițială.....	149
I.5.2. Ocurențe ale mărcii discursive <i>dar</i> în poziție mediană.....	150
I.5.3. Ocurențe ale mărcii discursive <i>dar</i> în poziție finală.....	150
I.5.4. Statistica ocurențelor.....	150
CAPITOLUL AL II-LEA. MARCA DISCURSIVĂ	
<i>BUT</i>	151
II.1. Aspecte teoretice.....	151
II.1.1. Aspecte morfologice.....	151
II.1.2. Aspecte discursive.....	152
II.2. Analiza funcțională.....	153
II.2.1. <i>But</i> – marcă a unui contrast.....	153
II.2.2. <i>But</i> – marcă a continuității discursive.....	153
II.2.3. <i>But</i> – marcă a unei obiecții.....	154
II.2.4. <i>But</i> – marcă a „condițiilor fericite” ale actului de limbaj anterior.....	154
II.2.5. <i>But</i> – marcă a unei delimitări discursive.....	154
II.2.6. <i>But</i> – marcă a unei reacții.....	155
II.2.7. <i>But</i> – marcă a corectării.....	155
II.3. Analiza distribuțională.....	155
II.3.1. Situații discursive în care marca <i>but</i> poate fi substituită de <i>however</i>	155
II.3.2. Situații discursive în care marca <i>but</i> poate fi substituită de <i>anyway</i>	156

II.3.3. Situații discursive în care marca <i>but</i> poate fi substituită de marca discursivă <i>and</i>	156
II.4. Statistica ocurențelor.....	156
II.4.1. În funcție de corpus.....	156
II.4.2. Conform subfuncțiilor.....	157
II.4.3. În funcție de analiza distribuțională.....	158
II.5. Orientarea/ poziția în aserțiune.....	159
II.5.1. Ocurențe ale mărcii discursive <i>but</i> în poziție inițială.....	159
II.5.2. Ocurențe ale mărcii discursive <i>but</i> în poziție mediană.....	159
II.5.3. Ocurențe ale mărcii discursive <i>but</i> în poziție finală.....	159
II.5.4. Ocurențe ale mărcii discursive <i>but</i> în poziție independentă.....	159
II.5.5. Statistica ocurențelor.....	159
CAPITOLUL AL III-LEA. BUT ȘI DAR – STUDIU CONTRASTIV	160
III.1. Asemănări.....	160
III.2. Deosebiri.....	161
CONCLUZII	163
SURSE ȘI BIBLIOGRAFIE	172
LUCRĂRI PUBLICATE ÎN PERIOADA STUDIILOR DOCTORALE	180
PARTICIPĂRI LA CONFERINȚE ȘTIINȚIFICE ÎN PERIOADA STUDIILOR DOCTORALE	181
ANEXE	183

Prin intermediul acestei cercetări, ne-am propus să analizăm șase mărci discursive (*păi*, *deci*, *dar*, *well*, *so*, *but*) în interacțiunea verbală profesională. Pentru a demonstra că acestea sunt echivalente din punct de vedere discursiv (*well* este echivalentul din limba engleză al lui *păi*, *so* este echivalentul englezesc al lui *deci*, iar *but* este echivalentul românescului *dar*), am realizat un studiu de contrast prin intermediul căruia au fost identificate trăsăturile comune și cele diferențiatore dintre mărci (dintre *păi* și *well*, dintre *deci* și *so*, dintre *dar* și *but*). De asemenea, pentru a evidenția trăsăturile comune dintre acestea, cele șase mărci discursive au fost prezentate în perechi (perechea de mărci discursive *păi* – *well*, perechea *deci* – *so* și perechea *dar* – *but*). Faptul că aceste mărci sunt analizate în perechi și că se încearcă realizarea unui studiu contrastiv prin intermediul căruia sunt inventariate și explicate trăsăturile pe care acestea le au în comun, este evidențiat de structura lucrării, care se divide în trei părți, fiecare parte reprezentând studiul unei perechi de mărci discursive. În prima parte, am analizat perechea de mărci discursive *păi* – *well*, în cea de a doua parte, perechea *deci* – *so*, iar în partea a III-a, am analizat perechea de mărci

discursive *dar* – *but*. O pereche are ca elemente constitutive două mărci discursive, una în limba română și echivalentul acesteia în limba engleză, toate fiind analizate în cadrul unui singur tip de interacțiune verbală (interacțiunea verbală profesională). De asemenea, având perpetuu în vedere faptul că fiecare parte a lucrării reprezintă studiul unei perechi de mărci discursive care are ca elemente constitutive două mărci, una în limba română și echivalentul acesteia în limba engleză, am considerat că pentru fiecare marcă discursivă trebuie realizat un capitol. Ca atare, în Partea I. Perechea de mărci discursive *păi* și *well* există Capitolul I. Marca discursivă *păi* și Capitolul al II-lea. Marca discursivă *well*. Aidoma primei părți, Partea a II-a. Perechea de mărci discursive *deci* și *so* conține Capitolul I. Marca discursivă *deci* și Capitolul al II-lea. Marca discursivă *so*. În perfectă concordanță cu părțile I și II, Partea a III-a. Perechea de mărci discursive *dar* și *but* are ca elemente constitutive Capitolul I. Marca discursivă *dar* și Capitolul al II-lea. Marca discursivă *but*. Numărul mare de asemănări identificate și enunțate în capitolul al III-lea al fiecărei părți este cel în baza căruia marca discursivă *well* este considerată echivalentul

englezesc al lui *păi*, marca discursivă *so* este considerată echivalentul lui *deci*, iar *but* echivalentul lui *dar*. Capitolul I aferent fiecărei părți este dedicat mărcilor discursive din limba română (*păi*, *deci*, *dar*). Astfel, în capitolul I al primei părți am prezentat marca discursivă *păi*, în primul capitol al celei de a doua părți am prezentat marca discursivă *deci*, iar în cel dintâi capitol al părții a III-a, am prezentat marca discursivă *dar*. Pe de cealaltă parte, capitolul al II-lea din fiecare parte este dedicat echivalentelor din limba engleză. Astfel, în capitolul al II-lea al primei părți am analizat marca discursivă *well*, în capitolul al II-lea corespunzător celei de a doua părți, am analizat marca discursivă *so*, iar în capitolul al II-lea aferent celei de a treia părți, am analizat marca discursivă *but*.

Corpusurile de limbă vorbită utilizate pentru a analiza mărcile discursive *păi*, *deci*, *dar*, *well*, *so*, *but* sunt CIVMP (Gheorghe, Mihaela (coordonator), Stanca, Măda, Marian, Săftoiu, 2009, *Comunicarea la locul de muncă. Corpus de interacțiune verbală în mediul profesional*, Brașov, Editura Universității Transilvania), IVLRA (Ionescu-Ruxăndoiu, Liliana (coordonator), 2002, *Interacțiunea verbală în limba română actuală*, București,

Editura Universității din București), CLRVAN (Hoardă Cărașu, Luminița (coordonator), 2013, *Corpus de limbă română vorbită actuală nedialectală*, Iași, Editura Universității „Alexandru Ioan Cuza”), LRVMI (Bochmann, Klaus, Vasile, Dumbravă, 2000, *Limba română vorbită în Moldova istorică*, Volumul II. Texte, Leipzig, Leipziger Universitätsverlang) și ITICMC (Coposescu, Liliana, Gabriela Chefneux, 2008, *Institutional Talk and Intercultural Communication in Multinational Companies. Corpus of Spoken Interactions in English*, Brașov, Editura Universității Transilvania.) Pentru a identifica ocurențele, funcțiile, subfuncțiile, distribuția și frecvența mărcilor discursive în cadrul interacțiunilor verbale profesionale, am utilizat mai multe corpusuri de limbă vorbită, comparația dintre acestea fiind relevantă pentru că limba pe care acestea o prezintă este în același stadiu de dezvoltare. Un alt criteriu care indică relevanța alegerii corpusurilor pentru realizarea studiului contrastiv este criteriu cantitativ. Așadar, compararea acestor corpusuri este relevantă pentru că există un echilibru din punctul de vedere al dimensiunii materialul selectat pentru analiză. Analiza cantitativă a mărcilor

discursive nu poate fi relevantă decât în situația în care corpusurile selectate sunt aproximativ egale din punctul de vedere al dimensiunii acestora. Faptul că pentru limba română au fost selectate patru corpusuri, iar pentru limba engleză unul singur, se explică prin faptul că, spre deosebire de CIVMP, corpus care cuprinde exclusiv interacțiuni verbale profesionale, corpusurile IVLRA, CLRVAN și LRVMI au fost analizate parțial, fiind selectate doar interacțiunile verbale profesionale. Există așadar un echilibru din punct de vedere cantitativ cu privire la materialul utilizat pentru limba română și limba engleză. Date fiind cele două criterii în baza cărora utilizarea comparației este relevantă, se poate preciza că alegerea corpusurilor pentru a analiza în contrast mărcile discursive *păi, deci, dar, well, so, but* este pertinentă, conducând la rezultate corecte din punct de vedere științific.

Prin intermediul analizei interacțiunilor verbale profesionale cuprinse în corpusurile CIVMP, IVLRA, CLRVAN, LRVMI și ITICMC, au putut fi observate caracteristicile specifice acestui tip de interacțiune. Așadar, s-a observat că vorbitorii se adaptează condițiilor

impuse de contextul interacțiunii verbale la care participă, dar și cerințelor de ordin social, cultural și ideologic și de asemenea, s-a observat că vorbitorii trebuie să cunoască terminologia specifică domeniului. În interacțiunile verbale profesionale au fost de asemenea identificate situații în care este necesară comunicarea cu o persoană al cărei cadru familial, educațional, social, profesional, cultural, etnic sau psihologic diferă, fapt care implică nu doar observarea și recunoașterea de către vorbitor a unui univers cognitiv și afectiv diferit, dar și identificarea unor instrumente eficiente pentru a gestiona situația, pentru a transforma comunicarea în una eficientă, pentru ca mesajul să fie transmis cu succes către interlocutor și pentru ca participanții să dezvolte relații de cooperare, de preferat, în cazul discursului profesional, de lungă durată.

Definirea, înțelegerea și explicarea noțiunilor de marcă discursivă, interacțiune verbală profesională, funcție, subfuncție și strategie discursivă reclamă constituirea unei metodologii a cercetării, metodele de cercetare utilizate în această lucrare fiind observația, ipoteza, metoda comparației, analiza funcțională, analiza distribuțională, lingvistica de corpus, analiza conversației,

analiza discursului și statistica. Etapa premergătoare utilizării lingvisticii de corpus a fost observarea diferitelor aspecte ale mecanismului de funcționare a limbii pe care vorbitorii o utilizează în procesul de comunicare de la locul de muncă. S-a observat așadar faptul că vorbitorii se adaptează condițiilor impuse de contextul unei interacțiuni și cerințelor de ordin social, ideologic și cultural, că în mediul profesional, cerințele practice de rezolvare a problemelor specifice domeniului de activitate primează în fața preocupărilor legate de comunicare și că în acest tip de interacțiune verbală se îmbină identități multiple (șef, subordonat, coleg, reprezentantul/reprezentanții organizației, manager, responsabil cu comunicarea, secretar). Menționăm de asemenea faptul că această cercetare a pornit de la ipoteza conform căreia, unele elemente discursive, având în vedere că sunt unisilabice și că pot fi utilizate fără a modifica structura sintactică a aserțiunii sau sensul acesteia, sunt utilizate cu o frecvență mai mare. Metoda comparației a fost întrebuințată cu precădere în capitolul al III-lea al fiecărei părți, în acest capitol fiind prezentate trăsăturile comune și cele diferențiatore dintre cele două mărci care alcătuiesc o

pereche (dintre *păi* și *well*, dintre *deci* și *so*, dintre *dar* și *but*). Prin intermediul analizei conversației, analizei discursului și lingvisticii de corpus, au fost interpretate interacțiunile verbale profesionale în cadrul cărora sunt utilizate cele șase mărci discursive. Analiza funcțională a fost utilizată pentru a identifica subfuncțiile care, în opinia noastră, reprezintă variante ale unei anumite funcții discursive. Funcțiile discursive pe care le au mărcile discursive *păi*, *deci*, *dar*, *well*, *so*, *but* au fost stabilite conform clasificării realizată de către Peter Koch și Wulf Österreicher (2011: 42-64), care împart mărcile pragmatice numite „Gesprächswörter” în șapte categorii: mărci structurale („Gliederungssignale”), mărci ale schimbării rolului conversațional („Turn-taking Signale”), mărci de contact („Kontaktsignale”) care includ semnalele locutive și cele de receptare, mărci ale ezitării („Überbrückungsphänomene”), mărci ale corectării („Korrektursignale”), mărci ale emfaticării („Abtönungsphänomene”) și interjecției („Interjektionen”). Conform acestei clasificări, mărcile discursive *păi* și *well* sunt polifuncționale, fiind incluse în rândul mărcilor ezitării („Überbrückungsphänomene”) și al interjecțiilor

(„Interjektionen”), iar mărcile discursive *deci* și *so*, aidoma mărcilor *dar* și *but* se înscriu în categoria mărcilor de structurare discursivă („Gliederungssignale”), având funcția principală de organizare a discursului. Am încercat așadar evidențierea faptului că există o subordonare a variatelor subfuncții discursive față de funcția principală, subfuncțiile reprezentând variante ale unei anumite funcții discursive, care sunt stabilite conform clasificării realizată de către Peter Koch și Wulf Österreicher (2011: 42-64). De pildă, subfuncțiile de a marca o concluzie, o consecință, continuitatea ideii discursive, necesitatea unui timp suplimentar de gândire, obligativitatea și argumentarea se înscriu în funcția discursivă principală a mărcilor discursive *deci* și *so* de structurare, iar subfuncțiile de a marca un contrast, continuitatea discursivă, o obiecție, „condițiile fericite” (engl. *appropriateness conditions*) ale actului de limbaj anterior, o delimitare/restrângere discursivă, o reacție și o corectare se înscriu în funcția discursivă principală a mărcilor discursive *dar* și *but* de structurare.

Grație utilizării analizei distribuționale, au putut fi identificate situațiile de interacțiune verbală profesională

în care mărcile discursive *păi*, *well*, *deci*, *so*, *dar* și *but* pot fi interpretate, fără ca mesajul pe care vorbitorul vrea să îl transmită să se modifice, prin alte cuvinte, construcții sau mărci discursive. În situațiile de interacțiune verbală profesională cuprinse în corpusurile CIVMP, IVLRA, CLRVAN, LRVMI și ITICMC, mărcile discursive *păi* – *well* pot fi interpretate prin *dar/but*, *ok/bine*, mărcile discursive *deci* – *so* pot fi interpretate prin (*eu*) *concluzionez (că)/I/We conclude (that)*, *în acest caz trebuie să / I/We have to/should*, *continuă! / continue!/keep going!/go on!* și prin mărcile discursive *și/and*, iar mărcile discursive *dar* – *but* pot fi interpretate prin *totuși/however*, *oricum/anyway* și prin mărcile discursive *și/and*.

Această cercetare a făcut posibilă indentificarea faptului că *păi* și *well* pot fi considerate echivalente pentru că în ceea ce privește clasificarea realizată de către Peter Koch și Wulf Österreicher (2011: 42-64), ambele sunt incluse în clasa interjecțiilor („Interjektionen”) și în clasa mărcilor ezitării („Überbrückungsphänomene”). Ambele au, pe lângă valori discursive și valori morfologice care completează sau potențează subfuncțiile discursive. De

asemenea, cu privire la orientările și pozițiile în aserțiune, se poate vorbi despre încă o asemănare între cele două mărci, în sensul că, atât *păi*, cât și *well* apar frecvent la începutul și în interiorul aserțiunii. Absența unui sens referențial, faptul că nu schimbă condițiile de adevăr ale enunțării și faptul că nu adaugă nimic în conținutul propozițional, reprezintă, de asemenea, elemente care aseamănă mărcile discursive *păi* și *well*. Se poate vorbi despre o echivalență a românescului *păi* cu englezescul *well* și în baza subfuncțiilor comune pe care cele două mărci le pot avea în interacțiunea verbală profesională. Grație analizei distribuționale, au putut fi identificate situațiile de interacțiune verbală profesională în care *păi* și *well* pot fi interpretate prin alte mărci discursive, fapt care reprezintă încă o asemănare cu privire la cele două mărci. Schiffrin (1987: 102-28) consideră marca discursivă *well* o marcă a răspunsului (engl. *marker of response*), idee care este în perfecta concordanță cu ceea ce enunță Rodica Zafiu (2002, 2009), Cecilia Popescu (2017, 2019) și Ariadna Ștefnescu (2007_b) despre *păi*.

Marca discursivă *so*, conform acestei cercetări, poate fi considerată echivalentul mărcii discursive *deci*

deoarece, în ceea ce privește clasificarea realizată de către Peter Koch și Wulf Österreicher (2011: 42-64), ambele se înscriu în clasa mărcilor structurale („Gliederungssignale”), având funcția principală de organizare a discursului. Ambele au, pe lângă valori discursive și valori morfologice care completează sau potențază valoarea discursivă. O altă asemănare cu privire la cele două mărci constă în faptul că împărtășesc o serie de trăsături comune cu *și* – *and*, acesta fiind motivul pentru care, în anumite situații de interacțiune verbală profesională, cele două mărci discursive pot fi interpretate prin *și*, respectiv prin *and*. Din punctul de vedere al orientării și al pozițiilor în care apar cele două mărci discursive în cadrul interacțiunilor verbale profesionale, se poate vorbi de încă o asemănare, deoarece acestea sunt utilizate la începutul, în interiorul, la finalul aserțiunilor, dar și în poziție independentă. Nu în ultimul rând, trebuie menționat faptul că *deci* și *so* pot fi considerate echivalente și în baza subfuncțiilor discursive pe care le au în cadrul interacțiunilor verbale profesionale (de de a marca o concluzie, o consecință, continuitatea discursivă și

necesitatea vorbitorului de a crea un timp suplimentar de gândire pentru exprimarea următoarei idei).

Mărcile discursive *dar* și *but* se încadrează, conform clasificării realizată de către Peter Koch și Wulf Österreicher (2011: 42-64), în categoria mărcilor structurale („Gliederungssignale”), având funcția principală de organizare a discursului. Se poate vorbi despre o echivalență a românescului *dar* cu englezescul *but* în baza faptului că ambele au, pe lângă valori discursive și valori morfologice, dar și în baza subfuncțiilor pe care cele două mărci de structurare discursivă le au în interacțiunea verbală profesională (marcarea unui contrast, a continuității ideii discursive, a unei obiecții, a „condițiilor fericite” (engl. *appropriateness conditions*) ale actului de limbaj anterior, a unei delimitări/restrângerii discursive, a unei reacții și a corectării). Grație utilizării analizei distribuționale, a fost identificată încă o asemănare între *dar* și *but*, asemănare care constă în existența unor situații discursive în care, atunci când marchează continuitatea discursivă, *dar* și *but*, aidoma mărcilor *deci* și *so* pot fi interpretate prin mărcile discursive *și* – *and*. Există de asemenea situații în care *dar*

și *but* pot fi interpretate prin *totuși/however* și *oricum/anyway*. Cu privire la orientările și pozițiile în care apar cele două mărci discursive, trebuie amintit faptul că ambele apar la începutul, în interiorul și la finalul aserțiunilor. Nu în ultimul rând, *dar* și *but* pot fi considerate echivalente pentru că ambele contribuie semnificativ la asigurarea coerenței și coeziunii interacțiunilor verbale profesionale și pentru că sunt utilizate cu o frecvență ridicată în cadrul acestui tip de interacțiune verbală.

SURSE ȘI BIBLIOGRAFIE SELECTIVĂ

SURSE:

CIVMP = Gheorghe, Mihaela (coordonator), Stanca, Măda, Marian, Săftoiu, *Comunicarea la locul de muncă. Corpus de interacțiune verbală în mediul profesional*, Editura Universității Transilvania, Brașov, 2009.

CLRVAN = Hoartă Cărașu, Luminița (coordonator), *Corpus de limbă română vorbită actuală nedialectală*, Editura Universității „Alexandru Ioan Cuza”, Iași, 2013.

IVLRA = Ionescu-Ruxăndoiu, Liliana (coordonator), *Interacțiunea verbală în limba română actuală*, Editura Universității din București, București, 2002.

ITICMC = Căpănescu, Liliana, Gabriela Chefneux, *Institutional Talk and Intercultural Communication in Multinational Companies. Corpus of Spoken Interactions in English*, Editura Universității Transilvania, Brașov, 2008.

LRVMI = Bochmann, Klaus, Vasile Dumbravă, *Limba română vorbită în Moldova istorică*, Leipsiger Universitätsverlang, Leipzig, 2000.

BIBLIOGRAFIE SELECTIVĂ:

*** *Gramatica limbii române*, Editura Academiei Române, București, 1963.

*** *Gramatica limbii române*, Editura Academiei Române, București, 2005.

Koch, P., W. Österreicher, *Gesprochene Sprache in der Romania: Französisch, Italienisch, Spanisch*, Walter de Gruyter, Berlin/New York, 2011.

Gheorghe, M., *Comunicarea la locul de muncă. Schiță de tipologie a textelor redactate în mediul profesional românesc*, Editura Universității Transilvania, Brașov, 2009.

Hoară Cărașu, L., *Elemente de analiză a structurii conversației*, Editura Tehnică, Științifică și Didactică Cermi, Iași, 2003.

Hoară Cărașu, L., *Pragmalingvistică. Concepte și taxinomii*, Editura Cermi, Iași, 2004.

Irimia, D., *Curs de Lingvistică Generală*, Editura Universității „Alexandru Ioan Cuza”, Iași, 2011.

Matei, M., *The Pragmatics of Discourse Markers in conversation*, Editura Universitaria, Craiova, 2012.

Munteanu, E., *Introducere în lingvistică*, Editura Polirom, Iași, 2005.

Popescu, M., *La pragmatization des marqueurs discursifs du roumain en perspective romane: (roum.) apoi, păi – (fr.) puis, (esp.) pues, (it.) poi*, comunicare prezentată la Colocviul internațional *Discourse Markers*

in Romance Languages: Boundaries and Interfaces (ediția a 5-a), Université Catholique de Louvain, 2017.

Popescu, M. „La polysémie des marqueurs discursifs en perspective typologique romane: le cas de la particule adverbiale *păi* du roumain actuel”, în Merlan Aurelia, Schäfer-Prieß, Barbara (eds.), *Randromania im Fokus: gesprochenes Rumänisch, Portugiesisch und Galicisch*, Peter Lang, Berlin, în proces de publicare.

Popescu, M., „<<*Păi* atunci, putem schimba subiectul>> Despre pragmaticalizarea unor adverbe din limba română contemporană în perspectivă tipologică romanică” în volumul 1918-2018 *Limba și cu cultura română – structuri fundamentale ale identității naționale: evaluări, perspective*, Ofelia Ichim, (coordonator) Marius-Radu Clim, Ofelia Ichim, Veronica Olariu, Alina-Mihaela Pricop, Ioana Repciuc (editori), București, Editura Tracus Arte, 2019, p. 189-204.

Schiffrin, D., *Discourse Markers*, Cambridge University Press, Cambridge, 1987.

Ștefănescu, A., E. Crețoiu, „Particula discursivă *păi* ca indicator de relevanță” în *Limba română, Structură și funcționare, ACTELE celui de-al 4-lea COLOCVIU al*

CATEDREI DE LIMBA ROMÂNĂ (25-26 noiembrie 2004), Editura Universității din București, București, 2005, p. 673-688.

Ștefănescu, A., *Conectori pragmatici*, Editura Universității din București, București, 2007a.

Ștefănescu, A., *Aspecte pragmatice. Incursiuni în limba română actuală*, Editura Universității din București, București, 2007b.

Zafiu, R., „Mărci ale oralității în limbajul jurnalistic actual”, în *Aspecte ale dinamicii limbii române actuale*, Gabriela Pană Dindelegan (coord.), Editura Universității din București, București, 2002, p. 399-430.

Zafiu, R., „Evoluția adverbilor de timp *atunci, acum, apoi* către statutul de mărci discursive” în Zafiu, Rodica / Stoica, Gabriela / Constantinescu, Mihaela N. (ed.): *Limba română. Teme actuale. Actele celui de - al 8 lea Colocviu al Catedrei de limba română*, Editura Universității din București, București, 2009, p. 779-793.

DICȚIONARE:

DEXI = Dima, E. (coordonator științific), D., Cobeț, L., Manea, E. Dănilă, G., Dima, A., Dănilă, L., Botoșineanu,

Dicționarul explicativ ilustrat al limbii române, Editura ARC & GUNIVAS, Chișinău, 2007.

Rundell M., G. Fox (ed.), *Macmillan English Dictionary for Advanced Learners. International student edition*, Bloomsbury Publishing, 2002, ediție online pe [Macmillan Dictionary | Free English Dictionary and Thesaurus](#).

Nagy, R., *Dicționar de analiză a discursului*, Institutul European, Iași, 2015.