
EXPRIMAREA VALORII EXISTENȚIALE A OMULUI PRIN FELUL LUI DE A FI ÎN PROCESUL DE COMUNICARE

Maria CIOCANU-COTOROBAI

dr., conf. univ.
Chișinău, Republica Moldova

Autor corespondent: Ciocanu-Cotorobai Maria maria-ciocanu@mail.ru

EXPRESSING THE EXISTENT VALUE OF MAN THROUGH HIS WAY OF BEING IN THE COMMUNICATION PROCESS

Omul este suma acțiunilor sale, ceea ce a făcut, ceea ce poate face, nimic altceva.
(John Galsworthy)

Abstract: *Man as a social entity decodes his personality through his language. The examination of the human verbal field, as a subject of the communication process, helped to highlight the fact that he, in this process, uses many stimulating words, which direct them on the object of communication, but also more violent, acid words. The problem is to develop a stimulating, benevolent language, because evil through evil cannot be counteracted.*

Keywords: *Sociolinguistics, sociology, categories of people, stimulating language, rebuking, violent, acid.*

Adnotare: *Omul în calitate de entitate socială își decodifică personalitatea prin limbajul său. Examinarea câmpului verbal al omului, în calitate de subiect al procesului de comunicare, a contribuit la evidențierea faptului că el, în acest proces, utilizează multe cuvinte stimulative, care le direcționează asupra obiectului comunicării, însă, și mai multe cuvinte violente, acide. Problema constă în dezvoltarea unui limbaj stimulat, binevoitor, deoarece răul prin rău nu poate fi contracarat.*

Cuvinte cheie: *Sociolingvistică, sociologie, categorii de oameni, limbaj stimulat, dojenitor, violent, acid.*

Omul este o ființă controversată. El poate fi cel mai bun, cel mai generos, cel mai puternic, din toate punctele de vedere, și tot el poate fi cel mai rău, cel mai nemilos. Omul poate fi cel mai organizat, cel mai creativ și tot el poate fi cel mai dezorganizat și cel mai distructiv. El poate fi frumos la trup și suflet și tot el poate fi caraghios, hidos și viclean.

Omul, îmbrățișând capacitatea de a vorbi, își exprimă felul de a fi prin cuvânt, prin limbaj. Felul de a fi al omului în calitate de entitate socială, prin verbul exprimat, devine obiect de studiu nu doar al lingvisticii, sociolingvisticii, ci și al altor științe sociale. Printre acestea este și sociologia, deoarece limbajul caracterizează omul din punct de vedere cultural, moral, politic etc. Eugeniu Coșeriu sublinia,

că „esența limbajului se manifestă în dialog, în vorbirea unuia cu celălalt”. Limbajul, după cum menționa autorul, face omul „să fie într-un fel sau altul. Îl face să fie acesta sau acela” [1]. Subiectul comunicării (*Acesta*) îndreaptă cuvintele sale spre obiectul comunicării (*Acela*).

Limbajul vorbit este un factor foarte important în devenirea omului în calitate de entitate socială. Reieșind din acest fapt, a fost realizată o microinvestigație cu scopul de a determina câmpul verbal care caracterizează felul omului de a fi, format pe parcursul timpului. În calitate de obiect al cercetării a fost utilizat DEX-ul, ediția din 1998, care reflectă vocabularul românesc actual. Cu părere de rău, editorii nu au indicat numărul de cuvinte titlu cuprinse în dicționar [2], cea ce ar fi bine să fie remediat în edițiile următoare. Utilizând această bancă solidă de informație referitoare la limba română actuală, au fost selectate, de la litera «A» până la litera «Z», cuvintele titlu ce se referă la felul omului de a fi. Felul de a fi al omului este subiect și, totodată, obiect al interacțiunii verbale. În total, în contextul analizei efectuate, din multitudinea de cuvinte titlu au fost evidențiate 890 cuvinte de acest fel (eroarea de selecție poate fi nu mai mare de plus-minus 3%). După selectarea generală, cuvintele au fost stratificate în trei straturi: primul strat include cuvinte stimulative, al doilea – cuvinte dojenitoare, al treilea – cuvinte agresive, acide. Cuvintele din primul strat constituie 34,3 %, cele din al doilea – 29,1%, iar cele din al treilea – 36,6 %. Conform acestei stratificări (deoarece nu poate să existe cuvânt fără subiectul (omul) care să-l pronunțe) au fost delimitate, convențional, trei categorii de oameni: 1) care întreprind acțiuni verbale stimulatorii, 2) dojenitoare și 3) dure, agresive, acide.

Prima categorie de oameni reprezintă subiecții care în mesajele lor direcționate spre obiectul comunicării introduc cuvinte stimulative, care pot încuraja pe celălalt, îi pot întări siguranța de corectitudine ale acțiunilor sale. Ținând cont de realitatea socială, din cuvintele stimulative selectate au fost formate trei scale.

Scala 1. Cuvinte ce caracterizează inteligența omului. În scală au fost introduse cuvintele: deștept, înțelept/căpos; creativ; clarvăzător; erudit; inventiv; chibzuit; calculat; isteț /răzbătător. Subiectul comunicării (în rol de pedagog, businessman etc.), direcționând acest gen de cuvinte spre *Celălalt* (obiectul comunicării), nu doar stimulează acțiunile lui (pentru a căpăta de la el un randament mai înalt al muncii), ci și îl înalță în fața sa și în ochii celor din jur. Cu părere de rău, cuvintele stimulative sunt utilizate destul de rar nu doar în multe familii, ci și la serviciu. Evitând să adreseze cuvinte stimulative persoanei vizate, subiectul comunicării nu contribuie la stimularea lui/ei.

Scala 2. Cuvinte ce evidențiază felul omului de a fi în procesul decizional. În acest caz, au fost selectate cuvintele: obiectiv/imparțial; onest; intransigent; judicios; logic; lucid; meticolos: neînfricat; responsabil; militant; prompt. Procesul decizional are multe înfățișări. El se realizează la parlament, președinție, în procesele de judecată, la serviciu etc. În toate cazurile, până la urmă, șefii (superiorii) decid cine ce merită. Altceva că deciziile pot fi obiective și subiective, corecte și incorecte. Subordonații așteaptă întotdeauna să fie luate decizii rapide și corespunzătoare adevărului.

În prezent, o mare parte din oameni așteaptă alegeri anticipate, deși în țară este pandemie, sperând că astfel vor scăpa de corupție, de hoție, vor ajunge la un nivel de viață mai bun, iar cei ce au creat problemele cu care se confruntă țara vor fie trași la răspundere.

Scala 3. Cuvinte care specifică felul de a fi al omului din punct de vedere moral. În această scală au fost introduse cuvintele: omenos /generos; delicat; tolerant; îngăduitor; iertător; împăciuitoare; mângâios; decent; Aceste cuvinte descoperă ținuta morală înaltă a celui versat, doar cuvintele bune, apreciative sunt un balsam al sufletului, ele evidențiază efectul acțiunilor întreprinse. Însă în societatea noastră, care merge de la o criză la alta, unde mulți oameni pe primul plan își pun scopul de a se

îmbogăți cu orice preț este mare nevoie de oameni decenti, care ar avea capacitatea și îndemnarea de a îndepărta de la puterea de orice nivel pe cei ce cu ajutorul minciunii și manipulării oamenilor au căpătat-o.

A doua categorie de oameni reprezintă subiecții care după felul lor de a fi direcționează spre obiectul comunicării cuvinte dojenitoare. Aceste cuvinte caracterizează obiectul comunicării ca o persoană care nu corespunde realității sociale; la formarea ei sau comis greșeli atât din partea familiei, cât și din partea instituțiilor de învățământ. Din acest fel de cuvinte au fost formate trei scale.

Scala 1. Cuvinte adresate oamenilor care nu întreprind acțiuni care ar schimba situația lor și a realității sociale; și care, de fapt, le subminează imaginea. Din mulțimea de cuvinte de acest fel au fost selectate: apatic/ indecis; lăsător/ molatic (molău); debusolat/ derutat/ nesigur; plângăreț; naiv; atemporal. Cuvinte de acest fel sunt adresate direct sau indirect, în calitate de critică, pentru a sublinia dificultățile în felul de a fi al persoanei. Este clar, că în diferite grupuri sociale nu sunt doriți oamenii nesiguri în ceea ce fac și ceea ce spun. Or, încă și în prezent, unii se gândesc că cineva o să vină și o să le spună ce și cum să facă, neținând cont de faptul, că astăzi fiecare trebuie să-și dea seama ce să întreprindă ca să trăiască mai bine și să fie sigur în deciziile sale.

Scala 2. Cuvinte ce caracterizează persoana din punct de vedere al limbajului efervescent. În acest caz, au fost incluse următoarele cuvinte caracteristice: limbut/cicălitor; defăimător/impulsiv/incitant; bănuitor/hărțagos; incomod. Fiecare persoană, având un așa fel de a fi poate să se integreze cu greu într-un colectiv de muncă, poate avea și probleme în familie și în relațiile interpersonale. Deși unele cuvinte au și partea ascunsă a felului de a fi. De exemplu cuvântul „incomod”. Adesea putem fi incomozi atunci când spunem lucrurilor pe nume (*verde în ochi*). Adevărul, uneori, îl poate supăra pe interlocutor, dacă acesta nu dorește să-l audă. Așa se poate pierde o relație bună la locul de muncă, se poate produce un conflict în familie; se poate pierde și un loc de muncă. Oamenii „incomozi” sunt necesari: în familie îi vor atrage atenția la greșeli; la serviciu vor fi cei care vor urmări să nu încalci legea, deoarece încălcarea ei, în final, poate avea un impact negativ.

Scala 3. Cuvinte mesajul cărora descoperă obiectul comunicării în calitate de persoană în care este dificil să ai încredere. Cuvintele caracteristice adresate lor direct ori indirect sunt: tendențios; neșățios; schimbător/ nestatornic; xenofil. Cu așa fel de a fi al omului, rar cine ar dori să lege relații economice, politice sau chiar și de amicitie. Majoritatea cuvintelor se potrivesc pentru o bună parte dintre politicienii noștri. Infidelitatea unor politicieni este exprimată în primul rând, prin traseismul politic, în al doilea rând, prin cuvântul spus în fața alegătorilor. Criticile multor politicieni adresate altora sunt deseori tendențioase și nu corespund realității. Prin cuvântul neșățios sunt vizați nu numai politicienii (care ajung la putere deseori nu pentru a îmbogăți țara, ci pentru propriul bine), ci și businessman-ii, care uită să ridice salariile angajaților, pentru a avea o dobândă cât mai mare; judecătorii și alte categorii de funcționari care iau mită. O parte dintre oamenii de rând, care au plecat peste hotare la câștig și deja au și casă, și mașină, și multe alte bunuri, însă nu se pot opri, unii îi caracterizează drept neșățioși. Cel mai trist însă este faptul, că mulți cetățeni devin xenofili, având o dragoste deosebită pentru alte meleaguri, uitând de țara sa.

În a treia categorie de oameni au fost incluse persoanele care utilizează cuvinte dure, agresive, acide, în adresa obiectului comunicării, subliniind dezacordul cu așa fel de a fi a altora. Din totalitatea cuvintelor de acest fel au fost selectate cele mai caracteristice timpului, formând din ele tot trei scale.

Scala 1. Cuvinte care în mesajul lor subliniază perfiditatea obiectului comunicării. Printre aceste cuvinte am desemnat: dezbinător; învrăjbitor; fâțarnic; insinuator; acaparator; mercantil; mituitor.

În țara noastră, unele partide, pentru a acapara puterea folosesc tactici de dezbinare a populației: în cei care sunt orientați spre Est și Vest, în cei care sunt orientați spre stat independent și cei care doresc reunirea cu România, în rusofobi și românofobi etc. Pentru relațiile contemporane fățărnicia și mercantilismul sunt foarte răspândite, deși un așa fel de a fi poate fi descoperit el mai rămâne în umbra mesajelor mass-media, cât și a ONG-urilor.

Scala 2. Cuvinte care subliniază comportamentul amoral ori ieșit din comun. Printre acestea plasăm: destrăbălat; vulgar; dezmațat; obraznic; nerușinat; răutăcios; porcos. Prin aceste cuvinte subiectul comunicării dorește să frâneze comportamentul indecent al obiectului comunicării, ca el să conștientizeze că fiind în așa fel este cam dificil să te reții la un post de muncă, să înaintezi în carieră, să fii bine văzut în societate.

Scala 3. Cuvinte care caracterizează obiectul comunicării în calitate de persoană ce ignoră munca și nu se supune ordinii sociale. Printre ele vom numi: leneș; golan; fraier; parazit; drăngălău; neisprăvit. Limbajul violent folosit pentru acuzarea celor care evită munca este biciuitor. Întrebarea care apare: oare putem noi obține de la așa indivizi schimbarea de sine prin utilizarea acestui limbaj? Ori are rost să găsim printre acțiunile negative pe cele pozitive pentru a le așeza ca suport pentru schimbare? Considerăm că ultima variantă este mai potrivită mai cu seamă la vârsta copilăriei și adolescenței.

În loc de încheiere vom menționa:

- Analiza felului de a fi al omului prin limbajul utilizat ne demonstrează, că valoarea omului se descoperă în procesul de comunicare;

- Pe parcursul timpului s-a dezvoltat destul de evident limbajul ostentativ, agresiv. Cauza credem, că este în felul de a fi al multor persoane. Acest limbaj îl observăm la oamenii care sunt „scumpi” la laudă și „ieftini” la ocară; observăm și în prezent, că de cea mai mare laudă omul „se bucură” când este petrecut în ultimul drum, descoperindu-i entitatea socială importantă;

- Cuvântul caracterizează persoana. Subiectul comunicării direcționează mesajul spre „celălalt”, oferindu-i lui o calitate de valoare ori non valoare. Valoarea enunțată poate fi obiectivă însă poate fi și subiectivă. Din această cauză este necesar să fim foarte atenți, când pronunțăm anumite verdicte. Cuvântul bun încărcat cu o energie benefică are o influență pozitivă și poate stimula persoana să întreprindă acțiuni și mai reușite. Invers, cuvântul agresiv, acid, plin de energie negativă, poate avea efectul bumerangului. Omul cu o voință slabă se descurajează în posibilitatea de a se schimba și din „rău” poate deveni și mai „rău”;

- Important este ca în felul preponderent negativ de a fi (mai cu seamă în perioada copilăriei și adolescenței), de găsit latura pozitivă pentru a contribui la dezvoltarea persoanei. Deoarece și omul „bun”, dacă „îl calci pe bătătură” poate să-ți răspundă „simetric”. Așa și omul cu felul de a fi preponderent negativ, la limbajul stimulat (pozitiv), o să caute posibilități de schimbare în bine.

Referințe bibliografice

1. Condrea Irina, Sociolingvistica. Note de curs, Chișinău, 2018.
2. Coșeriu Eugeniu. Omul și limbajul său: studii de filozofie a limbajului, teorie a limbii și lingvistică generală, Iași, 2009, p. 12-38.
3. DEX. Dicționarul explicativ al limbii române. Ediția a II-a, București, 1998, p. VI, VIII.
4. Беликов В.И., Л.П. Крысин, Социоллингвистический учебник для бакалавриата и магистратуры, 2-е изд., перераб. и доп., М., 2016.