

ȘCOALA NAȚIONALĂ DE STUDII POLITICE ȘI ADMINISTRATIVE

FACULTATEA DE COMUNICARE ȘI RELAȚII PUBLICE “DAVID OGILVY”



ANALIZA DISCURSULUI PUBLIC

DUMITRU BORTUN ■ SILVIA SĂVULESCU

DUMITRU BORTUN ■ SILVIA SĂVULESCU

ANALIZA DISCURSULUI PUBLIC

Capitolele acestui curs au fost redactate după cum urmează:

Silvia Săvulescu

- Capitolul I: ANALIZA PSIHOLINGVISTICĂ;
- APLICAȚII: 1. Dezbateră; 2. Discursul publicitar

Dumitru Borțun

- Capitolul II: ANALIZA DE CONȚINUT;
- Capitolul III: ANALIZA SEMIOTICĂ;

CUPRINS

Cuvânt înainte / 7

I. ANALIZA PSIHOLINGVISTICĂ / 9

1. CADRUL TEORETIC / 10

- 1.1. Definiții: „discursul” și „analiza discursului” / 10
- 1.2. Orientări metodologice. Analiza discursului – domeniu inter-disciplinar / 17
- 1.3. Noțiuni de lingvistică / 23
- 1.4. Noțiuni ale Analizei discursului. Enunțul și enunțarea; textul și contextul / 26

2. ANALIZA LINGVISTICĂ A DISCURSULUI / 39

- 2.1. Legile discursului / 39
- 2.2. Tipologia discursurilor; genuri de discurs / 40
- 2.3. Principalele elemente ale unui discurs / 45
- 2.4. Universul interior / 49

3. ACTORII DISCURSULUI / 53

- 3.1. Subiectivitate și ethos / 53
- 3.2. Actorii comunicării discursive / 55
- 3.3. Acțiunile discursive / 65
- 3.4. Interacțiunea verbală / 68

II. ANALIZA DE CONȚINUT / 72

1. GENEZA ȘI SPECIFICUL ANALIZEI DE CONȚINUT / 73

- 1.1. Scurt istoric / 73
- 1.2. Dezvoltarea metodei / 74
- 1.3. Specificul analizei de conținut / 75

2. METODA ANALIZEI DE CONȚINUT / 78

- 2.1. Organizarea analizei / 78
- 2.2. Codarea / 82
- 2.3. Categorizarea / 84
- 2.4. Inferența (stabilirea concluziilor) / 85

3. TEHNICI DE ANALIZA / 88

- 3.1. Analiza evaluării / 88
- 3.2. Analiza enunțării / 94
- 3.3. Analiza propozițională a discursului / 108
- 3.4. Analiza expresiei / 109
- 3.5. Analiza relațiilor / 117

III. ANALIZA SEMIOTICĂ / 130

1. NOȚIUNI DE BAZĂ ALE ANALIZEI SEMIOTICE / 131

- 1.1. Limbă și limbaj
- 1.2. Semnificant și semnificat
- 1.3. Expresie și conținut
- 1.4. Orientări metodologice

2. FORMELE NARATIVE

- 2.1. Formele elementare de narativitate
- 2.2. Programele narrative
- 2.3. Schema narativă canonică

IV. APLICAȚII / 140

1. DEZBATEREA / 141

- 1.1. Definiții și delimitări. Istoric / 141
- 1.2. Strategii interacționale în dezbaterile televizate. Studii de caz / 142
- 1.3. Dezbaterea electorală la televiziune / 156
- 1.4. Dezbaterea electorală și principiul politeții / 168
- 1.5. Dezbaterea politică și maximele conversaționale ale lui Grice / 172
- 1.6. Concluzii generale / 177

2. DISCURSUL PUBLICITAR / 178

- 2.1. Repere istorice / 178
- 2.2. Funcțiile discursului publicitar / 179
- 2.3. Textul publicitar / 180
- 2.4. Procedee folosite în textul publicitar / 181
- 2.5. Discursul publicitar și cultivarea limbii române / 191
- 2.6. Discursul publicitar simbolic / 193
- 2.7. Scheme de analiză a unor texte publicitare / 193

BIBLIOGRAFIE ȘI NOTE / 224

BIBLIOGRAFIE GENERALĂ / 224

NOTE / 227

Cuvânt înainte

“Orice discurs este o operă colectivă”

E.A. SCHEGLOFF

Motto-ul de mai sus a fost ales de regretata noastră colegă, Silvia Săvulescu, care îl așeza înaintea cursului său de *Analiza discursului public*, ediția electronică din 2002. Parcă presimțea, parcă știa... Am considerat gândul lui Schegloff drept testamentul ei pe linie didactică. Imediat după decesul survenit în amiaza zilei de 30 martie 2003, am început să re-sistematizez materialul pe care ni l-a lăsat, augumentându-l în așa fel încât cursul oferit studenților să conțină mai mult decât o abordare lingvistică a discursului.

M-am simțit îndreptățit și obligat să fac acest lucru din mai multe motive. În primul rând, mai predasem acest curs timp de câțiva ani, până la venirea Silviei în facultatea noastră. Am fost unul dintre cei care au remarcat-o pe studenta Silvia Săvulescu, care urma Cursurile Academice cu durata de 2 ani, la specialitatea Comunicare și Relații Publice, semnalând colegilor existența unei studente excepționale, cu bogate cunoștințe de lingvistică și cu un comportament intelectual tipic cercetătorilor de rasă. I-am cedat cu entuziasm cursul de *Analiza Discursului*, pe care îl concepușem mai mult din perspectivă psiho-sociologică și îl centrasem pe discursul politic.

În al doilea rând, pentru că după îmbolnăvirea Silviei, am fost unul dintre cei care au suplinat-o la ore, atunci când suferința nu-i mai permitea să iasă din casă. Dacă preparatorul pregătit de ea, dl. Alexandru Cărlan, a intrat la orele de *Retorică și teoria argumentării*, eu am preluat orele de la *Analiza discursului public*. Până când Alexandru va ajunge lector universitar sau până când se va găsi altcineva care să predea cursul rămas neacoperit prin dispariția Silviei Săvulescu, mă văd obligat să editez cursul în varianta aceasta: o cooperare *peste timp și dincolo de moarte* între un fost profesor și o fostă studentă, între doi colegi dintre care unul a plecat... să moară puțin. Vorba lui Schegloff, “Orice discurs este o operă colectivă”.

*

Modelul teoretic al analizei discursului pe care îl prezentăm încearcă să ofere o sinteză a numeroaselor studii și cercetări dintr-un domeniu nou și extrem de dinamic al științelor comunicării. Deocamdată, realizarea unui model integrat al analizei discursului este dificilă, în special datorită fațetelor multiple ale domeniului, lipsei de unificare terminologică și absenței unei compatibilități conceptuale între diferitele abordări ale discursului.

Introducerea noastră în Analiza discursului public își propune următoarele obiective:

- prezentarea principalelor puncte de vedere asupra unor termeni care definesc disciplina ("discurs", "analiza discursului" etc.) și a principalelor orientări metodologice în domeniu;
- expunerea metodică a teoriilor și conceptelor analizei lingvistice a discursului (legile discursului, tipologia discursurilor, structura internă a discursului);
- analiza psihologică și etică a interacțiunii discursive (actorii comunicării discursive, acțiunile discursive, regulile interacțiunii verbale);
- prezentarea metodei analizei de conținut și a tehnicilor subsumate acesteia: analiza evaluărilor, analiza enunțărilor, analiza propozițională, analiza expresiilor și analiza relațiilor;
- prezentarea abordării semiotice a discursului, cu accent pe structurile narativității, știut fiind că succesul unui discurs este asigurat nu numai de structura sa lingvistică și argumentativă, de valențele retorice sau de orientarea sa ideologică, ci și de structura sa narativă, de capacitatea de a povesti (chiar și crearea de imagine presupune, la urma urmelor, spunerea unei povești);
- analiza unor tipuri de discurs public de interes pentru viitorii specialiști în comunicare: dezbateră și discursul publicitar;
- analizarea unor mostre din tipurile de discurs enumerate mai sus, aplicații care conțin sugestii utile viitorilor specialiști, atunci când aceștia vor fi puși în situația de a elabora diferite variante ale discursului public pentru clienții lor (manageri din sectorul privat, conducători de instituții publice, lideri de partide și organizații civice, oameni politici, candidați la funcții eligibile).

Dumitru Borșun

Ianuarie 2009

I. ANALIZA PSIHOLINGVISTICĂ

1. CADRUL TEORETIC AL ANALIZEI DISCURSULUI¹

1.1. DEFINIȚII: „DISCURSUL” ȘI „ANALIZA DISCURSULUI”

1.1.1. Conceptul de “discurs”

Termenul “discurs” se referă mai mult la problematica vastă a unui câmp de cercetare decât la un anumit mod de înțelegere a limbajului. Faptul că termenul presupune relația limbajului cu parametri ai realității nonlingvistice face ca “discursul” să fie un domeniu al cercetării interdisciplinare.

În acest caz, termenul “discurs” nu are plural, el desemnează un domeniu generic.

Discursul poate fi definit ca *ansamblu de enunțuri ale unui emițător, care se referă la un subiect unic (topic, în terminologia anglo-saxonă).*

Din **perspectivă pragmatică**, discursul reprezintă “o enunțare ce presupune un locutor și un auditor, precum și intenția locutorului de a-l influența pe celălalt” (Benveniste).

Alte interpretări ale discursului vizează echivalența sa cu:

- a) *un text*, în cadrul căruia perspectiva comunicațională și cea tematică coincid în general (de exemplu, în cazul comunicării scrise);
- b) *un ansamblu de texte*, care ilustrează interacțiunea dintre două sau mai multe discursuri centrate în jurul unei singure teme; în cazul conversației, fiecare discurs este alcătuit din mai multe texte (fiecare replică este o unitate comunicațională, deci un text în sine).

Analiza conceptelor fundamentale este utilă pentru definirea negativă a termenului *discurs* (prin delimitări ale sale față de acestea). Astfel, termenul “discurs” intră într-o serie de opoziții în care ia valori semantice precise. Le vom trata în continuare.

1.1.1.1. Opoziția discurs/frază

Fraza reprezintă un “enunț în structura căruia se cuprind cel puțin două propoziții”², având caracteristica autonomiei sintactice și de comunicare.

Discursul reprezintă o unitate lingvistică constituită dintr-o succesiune de fraze.

Din perspectiva acestei definiții, studiul discursului va fi numit de Harris (1952) “analiza discursului”, în timp ce alți cercetători consideră mai potrivită sintagma “gramatica discursului”.

Acestei ramuri de cercetare a discursului și a obiectului său de studiu îi sunt atribuite astăzi conceptele **lingvistică textuală - text**.

1.1.1.2. Opoziția discurs/enunț

Dincolo de caracterul său de unitate lingvistică (adică de “enunț”), discursul reprezintă o unitate de comunicare legată de condiții de generare strict determinate (cu alte cuvinte, reprezentând un gen determinat de discurs; de exemplu, discursul *mediatic*, discursul *romanesc*, discursul *publicitar*, discursul *știrilor* etc.). Din această perspectivă, termenii “discurs” și “enunț” au sensuri diferite: *enunț* acoperă sfera conceptuală a “textului ca structurare în cadrul limbii”, în timp ce *discurs* va desemna “studiul lingvistic al condițiilor de producere a acestui text”³.

1.1.1.3. Opoziția discurs/limbă

Limba definită ca sistem de valori virtuale se opune discursului, adică folosirii limbii într-un context specific, care poate restrânge aceste valori, sau poate genera, la fel de bine, noi valori. Această distincție este relevantă, în special, pentru domeniul lexicului. Astfel, neologia lexicală aparține domeniului discursului.

Pe de altă parte, limba definită ca sistem folosit de membrii unei comunități lingvistice se opune discursului, considerat ca folosire a unei secvențe a acestui sistem. Această utilizare secvențială a sistemului se poate referi la aspecte diverse, cum ar fi *plasarea într-un anumit câmp discursiv*: discurs comunist, discurs ecologist, discurs suprealist, discurs postmodernist, discurs socialist⁴. M. Foucault (1969:153) face următoarea precizare: ”Se numește discurs un ansamblu de enunțuri care aparțin aceluiași mod de formare discursivă”. Așadar, condițiile definitorii ar fi:

- *apartenența la o tipologie discursivă* (discurs jurnalistic/publicistic, discurs pedagogic, discurs romanesc, discurs administrativ, discurs juridic etc.);

- *apartenența la o categorie specifică de locutori* (discursul medicilor, discursul sociologilor, discursul mecanicilor etc.);
- *privilegierea unei funcții a limbajului* (discurs polemic, discurs prescriptiv etc.).

1. 1.1.4. *Opoziția discurs/text*

Discursul este privit adesea ca un ansamblu format dintr-un *text* și *contextul* său (vom reveni).

CONCLUZII

- “Conceptul de *discurs* trimite deci la o entitate mai largă, aceea de formațiune discursivă activă în text, entitate care nu poate fi înțeleasă decât ținându-se cont de parametri de natură socială”⁵.
- Discursul ar fi un “...sistem de operațiuni subiacente, aplicate conținutului și contextului, în cadrul unei formațiuni discursive determinate și conducând la un ansamblu organizat de unități lingvistice care constituie un text; la acest nivel, orientat cu necesitate spre exterior, vorbim despre discurs”⁶.
- Limbajul este în primul rând și înainte de toate o *activitate discursivă*, legată strâns de activitatea umană pentru care constituie în același timp reflexul și instrumentul principal.
- În mod fundamental diverse, prin istoria lor, prin inserția lor socială și prin instrumentele pe care le folosesc, activitățile umane definesc și delimitează contexte diferite, la care se articulează discursuri sau texte. Categoriilor de contexte le corespund tipuri de texte (sau genuri de discurs), care se caracterizează printr-o organizare specifică de unități lingvistice.
- Relațiile de interdependență dintre domeniul textual și domeniul contextual trebuie să fie analizate în termeni de operații de limbaj, acestea din urmă constituind – de drept- un subansamblu de operații psihologice construite de Umanitate ” J.-P. Bronckart *et al.* (1985:8).
- Activitatea de limbaj este “o superactivitate motivată de nevoile de comunicare-reprezentare și articulată la alte forme de activitate (non verbală) în care își au originea aceste motive.”⁷
- Activitatea de limbaj se desfășoară în zone de cooperare socială determinate (“loc social”) și ia forma de acțiuni de limbaj, adică de ansambluri de conduite verbale orientate spre scopuri comunicative determinate/specifice.
- Fiecare acțiune de limbaj se realizează sub forma unuia sau mai multor discursuri definite prin modul lor de ancorare socio-enunțativ⁸.
- Astfel, aceeași acțiune definită prin scopul său poate să se traducă în formațiuni discursive diferite: ele constituie produsul socio-istoric-cultural al unui grup dar constituie și obiecte verbale concrete, adică texte.

După ce am trecut în revistă principalele valori semantice ale termenului *discurs*, vom încerca să propunem câteva definiții pentru *disciplina ce are ca obiect de studiu discursul*.

1.1.2. Conceptul “analiza discursului”

Ca și termenul de “discurs”, termenul “analiza discursului” cunoaște mai multe sensuri, nu întotdeauna precise sau delimitate clar.

Accepțiunea cea mai largă privește analiza discursului drept “analiză a uzului limbii” (Brown și Yule 1983:1)⁹ sau “Studiul uzajului real al limbajului de către locutori reali în situații reale” (Van Dijk 1985: t.IV, cap.2).

Dintr-o perspectivă larg împărtășită în spațiul anglo-saxon, analiza discursului este echivalentă cu *analiza conversațională*, iar discursul este considerat ca *activitate interacțională* prin excelență.

Aceste definiții vagi fac dificilă precizarea trăsăturilor prin care analiza discursului se deosebește de alte discipline care au ca obiect de studiu discursul.

Analiza discursului privită ca ”...disciplina care, în loc să procedeze la o analiză lingvistică a textului sau la o analiză sociologică ori psihologică a “contextului” său, vizează articularea enunțării sale (a textului, n.n.) la un anumit loc social” încearcă să rezolve problematica genurilor discursului, fie că este vorba de apartenența acestora la anumite câmpuri discursive (politic, științific etc.), fie de relația funcțională în spațiul social (instituții, organizații etc.)¹⁰. Acest tip de analiză armonizează perspectivele mai multor discipline încercând să ofere o imagine integratoare asupra discursului. Această imagine se formează dintr-un ansamblu de fațete care corespund punctelor de vedere specifice fiecărei discipline fără însă a se identifica cu acestea.

În funcție de perspectiva adoptată se poate aprecia caracterul multi-, inter-, și, mai ales transdisciplinar al analizei discursului. Astfel, analiza discursului integrează fațete diverse, de la retorică (argumentare, figuri etc.) la analiza conversațională (dialog, strategii etc.), de la sociolingvistică (diversități și comunități lingvistice) la psiholingvistică (utilizarea codului lingvistic).

Orice disciplină, pentru a-și susține statutul legitim, trebuie să-și afirme identitatea, trăsăturile care o disting de alte discipline. Circumscrierea delimitării în triada *obiect de studiu specific - metode de studiu specifice - terminologie specifică* este completată de probleme legate de filiație și de ceea ce se poate numi opțiune strategică sau (căutarea unui) ideal¹¹.

Se poate considera că analiza discursului, așa cum se prezintă ea astăzi, a fost pregătită de trei tendințe importante ale anilor 60: *lingvistica textuală*, *etnografia comunicării* și *școala franceză de analiză a discursului*.

Idealul analizei discursului poate fi rezumat la: *studierea producției verbale în ansamblul ei* sau la *analiza tuturor enunțurilor în situații de comunicare specifice* (spre deosebire de studiul limbii în afara contextului). Dacă discursul reprezintă o unitate *transfrastică*¹², orientată, (inter)activă, atunci corpusul pe care se face analiza discursului este o noțiune deschisă, care poate îngloba unități diverse - de la conversații amicale până la tratate științifice (inclusiv lucrări de analiză a analizei discursului!). În fața dificultății imense de delimitare cantitativă a acestui câmp de investigație se pune în primul rând problema definirii conceptului *analiză de discurs*.

Cercetătorii au propus mai multe formule metalingvistice, care ar putea fi circumscrie tipologiei următoare:

1. Definiții cuprinzătoare, vagi: “studiul enunțurilor efective în situații efective” – van Dijk (1985).
2. Definiții exclusive, cum ar fi cele date de școala americană, pentru care discursul este în relație de sinonimie cu interacțiunea orală (ceea ce conduce inevitabil la echivalarea analizei discursului cu analiza conversațională)¹³.
3. Discursul este un obiect de studiu pe care și-l dispută un ansamblu de discipline cu identitate puternică, precum analiza conversațională, sociolingvistica, retorica argumentativă, analiza lingvistică etc. Aceste discipline constituie fațete de abordare specifică a discursului.
4. Refuzul definiției poate reprezenta o reacție de apărare la imposibilitatea circumscrierii noționale a imensității și diversității faptelor de analizat. Refuzul unei definiții poate fi suplinat însă și de o explicație: analiza discursului este suma tuturor practicilor analitice care prezintă interes într-un anumit spațiu și la un anumit moment¹⁴.

D. Maingueneau (1996) propune următoarea definiție:

“Analiza discursului reprezintă analiza articulării *textului* și a *locului social* în care acesta se produce” (Dominique Maingueneau).

În viziunea lui Maingueneau, textul reprezintă obiectul de studiu al lingvisticii textuale; în timp ce discipline ca sociologia sau etnologia studiază locul social. Analiza discursului se va situa deci într-o poziție transdisciplinară, în care va încerca să armonizeze diverse perspective.

Textul și locul social sunt precum părțile *recto* și *verso* ale unei foi de hârtie: discursul va reprezenta deci *un text, un loc social și un mod de enunțare care le articulează*¹⁵.

Această definiție se opune definiției analizei discursului în cadrul sociolingvisticii, care se interesează, în primul rând, de varietatea lingvistică prezentă în cadrul unei societăți. Definiția este diferită și de perspectiva analizei conversaționale, care studiază modul de cooperare și regulile de conversație determinate de norme culturale chiar în interiorul aceleiași limbi¹⁶.

Sociolingvistica și analiza conversațională au privilegiat anumite accente antropologice și psihologice, pentru a sublinia faptul că discursul nu poate fi redus la statutul de obiect de studiu în proprietatea exclusivă a unei discipline.

Analiza discursului este studiul acestui “de ce”; limbajul este utilizat “într-un anumit mod”, într-o anumită situație de comunicare. Genul de discurs va depinde deci de instituția discursivă, iar dimensiunea instituțională a “vorbirii” va defini scopul său.

Deși se referă la discurs, analiza discursului este ea însăși un discurs prin definiție, determinată de parametri spațiali și temporali. Acești parametri explică diversitatea curenților care traversează câmpul de cunoaștere a discursului. În acest vast câmp problematic se intersectează tradiții culturale și științifice diferite: tradiția europeană marcată de tendințe puternic raționaliste și cea americană, mai empirică și mozaică.

1.2. ANALIZA DISCURSULUI – DOMENIU INTER-DISCIPLINAR; ORIENTĂRI METODOLOGICE

1.2.1. Analiza discursului – domeniu inter-disciplinar

Analiza discursului este o intersecție a disciplinelor umaniste: psihanaliză, antropologie, sociologie, istorie, psihologie socială și cognitivă etc. Aceste discipline își produc propriul discurs, ele au simultan o funcție critică și auxiliară în analiza discursului.

Se remarcă, de asemenea, manifestarea unor tendințe care atestă:

preferințe pentru studierea anumitor corpus-uri, cum ar fi discursul politic, discursul mass media etc.; ele sunt materializate în existența unor școli specializate. Acest fenomen nu este fără consecințe: studierea aceluiași corpus imprimă tendința spre dezechilibru: discursul publicitar este mult mai atractiv decât cel filozofic (din perspectiva vizibilității instituționale și a mobilizării resurselor materiale și umane).

formularea explicită a unor aplicații care pot fi extrem de diverse, de la creația publicitară la rezolvarea unor patologii (surzenia) sau la discursul feminist. Se remarcă, de asemenea, dezvoltarea unei analize critice a discursului (eng. Critical Discourse Analysis), cum ar fi, de exemplu, discursul antirasist, antisexist etc.

revendicarea instituțională din partea sociologilor, psihologilor etc., care face să apese asupra textului o amenințare de dizolvare în numele unei discipline prea vagi, fără statut epistemologic, denumită “științele limbajului”. Aici sunt eludate diferențe importante, cum ar fi, de exemplu, cea dintre analiza de conținut și analiza discursului; dar acestea au scopuri diferite:

analiza de conținut (practicată de sociologi, pentru care discursul este înainte de toate o sursă de informație) are drept scop extragerea de informații din orice text;

analiza discursului își propune să înțeleagă funcționarea discursului, ca instituție discursivă.

Pe de altă parte, nici disciplinele limbajului, lingvistica enunțării, analiza discursului etc. nu sunt scutite de rivalitate în ceea ce privește afirmarea importanței în cadrul studiului analizei discursului.

1.2.1.1. Retorica

Retorica rediviva ocupă un loc central în studiul procesului de comunicare. Retorica generală se axează pe studiul discursivității în contexte și situații diverse: “De la prietenie la dragoste, de la politică la economie, relațiile se fac și se desfac prin exces sau lipsa retoricii”¹⁷. Unii autori¹⁸ consideră performanța în activitatea discursivă ca:

- 1) intenționalitate, direcționare spre act;
- 2) analiză a mecanismelor performanței cognitive pentru optimizarea comunicării¹⁹.

Performanța în activitatea discursivă presupune intersectarea, integrarea într-un ansamblu echilibrat al fațetelor următoare:

retorică argumentativă;

retorică metafizică (“influențarea interlocutorului se realizează prin intermediul fascinației ideii”²⁰);

retorică textualistă (“modalitatea construcției discursive”);

retorică poetică, cu accent pe studiul mijloacelor stilistice;

retorica aplicată (aplicată la diferite domenii ale cunoașterii umane: filozofie, politică, educație, religie, ecologie, justiție etc.);

retorici speciale (specializate pe genuri discursive: retorica discursului politic, retorica propagandei, retorica demagogică etc.).

Analiza discursului se va sprijini, de asemenea, pe *pragmatică*, disciplină care studiază limba privită nu ca ansamblu de semne, ci ca *(inter)acțiune comunicativă*.

1.2.1.2. Pragmatica

Pragmatica este o *lingvistică a uzului* și are multiple sensuri interdisciplinare.

1. Pragmatica se referă la o parte componentă a limbii, alături de componenta *semantică* și de componenta *sintactică*. Componenta pragmatică aparține schemei tripartite propuse de filozoful american Ch. Morris²¹ în 1938, care distinge trei domenii în înțelegerea oricărui limbaj, formal sau natural:

- *sintaxa*, disciplină care privește relațiile semnelor cu alte semne;
- *semantica*, disciplină care se referă la relațiile semnelor cu realitatea;
- *pragmatica*, disciplină care se interesează de relațiile semnelor cu utilizatorii acestora, de folosirea lor și de efectele produse.

În această accepțiune restrânsă, pragmatica desemnează disciplina sau disciplinele care se ocupă cu studiul *componentei pragmatice a limbajului*²².

2. Pragmatica este specifică și unei anumite concepții asupra limbajului, și, mai general, asupra comunicării, care se opune celei structuraliste. În această calitate, pragmatica se regăsește în ansamblul științelor umane; ea desemnează mai puțin o teorie particulară, cât o intersecție a diverselor curente care își împart un anumit număr de idei-forță. Acestea ar fi:

- semiotica lui C.S. Peirce;
- teoria actelor de vorbire, inițiată de filozoful englez Austin, dezvoltată de J. R. Searle pe dimensiunea "ilocuționară" a limbajului, asupra a *ceea ce se face* prin vorbire;
- studiul inferențelor pe care le realizează participanții la o interacțiune verbală (Grice 1979), Sperber și Wilson (1989);
- studiile asupra enunțării lingvistice, care s-au dezvoltat în Europa prin contribuțiile lui Bally, Jakobson, Benveniste, Culioli ș.a.;
- studiile asupra argumentării;
- cercetările asupra interacțiunii verbale;
- anumite teorii asupra comunicării, cum ar fi cele ale Școlii de la Palo Alto etc.

CONCLUZIE

Concepțiile despre limbaj subordonate pragmaticii încearcă, într-un anume sens, să înlocuiască retorica tradițională și să rafineze anumite direcții ale acesteia, cum ar fi:

- evidențierea caracterului activ al limbajului, a reflexivității sale fundamentale (faptul că acesta se referă la lume arătându-și propria activitate enunțiativă);
- punerea în prim plan a forței semnelor, a caracterului interactiv al limbajului, raportul său continuu cu un cadru care permite interpretarea enunțurilor;
- dimensiunea normată a limbajului (activitatea de vorbire este dirijată de o structură de adâncime de drepturi și obligații)

1.2.2. Orientări metodologice

1.2.2.1. Școala franceză de analiză a discursului

Școala franceză²³ apare în anii '60 și se caracterizează printr-un discurs critic²⁴. Astfel, afirmația potrivit căreia “ideologia și inconștientul locuiesc incognito în limbaj și că trebuie să fie înlăturate (de acolo, *n.n.*)” era un reflex al alienării într-o epocă dominată de ideologia burgheză.

Maniera de abordare a Școlii franceze se poate caracteriza prin:

1. *Un interes mai mare pentru discursurile marcate de “constrângeri” din partea unor norme, față de interacțiunile orale spontane.* Acest interes pentru “rutine” cum ar fi, de exemplu, cursul universitar, jurnalul tv etc., reprezintă fixarea ca obiect de studiu a unui corpus de discursuri care au în comun realizarea după modele. Aceste modele²⁵ se caracterizează printr-un grad mare de stabilitate și se supun unor constrângeri puternice chiar dacă au o dinamică proprie, o tendință spre schimbare, spre evoluție etc.²⁶
2. *Insistența pe materialitatea lingvistică.* Analiza discursului nu poate să nu se sprijine pe lingvistică. Dacă analiza discursului se interesează de funcționarea unui semn o face mai ales pentru a căuta o legătură cu substanța sa lingvistică.²⁷
3. *Interesul pentru teoriile de enunțare lingvistică.* Teoriile care privesc enunțarea lingvistică reprezintă un curent pragmatic, dar o pragmatică mai puțin fondată pe teoriile lingvistice. De fapt, este vorba despre trecerea de la analiza lingvistică la folosirea propriu-zisă a limbii²⁸.
4. *Introducerea unor termeni-martor în analiză, cum ar fi “arhiva”.* Termen-martor al concepției lui M. Foucault (1969: 171), “arhiva” desemnează un tip de “analiză arheologică” al cărei domeniu de interes s-ar plasa “între limbă, care definește sistemul de construcție al frazelor posibile și corpus, care primește pasiv vorbele pronunțate”. Astfel, “arhiva” definește un nivel particular: cel al unei practici care face să apară o multitudine de enunțuri ca tot atâtea evenimente regulate, ca tot atâtea lucruri oferite prelucrării și manipulării”.

Pentru Pêcheux (1975), termenul marchează opoziția dintre corpusurile experimentale (care sunt produse de locutori în situații experimentale, de test) și corpusul de arhivă (care cuprinde enunțurile păstrate, cele care fac obiectul analizei istoricilor).

Pentru D. Maingueneau (1975)²⁹, *arhivă* este termenul care poate înlocui sintagma “formațiune discursivă”. Această înlocuire ar avea ca obiectiv:

- a delimita tipurile de corpusuri, adică enunțuri aparținând unei aceleiași poziționări socio-istorice;
- a sublinia prin etimologie³⁰ că aceste corpusuri sunt inseparabile de o memorie și de instituțiile care le conferă autoritate în același timp afirmându-și legitimitatea prin ele.

Școala franceză de analiza discursului nu este legată de un spațiu geografic delimitat - Franța; ea este un mozaic, un conglomerat și reprezintă nu o doctrină, ci, mai ales, un anume “aer de familie”³¹ specific cercetărilor.

Cele mai importante direcții de cercetare care se intersectează în cadrul analizei discursului vor fi prezentate dintr-o perspectivă tipologică și istorică.

1.2.2.2. Școala de la Palo Alto³²

Este reprezentată de grupul de cercetători³³ care, în anii 1950-1960, au dezvoltat în SUA “pragmatica [în domeniul] comunicării umane” și au influențat semnificativ evoluția analizei discursului.

Prin analiza unor paradoxuri care însoțesc comunicarea, studiul lor s-a concentrat pe “cum pot indivizii să ajungă să întrețină raporturi delirante, precum și diferitele viziuni asupra lumii care rezultă din acestea” (Watzlawick 1978:7)³⁴. Pe lângă Bateson, Watzlawick și Jackson, “noua comunicare” include cercetători ca Goffman sau Birdwhistell (interesat în special de kinetică - studiul gestualității) și Hall (preocupat de proxemică – studiul percepției și al folosirii spațiului de către om).

Watzlawick introduce noțiunea de “noua comunicare”, care schimbă perspectiva clasică asupra comunicării. Comunicarea nu mai este o alternanță de emiter-recepție, ci “un sistem cu multiple canale, la care actorul social participă în fiecare secundă, fie că vrea, fie că nu; prin gesturile sale, prin privirea sa, prin tăcerea sa, și chiar și prin absența sa...În calitatea sa de membru al unei anumite culturi, el face parte din comunicare, așa cum muzicianul face parte din orchestră. Dar în această mare orchestră culturală, nu este nici dirijor, nici partitură. Fiecare cântă “acordându-se” cu celălalt”³⁵.

1.2.2.3. Analiza conversațională³⁶

Motto:

“Am observat puține subiecte atât de la îndemâna oricui, care să fie atât de rar, sau, cel puțin, atât de superficial analizate cum este conversația; și, într-adevăr, cunosc puține subiecte care să fie atât de dificil de tratat cum ar trebui, sau asupra cărora să fie atâtea de spus.”

Conversația reprezintă un prototip al interacțiunii verbale ale cărei forme sunt foarte diferite în funcție de loc, timp, parteneri sau scop. De unde și polisemia termenului “conversație”.

Prin caracterul său imediat, familiar, conversația face dificilă abordarea sa științifică de la distanță, în condiții de laborator.

Conversația devine obiect de studiu³⁷ în anii '60, în SUA, printr-o abordare descriptivă din perspectivă etno-sociologică³⁸.

J.J.Gumperz consideră că “a vorbi înseamnă a inter-acționa”; ne aflăm întodeauna în fața unui număr de participanți legați într-o rețea³⁹ de influențe reciproce; în conversație îi schimbi pe alții și te schimbi pe tine însuși sub acțiunea celorlalți. Această abordare se opune concepției “monologale” asupra comunicării și celei a analizei discursului⁴⁰, deosebindu-se în același timp de lingvistica enunțării⁴¹, de teoria actelor de limbaj⁴².

Evidențierea *relației de determinare reciprocă* în care se unesc fazele de emitere și receptare. Abordarea interacțională se opune viziunii unilaterale sau lineare a comunicării având ca izvor de inspirație comunicarea telegrafică. Ea dă prioritate *studiului formelor dialogale ale producției discursive*.

Competența comunicativă, concept elaborat de D. H. Hymes, vede codul lingvistic drept un ansamblu de virtualități atât de “decorporalizate”, încât ele nu prind viață decât în interacțiune. Resursele comunicative nu se reduc la un corpus lingvistic; ele cuprind: *unități verbale și nonverbale, gestionarea și construirea conversației* (rândul la cuvânt, reluări, punctări, deschidere, închidere, marcatori, modalizatori etc.) și, ceea ce este cel mai important, *realizarea unor relații interpersonale*.

Dimensiunea relațională este esențială în analiza conversației, după cum o dovedește și importanța politeții. Concepția informațională asupra conversației este restrictivă, căci conversația este un loc unde se construiesc atât relațiile interpersonale, cât și identitatea socială, care modelează conflictele și consensul, egalitatea sau ierarhiile etc.

Analiza conversațională reprezintă un domeniu de mare interes pentru analiza discursului. Domeniul de studiu al analizei conversaționale depășește adesea conversația în sens strict. Unii cercetători⁴³ consideră că ar fi mai potrivit să se vorbească despre analiza interacțiunilor verbale. Cele două direcții principale de cercetare ale analizei conversaționale sunt:

1. *Studiul relațiilor dintre constituenții lingvistici ai interacțiunii*, care se află la diferite niveluri într-o organizare ierarhică⁴⁴:

- unități elementare: acte de limbaj;
- intervenție;
- schimb;
- ansamblul interacțiunilor.

2. *Studiul relațiilor care se stabilesc între participanți în cursul interacțiunii* (incluzând aspecte ca agresivitatea, gradul de intimitate etc.). Problemele de interes sunt cele care țin de înscrierea la cuvânt, problematica imaginii /eng. *face* colocutorilor etc.

În sens larg, analiza conversațională studiază interacțiunile comunicaționale la nivel verbal, paraverbal și chiar non verbal⁴⁵.

Studiu prin excelență multi- și interdisciplinar, analiza conversațională încearcă o sinteză între: *lingvistică*, *sociologie* (etnometodologia⁴⁶ – Garfinkel 1967) și *abordări preponderent psihologice* (Școala de la Palo Alto – Watzlawick, 1972⁴⁷).

1.2.2.4. Etnografia comunicării

Etnografia comunicării reprezintă un curent⁴⁸ apărut în cadrul cercetării antropologice americane, care a avut o mare influență asupra analizei discursului. Ea a pus accent pe eterogenitatea comunităților lingvistice, pe diversitatea extremă a codurilor care modelează identitatea partenerilor în interacțiunile verbale.

Gumperz și Hymes (1964)⁴⁹ abandonează calea tradițională de studiere a structurii limbii și își îndreaptă cercetările spre observarea și descrierea cu precizie a mulțimii de “evenimente de comunicare” surprinse în contextul lor natural. “Vorbirea” este considerată un sistem cultural, o activitate determinată de norme implicite în cadrul căreia nu se pot separa de o manieră netă socialul și verbalul.

Hymes⁵⁰ (1972) a propus un model practic numit “*speaking*”, în cadrul căruia să se studieze funcțiile limbajului în acte concrete de comunicare la nivelul componentelor: participanți, scopuri, norme etc.

Chiar dacă nu și-a atins idealul de realizare a unei comparații sistematice a funcționării vorbirii în cadrul unei diversități de comunități, marele merit al etnografiei comunicării a fost orientarea spre aplicații în domeniul pedagogiei și, mai ales, al comunicării interetnice.

1.2.2.5. Etnometodologia

Acest curent sociologic a avut o contribuție importantă la dezvoltarea analizei conversaționale⁵¹. Etnometodologia a apărut în SUA, ca direcție de cercetare care are ca obiect *implicitul social* (dobândit) (Garfinkel 1967)⁵². Scopul cercetării îl constituie metodele care permit actorilor sociali să stăpânească actele de comunicare în viața de zi cu zi.

Etnometodologia se bazează pe “interacționismul simbolic” (Universitatea din Chicago, 1920-1930) al cărui reprezentant strălucit a fost G.H. Mead⁵³. În perspectiva lui Mead (1963)⁵⁴, schimburile verbale cu celălalt sunt locul unde se formează simultan subiectul și ordinea socială. Concepțiile comune ale societății nu trebuie considerate ca idei false, ci trebuie tratate ca moduri de organizare a experienței sociale, drept cunoștințe. Pentru a înțelege comportamentele actorilor sociali și reprezentările lor despre lume trebuie ca perspectiva să-i plaseze în interiorul situațiilor în care sunt angajați și să ia în calcul proiectele lor de făurire a universului cotidian.

Și cercetările lui Goffman au contribuit la dezvoltarea etnometodologiei. Concepția sa se bazează pe faptul că partenerii unei interacțiuni verbale sunt prinși într-un fel de dramaturgie, că viața de zi cu zi este o permanentă punere în scenă aflată într-un echilibru determinat de raporturile între forțe instabile.

Modelul⁵⁵ lui Goffman este structurat astfel:

- fiecare individ este preocupat în mod constant să-și definească identitatea, astfel încât să se facă recunoscut ca membru legitim al societății;
- normele care determină comportamentele sunt reactualizate continuu chiar de către aceste comportamente, astfel încât asistăm la o reconstrucție interactivă neîntreruptă a ordinii sociale.

1.2.2.6. Lexicometria⁵⁶

Disciplină auxiliară a analizei discursului⁵⁷, lexicometria își propune să caracterizeze o formațiune discursivă prin raportare la alte formațiuni discursive care aparțin aceluiași câmp discursiv prin realizarea unei rețele cuantificabile (informatizate) de relații semnificative între unitățile sale⁵⁸.

Abordarea este comparativă, iar rezultatul calculului este destinat să facă obiectul unei interpretări⁵⁹ care plasează ideologic locutorii unui enunț.

Acest tip de cercetare⁶⁰ a fost sistematizat pentru spațiul francez de Laboratorul de lexicologie politică de la Școala Normală Superioară de la Saint-Cloud, devenită mai târziu echipa “Lexicometrie și texte politice”, care, după 1960, a dezvoltat programe (*software*) complexe: pe lângă tradiționala statistică lexicală “în afara contextului” se studiază cuvintele în contexte, prin intermediul co-ocurențelor unui termen ales ca reper, ceea ce conduce la un studiu al frazeologiei⁶¹. Frazeologia reprezintă un termen-umbrelă sub care se plasează un ansamblu vast de combinații mai mult sau mai puțin fixe. Principala caracteristică a acestor unități⁶² este tendința de pierdere a independenței lexicale, și, ca o consecință, capacitatea lor de a fi memorizate în bloc⁶³.

Aceste combinații pot fi:

- 1) integrate în limbă: proverbe, sintagme⁶⁴: *putere de cumpărare, linie de apărare, mașină de spălat etc.*
- 2) specifice unui individ, unui tip de discurs, unei formațiuni discursive (*revoluție națională, luptă de clasă etc.*).

Acest fenomen este accentuat în mod special de *mass media*: „*atentat la drepturile omului*”, „*a da o lovitură dură procesului de pace în...*”.

Lexicometria este pregătită să repereze unitățile frazeologice, adică acele “segmente repetate”, asocierile de cuvinte cele mai frecvente într-o formațiune discursivă⁶⁵. Fixarea/înghețarea permite dezghețarea care “își propune să facă să țâșnească, parțial sau integral, sensul de origine al elementelor”⁶⁶.

Lexicometria se poate sprijini și pe analizatori sintactici pentru a pune în evidență relațiile dintre vocabular, sintaxă și enunțare.

1.2.2.7. Metoda termenilor-cheie⁶⁷

Metodă de analiză a corpusului, impusă de lucrările Școlii franceze de analiză a discursului, s-a inspirat din cercetările lingvistului american Harris (1952)⁶⁸. Metoda constă în a selecționa *a priori* câteva cuvinte-cheie, considerate a fi reprezentative pentru o formațiune discursivă, iar apoi a construi un corpus cu toate unitățile lingvistice în care apar aceste cuvinte.

Metoda se bazează pe o serie de procedee destinate reducerii diversității sintactice⁶⁹. Confruntarea termenilor-cheie cu vecinătățile se face comparativ, de ex., se studiază aceleași cuvinte în discursuri de același tip⁷⁰.

Această metodă se bazează pe postulatul potrivit căruia cuvintele își schimbă valoarea în funcție de formațiunile discursive în care apar și că se poate condensa ideologia unei formațiuni discursive în enunțurile (= fraze de bază) în care se află termenii-cheie.

Deși utilă, această metodă este adesea criticată deoarece subestimează dimensiunea intrinsecă de natură textuală și enunțiativă a discursivității și reduce sensul la conținuturi doctrinale. De altfel, termenii-cheie sunt selectați în funcție de o cunoaștere care este exterioară discursului, ceea ce pune problema unei circularități imposibil de evitat⁷¹.

1.3. NOȚIUNI DE LINGVISTICĂ

1.3.1. Limbă, vorbire și limbaj

1.3.1.1. Limba

Dintre numeroasele sensuri ale termenului “limbă” ne interesează cel ce desemnează un *ansamblu de sisteme legate între ele și formate din unități cum ar fi sunetele, fonemele, morfemele, lexemele, cuvintele*.

Limba intervine ca “mediator între două zone amorfе: pe de o parte, expresia sonoră și, pe de altă parte, conținutul noțional. De aceea, limba este considerată o formă și nu o substanță, o convenție adoptată de o comunitate umană în care funcționează ca sistem de semne și ca instituție socială⁷²”. Limba reprezintă nivelul istoric al limbajului (E. Coșeriu).

1.3.1.2. Vorbirea

Spre deosebire de limbă, *vorbirea are un caracter individual și variabil, iar pentru unii lingviști (Saussure), vorbirea este echivalentă cu discursul*.

1.3.1.3. Limbajul

Din această perspectivă, *limbajul reprezintă “instituția limbii, ca instituție socială comună tuturor subiecților care o vorbesc, și a discursului, ca realizare individuală a vorbirii în texte sau mesaje concrete*.⁷³”

1.4. NOȚIUNI FUNDAMENTALE ÎN ANALIZA DISCURSULUI

1.4.1. Competență comunicativă și competență discursivă

Aptitudinea pe care o au locutorii unei limbi de a produce și înțelege un număr nelimitat de fraze diferite se numește *competență* (Chomski⁷⁴). Acestei *competențe gramaticale* i se adaugă o *competență pragmatică*, axată pe regulile ce permit unui subiect să interpreteze un enunț prin raportare la un context particular. Acestei competențe pragmatice i se subordonează *legile discursului*.

1.4.2. Competența comunicativă

Etnografia comunicării a introdus noțiunea de *competență a comunicării* sau *competență comunicativă*: pentru a putea vorbi trebuie, de asemenea, să știi să folosești limba într-o manieră adecvată într-un mare număr de situații diferite (Hymes 1962).

Se apreciază că această *competență comunicativă* are un caracter implicit, ea se capătă în și prin interacțiuni.

Competență comunicativă subsumează un set de reguli referitoare la diverse aspecte cum ar fi:

- a ști să gestionezi problemele legate de “accesul la cuvânt”;
- a ști despre ce să vorbești într-o anumită situație;
- a ști să realizezi sincronizarea mimicii cu propriile spuse sau cu cele ale coemitorului;
- a ști să menajezi imaginea celuilalt;
- a ști să stăpânești comportamentele cerute de genurile de discurs abordate.

Este caracteristic acestei *competențe comunicative* faptul de a se modifica continuu, în urma experienței acumulate.

De altfel, un individ dispune de *competențe comunicative* diverse atunci când se află în interacțiune cu reprezentanți ai unor comunități diferite.

1.4.3. Competența discursivă

Temenul *competență discursivă*⁷⁵ este folosit pentru a desemna aptitudinea pe care trebuie să o aibă un subiect pentru a produce enunțuri adecvate unei formațiuni discursive determinate (de ex., aptitudinea unui emițător comunist de a produce enunțuri comuniste).

Această competență este fundamental interdiscursivă: a enunța în interiorul unei formațiuni discursive înseamnă, de asemenea, a ști cum să te poziționezi în raport cu alte formațiuni discursive concurente (vezi, mai jos, interdiscurs).

1.4.4. Codul de limbaj

În vorbire se poate pune în evidență modul în care subiectul vorbitor utilizează codul limbii pentru a comunica, iar mecanismul de trecere al limbii în vorbire este numit *actualizare* (Ch. Bally). Limba și vorbirea au fost atribuite de E. Vasiliu categoriilor *general* și *particular*, iar E. Coșeriu consideră că între sistem⁷⁶ și vorbire se situează *norma*.

Prin definiție, folosirea unei limbi în cadrul unui discurs este considerată doar din perspectiva în care acesta trebuie să fie enunțat (norma lingvistică)⁷⁷.

Limbile naturale au calitatea de *cod*⁷⁸ deoarece servesc la elaborarea și fixarea formelor de cunoaștere și utilizează ansamblul semnelor lingvistice, încadrate într-o schemă de comunicare.

*Codul de limbaj*⁷⁹ nu se elaborează doar într-o limbă considerată omogenă, ci se află într-un raport dinamic cu alte limbi (vii sau moarte) sau cu diversitatea uneia și aceleiași limbi (dialecte, nivele ale limbii, discurs specializat etc.).

1.4.5. Actul de limbaj

Actul de limbaj reprezintă utilizarea limbii în situații de comunicare concrete. După Austin, orice act de limbaj este alcătuit din trei componente: locuționar, ilocuționar, perlocuționar. *Actul locuționar* este cel prin care se realizează transmiterea unor anumite semnificații lexicale și gramaticale prin rostirea unui enunț. *Actul ilocuționar* constă în exprimarea unei anumite intenții

comunicative. *Actul perlocuționar* conține intenția de realizare a unui efect asupra interlocutorului (cum ar fi verbe ca *a convinge, a flata, a consola, a liniști etc.*).

Genurile de discurs pot fi considerate ca *macro-acte de limbaj* care integrează acte de limbaj elementare (*a întreba, a promite etc.*). Valoarea lor ilocuționară este supusă realizării unui anumit număr de condiții de reușită specifice care privesc în special, rolurile participanților, locul și momentul, canalul etc.

Un act de comunicare verbală poate fi caracterizat prin existența a două niveluri: *situațional* și *comunicațional*⁸⁰.

Nivelul situațional	Nivelul comunicațional
<i>este nivelul la care sunt determinate condițiile contractului de vorbire corespunzător genului de discurs,</i> cum ar fi: - finalitatea actului de limbaj; - identitatea partenerilor; - temele în discuție; - cadrul fizic al schimbului (decor⁸¹, <i>media</i>).	<i>corespunde spațiului intern, acela în care subiectul adoptă diferite strategii pentru a-și îndeplini cu succes actul de limbaj,</i> cum ar fi: - diversele moduri în care se poate realiza un discurs politic; - un curs universitar sau un spot publicitar.

În cadrul nivelului situațional se exercită constrângerile care fac din comunicare un macro-act de limbaj reușit.

Actele de limbaj se deosebesc și după potențialul lor agresiv intrinsec (a se compara de exemplu solicitările, ordinele cu promisiunile, mulțumirile, complimentele). Actele de limbaj pot să pună în pericol *imagea* individuală reciprocă a interlocutorilor și implicit să afecteze relațiile dintre aceștia. Noțiunea de *image* (*pozitivă sau negativă*) a fost introdusă de Goffman (1974)⁸² - engl. *face*, care opune termenii *image* și *teritoriu*, pentru a caracteriza comportamentul participanților la o interacțiune. Acest comportament se referă, în special, la constrângerile de “salvare” atât a imaginii proprii, cât și a partenerului. Constrângerile de salvare generează importanța *politeții* în comunicare.

1.4.6. Semn standard / semn autonom

Semnul standard (surprins în vorbire) se deosebește de *semnul autonom* (luat în considerare, menționat, atestat). Utilizarea unui semn lingvistic se poate face într-o manieră “standard” - semnul standard - pentru a se referi la o entitate extralingvistică (“Am cumpărat un CD-ROM”) sau pentru a se referi la semnul însuși (“Nu găsesc termenul CD-ROM în dicționar”).

1.4.7. Autonomia

Autonomia reprezintă proprietatea limbajului de a vorbi despre el însuși.

1.4.8. Dimensiunea relațională și politețea

Concepția despre politețe dezvoltată de Penelope Brown și Stephen Levinson se bazează pe noțiunea de *image* (engl. *face*), introdusă de Erving Goffman. Brown și Levinson (1978)⁸³ au impus ansamblul coerent și indisolubil al imaginilor unui individ:

Imaginea negativă ⁸⁴	Imaginea pozitivă ⁸⁵
Dorința fiecăruia de a acționa conform propriilor principii și intenții	Dorința fiecăruia de a se bucura de aprecierea și acordul semenilor

Conversația este un loc unde se manifestă “teritorialitatea”, în care un subiect social este pus în situația de a pune în acțiune un ansamblu de strategii pentru a-și conserva imaginea și/sau a o menaja pe cea a interlocutorului. Astfel, o interacțiune este un amestec de:

- *acte care amenință imaginea (FTA - “face threatening acts”)* cum ar fi: amenințarea, ordinul⁸⁶, critica etc., acestea fiind temperate de
- *acte de flatare a imaginii (FFA - “face flattering acts”)*, care pun în valoare imaginea partenerului, și tot ce ține de manifestarea politeții.

Unii cercetători⁸⁷ consideră că regulile de politețe funcționează la fel în actele verbale și nonverbale, pentru că este inutil a căuta să distingi comportamentul verbal de alte forme de comportament uman⁸⁸.

Alte forme ale cascadei manifestărilor de politețe sunt *mulțumirile*; “mii de mulțumiri”, “vă mulțumesc frumos, pentru puțin” etc.⁸⁹.

FTA⁹⁰ sunt adesea neutralizate de către FFA. Astfel, în enunțul “deci mai vezi-ți și tu puțin de treabă” conține un intensificator FTA (deci mai vezi-ți de treabă) și un minimizator FFA (și tu puțin). Intensificatorul este un FTA fiindcă este un act directiv; dar el este atenuat de către minimizator.

De asemenea, există și acte mixte, cum ar fi *oferta*. Astfel, “luați loc” este un act simultan directiv (FTA) și care este îndreptat spre optimizarea stării de bine a celui alt.

Actele verbale constituie amenințări pentru una sau mai multe dintre imaginile puse în joc. În cadrul unei interacțiuni cu doi participanți sunt în joc patru imagini (imaginea pozitivă a locutorului; imaginea negativă a locutorului; imaginea pozitivă a interlocutorului; imaginea negativă a interlocutorului). Ca regulă generală, emițătorul trebuie să “menajeze” imaginea partenerului (prin complimente, scuze, marcarea deferenței etc.) și să-și protejeze imaginea proprie (pentru a nu fi judecat greșit sau agresat). Aplicarea regulilor de politețe⁹¹ în comunicare contribuie la instalarea unui joc subtil și constant de negocieri.

1.4.8. Enunțul și enunțarea; textul

În acest paragraf vom prezenta câțiva termeni fundamentali la care ne vom referi în analiza discursului. O caracteristică a acestor termeni este posibilitatea de delimitare diferită în funcție de criteriile utilizate.

1.4.8.1. Enunțul și enunțarea

Termenul *enunț* desemnează generic orice produs al actului de *enunțare*. Pentru Benveniste (1974:80), enunțarea reprezintă “utilizarea limbii printr-un act individual de comunicare”.

Enunțarea nu trebuie privită doar ca apropiere de către un individ a sistemului *limbii*: subiectul nu ajunge la enunțare decât respectând multiplele constrângeri ale *genurilor de discurs*.

Teoriile comunicării disting în cadrul unei enunțări, ca elemente interdependente, *conținutul* și *relația*. Conținutul reprezintă informația trimisă, iar relația este cea pe care enunțarea o instituie între participanți, cadrul pe care ea îl implică. Relația reprezintă o “metacomunicare”, ea indică modul în care enunțul trebuie primit (vezi *act de limbaj*) - fie implicit (vezi mai jos, *ordinul*), fie explicit: “era o glumă”) (Watzlawick *et.al.* 1972:5).

Diferența între cele două elemente este evidentă în special când acestea sunt contradictorii sau instituie o stare de tensiune. Astfel, enunțarea “*Iubește-mă!*” are două elemente contradictorii: conținutul (iubirea) și relația (ordin).

Enunțarea trebuie privită în interacțiune. Benveniste (1974: 85)⁹² consideră că structura fundamentală este *dialogul*, iar monologul trebuie privit, în ciuda aparențelor, ca o varietate a dialogului.

Conceptul de *polifonie* explică de ce individul care vorbește nu este în mod necesar instanța care răspunde de enunțare. Ducrot (1984: 179)⁹³ definește enunțarea independent de autorul vorbelor, ca “eveniment constituit prin apariția unui enunț”. Cercetările asupra enunțării⁹⁴ au pus în evidență dimensiunea reflexivă a activității lingvistice: un enunț nu se referă la lume decât reflectând actul enunțării care îl generează. Această “reflectare” se referă la următoarele aspecte:

- persoanele, timpul enunțului sunt reperate prin raportare la această situație de enunțare;
- enunțul are o valoare ilocuționară pe care o arată prin enunțarea sa;
- enunțarea constituie pivotul relației dintre limbă și lume; enunțarea permite reprezentarea faptelor în enunț, dar constă ea însăși un fapt, un eveniment unic definit în timp și spațiu.

Termenul *enunț* este polisemantic, de aceea vom încerca să-i delimităm sensurile printr-un sistem de opoziții:

1.4.8.2. Opoziția enunț/frază

Dacă definim enunțul ca “unitate de comunicare elementară, reprezentată de secvența verbală care are un sens și este completă din punct de vedere sintactic”, iar fraza drept “enunț în structura căruia se cuprind cel puțin două propoziții”, atunci fraza este un tip de enunț.

Ducrot (1984: 177, *apud* D. Maingueneau, 1996) consideră că: “enunțul trebuie să fie distinct de frază, care este o construcție a lingvistului...”⁹⁵.

1.4.8.3. *Opoziția enunț/text*

La un nivel superior, enunțul este adesea considerat ca un echivalent al textului, adică drept o suită verbală legată de intenția unui emițător unic și care formează un tot care aparține unui anumit gen de discurs: un buletin meteo, un roman, un articol de ziar etc.

Unii cercetători⁹⁶ consideră, în cadrul lingvisticii textuale, că: “Un enunț, în sensul de obiect material oral sau scris, de obiect empiric, observabil și descriptibil, nu este un text, obiect abstract...care trebuie să fie conceput în cadrul unei teorii (explicative) a structurii sale compoziționale”⁹⁷.

Enunțurile se pot clasifica în⁹⁸: *enunțuri metadiscursive*⁹⁹; *enunțuri metacomunicaționale*¹⁰⁰ și *enunțuri metalingvistice*¹⁰¹. Această clasificare este dificil de urmărit, mai ales în condițiile în care aceleași elemente de marcare pot fi atribuite mai multor clase, în funcție de context.

1.4.8.4. *Opoziția scris-oral*

Brown și Yule (1983: 6), *apud* D. Maingueneau (1996), definesc textul ca “înregistrare verbală a unui act de comunicare”.

Această definiție presupune specificări în funcție de domeniul scris sau oral.

Astfel, pentru domeniul scris se pune problema suportului (adică este suportul determinant pentru text și în ce măsură se poate vorbi despre identitate în cazul unui text care se prezintă sub diverse aspecte: manuscris, imprimat în diferite forme, electronic etc.). Domeniul oralității presupune, de asemenea, anumite elemente caracteristice: intonații, tăceri (semnificative) etc.

Lingvistica modernă a privilegiat scrisul sprijinindu-se pe corpusuri verificabile, scrise: “în timp ce viza limbajul oral, lingvistul a lucrat întotdeauna pe texte scrise”¹⁰².

Această distincție scris/oral este o sursă permanentă de echivoc deoarece amestecă două registre diferite: O opoziție între enunțurile care trec prin canalul oral (unde sonore) și enunțurile care trec prin canalul grafic și între comunicarea scrisă și cea orală.

Canalul oral ⇒ implică stabilirea și menținerea comunicării între emițător și receptor prin intermediul vorbirii	Canalul grafic ⇒ permite stabilirea și menținerea comunicării între emițător și receptor prin intermediul scrierii ⇒ stocarea informațiilor și transmiterea lor în timp și spațiu ⇒ intrarea limbajului în domeniul vizualului face ca studierea enunțurilor să se poată face independent de contextul lor (ceea ce conduce, implicit, la posibilitatea manipulării acestora¹⁰³).
Comunicarea orală ⇒ are un grad de interactivitate mult mai ridicat¹⁰⁴ ⇒ biunivocitatea¹⁰⁵ relației emițător-receptor (reversibilitatea rolurilor) ⇒ libertate în alegerea variantei de cod utilizate ⇒ structura mesajului implică reformulări pentru negocierea sensului între emițător și receptor ⇒ pondere importantă a structurilor de adăugare ⇒ ansamblul datelor de comunicare și gramatica au un rol important în determinarea sensului¹⁰⁶ ⇒ preponderența funcției de informare și a funcției fatice ⇒ coprezența participanților ⇒ egocentrism¹⁰⁷ explicit al discursului, caracterul participativ al comunicării ⇒ concomitența emiterii și receptării ⇒ dependență de contextul non-verbal¹⁰⁸ ⇒ caracterul mixt al mijloacelor de expresie: verbale, non-verbale, paraverbale ⇒ discursul dialogal.	Comunicarea scrisă ⇒ are un grad de interactivitate scăzut ⇒ univocitatea relației emițător-receptor (ireversibilitatea rolurilor) ⇒ restricții în alegerea variantei de cod utilizate ⇒ structura mesajului implică formulări definitive, care exclud negocierea sensului între emițător și receptor ⇒ pondere importantă a structurilor de subordonare ⇒ gramatica are rol exclusiv în determinarea sensului ⇒ preponderența funcției de informare și reducerea funcției fatice ⇒ abstragerea emițătorului din contextul concret de comunicare ⇒ anumită impersonalizare a discursului, în urma izolării emițătorului și a tendinței lui de obiectivare ⇒ un decalaj temporal relativ între emitere și receptare ⇒ independență față de contextul non-verbal¹⁰⁹ ⇒ scriere și, eventual, transpuneri grafice ale elementelor paraverbale sau non-verbale¹¹⁰ ⇒ discursul monologal¹¹¹.

O opoziție între scris și oral este utilă și pentru a caracteriza polii între care oscilează discursul într-o societate. Astfel, la “polul scris” avem de-a face cu enunțuri stabilizate, performate în contexte ritualizate, în care participanții (scriitori, preoți, oameni politici etc.) sunt autorii unor texte cu o puternică încărcătură simbolică pentru colectivitate¹¹², în timp ce la “polul oral” se află terenul schimburilor instabile și spontane ale interacțiunii cotidiene.

1.4.8.5. *Textul*

La rândul său, ca și discurs sau enunț, termenul *text* poate avea diferite valori.

Text se folosește adesea ca sinonim pentru *enunț*, ca suită lingvistică autonomă, orală sau scrisă, produsă de unul sau mai mulți emițători într-o situație de comunicare determinată.

Alți cercetători¹¹³ definesc textul drept “ocurență comunicațională” care satisface trei sisteme de criterii interdependente:

1) Primul sistem se referă la

- un criteriu de coeziune, sesizabil în special, în jocul dependențelor dintre fraze;
- un criteriu de coerență¹¹⁴.

2) Al doilea sistem se referă la relația între participanții la actul de comunicare:

- un *criteriu de intenționalitate*: emițătorul își propune ca textul produs să fie susceptibil de a avea un anumit efect asupra receptorului;
- un *criteriu de acceptabilitate*: participanții la interacțiunea verbală se așteaptă ca interpretarea textului să se poată înscrie cu ușurință în universul său.

3) Un al treilea sistem se referă la

- *criteriul de informativitate*;
- *criteriul de relevanță/pertinență* în raport cu contextul enunțării.

Acestor două criterii li se adaugă *criteriul intertextualității*, deoarece un text nu are sens decât în relație cu alte texte.

Textul poate fi definit și din perspectiva proprietăților sale care îl deosebesc, în general, de noțiunile apropiate, enunț și discurs. Aceste proprietăți se referă la: *existența unei structuri puternice și relativa independență a textului față de context*.

Inerența acestor proprietăți face posibilă privilegierea termenului text în sintagme ca *text literar*, *text juridic* etc.

Unii cercetători¹¹⁵ definesc textul prin stabilirea unei distincții între text și document. Astfel, textele se caracterizează printr-o semantică bogată și, mai ales, cele literare sunt destinate a emoționa (apelul la pathos), în timp ce documentele tind spre descrierea univocă a lumii.

Alți cercetători¹¹⁶ înțeleg textul ca ansamblu al enunțurilor orale sau scrise care au structuri menite să dureze și să fie repetabile în cadrul unei tradiții. Această idee a autonomiei textului în raport cu contextul a fost dezvoltată în special, în lingvistica textuală¹¹⁷ (sau gramatica textului).

Adam (1992:15) introduce distincția dintre text (“obiect abstract”) și enunț (“obiect material, scris sau oral, obiect empiric”).

CONCLUZIE

În urma analizei definițiilor de mai sus, se poate spune că, din anumite perspective, caracteristica textului ar fi **unitatea** sa, caracterul global sub care poate fi perceput (nu ca o simplă înșiruire de fraze), pe când cea a discursului ar putea-o reprezenta **articularea enunțului la o situație de enunțare particulară**.

1.4.8.6. Paratextul

Ansamblul de enunțuri care înconjoară un text se numește *paratext* (titlu, subtitlu, prefață, postfață, sumar etc.¹¹⁸). Paratextul este destinat să “facă prezent un text, pentru a-i asigura prezența sa în lume, “receptarea sa” și consumarea sa”¹¹⁹.

Se disting mai multe tipuri de paratext:

- paratext *auctorial* (al autorului); numele autorului, dedicații, note în pagină, epigrafi etc.
- paratext *editorial*, îi aparține editorului (catalog, copyright, copertă, supracopertă etc.)

Această distincție este amenințată, mai ales în cazul textelor literare, filozofice etc. care sunt “reciclate” continuu.

Genette (1987) împarte paratextul în: *peritext* (acea parte a paratextului inseparabilă de text: titlu, sumar etc.) și *epitext* (circulă în afara textului); el poate fi

a) *editorial* (cataloage, publicitate, reclamă...) sau

b) *auctorial*:

b1) *public* (interviu radiofonic al autorului)

b2) *privat* (manuscrise, variante, ciorne, jurnal intim etc.).

Interesul pentru acest fenomen este legat de dezvoltarea perspectivei pragmatice din analiza discursului: nu se poate disocia un text de cadrul comunicațional în interiorul căruia se prezintă, interpretările posibile sunt legate de acest cadru, care variază în timp și spațiu. (vezi. genurile de discurs, relație).

1.4.8.7. Coerența și coeziunea textului

În orice analiză a discursului trebuie făcută o distincție clară între *coerență* și *coeziune* textuală .

Coerența reprezintă o componentă esențială în definirea textului; se referă la *un ansamblu de trăsături care asigură unitatea semantică a unui șir de propoziții/fraze, astfel încât acestea să formeze o unitate semnificativă*.

Condițiile pentru ca un set de propoziții/fraze să aibă coerență semantică (să constituie astfel un text), sunt, după T.van Dijk (1972), *apud* E. Vasiliu1 - 1990:

- *Propozițiile/frazele trebuie să desemneze aceeași realitate lingvistică*. Exemplu: M-am întâlnit cu *Ion*. *El* era pe stradă. Există coerență semantică numai dacă *Ion* și *el* sunt coreferențiali, deci dacă propozițiile presupun o secvență intermediară de tipul: M-am întâlnit cu *Ion*. *El, adică Ion*, era pe stradă.

- *Sensul global al textului nu reprezintă exclusiv suma semnificațiilor frazelor constitutive, ci trebuie să aducă un plus de semnificație, așa-numitul "plus semantic"*. Un text poate prezenta calitățile unei coeziuni perfecte fără a fi însă și coerent. [vezi Dominique Maingueneau, *Les termes de l'analyse du discours*, Seuil, 1996, Collection Memo:17].

Coerența textului depinde de:

- *adecvarea textului la o intenție globală*, la o “întă ilocutorie” atașată tipului său de discurs (coerența textului va fi realizată diferit în cazul unui poem suprarrealist, al unui text publicitar, al unui discurs politic);
- *identificarea temei textului în cadrul unui anumit univers discursiv* (ficțiune, istorie, teorie).

Pentru destinatar, etapele de determinare a țintei unui discurs sunt [Brown et Yule, 1983, vezi în Mariana Tușescu, *L'argumentation. Introduction a l'etude du discours*, Editura Universității din București, București, 1998)]:

- *reperarea tipului de act de limbaj* (textul va fi evaluat drept coerent în funcție de clasificarea sa în obiecție, comentariu, amenințare);
- *mobilizarea cunoștințelor enciclopedice*, deoarece “la connaissance des genres de discours et des scripts* resulte de notre experience du monde”;

De aceea se consideră, într-o formulare paradoxală: “Coerența nu este în text, ea este reconstruită de destinatar” sau “*La besoin de coherence est une sorte de forme a priori de la reception discursive*” (Charolles 1988: 55).

Adesea, judecățile care evaluează un text în seria coerent/incoerent pot diferi în funcție de: *destinatar, cunoașterea contextului și autoritatea cu care este creditat emițătorul*.

Elementele care joacă un rol esențial în stabilirea coerenței textului se numesc *conectori*¹²⁰.

Conectorul este un morfem care stabilește o legătură între două propoziții. Se disting:

- conectori adverbiali: *totuși, cel puțin...*
- conectori conjuncții coordonatoare: *și, deci*
- conectori conjuncții subordonatoare: *cu toate că, pentru că...*

Coeziunea reprezintă un element definitoriu al conceptului de text; se referă la *un ansamblu de trăsături care asigură unitatea sintactică a textului prin marcarea legăturii într-o secvență de unități lingvistice (propoziții, fraze)*.

A analiza coeziunea unui text presupune înțelegerea acestuia ca pe o *textură* [Halliday și Hasan, 1976: 2], în care fenomene lingvistice diferite asigură simultan *continuitatea* și *progresia* textului.

Factorii de unitate care conferă - în diferite grade - coeziunea textului sunt:

- *repetarea, în mod obligatoriu cu același sens, a unor elemente lexicale în diferite propoziții ale aceleiași secvențe* (S-a constituit un nou guvern. Guvernul își propune un program de redresare economică).
- *repetiția elementelor constitutive*: Ion...Ion...
- *elipsele*: Guvernul dorește reforma. Sindicatul, de asemenea. (elipsa verbului dorește)
- *conectorii între fraze*:
 - de opoziție (*totuși*)
 - de cauză/consecință (*pentru că, deci*)
 - de adăugare (*în plus, mai mult*)
 - de timp (*apoi*)
- *mărcile care segmentează textul*, revelând configurația acestuia:
 - în primul rând,
 - primo, secundo, tertio
 - pe de o parte..., pe de altă parte.

Mariana Tuțescu apreciază că “De o parte, găsim analiza care dă seama de răsturnarea seriei reprezentărilor într-un tablou inactual, dar simultan de comparații, analiză a impresiilor, a reminiscenței, a imaginației, a memoriei, a acestui întreg fond involuntar care este ca o mecanică a imaginii în timp. De cealaltă, există analiza care dă seama de asemănarea lucrurilor...”¹²¹. Aceasta echivalează, în fond, cu presupunerea posibilității de reperare a unor inferențe care pot fi înscrise în structura lingvistică sau se pot baza pe o cunoaștere enciclopedică.

Unitatea sistemului pronominal, apariția unor paralelisme în schema sintactică, corelate cu înlocuirea elementelor lexicale (cu respectarea compatibilității semantice).

El este purtător de cuvânt la guvern.

Ea editează revista presei.

Amândoi lucrează la departamentul de comunicare.

(dar nu și **Amândoi** sunt în vacanță)]

- pro-formele, adică substituirea unor elemente lexicale prin altele, care le pot înlocui
- prezența deicticelor*:

Ziariștii au notat **informațiile**.

Acestea au fost prelucrate și date publicității.

- prezența verbelor (E. Vasiliu, 1990): Ion **dezinformează** presa, dar nu **o face** cu plăcere.
- unitatea (relativă) a sistemului timpurilor verbale
- formele de reiterație la toate nivelurile (paralelisme și anaforele);
- conjuncțiile (copulative, conclusive, cauzale);

Guvernul l-a anunțat pe liderul de sindicat cu privire la măsurile de restructurare a fabricii **și/iar** el a transmis mesajul muncitorilor. **Deci** ne pregătim pentru o perioadă de disponibilizări.

- demonstrativele care iau un pronume/substantiv deja exprimat.

Am câștigat o mare experiență și pentru **asta** mulțumesc celor care m-au ajutat.

Afară e frig. **De aceea** ne îmbrăcăm cu haine groase.

cuvintele al căror sens trimite la o frază anterioară.

2.2.2.5. Suprastructura

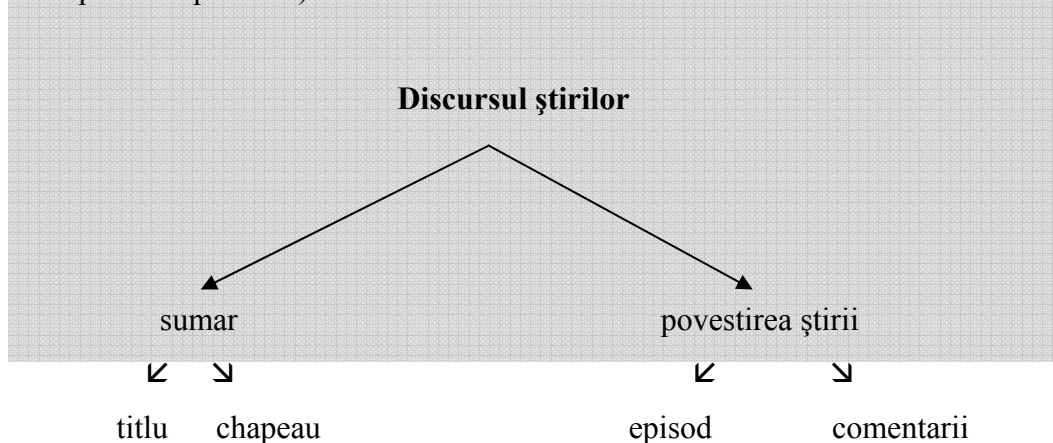
Modul în care un text este compus poate fi ilustrat uneori printr-o schemă numită *suprastructură*¹²².

Termenul suprastructură este folosit în literatura anglo-saxonă, în special de Van Dijk (1980) pentru a propune o schemă a compoziției textelor: “Suprastructurile sunt forme convenționale care caracterizează un gen de discurs. Ele ordonează secvențele frazei și le atribuie funcții specifice” (1986: 158).

Fiind o schemă textuală, suprastructura privește doar organizarea de suprafață a textului, compoziția sa.

Aceste suprastructuri oferă grile care facilitează atât producerea, cât și înțelegerea textelor (vezi gen de discurs).

De exemplu, pentru știrile presei scrise, Van Dijk (1986: 169) propune schema următoare (din care dăm doar partea superioară):



2.2.3. Intertextul

O caracteristică fundamentală a tuturor textelor este descrisă de cuplul noțional *intertext* - *intertextualitate*. Intertextualitate¹²³ este un termen atribuit la două fațete conceptuale:

Intertextualitatea trimite la o proprietate constitutivă a tuturor textelor; în acest caz ea reprezintă o variantă a interdiscursivității ¹²⁴ .	Intertextualitatea se referă la un ansamblu de relații explicite sau implicite pe care un text le stabilește cu alte texte.
--	---

2.2.3.1. Transtextualitatea

G. Genette (1982: 8) numește *transtextualitate* intertextualitatea în sens restrâns. Din perspectiva lui Genette, tipologia relațiilor transtextuale cuprinde:

- *intertextualitatea*, ce presupune prezența unui text în altul (prin citare, aluzie etc...);
- *paratextualitatea*, care se referă la ceea ce “înconjură”/vecinătățile unui text propriu-zis, periferia sa: titluri, prefață, ilustrații, inserturi, dedicații etc.;
- *metatextualitatea*, care privește relația de comentariu a unui text în și prin alt text;

- *arhitextualitatea*, termen abstract, pune un text în relație cu diversele clase în care acesta ar putea fi plasat (*Odă, în metru antic* de Eminescu ar fi în relație cu clasa sonetelor, a operelor romantice, a poemelor, a operelor liric etc.).
 - *hipertextualitatea* este operația prin care un text (numit hipotext¹²⁵) se grefează pe un text anterior (numit hipertext), fără să fie vorba de un comentariu. Această relație se bazează pe operații de transformare¹²⁶ (parodie¹²⁷, travestire, transpunere) sau de imitație (pastișă).
- Studiul relațiilor de hipertextualitate permite punerea în evidență a două strategii opuse de imitare a unui text sau a unui gen de texte.

Strategia de captare constă în a transfera asupra discursului în care se citează autoritatea textului sursă (cazul predicatorului care ar imita o parabolă biblică).

Subversiunea nu imită decât pentru a descalifica autoritatea textului sursă (regăsim aici fenomenul parodiei).

2.2.3.2. *Intertextul*

Spre deosebire de interdiscurs, termenul **intertext** este folosit adesea pentru a desemna un ansamblu de texte legate printr-o relație intertextuală¹²⁸.

Maingueneau (1984: 83) face distincția între intertextualitate și intertext: intertextul reprezintă ansamblul fragmentelor citate într-un corpus dat, în timp ce intertextualitatea se referă la sistemul de reguli implicite prin care se realizează acest intertext (modul de citare socotit legitim în formațiunea discursivă căreia îi aparține acest corpus). Astfel, intertextualitatea discursului științific nu este de același tip cu cea a discursului religios. 5.1.1. De asemenea, intertextualitatea în cadrul aceluiași tip de discurs poate varia în diacronie (de la o epocă la alta).

Se disting:

- *intertextualitate internă* (între un discurs și altele aparținând aceluiași câmp discursiv);
- *intertextualitate externă* (cu discursurile din alte câmpuri discursive, cum ar fi de ex. între un discurs științific și unul religios).

Delimitarea este făcută din perspectivă teoretică, în realitate, cele două tipuri de intertextualitate reprezintă fațete ale aceluiași mod de funcționare discursivă.

2.2.3.3. *Tema*

Un text are în mod obligatoriu o temă. Termenul *temă* (engl. - *topic*) are două sensuri distincte:

1. Segment al frazei considerate în dinamica textuală	2. Caracteristică a unității semantice a textului
Fraza nu reprezintă doar o structură sintactică, ea participă la progresia¹²⁹ unui text prin introducerea atât a informațiilor cunoscute, cât și acelor noi care se sprijină pe primele. O nouă informație de îndată ce este inserată în text devine punct de sprijin pentru alte informații. Astfel, un text este constituit din <i>temă</i>, elementul cunoscut, despre care se vorbește și <i>remă</i>¹³⁰, care reprezintă aportul de informație.	Tema reprezintă răspunsul la ceea ce intuitiv putem formula prin “despre ce se vorbește” într-un text. Indiferent de lungimea sa, un text presupus coerent trebuie să construiască o reprezentare și trebuie să poată fi rezumat.

Deoarece fiecare grup de fraze care constituie o unitate semantică este atașată unei teme, un text poate avea teme la diferite niveluri, cu condiția ca ultimul să le integreze pe toate celelalte. Acest fenomen aparține competenței subiecților de a putea sintetiza un mare număr de informații într-o structură semantică unică.

A determina care este tema unui text permite receptorului să îl interpreteze, să “umple” eventualele lacune și să rețină, în cazul unor sensuri vagi, doar pe cel compatibil cu tema respectivă. Totuși anumite texte, numite poliizotopice¹³¹, pot dezvolta sistematic mai multe teme.

2.2.4. Contextul

Analiza discursului pune în relație enunțul cu **contextul** lui. Aceasta pare să fie o trăsătură definitorie a analizei discursului.

Analiza discursului privește discursul ca pe o activitate care nu poate fi separată de context și nu ca o raportare a enunțurilor la diverși parametri exteriori.

Nu există consens în ceea ce privește natura componentelor contextului.

Hymes (1972) consideră că aceștia se referă la: participanți, loc, moment, scop, temă, gen de discurs, canal, dialect folosit, reguli care guvernează într-o comunitate, înscrierea la cuvânt etc.

Alți cercetători includ, de asemenea, cunoștințele participanților asupra lumii¹³², cunoașterea referitoare la imaginea reciprocă a participanților, la interacțiune, o cunoaștere a planului de fundal al societății din cadrul căreia este generat discursul etc.

Numărul acestor elemente componente poate fi extrem de numeros și de variat în funcție de perspectiva adoptată.

Cu toată această proliferare a elementelor există totuși un nucleu asupra cărora există o evasiunanimitate a opiniilor:

2.2.4.1. Participanții la discurs

Se face o distincție între indivizii care pot fi descriși independent de discurs din punctul de vedere social sau biologic și roluri pe care aceștia le pot juca în discurs: elev, scriitor, profesor, politician etc. (vezi „rol”).

2.2.4.2. Cadrul spațio-temporal

Acesta poate fi caracterizat din perspectiva asocierii la discurs drept:

- cadrul empiric
- cadrul instituțional¹³³.

2.2.4.3. Scopul participanților la discurs

Scopul pe care îl urmăresc participanții la un discurs depinde în mod evident de genul de discurs: politic, religios etc. Anumite genuri presupun script-uri cu un anumit grad de rigiditate: alocuțiune politică, interogatoriu polițienesc, oficiere religioasă etc. Se poate întâmpla adesea ca, la acest nivel, să existe deturnări de la scopul oficial la discurs. De altfel, eterogenitatea pare să fie regula în interacțiuni: nu numai că există o ierarhie a scopurilor (mesa include rugăciunea de ex.) dar se produc în mod constant amestecuri, alunecări care conduc la devieri de la scopul oficial (un discurs de comemorare se poate transforma într-un atac la persoana unui contracandidat politic).

Contextul nu poate fi înțeles în ansamblu de un observator exterior. El trebuie să fie luat în considerare prin rezultanta intersecției reprezentărilor (adesea divergente) pe care și le fac participanții la interacțiune. În scopul adecvării comportamentelor, participanții se sprijină pe diferiți indici (v indice de contextualizare) pentru a identifica genul de discurs în care sunt implicați.

În cazul genurilor de discurs foarte ritualizate/formalizate, contextul apare ca produsul unei construcții comune a participanților la interacțiune. Sunt însă și numeroase cazurile în care natura genurilor de discurs, rolul participanților, cadrul spațio-temporal reprezintă obiectul conflictelor și/sau negocierii.

Între momentul inițial și cel final al unui schimb verbal, contextul poate fi diferit datorită modificărilor pe care le-au adus informațiile, comportamentele interactive etc.

2.2.4.5. Indicele de contextualizare

O noțiune esențială pentru identificarea contextului o constituie **indicele de contextualizare**¹³⁴.

Acest concept se referă la semnele care permit participanților la o interacțiune să identifice (corect) contextul acesteia, să determine exact cu cine vorbesc, în ce gen de discurs sunt implicați etc.

Anumiți indici sunt numeroși într-un context anumit, cum ar fi: decorul interacțiunii (biserică, platou de televiziune), vârsta, sexul, gesturi, îmbrăcămintea etc.

Interpretarea corectă a acestor indici conferă subiectului posibilitatea se a se comporta adecvat în interacțiune. Cel mai adesea, aceste interpretări nu operează nediferențiat și continuu pe parcursul interacțiunii ci suferă un proces de reajustare.

Din momentul în care un text a fost “conservat”, un text va circula în contexte diferite de cel în care a fost generat și își va schimba statutul, apartenența la un gen etc. În acest caz, în ciuda invarianței relative a textului, este vorba de discursuri diferite.

Deși se constată o utilizare sinonimică a termenilor context și **situație**, se acordă adesea un sens mult mai general pentru **situație** care ar fi ansamblul format din text și context.

2.2.5. Cotextul

Termenul “cotext” se opune contextului așa cum mediul textual imediat al unei unități discursive se opune mediului său nontextual.

Dificultatea principală este de a stabili ce aparține cu exactitate textualului și ce nu îi aparține.

Unii cercetători nu restrâng noțiunea de text la unitățile verbale ci includ aici elementele de ordin kinetic care le însoțesc (gesturi, mimică etc.), chiar și acțiunile participanților în cursul schimbului.

Dar, în general, domeniul de aplicare a noțiunii *cotext* este cel al mediului verbal propriu-zis. O delimitare terminologică ar impune folosirea termenilor *cotext verbal* și *cotext non verbal*.

2.2.6. Secvența

În lingvistica textuală se consideră¹³⁵ că orice text este constituit din cel puțin o secvență, unitate de compoziție inferioară textului văzut ca un ansamblu. Din această perspectivă textul reprezintă “un șir orientat din punct de vedere configurațional de unități (propoziții) legate secvențial și care avansează către un sfârșit”. Din acest punct de vedere ar exista cinci tipuri de secvențe: *narativă*, *descriptivă*, *argumentativă*, *explicativă*, *dialogală*.

Cel mai adesea, un text integrează mai multe secvențe; acestea pot fi de același tip (de ex. o succesiune sau o “încadrare” de povestiri) sau pot fi de tipuri diferite (v. coerență/coeziune). În cazul în care secvențele sunt de tipuri diferite se disting următoarele posibilități:

inserția unei secvențe în alta (de exemplu, o argumentație într-o descriere și inserția acestei argumentații într-o narațiune); b) *dominanță secvențială* (când două tipuri se amestecă dar unul domină (de exemplu, dacă o narațiune este de fapt o descriere deghizată).

3. LEGILE DISCURSULUI. TIPOLOGIA DISCURSURILOR

3.1. LEGILE DISCURSULUI

Legile discursului reprezintă regulile, variabile din punct de vedere cultural, pe care fiecare dintre parteneri le respectă și, în același timp, presupune că sunt respectate de către interlocutor în cadrul “schimbului verbal”.

Încadrarea și definirea acestor “legi” fac obiectul unor ample dezbateri.

Unii cercetători¹³⁶ au propus distincția teoretică între “principiile discursive generale” și “legile specifice ale discursului”.

Astfel, în principii generale s-ar putea încadra principiul *cooperării*, al *relevanței* și al *sincerității*. Clasificarea legilor specifice discursului pune în evidență două criterii importante: *criteriul lingvistic* și *criteriul axat pe codurile de comportament*.

După **criteriul lingvistic** există următoarele legi:

1. *legea informativității* (a nu vorbi pentru a nu spune nimic, a nu spune ceea ce interlocutorul știe deja etc.);
2. *legea exhaustivității* (a furniza volumul maxim de informație pertinentă, susceptibilă de a interesa pe interlocutor la un moment dat);
3. *legea modalității* (a fi clar și concis¹³⁷ în formulări).

Criteriul axat pe codurile de comportament reglate social relevă faptul că interacțiunea verbală este supusă unui ansamblu de norme variabile în timp și spațiu. Aceste norme sunt, în general, cele care reglează comportamentul agresiv față de imaginea/face pozitivă sau negativă a partenerului. Astfel,

- pe de o parte se clasează aici reguli care guvernează comportamentul locutorului față de partenerul său (a nu fi agresiv, ironic, a nu exagera cu lauda, a nu monopoliza discuția etc.);
- pe de altă parte, regăsim norme care reglează imaginea proprie a locutorului (a nu fi exagerat de respectuos sau, invers, extrem de pretențios etc.).

Aceste legi se circumscriu, în linii generale, domeniului numit de Grice “maxime conversaționale”¹³⁸ sau de alți cercetători (O. Ducrot) - “legile discursului” sau “postulate conversaționale”. În opinia lui Grice (1975), Gazdar și Levinson, condițiile de bază ale folosirii eficiente și efective a limbajului în comunicarea umană sunt determinate de un **principiu al cooperării** care poate fi definit: *“Contribuția ta, în cadrul în care ea are loc, să fie așa cum se cere de către scopul convenit sau direcția discuției la care participi, la momentul la care are loc”*.

Maximele principiului cooperării descriu mijloacele raționale care asigură eficiența conversației.

1) Maxima cantității reglementează cantitatea de informație furnizată de fiecare participant la un schimb verbal. Aceasta trebuie să se încadreze strict în limitele impuse de obiectivele schimbului respectiv (să nu fie nici insuficientă, nici excesivă)

Maxima cantității poate fi definită astfel:

- intervenția ta să fie atât de informativă pe cât necesară;
- nu face intervenția ta mai informativă decât este nevoie.

Principala cale prin care această maximă este încălcată

- se referă la lipsa “informativității” (“clișee politice, redundanță”);
- repetarea conceptelor cu sfere referențiale de aplicare identice (vorbitorul să fie scurt);
- enumerarea tuturor membrilor unei totalități și, în același timp, prin numirea și a întregului
- prepunerea adjectivelor, ordinea neemfatică;
- folosirea excesivă a unor cuvinte-cheie aparținând unei anumite ideologii.

2) Maxima calității cere ca interlocutorii să spună numai ceea ce cred că este adevărat. Aceasta exclude furnizarea unor informații false sau pentru care emițătorul nu are dovezi adecvate.

Maxima cantității poate fi definită astfel:

- încearcă să faci astfel încât contribuția ta să fie una adevărată (din perspectiva comunicării optime), adică:
- să nu spui ceea ce crezi că este fals;
- să nu spui ceva despre care nu ai suficiente date (adecvate).

3) Maxima relevanței cere ca orice intervenție într-un schimb verbal să se coreleze cu celelalte și să fie strict legată de tema în discuție.

Maxima relevanței este adesea încălcată prin adăugarea unor propoziții generalizatoare inutile la ceea ce ar trebui să fie doar o indicație specifică.

Se consideră că orice grilă lingvistică reprezintă nu numai un rezultat al experienței sociale, ci și un mod în care o comunitate vede lumea.

Repetarea formelor lipsite de sens diminuează capacitatea receptorilor de a-și îndrepta atenția spre realitate, ceea ce determină o degradare a mijloacelor de recepție și, în consecință, o reducere a capacității de reacție imediată și adecvată, fie la nivel individual, fie la nivel social.

Aceasta înseamnă în ultimă instanță o deformare a două dintre cele mai importante componente ale comportamentului uman: grilele cognitive și mijloacele de reacție prin folosirea “vorbăriei goale”.

4) Maxima manierei se referă la modul în care trebuie formulate intervențiile în cadrul unui schimb verbal, reclamând claritate (manifestată prin evitarea obscurității expresiei, a ambiguității și a prolixității), precum și structurarea logică a enunțurilor*.

H. P. Grice consideră că aceste maxime nu trebuie privite strict determinist și preluate *tale quale*. Grice subliniază modul în care comunicarea (optimă) este posibilă: interpretarea de către receptor a enunțurilor interlocutorilor prin raportare la maxime la un nivel de profunzime (implicatură) este determinantă față de respectarea conformă a acestor maxime la nivelul emițătorului.

O trăsătură caracteristică a acestor legi pare a fi extinderea, între anumite limite, de la domeniul strict al conversației la toate discursurile. Deși domeniul de referință este general, aceste legi capătă un caracter specific în funcție de genul de discurs analizat¹³⁹.

* Exemple de încălcări flagrante ale acestei maxime pot fi găsite în *Anexa* de la sfârșitul acestui curs.

3.2. TIPOLOGIA DISCURSURILOR; GENURI DE DISCURS

3.2.1. Tipologia discursurilor

Clasificarea discursurilor reprezintă o sarcină fundamentală în cadrul analizei discursului.

Se apreciază că membrii unei colectivități au o anumită competență în ceea ce privește tipologia discursurilor, care le permite să recunoască tipul de activitate discursivă în care sunt angajați și, în consecință, să aibă un comportament lingvistic adecvat [în conformitate cu genul de discurs, cu indicele de contextualizare].

Problema clasificării discursurilor este dificilă, mai ales datorită criteriilor multiple care pot fi luate în considerare și a imposibilității de a le cuprinde pe toate într-o schemă ideală. Petitjean (1989)¹⁴⁰ consideră că tipologiile discursului pot fi împărțite în trei clase: tipologii *enunțiative*¹⁴¹, tipologii *comunicaționale* și tipologii *situaționale*. Tipologia discursului se bazează adesea pe noțiunea de *formațiune discursivă*. Această noțiune este folosită în special de școala franceză de analiză a discursului¹⁴². Această noțiune a fost impusă în analiza discursului de Pêcheux¹⁴³ (1990: 102). El consideră că “orice formațiune socială”, caracterizată prin existența unui anumit raport între clasele sociale, implică existența “pozițiilor politice și ideologice, care nu sunt fapte ale individului, ci se organizează în formațiuni care antrenează raporturi antagoniste, de alianțe sau de dominare”. Aceste formațiuni ideologice includ “una sau mai multe formațiuni discursive legate între ele, care determină ceea ce poate sau trebuie să fie spus (articulate sub forma unei certe, a unei rugăciuni, a unui pamflet, a unei expuneri, a unui program etc.)”.

Această teză are consecințe la nivelul semantic, deoarece presupune “schimbarea sensului cuvintelor” la trecerea lor de la o formațiune discursivă la alta.

În analiza discursului, *formațiune discursivă* desemnează orice sistem de reguli care stabilesc unitatea unui ansamblu de enunțuri circumscrise într-un cadrul social și istoric. D. Maingueneau¹⁴⁴ consideră că vorbind despre formațiune discursivă spunem de fapt că “doar o parte din ceea ce se poate spune este accesibil, ceea ce se poate spune formează un sistem și delimitează o identitate” în cadrul unei societăți, într-un anumit context spațial și temporal.

Folosirea termenului *formațiune discursivă* este extrem de largă și se aplică:

- pentru conjuncturi istorice (discurs comunist, discurs al administrației, discurs științific, discurs al patronatului, discursul sindicatelor etc.);

- pentru poziționări “ideologice” marcate;
- pentru discursuri “concurente” într-un câmp discursiv (discurs politic, religios).

Formațiunile discursive sunt înțelese, în special, din două perspective:

1. concepția *contrastivă*, conform căreia formațiunea discursivă este privită ca un spațiu independent care se află în relație cu altele;
2. concepția *interdiscursivă*, pentru care o formațiune discursivă nu se constituie și nu se menține decât prin interdiscurs¹⁴⁵.

Actul prin care o formațiune discursivă se plasează într-un câmp discursiv și își marchează identitatea în raport cu alte formațiuni discursive se numește *poziționare*.

Formațiunea discursivă privită ca sistem de reguli se opune termenului suprafață discursivă (enunțuri atestate care aparțin acestei formațiuni discursive).

3.2.2. Genurile de discurs

Analiza discursului pune în evidență utilizarea cu sensuri diferite a termenilor *gen de discurs* și *tip de discurs*. Tendința generală pare a privilegia folosirea sintagmei *gen de discurs* pentru dispozitivele de comunicare definite socio-istoric: faptul divers, editorialul, consultația medicală, interogatoriul, mica publicitate, conferința universitară, raportul etc.

Diversitatea¹⁴⁶ genurilor de discurs este foarte mare de la genuri care ar putea fi caracterizate ca stabile (rugăciunea, conferința, rețeta etc.) la genuri foarte dinamice (jurnalul tv).

În concepția tradițională, se consideră genurile drept cadre în care se poate introduce un conținut care ar fi independent de acestea. Sub influența pragmaticei se consideră genurile mai mult activități¹⁴⁷ care nu pot avea o dezvoltare legitimă și “reușită¹⁴⁸” decât dacă sunt în conformitate cu regulile care le constituie.

Caracteristicile definitorii pentru un gen de discurs vizează:

- statutul colocutorilor;
- circumstanțele temporale și spațiale ale enunțării;
- suportul și modul de difuzare (suportul joacă un rol important în apariția și dezvoltarea unui gen: apariția microfonului a modificat predica religioasă, telefonul a modificat definiția conversației, epopeea este inseparabilă de recitare etc.) (vezi mediologie);
- temele care pot fi introduse;
- lungimea, modul de organizare a discursului etc.

Genul de discurs are o importanță decisivă în interpretarea enunțurilor deoarece acesta nu poate fi înțeles fără a-l raporta la un gen discursiv. “În fenomenul de înțelegere a vorbelor celuilalt, noi știm de la început, de la primele cuvinte, presimțind genul, ghicind volumul (lungimea aproximativă a unui tot discursiv), structura compozițională dată, prevăzând finalul, altfel spus, de la început, suntem sensibili întregului discursiv”¹⁴⁹.

3.2.2.1. Discurs prim, discurs fondator și discursul raportat

Din perspectivă cronologică și constitutivă, discursurile pot fi: *discurs prim (inițial)*, *discurs fondator* și *discursul raportat*.

a) Discurs prim și discurs fondator

Discurs fondator (discurs constitutiv)¹⁵⁰

⇒ Discurs care joacă un rol “fondator” în raport cu altele¹⁵¹.

⇒ Doar un discurs care se constituie prin tematizarea propriei constituirii este cel care joacă un rol fondator în relația cu celelalte discursuri. De exemplu, discursul creștin, poate pretinde că este un discurs fondator în raport cu altele prin instituirea unei legături cu revelația.

⇒ Orice discurs constitutiv este prins într-o rețea de relații conflictuale cu alte discursuri constitutive și mobilizează comunități discursive¹⁵² specifice, care generează înscrierea enunțurilor sale într-o memorie colectivă, într-o memorie culturală.

Discurs inițial/prim discurs

⇒ Termenul desemnează în sens strict textul care reprezintă sursa pentru alte discursuri.

⇒ Prin extensie, se vorbește de discurs inițial în cazurile în care există un decalaj cronologic și/sau calitativ între două discursuri: între o carte și recenzia sa, între Biblie și lucrări de interpretare a acesteia etc.

b) Discursul raportat¹⁵³

Acest termen surprinde de reprezentarea într-un discurs a unor elemente care aparțin unor surse diferite de emițător.

Discursul raportat se referă atât la tipologia tradițională: discurs direct¹⁵⁴, discurs indirect¹⁵⁵ și discurs indirect liber¹⁵⁶, cât și la fenomene ca: punerea între ghilimele, italice etc., la modalizare prin trimitere la un alt discurs (“după spusele lui x...”), la diversele forme de aluzie la discurs anterioare.

Unii cercetători¹⁵⁷ structurează câmpul conceptual al discursului raportat în conformitate cu axa de opoziție - discurs raportat în sens strict / modalizare în discurs secund.

Discursul raportat în sens strict se referă la cazul în care emițătorul are ca obiect al enunțului său un alt act enunțiativ (“Ion povestește că ești bolnav”).

Modalizarea în discursul secund se referă la prezentarea propriului enunț ca secundă în raport cu un alt discurs.

Modalizarea poate privi:

- adevărul/validitatea/credibilitatea conținutului din aserțiune (“Este bolnav, **dacă ar fi să ne luăm după spusele lui Vasile**”);
- folosirea unui cuvânt sau termen (“Sunt tufă, **cum se zice**”)

3.2.2.2. Discursul direct

Acest concept pune în evidență modul de funcționare al autonomiei: se folosesc cuvintele citate ale emițătorului sau raportorul “redă” enunțul ca atare:

“D. Carp vă spunea că în chestiunea Dunărei ne-a apărat Germania singură. Să-mi dați voie să-i spun că se înșală. Iată faptele! Când s-a strâns Conferința de la Londra, prima chestiune care s-a ridicat a fost: România să fie primită? Și atunci **citesc**: <<*Anglia, și până la un oarecare punct și Italia, au fost de părere ca România să fie inclusă în conferința de la Londra*>>. Ambasadorul Germaniei s-a opus <<*pentru că dându-i-se dreptul la vot, zise **exceleța sa**, i s-ar crea o poziție care n-ar fi de dorit... aceea de a putea zice veto după dorința sa*>>...” [Take Ionescu, *Generația sortită pentru fapta cea mare*; Discurs rostit în ședințele de la 16 și 17 decembrie 1915 la Camera Deputaților, în Ioan Adam; *Panteon regăsit. O galerie ilustrată a oamenilor politici români*, Editura 100+1 Gramar, București, 2000, p.166]

“Și atunci **mi-au zis**: <<*Ai dreptate, un singur lucru nădăjduim, că și în ceasul când s-ar ivi nevoia să alegeți, să fie astfel de împrejurări încât să alegeți în libertate, și să fiți și destul de tari ca să vă aduceți la îndeplinire alegerea d-voastră*>> (Aplauze prelungite)” [Take Ionescu, *Generația sortită pentru fapta cea mare*; Discurs rostit în ședințele de la 16 și 17 decembrie 1915 la Camera Deputaților, în Ioan Adam; *Panteon regăsit. O galerie ilustrată a oamenilor politici români*, Editura 100+1 Gramar, București, 2000, p. 168]

În discursul indirect, raportorul face apel la propriile cuvinte pentru a cita pe cineva, pentru a reformula:

“D. Carp vă spunea că în chestiunea Dunărei ne-a apărat Germania singură.” [Take Ionescu, *Generația sortită pentru fapta cea mare*; Discurs rostit în ședințele de la 16 și 17 decembrie 1915 la Camera Deputaților, în Ioan Adam; *Panteon regăsit. O galerie ilustrată a oamenilor politici români*, Editura 100+1 Gramar, București, 2000, p.166]

Adesea, discursul poate fi marcat de conotație autonimică în care se amestecă folosirea standard și uzajul autonom. Marcarea conotației se face prin ghilimele, italice etc. pentru a arăta comentarea expresiei lingvistice de care emițătorul se distanțează. Marcarea grafică subliniază raportarea la o altă sursă a enunțului.

“În trecut, România a fost aliată cu statele Triplei-Alianțe și a știut în același timp să susțină raporturi bune cu puterile Înțelegerii. Astfel ea a beneficiat de avantajul imoralității antebelice a “echilibrului european”. Acest echilibru a fost o realitate până la războiul mondial și problema granițelor României vechi nici că se putea pune în discuție din vreo parte, fără riscul unui război general.” [Alexandru Vaida-Voevod, *Problema frontierelor românești*, în Ioan Adam; *Panteon regăsit. O galerie ilustrată a oamenilor politici români*, Editura 100+1 Gramar, București, 2000, p.168]

3.2.2.3. *Opoziția reprezentări explicite ale discursului / reprezentări interpretative*

a) *Forme explicite:*

- discursul direct sau discursul indirect;
- formule ca “după (spusele lui) X”; “pentru a-l cita pe Y” (vezi eterogenitate);
- forme marcate lingvistic dar care necesită totuși o analiză interpretativă; de pildă., mărcile conotației autonimice nu indică sursa enunțului raportat; ceea ce îl poate face pe receptor să caute atât sursa, cât și motivul pentru care emițătorul s-a plasat într-o poziție “distanțată” de enunț.

b) *Formele interpretative propriu-zise* (discursul indirect liber, aluziile, citatele ascunse etc.) care nu sunt semnalate prin mărci. Este domeniul de predilecție al manifestării rolului cotextului, a culturii receptorului, al cunoașterii partenerului în interacțiune, al genurilor discursive, al încadrării într-un gen discursiv etc.

În general se admite că problematica discursului raportat este esențială pentru înțelegerea discursului, care, lucrând asupra altor discursuri reprezintă o negociere permanentă a propriei limite¹⁵⁸.

3.2.2.4. Discurs închis și discurs deschis

În funcție de **raportul dintre emițători și receptori**, discursurile pot fi: *discurs închis* și *discurs deschis*¹⁵⁹.

Discursul închis	Discursul deschis
pentru care există o coincidență calitativă și cantitativă între ansamblul emițătorilor și cel al receptorilor ¹⁶⁰ .	pentru care există o diferență mare calitativă și cantitativă între ansamblul emițătorilor și cel al receptorilor ¹⁶¹ .

3. 2.2.5. Discurs specializat și discurs nespecializat

După **domeniul în care sunt folosite**, distingem *discurs specializat* (care se poate atribui unui domeniu de specialitate) și *discurs nespecializat*.

Termenul *discurs specializat* se referă la modul în care limba este utilizată într-un domeniu de activitate. Astfel, există *discursul științific* (în sociologie, matematică, fizică etc.), *discursul tehnic* (de ex., în telecomunicații, petrochimie etc.), *discursul profesional* (în ramuri precum turismul, ceasornicăria, jurnalistica etc.). Unii autori¹⁶² consideră că discursul specializat poate include și discursul politic.

Discursul specializat reprezintă obiectul de studiu al lingvisticii aplicate. Cercetarea în acest domeniu privește în special lexicul, terminologiile, aspectele formalizate, “ritualizate” ale discurs.

3.2.3. Metadiscurs, intradiscurs și interdiscurs

Din perspectiva **relațiilor ce se pot stabili în și între discursuri** se poate vorbi despre *metadiscurs*, *intradiscurs* și *interdiscurs*.

Aceste concepte caracterizează starea discursului care se află într-un continuu proces de negociere în cadrul unui spațiu saturat de cuvintele și enunțurile celorlalți.

Metadiscursul este un fenomen caracteristic atât interacțiunilor verbale spontane, cât și discursurilor elaborate fie orale, fie scrise.

Reprezentarea discursului ca un ansamblu format din două universuri distincte, unul interior –al intradiscursului și unul exterior – al interdiscursului- poate fi făcută doar dintr-o perspectivă teoretică. În realitate, intradiscursul și metadiscursul se intersectează cu interdiscursul, așa cum se poate vedea în cadrul dialogismului sau al eterogenității constitutive.

Metadiscurs ¹⁶³	Interdiscurs ¹⁶⁴	Intradiscurs
Se referă la posibilitatea pe care o are locutorul de a-și comenta enunțul chiar în cadrul enunțării sau poate avea ca obiect și discursul partenerului, pentru a-l confirma ¹⁶⁵ sau a-l reformula.	Desemnează relațiile discursului cu ansamblul unităților discursive. În funcție de tipul dominant de relație interdiscursivă ¹⁶⁶ se pot delimita - discursuri citate, - discursuri anterioare (de același gen), - discursuri contemporane aparținând unor genuri diferite.	Desemnează conceptul opus <i>interdiscursului</i> și se referă la relațiile ce se stabilesc între elementele constitutive ale unui discurs.

Tabelul de mai sus trebuie completat cu următoarele precizări:

1) *Principalele funcții ale metadiscursului* sunt:

- de corectare
- autocorectare (*am vrut să spun...mai exact...*)
- de corectare a celuilalt participant al interacțiunii verbale (*vrei să spui de fapt că...*)
- de marcare a inadecvării anumitor cuvinte (*dacă se poate spune așa...într-un anume fel...*)
- de a elimina de la început (“din start”) o eroare de interpretare (*în sensul propriu al termenului...metaforic vorbind...în toate sensurile cuvântului...*)
- de a formula scuze (*dacă îmi pot permite să spun asta...nu-mi vine cuvântul...*)
- de a reformula anumite enunțuri (*altfel spus...în alți termeni...*)

2) Urmele interdiscursului în intradiscurs se regăsesc la nivelul preconstructului (vezi în continuare). Preconstructul este astfel asociat unei teze esențiale a Școlii franceze, aceea a existenței unei “disimulări” a interdiscursului prin discurs.

3.2.4. Eterogenitatea discursului

Principala caracteristică a unui discurs pare a fi *eterogenitatea* sa. Un discurs nu este aproape niciodată omogen; el amestecă diverse tipuri de secvențe, lasă să transpară sub nenumărate forme subiectivitatea emițătorului. Metadiscursul este o formă de manifestare a eterogenității enunțiative. Aceasta îmbracă două forme: *eterogenitate manifestă* (sau reprezentată) și *eterogenitatea constitutivă*¹⁶⁷:

Eterogenitate manifestă	Eterogenitate constitutivă
⇒ Corespunde unei prezențe detectabile a unui discurs în altul de-a lungul textului. ⇒ Formele marcate ale eterogenității (explicite) sunt semnalate de o manieră univocă: discurs direct, discurs indirect, ghilimele, glose¹⁶⁸ și indică un dezacord între emițător și spusele sale. ⇒ Formele nemarcate ale eterogenității care sunt identificabile pe baza indicilor textuali diverși sau grație culturii interlocutorului (discurs indirect liber, aluzii, ironie, pastişă etc.).	⇒ Discursul este dominat de interdiscurs¹⁶⁹. ⇒ Problematika eterogenității constitutive este privită diferit de diverși cercetători¹⁷⁰: - Bahtin consideră că este manifestarea unui dialogism generalizat (cuvintele sunt întotdeauna cuvintele altuia, discursul este țesut prin discursul altuia); - Pêcheux (1975: 146)¹⁷¹ se referă la psihanaliză și la concepția lui Althusser¹⁷² a ideologiei bazate pe primatul interdiscursului asupra oricărei formațiuni discursive; - Authier-Revuz (1982) face referire la psihanaliza lui Lacan¹⁷³: subiectul este în mod ireductibil “sfâșiat” de inconștient, dar el trăiește în cadrul iluziei necesare a autonomiei conștiinței și a discursului său; - D.Maingueneau (1984: 30-34) consideră că identitatea unei formațiuni discursive este una și aceeași cu relația sa cu formațiunile discursive prin care își construiește identitatea¹⁷⁴.

4. UNIVERSUL DISCURSULUI

4.1. PRINCIPALELE ELEMENTE ALE UNUI DISCURS

4.1.1. Câmpul discursiv

Universul discursului poate fi văzut ca un ansamblu de discursuri care interacționează la un moment dat. Acest univers poate fi decupat în câmpuri discursive distincte, cum ar fi diferite școli filosofice sau curente politice care se confruntă, explicit sau nu, într-o anumită conjunctură¹⁷⁵.

Câmpul nu este o structură statică, delimitată ci un ansamblu dinamic care-și poate schimba configurația. Un câmp nu are o organizare omogenă: există întotdeauna elemente dominante și elemente subordonate, poziții centrale și periferice¹⁷⁶.

Câmpul poate include *subcâmpuri*, de exemplu, în interiorul unui curent politic se poate înregistra o confruntare între diferite discursuri care urmăresc să dețină monopolul legitimității enunțiative sau controlul comunicării. Deoarece este dificil de realizat o investigare exhaustivă a unui câmp discursiv, analiza discursului urmărește cel mai adesea studiul subcâmpurilor/spațiilor discursive¹⁷⁷.

4.1.2. Practica discursivă

Termenul “practică discursivă” este folosit pentru a sublinia faptul că discursul este o formă de acțiune socială¹⁷⁸.

Pentru Foucault¹⁷⁹ practica discursivă reprezintă “...un ansamblu de reguli anonime, istorice, întotdeauna determinate în timpul și în spațiul care au definit, pentru o arie socială, economică, geografică sau lingvistică dată, condițiile de exercitare a funcției enunțiative”¹⁸⁰.

Unii autori¹⁸¹ atribuie simultan acestui termen sensul de conținut, mod de organizare umană și rețea specifică de circulație a enunțurilor¹⁸².

4.1.3. Memoria discursivă

Faptul că o interacțiune verbală se desfășoară în timp determină construirea progresivă a unei memorii intertextuale: în fiecare moment discursul poate trimite la un discurs precedent. Aceasta reprezintă o proprietate intrinsecă a anumitor tipuri de discursuri (matematic, filozofic etc.). Cossuta (1989: 218) arată că, pentru domeniul filozofiei, de exemplu, lectorul trebuie în mod constant să reconstituie “lanțurile” care trimit la alte texte și/sau să reia continuu definițiile pentru a putea înțelege semnificația unui pasaj. În același timp însă, discursul este de asemenea “copleșit” de memoria altor discursuri¹⁸³.

Analiza conversațională¹⁸⁴ recurge la noțiunea de istorie conversațională al cărei sens s-ar putea reda astfel: fiecare interacțiune nu este de fapt decât un episod dintr-un sistem mai vast, acela al suitei, șirului de interacțiuni care au avut deja loc între participanții la actul comunicational.

Maingueneau (1984: 131) precizează că fiecare formațiune discursivă este prinsă într-o “memorie dublă”. Simultan sau în succesiune, o formațiune discursivă are o memorie externă prin plasarea sa în șirul unor formațiuni discursive anterioare. De-a lungul timpului ea este investită cu o memorie internă care se realizează prin enunțurile produse înainte în cadrul aceleiași formațiuni discursive.

Altfel spus discursul se sprijină pe tradiție dar își creează în timp propria tradiție.

Se poate considera că anumite discursuri au o relație privilegiată cu memoria. Astfel, discursurile literare, religioase, juridice...sunt hărăzite a suscita “cuvinte care le reiau, le transformă sau vorbesc despre ele”¹⁸⁵.

4.1.4. Cunoașterea enciclopedică

Pentru a înțelegerea unui enunț trebuie puse în acțiune două componente:

- *competența lingvistică*;
- *cunoașterea enciclopedică* (cunoașterea lumii extralingvistice).

În enunțul “Ion a vizitat America”, cunoașterea enciclopedică ne permite să determinăm la ce se referă *Ion* și *America* și nu cunoștințele de gramatică sau de vocabular [vezi “script”].

Cunoștințele enciclopedice variază de la individ la individ și sunt deschise (ele se îmbogățesc în mod continuu).

4.1.5. Scriptul¹⁸⁶

Este un concept împrumutat din domeniul inteligenței artificiale (AI) și introdus în analiza discursului pentru a structura cunoașterea enciclopedică¹⁸⁷.

Interpretarea celor mai multor enunțuri presupune de fapt cunoașterea șirului de acțiuni stereotipe verbale care se referă la un domeniu de activitate, care este înțeles dintr-un anumit punct de vedere. De exemplu, scriptul “a lua avionul”, din punctul de vedere al călătorului, presupune cumpărarea biletului, deplasarea la aeroport, înregistrarea bagajelor etc. Pentru a înțelege un enunț banal ca: “*Am rămas la aeroport. Viza mea era expirată*”¹⁸⁸, trebuie să știi că înainte de a se urca în avion se trece prin filtre ca *vama*, *check in*, se arată pașaportul, se verifică viza, se aplică o ștampilă pe pașaport etc.

Stabilirea scriptului se lovește de o dificultate aparent insurmontabilă: imposibilitatea limitării cantității de informație necesară.

Cunoașterea unui script permite înțelegerea în cadrul unui text:

- a relațiilor temporale între diverse acțiuni;
- definirea actorilor;
- definirea obiectelor etc.

De asemenea, cunoașterea scriptului permite, anticiparea unor fenomene și/sau umplerea unor lacune ale textului. Pentru aceasta sunt necesare următoarele operații:

- recunoașterea unui script relevant;
- identificarea acțiunilor indicate într-un text prin raportare la acest script;
- umplerea lacunelor (stabilirea etapelor lipsă).

4.1.6. Scena și scenografia

În analiza discursului din spațiul francofon¹⁸⁹, noțiunea de *scenă* este folosită constant pentru a se referi la maniera în care discursul construiește o reprezentare din propria sa situație de enunțare.

4.1.7. Paraverbalul (paralingvisticul)

În cadrul fluxului de semne al unei interacțiuni se disting atât materialul verbal (lingvistic), cât și materialul paraverbal (paralingvistic)¹⁹⁰: înălțime a tonului, intensitate articulatorie, pauze, suspine etc. Domeniul paraverbal și cel verbal alcătuiesc un ansamblu care se opune non verbalului (apariție fizică, atitudine, distanță, gesturi, priviri etc.)

Este dificil de realizat o separare netă între verbal și paraverbal. Intonația, de exemplu, are adesea un rol în organizarea sintactică și determină interpretarea (cum ar fi spre ilustrare, în cazul unui ordin sau a unei întrebări). De altfel, pentru multe producții vocale (*eh, mmh...*) nu se poate spune cu certitudine dacă avem de-a face cu verbal sau paraverbal. (Totul depinde de definiția domeniului verbal – dacă acceptăm sensul acestuia ca “tot ce se poate transcrie în cuvinte”¹⁹¹).

4.1.8. Mediologie/mediologic

Analiza discursului, urmând teoriile moderne ale comunicării¹⁹², postulează imposibilitatea separării “conținutului” discursului de “canalul/medium-ul” lui¹⁹³. Debray (1991:14)¹⁹⁴ a propus constituirea unei discipline noi, mediologia, care să studieze relațiile existente între condițiile mediatice și difuzarea¹⁹⁵ ideilor “medierile prin care o idee devine forță materială”.

Chiar dacă mediologia nu s-a constituit ca o disciplină autonomă, luarea în considerare a dimensiunii mediologice este esențială în analiza discursului. Modul de existență materială și modul de difuzare a unui discurs nu sunt “ingrediente” care se adaugă discursului ci intervin în constituirea acestuia: nu se poate separa ceea ce este spus de condițiile materiale și instituționale ale enunțării.

Comunicarea verbală prin canale multiple reprezintă un termen introdus în analiza discursului pentru a sublinia faptul că interacțiunea verbală este un sistem multicanal¹⁹⁶ la care subiectul participă în continuu, cu voia sau fără voia lui, prin cuvinte, posturi, distanță, vestimentație etc.

Termenul se aplică și domeniului scris în care hârtia, caracterele tipografice, ilustrațiile etc. joacă un rol esențial în interpretarea discursului. (vezi „paratext”). Analiza discursului are de rezolvat două probleme extrem de sensibile: pe de o parte, problema armonizării rolurilor acestor canale diferite în cadrul unei interacțiuni și, pe de altă parte, problema notării/transcrierii fenomenelor simultane care aparțin unor canale diferite în vederea evaluării.

4.1.9. Paradigmă definițională vs paradigmă de desemnare

Discursul care-și propune transmiterea cunoștințelor (mediatic, în special) poate fi studiat din perspectiva lui Mortureaux (1993) prin delimitarea în cadrul unui corpus determinat¹⁹⁷ a două tipuri de paradigme:

1) Paradigma definițională	2) Paradigma de desemnare
⇒ grupează definițiile, parafrazele, glosele unui termen; ⇒ elementele acestei paradigme sunt semnalate prin elemente ca “<i>a numi, a semnifica, cu alte cuvinte...adică etc.</i>”; ⇒ paradigma definițională presupune o explicitare a echivalenței dintre termeni.	⇒ rezultă din anaforalele lexicale în care o unitate este reluată de alta considerată drept sinonimă¹⁹⁸; ⇒ nu este clar delimitată; ⇒ apare, mai ales, în discursul de vulgarizare; ⇒ studiul lor este interesant pentru analiza discursului mediatic, politic, publicitar etc.

4.1.10. Relevanța/pertinența

Acest concept¹⁹⁹ joacă un rol important în analiza discursului. Un sens al termenului caracterizează relația dintre un enunț și situația în care acesta se înscrie: *pertinent* este enunțul adecvat contextului său (care este produs de un locutor adecvat care se adresează unui locutor care este adecvat într-un moment și loc care sunt adecvate)²⁰⁰.

Sperber și Wilson (1989) au dezvoltat o teorie a comunicării în cadrul căreia conceptul de *relevanță* ocupă un loc central. Pentru ei, a comunica presupune o intenție de schimbare a

contextului de enunțare. Aceasta se realizează mai ales cu ajutorul inferențelor pe care le face coemițătorul punând în interacțiune noile informații aduse de enunț cu informațiile deja avute. Cu cât informațiile pe care le aduce un enunț conduc la o modificare a contextului, cu atât acest enunț este mai relevant. Pe de altă parte, un enunț care aduce o informație legată de context dar deținută deja de participanții la schimbul verbal nu va avea relevanță. Un enunț nerelevant poate a se dovedi relevant dacă este destinat realizării unei inferențe la nivelul subînțelesului partenerului, de ex. faptul că o conversație a durat cam mult. Principiul relevanței, conform căruia “o informație comunicată este dotată cu o garanție de relevanță” [Sperber și Wilson (1989:7)], reglează ansamblul comunicării. Ghidat de acest principiu, coemițătorul tinde să trateze cât mai eficient posibil informația cea mai relevantă dintre cele pe care le are la dispoziție: ”Cerând atenția celuiilalt, orice comunicator lasă să se înțeleagă că mesajul său este relevant. Sarcina destinatarului este atunci de a construi o interpretare a mesajului în stare/adecvată să confirme acesată presuposiție a relevanței ”.

4.2. UNIVERSUL INTERIOR

4.2.1. Preconstructul

Termenul *preconstruct*²⁰¹ se referă la acea dimensiune a discursului pe care acesta se sprijină, pe care o prezintă ca firească și care se sustrage aserțiunilor emițătorului. Preconstructul are o deschidere mult mai largă decât cea a termenului *presuposiție* pe care îl integrează; de exemplu, preconstructul privește anumite enunțuri anterioare din cadrul aceleiași formațiuni discursive sau dintr-o formațiune adversă.

Preconstruct este o noțiune care acoperă “urmele elementelor discursive anterioare într-un discurs, *urme* (subl.ns.) de care emițătorul a uitat”²⁰².

Acestor li se atribuie un efect de evidență pentru subiect:

- grupuri nominale cu articole hotărâte: *patronatul, sindicatul, proletariatul etc.*
- apozitii: SUA, care este țara drepturilor omului, trebuie să...
- nominalizări: *reducerea/scăderea șomajului, creșterea economiei, cursa înarmărilor etc.*

Într-o perspectivă mai largă, preconstructul este ceea ce discursul pretinde a purta în el și ceea ce aduce la suprafață. Unitatea de semnificație pe care discursul o construiește plecând de la preconstruct se folosește pentru a desemna orice conținut admis de către o colectivitate, și, în acest caz, termenul interferează și/sau se suprapune cu termeni precum: prejudecată, stereotip, topoi, script etc.

4.2.2. Implicitul

Domeniul implicitului se referă la conținuturile care nu constituie în principiu obiectul enunțării dar care apar prin conținuturile explicite. [vezi și “presupoziție”, “inferență”, “subînțeles”]

Se disting: *implicitul semantic* (atașat materialului lingvistic) și *implicitul pragmatic* (interlocutorul pune în relație enunțul și contextul său făcând apel la legile discursului).

Problematica implicitului se leagă de actele de limbaj indirecte și de figurile semantice (tropi).

Forța ilocuționară a unui enunț poate fi comunicată indirect prin intermediul implicitului.

Implicitul *poate fi codificat/înscris în limbă* (de ex., în enunțul “*Vrei să închizi ușa?*”, unde *vrei* determină automat interpretarea întrebării ca o cerere);

Implicitul *poate rezulta din context*, adică să fie un subînțeles (de ex., afirmația cuiva “*Este cald*” poate fi un mod de a cere permisiunea de a se dezbrăca).

Retorica clasică vede în tropi figurile cu schimbare de sens (metafora, metonimia, sinecdoca, hiperbola, litota, ironia etc.). Implicitul apare acolo unde există o opoziție între sensul literal și cel figurat, la nivelul interlocutorului. Unii cercetători²⁰³ arată că ceea ce este remarcabil la figurile semantice este faptul că sub presiunea unui context specific se realizează “conversia unui conținut derivat în conținutul denotat”. Sensul literal nu dispare, ci se plasează în plan secund.

4.2.3. Presupoziția

Presupoziția reprezintă una dintre cele două mari forme ale implicitului, și anume cea care este înscrisă în structura lingvistică²⁰⁴. În mod tradițional, presupozitia se definește cu ajutorul unui test de negație: “O frază p presupune o frază q, dacă q rămâne adevărată atunci când p este negată. Presupozitiile lui p reprezintă ansamblul de fraze Q, al căror adevăr nu poate fi pus în discuție prin negarea lui p”²⁰⁵.

Astfel, în enunțul “Ion a încetat să bea” se spune că propoziția “Ion bea mai demult” este presupusă, deoarece se poate face o inferență în egală măsură asupra ei plecând de la “Ion nu a încetat să bea”.

La fel, în “Ion a văzut Muzeul Brâncuși la Hobița”, presupoziția existențială “Există un Muzeul Brâncuși la Hobița” se sustrage negației.

Există, de asemenea, presupoziții legate de organizarea tematică a enunțurilor:

“Ion a făcut turul României cu bicicleta” poate avea două teme:

1) presupoziția *Ion a făcut turul României* (tema pusă: cu bicicleta)

sau

2) presupoziția *Ion a făcut ceva cu bicicleta* (tema pusă: turul României).

Acest tip de presupoziții nu este înscris în enunț, el depinde de maniera în care se dezvoltă textul.

Deoarece prin negarea enunțului nu sunt atinse presupozițiile, ne putem servi de presupoziții pentru a introduce prin zona conținuturilor ceea ce se pretinde a se sustrage contestării (vezi preconstruct). Astfel, în desfășurarea discursului, nu se poate atribui o înlănțuire pe presupoziții, ci numai pe ceea ce este temă prezentă în discurs²⁰⁶.

Ducrot (1984:232) propune o interpretare polifonică a presupozițiilor, considerând că responsabilitatea presupozițiilor nu este atribuită locutorului, care, în schimb își asumă direct cele spuse, ci unei instanțe de enunțare anonimă, la care s-ar putea “afilia” subiectul vorbitor.

Întrebarea legitimă este ce statut se poate acorda enunțurilor ale căror presupoziții sunt false: sunt într-adevăr false sau scapă controlului, evaluării?

Și statutul presupozițiilor este discutabil, el depinde de conținuturi și de condițiile de folosire a enunțului. Ducrot (1972: 91) consideră că ”a presupune un anumit conținut înseamnă a plasa acceptarea acestui conținut drept condiție a unui dialog ulterior” (accentul este pus pe activitatea emițătorului, care, prin discursul său, caută să-l “închidă” pe receptor, să-l îngrădească, să-i reducă “gradele de libertate” ale interpretării etc.).

Pe lângă presupozițiile înscrise în enunț se poate vorbi și despre *presupozițiile pragmatice*, care sunt atașate enunțării discursului. Aceasta înseamnă că un act de limbaj pe care enunțul pretinde

a-l îndeplini depinde de anumite condiții de realizare. De exemplu, simplu fapt de a pune o întrebare presupune, din punct de vedere pragmatic, că emițătorul nu cunoaște răspunsul, că acesta prezintă interes pentru el, că se gândește că partenerul la interacțiunea verbală ar putea să-l dețină, că acest partener poate să se exprime etc. Și la acest nivel, partenerul poate contesta presupuziția, prin agresivitate (afișată prin intermediul unor forme diverse): “*De ce întrebi asta? Parcă nu ai ști deja!*”

4.2.4. Subînțelesul

Spre deosebire de presupuziție, *subînțelesul* reprezintă un conținut pragmatic implicit, adică inferențe scoase din context de către partener cu ajutorul raționamentului mai mult sau mai puțin spontan care se sprijină pe principiile (legile discursului) care dirijează activitatea discursivă.

În schimbul verbal următor: A: *Vii la discotecă?* B: *Mama e bolnavă*, răspunsul B încalcă legile discursului care prescriu ca răspunsul să fie adecvat întrebării. Locutorul A va presupune de aici că B respectă totuși această regulă și că răspunsul său este destinat a livra un conținut implicit - de exemplu, că B nu va merge la discotecă fiindcă trebuie să se ocupe de mama sa. Locutorul A face deci o *inferență*, mobilizează un subînțeles, în sensul etimologic al termenului. Aceasta se poate realiza deoarece fiecare dintre parteneri postulează faptul că celălalt cunoaște (intuitiv) legile discursului și știe că și partenerul său le cunoaște.

Subînțelesul are deci trei caracteristici:

- existența sa este legată de un context particular;
- este descifrat grație calculului procesării partenerului
- emițătorul poate oricând să-l recuze, refugiindu-se în spatele sensului literal.

Acest tip al implicitului a fost teoretizat de Grice (1975), care l-a denumit *conversational implicature* (vezi implicatură).

Există și alte tipuri de subînțeles. Récanati (1981: 146) distinge trei forme:

- a lăsa să se înțeleagă,
- a da să se înțeleagă,
- a subînțelege.

4.2.5. Inferența

Operația logică de trecere de la un enunț la altul, în care ultimul enunț este dedus din primul, cunoaște în analiza discursului două forme principale:

Inferență legată de implicitul semantic și pragmatic	Inferență legată doar de implicitul pragmatic
Se desemnează propozițiile implicite pe care interlocutorul le poate deduce dintr-un enunț, sprijinindu-se pe acest enunț sau pe alte informații luate din contextul enunțării.	Este legată de implicitul care depinde de un anumit context de enunțare (<i>vezi</i> presupoziție, subînțeles).

4.2.6. Implicatura

Implicatura este un concept introdus de H. P. Grice pentru a desemna un tip de deducție pragmatică. Se disting două categorii de implicatură:

Implicaturi convenționale	Implicaturi conversaționale
Desemnează un grup de presupoziții asociate, în cadrul unui comportament convențional, cu uzul anumitor forme lingvistice ²⁰⁷ .	⇒ Se bazează pe luarea în considerare a naturii cooperative a schimburilor verbale. ⇒ Reprezintă strategii conversaționale curente, folosite pentru a transmite mai mult sau chiar altceva decât exprimă literal enunțurile ⇒ Pot fi: - <i>standard</i> (se bazează pe capacitatea interlocutorului de a amplifica prin deducții cele spuse în interacțiunea verbală și pe respectarea maximelor conversaționale); - <i>non-standard</i> (figurile de stil, bazate pe încălcarea intenționată a unor maxime conversaționale²⁰⁸).

5. “ACTORII” DISCURSULUI

5.1. SUBIECTIVITATE ȘI ETHOS

5.1.1. Subiectivitatea

Subiectivitatea poate fi înțeleasă mai bine prin introducerea unei distincții între un *sens larg* și unul *restrâns*.

5.1.1.1. Subiectivitatea în *sens larg*

În *sens larg*, *subiectivitatea* se referă la prezența, marcată prin indici lingvistici speciali, a locutorului în enunț. E. Benveniste numește toți acești indici “indicatori de subiectivitate”. Printre cei mai importanți indicatori ai subiectivității se numără ambreiorii. Un *ambreior*²⁰⁹ este o unitate lingvistică a cărei valoare referențială depinde de mediul spațio-temporal al ocurenței sale. De exemplu, “eu” este un ambreior deoarece referentul său este identificat cu individul care, la fiecare ocurență, în fiecare eveniment enunțativ se găsește în situația de a spune “eu”. Această categorie acoperă în special:

- persoanele lingvistice (eu-tu);
- demonstrativele (această carte, acela etc.);
- timpurile verbale (trecut, prezent, viitor).

Din punctul de vedere al analizei discursului, ambreiorii permit

- opunerea enunțurilor care își organizează reperajele în funcție de situația de enunțare;
- opunerea enunțurilor care își organizează reperajele printr-un joc al trimiterilor interne în cadrul enunțului.

Regăsim aici distincția tradițională plan ambreiat/plan non ambreiat, introdusă de Benveniste (1966) între discurs și “istorie/povestire”²¹⁰. Din această perspectivă, restrângerea aplicării noțiunii de discurs la enunțurile cu ambreiori este neadecvată, pentru că exclude din câmpul

discursului enunțurile fără ambreiori. Pentru a rezolva această problemă, D. Maingueneau (1993) a propus distincția dintre *planul ambreiat* (ex-discursul) și *planul non ambreiat* (ex-povestirea). În acest caz, termenul povestire este atribuit enunțurilor non-ambreiate narative. Astfel, definiția de dicționar, proverbul etc., care sunt lipsite de ambreiori, aparțin planul non-ambreiat, dar nu povestirii.

Prezența locutorului în enunț este mai mult sau mai puțin vizibilă. Există o gradație evidentă între textele saturate de subiectivitate enunțiativă și textele în care prezența locutorului tinde să se șteargă. “Urmele” lingvistice ale acestei subiectivități sunt multiple. Kerbrat-Orecchioni²¹¹ (1980:32) a propus ca aceste urme să fie numite *subiectiveme*.

Domeniul ambreiorilor trimite la problema unui punct de reperaj al expresiilor care se referă la realitatea extralingvistică. Ambreiorii (de persoană, de timp, de loc) indică faptul că enunțul este reperat prin raportare la evenimentul care constituie actul de enunțare al subiectului vorbitor.

Se poate face astfel distincția dintre:

- reperaje *subiective* („ieri”, „aici”);
- reperaje *obiective* („23 ianuarie 1960, la București”).

5.1.1.2. Subiectivitatea în sens restrâns

În sens restrâns, *subiectivitatea* se referă numai la acei indici care introduc în enunț sentimentele și atitudinea subiectului vorbitor cu privire la conținutul enunțului. În această accepție, se disting două tipuri de subiectivitate:

- *afectivitatea*, ca manifestare în enunț a sentimentelor locutorului (vezi afectiv, afectivitate);
- *modalitatea*, ca manifestare în enunț a atitudinii, a evaluării, a aprecierii subiective realizate de locutor (vezi apreciativ, modalizare).

Problema cuvintelor care sunt “purtătoare” de sens în domeniul evaluării trimite la termenii *peiorativi*²¹² și *ameliorativi*²¹³, care permit exprimarea unor judecăți de valoare implicite. În cazul verbelor care introduc discursul raportat, judecățile explicite sunt adesea mascate: “*a pretinde că...*” presupune că propoziția introdusă este neadevărată, “*a mărturisi că...*” presupune că se referă la ceva de blamat etc.

Kerbrat- Orecchioni (1980:84) le distribuie în două clase:

Afective ²¹⁴	Evaluative
⇒ exprimă simultan atât proprietatea unui lucru, fenomen etc., cât și reacția emoțională a emițătorului (<i>formidabil, nostim, emoționant, genial</i> etc.); ⇒ cuvintele afective sunt numeroase în special în domeniul adjectivelor.	⇒ Pot fi: - <i>evaluative non axiologice</i>, care presupun o evaluare în spiritul unei norme (<i>mare, cald, suplu</i> etc.) dar nu și o judecată de valoare; evaluarea tinde să se încadreze în percepția normală a realității extralingvistice - <i>evaluative axiologice</i>, care adăugă aprecierii medii în spiritul normei o judecată de valoare cu sens pozitiv (<i>frumos</i>) sau negativ (<i>derizoriu</i>).

În încheiere, trebuie subliniat faptul că aceste mărci ale subiectivității sunt înscrise în limbă dar, în planul discursului, în condițiile unei focalizări contextuale, se poate întâmpla ca termeni neutri în general, *a priori*, să-și schimbe valoarea și să capete sensuri pozitive sau negative.

5.1.2. Ethos-ul

Noțiunea de *ethos*, propusă de Aristotel (*Retorica*: 1378), se referă imaginea despre sine pe care o propune implicit oratorul în și prin discursul său. La crearea acestei imagini contribuie modul în care oratorul vorbește (intonații, gesturi, ținuta etc.). Credibilitatea oratorului nu se afirmă, ci se arată prin discurs.

Ducrot (1984: 200) reformulează din perspectivă pragmatică această noțiune: în cadrul *ethos*-ului avem de-a face cu personajul care vorbește, și nu cu individul considerat independent de actul enunțării sale.

Analiza discursului folosește noțiunea de *ethos* în special pentru a susține o direcție de cercetare opusă celei structuraliste. *Ethos*-ul se referă la asumarea responsabilității discursului de către orator.

D. Maingueneau [1984, 1991, 1993] consideră că orice discurs, oral sau scris, presupune cu necesitate prezența *ethos*-ului, care propune o anumită imagine a oratorului drept garant al discursului:

- *vorbele* oratorului fac parte dintr-un sistem global (modul de mișcare, de a se îmbrăca, de a intra în relație cu ceilalți etc.);
- oratorului i se atribuie un *character*, un ansamblu de trăsături psihologice (sever, simpatic, arogant, jovial etc.);
- oratorului i se atribuie o *corporalitate* (un ansamblu de trăsături fizice și vestimentare).

Autorul consideră că cele două trăsături, *character* și *corporalitate*, sunt inseparabile și se sprijină pe stereotipuri evaluate pozitiv sau negativ în cadrul unei colectivități în care are loc enunțarea²¹⁵.

Ethos-ul nu poate fi izolat de ceilalți parametri ai discursului, deoarece contribuie într-un mod decisiv la legitimarea acestuia. Astfel, diferențele între genuri de discurs sau între poziționări diverse din același câmp discursiv nu sunt numai o problemă de conținut ci, în special, de *ethos*: de exemplu, un anumit discurs politic implică un *ethos* profesoral, altul implică un *ethos* elitist sau din contră, populist.

5.2. „ACTORII” COMUNICĂRII DISCURSIVE

5.2.1. Subiectul vorbitor, locutorul și emițătorul

Termenii folosiți în analiza discursului pentru a-i desemna pe participanții la o interacțiune verbală sunt adesea marcați de imprecizie. În acest capitol vom încerca să realizăm delimitări utile pentru înțelegerea acestor termeni.

Locutor este un termen folosit adesea ca sinonim²¹⁶ al lui *emițător*. Ducrot (1984:VIII) introduce distincția dintre *subiect vorbitor*, *locutor* și *emițător*.

Subiectul vorbitor reprezintă o ființă empirică, individul care realizează din punct de vedere fizic enunțul (îl enunță). *Locutorul* este o ființă a discursului, instanța căreia îi revine responsabilitatea discursului. Astfel, în discursul direct subiectul vorbitor nu ia asupra sa sarcina discursului citat, dar ia în considerare aserțiunea că cineva a spus cuvintele raportate. De asemenea, în discursurile-ecou, unde se reiau cuvintele interlocutorului²¹⁷, subiectul vorbitor nu este prezentat ca responsabil de enunțul ecou. În cazul discursurilor ambreiate este vorba de absența reponsabilității, prin ștergerea totală a oricărui locutor.

Din punctul de vedere al lui Ducrot, diferența dintre *locutor* și *emițător* este mai puțin clară. Această diferență este destinată a acoperi fenomenele de lipsă a responsabilității mai subtile, precum ironia și negația polemică. În ironie, de exemplu, locutorul este responsabil de “cuvinte” dar nu și de “punctele de vedere” pe care le susține enunțul: aceste puncte de vedere ar fi atribuite unui personaj, emițătorul, adus în scenă de enunțarea ironică.

5.2.2. Coemițătorul

Termenul²¹⁸ a fost introdus de lingvistul A. Culioli, în locul termenului *receptor/destinatar*, pentru a sublinia că cei doi parteneri joacă un rol activ și enunțarea este de fapt coenunțare.

Astfel, când emițătorul vorbește, coemițătorul comunică de asemenea: el se află prins într-un joc în care încearcă să se pună în locul emițătorului pentru a interpreta enunțurile și a-l influența constant prin reacțiile sale.

Pentru a face mai clară funcționarea acestui complicat mecanism care este coenunțarea, vom trece în revistă câțiva termeni-cheie.

5.2.2.1. Reglatorul

Ansamblu de elemente care contribuie la acest joc în comunicare este descris de termenul *reglator*. Termenul este folosit în analiza conversațională pentru a desemna “contribuțiile lingvistice ale receptorului care nu provoacă întreruperea vorbirii locutorului principal”²¹⁹. Aceste elemente: *ah bine, da ...da, ia te uită! Hm..hm* fac parte dintr-o activitate numită de Cosnier²²⁰ (1985) *reglare*, activitate prin care receptorul/partenerul indică faptul că ascultă, înțelege, ia în considerare cele spuse; altfel spus, că își joacă rolul de partener la interacțiunea verbală. Semnalele care aparțin acestei funcții aparțin și domeniului non-verbal: mișcările (aprobatoare sau nu) de cap, surâsurile, mișcările globilor oculari, schimbarea posturii corpului etc. Tipologia reglatorilor²²¹ distinge:

- reglatori *verbali* (*ia te uită, așa deci...*), care sunt reperabili ca unități ale limbii;
- reglatori *vocali* (*mmm, hmm*), emisii sonore în care nu se pot identifica unități lingvistice

Acești reglatori au următoarele funcții:

- a încuraja locutorul să continue;
- a indica dificultăți de înțelegere a discursului;
- a semnaliza intenția receptorului de a se “înscris la cuvânt” sau a pune punct interacțiunii verbale etc.

5.2.2.2. Elementele fatiche

Unii cercetători consideră reglatorii drept o categorie mai largă care include atât reglatorii, cât și elementele *fatiche*. Antropologul Malinowski (1923) a introdus noțiunea de “comunicare fatică” pentru acele utilizări ale discursului care au drept scop esențial menținerea legăturii sociale (schimbările asupra stării vremii²²², salutări²²³, complimente²²⁴...): ”Un tip de discurs în care legăturile de unire sunt create de un simplu schimb de cuvinte”²²⁵. În această direcție, R. Jakobson²²⁶ (1963:217) a făcut din “funcția fatică” una dintre funcțiile limbajului: ”stabilirea și menținerea comunicării”.

Problema comunicării fatice revine în prim plan în studiile de etnografie a comunicării și în cele ale analizei conversaționale. Unii autori²²⁷ folosesc termenul fatic în legătură cu “ansamblul de procedee de care se folosește un vorbitor pentru a-și asigura ascultarea din partea destinatarului”. Aceste fatice nu sunt în mod necesar de natură verbală (*vezi, nu e așa?, ha?*), ci pot aparține domeniului non-verbalului (priviri, mimică etc.). Se poate stabili, deci, o simetrie între actele fatice și reglatorii emiși de coemițător.

5.2.2.3. Reformularea

Orice emițător este, totodată, și propriul coemițător, care controlează și, eventual, corectează ceea ce a zis. Acest control și corectare a comunicării se referă, în primul rând, la posibilitatea reformulării în cadrul discursului.

În cel mai larg sens, prin *reformulare* se înțelege transformarea unei unități discursive de o lungime variabilă (de la cuvânt la text) într-o altă unitate care este considerată echivalentă din punct de vedere al semnificației. Echivalența poate îmbrăca mai multe forme.

Această operație ia forme diverse în funcție de:

- nivelul la care are loc;
- tipul de discurs asupra căruia se realizează;
- natura acestei transformări.

Unii autori²²⁸ au propus o distincție între:

- *recodaj*: reformulare care operează în interiorul aceluiași mediu (de la oral la oral, de la scris la scris etc.)
- *transcodaj*: reformulare care trece de la un mediu la altul (de la scris la oral, de la verbal la film etc.).

O tipologie a reformulărilor distinge reformularea *intradiscursivă* și reformularea *interdiscursivă*. Vom ilustra această distincție prin tabelul de mai jos.

Reformulare intradiscursivă	Reformulare interdiscursivă
⇒ Emițătorul pune în relație două unități succesive ale discursului său considerate ca echivalente. ⇒ Forme: - <i>autoreformulare</i>: emițătorul își reformulează propriile enunțuri, prin substituție și/sau parafrază explicativă. ⇒ Ea este semnalată prin elemente de marcare de tipul: <i>adică, înțeleg prin asta..., altfel spus..., într-un cuvânt, ... pe scurt, bref...</i> ⇒ Domeniul reformulării este adesea asimilat celui al corecției, în care înlocuirea unei unități prin alta, socotită mai adecvată (<i>mai degrabă..., vreau să spun...</i>) ⇒ <i>heteroformulare</i> a cuvintelor partenerului (<i>vrei să spui că...</i>)	Implică transformarea unui text într-altul. ⇒ Forme: - <i>autoreformulare</i>: autorul este sursa care o produce (cazul autorului care face un rezumat al propriului articol): - <i>heteroformulare</i>: alt emițător este sursa (cazul jurnalistului care “vulgarizează” o informație științifică²²⁹ sau a criticului care face rezumatul/recenzia unui roman). ⇒ Reformularea interdiscursivă se încadrează în problematica mai vastă a hipertextualității (parodie), dar și a vulgarizării, prin intermediul căroră se transformă un text în alt text “echivalent” destinat unui public mai mult sau mai puțin specializat: - <i>rezumatul</i> (se propune un echivalent condensat); - <i>traducerea</i> (transpunerea dintr-un registru al limbii în altul).

Reformularea poate fi privită din mai multe puncte de vedere:

Concepție instrumentalistă asupra reformulării	Tentativă de a controla punctele slabe în care ar putea avea loc o alunecare spre o zonă exterioară formațiunii discursive
În cadrul dinamicii interacțiunii verbale reformularea îi permite emițătorului să negocieze asupra obstacolelor pe care le întâlnește (fie că este vorba de ipoteze asupra identității sau asupra cunoștințelor partenerului său ²³⁰), fie de probleme legate de imagine ²³¹ .	Emițătorul încearcă să delimiteze granițele propriei identități croindu-și un drum prin interdiscurs spre vorbele celuilalt ²³² .

Noțiunea de „coemițător” se înscrie perfect în concepția interacțională asupra limbajului, pentru care “orice discurs este o construcție/operă colectivă” (Kebrat-Orecchioni 1990:13).

Identificarea coemițătorului nu este simplă întotdeauna; nu este suficient să asculți un discurs pentru a fi coemițător (cadru participativ).

De asemenea, trebuie făcută distincția între *coemițătorul auditor*, care poate acționa imediat asupra emițătorului, și *coemițătorul lector*²³³ (vezi opoziția oral/scriș).

Se disting, de asemenea, noțiuni operaționale cum ar fi: *coemițător ideal (model)* și *coemițător real (public)*. În tabelul care urmează sunt prezentate principalele caracteristici ale celor două tipuri de coemițător.

Coemițător ideal (model)	Coemițător real (public)
⇒ Pentru a enunța, locutorul este de fapt obligat să-și construiască o reprezentare a coemițătorului ideal (cu o anume cunoaștere a lumii, cu anumite prejudecăți etc.) ⇒ În comunicarea orală, locutorul poate modifica această reprezentare în cursul enunțării în cazul în care coemițătorul emite semnale divergente. ⇒ Din momentul în care emițătorul se adresează unui auditoriu compozit (cazul conferențiarului, al jurnalistului radio, tv etc.), reprezentarea coemițătorului ideal/model este supusă constrângerilor genului de discurs. ⇒ Prin studiul unui discurs se poate, pe baza unor indici diverși, să se reconstruiască coemițătorul model –ținta vizată.	⇒ În ceea ce privește publicurile (adică coemițătorii reali așa cum sunt înțeleși de istorici sau de sociologi), acestea diferă în mod fundamental de coemițătorul ideal/model construit prin discurs. ⇒ Conservarea textelor mărește această distincție: multiplele publicuri care au auzit apelul din 18 iunie al generalului de Gaulle nu sunt coemițătorul ideal construit atunci de generalul de Gaulle. Acest lucru este cu atât mai evident în cazul operelor literare care circulă de secole. Teoriile “receptării”²³⁴ studiază schimbările pe care aceasta le antrenează în cazul lecturii operelor, variațiile “orizonturilor de așteptare” ale lectorilor.

Punerea în discuție a unicității subiectului vorbitor reprezintă o problemă înscrisă în aceea mai largă a eterogenității discursive prin introducerea termenului de *polifonie*.

5.2.3. Polifonia

Generozitatea conceptului²³⁵ a fost intens exploatată de lingviști (O.Ducrot) pentru a explica diversitatea cazurilor în care cel care produce “material” (adică în mod real) discursul nu îl are totuși în grijă sa, nu este responsabil pentru discursul realizat.

Dintr-o perspectivă mai largă, problematica polifoniei este inclusă în fenomenele de ordin textual precum *pastișa*²³⁶, *parodia*²³⁷, *proverbul*²³⁸...Atunci când se enunță un proverb se dă de fapt

enunțul său drept garanție pentru o altă instanță – “Înțelepciunea populară”- care se aduce în scenă prin cuvintele sale și care participă indirect, în calitate de membru al comunității lingvistice.

Roulet *et al.* 1985 face o distincție utilă între *diafonie* (reluare, într-un discurs al locutorului, a cuvintelor efective sau virtuale ale partenerului său- coemițător) și *polifonia propriu-zisă* (citarea vorbelor altor emițători, a terților).

5.2.4. Statutul și rolul

Pentru a caracteriza pe de o parte, modul de acțiune posibil în cadrul unei comunități și, pe de altă parte, identitatea partenerilor de discurs, analiza discursului face apel la două concepte împrumutate din sociologie: *rol* și *statut*.

5.2.4.1. Statutul

Acest termen se referă la identitatea partenerilor de discurs. Unii autori²³⁹ pun în relație de opoziție *locul* (care se referă la statutul socio-economic “pe care sociologia îl poate descrie ca mănunchi al relații obiective caracteristice: patron, angajat etc.”) și “*formațiunile imaginare*”²⁴⁰ (adică imaginea pe care participanții la discurs “și-o fac despre propriul loc și despre locul celuilalt”).

(a) Locul. Unii cercetători²⁴¹ folosesc termenul *loc* pentru a desemna de o manieră foarte largă rolurile instituite în discurs, insistând asupra faptului că *loc* trebuie să fie gândit ca un raport al locurilor: “Nu există vorbă care să nu fie emisă de un loc și care să nu convoace interlocutorul la un loc corelativ”²⁴².

Raporturile de locuri nu sunt, de aceea, creații libere ale subiectului, ele sunt instaurate plecând de la un sistem de locuri prestabilit.

(b) Condițiile de producere a discursului. Din această perspectivă o importanță covârșitoare o au *condițiile de producere a discursului*²⁴³. Această noțiune preluată din psihologia socială a fost reelaborată în cadrul analizei discursului de Pêcheux (1969: 16-23) pentru a desemna nu numai mediul material și instituțional al discursului, ci în plus reprezentările imaginare pe care și le fac partenerii într-o interacțiune cu privire la identitatea lor și la referentul discursului lor.

Aceste reprezentări imaginare se constituie prin intermediul celor care au fost deja spuse și/sau deja înțelese²⁴⁴. Pentru Pêcheux și Fuchs (1975: 24) aceste reprezentări sunt iluzorii căci experiența trăită de subiecți este “informată, constituită prin structura ideologiei” care o determină.

Unii analiști²⁴⁵ consideră conceptul “condiții de producere a discursului” prea psihologizantă și, fiindcă neglijează “analiza istorică a contradicțiilor ideologice”, ar vehicula concepția eronată a subiectivității care ar dirija discursul.

5.2.4.2. Rolul

Metafora shakespeariană “lumea e o scenă și noi toți suntem actorii ei”²⁴⁶ joacă un rol important în diverse abordări interacționiste, în special, în etnometodologie.

Goffman (1973) vede în comunicare o punere în scenă în care actorii își prezintă o imagine a lor pe care sunt determinați să o păstreze pe tot parcursul interacțiunii verbale (vezi imagine/face)²⁴⁷. El definește rolul drept “un model prestabilit de acțiune care se dezvoltă în timpul reprezentării și care poate fi prezentat sau utilizat și în alte ocazii” (1973: 23).

Cahraudeau (1993) consideră discursul drept “o punere în scenă a limbajului”.

Se pot opera mai multe distincții din perspectiva zonei de unde vine enunțul, în funcție de:

- poziția pe care o ocupă participanții la o interacțiune
- statutul social al participanților considerați independent de o anumită interacțiune (vârsta, sexul, profesia, situația familială etc.)
- rolul pe care îl joacă în schimbul verbal.

În ceea ce privește *tipologia rolurilor*, se disting:

- *roluri propriu-zis discursive*, care sunt ocazionale (sfătuitor, agresor, conciliator, mediator etc.);
- *roluri instituționale*, care sunt asociate la diverse genuri de discurs, și sunt relativ stabile (tată în cadrul interacțiunii tată-copil; doctor în interacțiunea cu un pacient; broker în interacțiunea bursieră etc.).

Profesiunea oficială nu este obligatorie pentru a asigura un rol (cel care învață pe cineva ceva poate să nu fie profesor).

De altfel, rolurile sunt în permanență concepute în relație cu statutele: un patron aflat în interacțiune cu un subordonat jucând rolul de confident rămâne totuși șef, cu toată ambiguitatea pe care acesată situație o antrenează.

Cel mai important pare a fi modul în care participanții instituie relația, dinamica procesului discursiv. Negocierea și construirea locului fiecăruia se face doar în și prin interacțiunea verbală.

Dar anumite roluri sunt puternic fixate: astfel relația dintre scriitor și cititorul său, relația dintre preot și credincios, enoriaș etc. în cursul oficerii unei slujbe, săvârșirii unei taine²⁴⁸ etc.

Charaudeau (1991) distinge următoarele tipuri de rol:

- *rolul social* (care asociază un anumit statut social unei anumite situații de comunicare);
- *rolul comunicațional* (de limbaj).

De exemplu, un profesor (statut) are în clasă (situație) rolul social de a-i învăța pe elevi.

Acest rol social este, în general, asociat cu diverse roluri de limbaj (a explica, a întreba, a sfătui etc.). Rolul comunicațional poate să corespundă unor roluri sociale diverse (tatăl și copilul său, ofițerul în timpul unui exercițiu, un patron față de subordonații săi ... pot da ordine).

Participanții la o interacțiune verbală pot fi mai mulți decât doi și rolul lor în schimbul verbal poate fi variabil.

5.2.5. Supradestinatorul

O poziție importantă o ocupă *supradestinatorul*²⁴⁹: “vocea celui care ar fi reprezentantul ideal, cel mai tipic” al clasei sociale căreia îi aparține locutorul.

Adaptarea conceptului din perspectiva analizei discursului științific de către Moirand (1988:458) face referire la “un soi de arhetip al conștiinței colective al doemiului științific căruia îi aparțin autorul sau în care ar dori să aibă acces”.

Rafinarea conceptuală se datorează lui Peytard-Moirand (1992:458) și se referă la supradestinator ca la reprezentarea “arhetipului grupului căruia îi aparține sau la care visează/aspiră să aparțină”. Această reprezentare reglează modul în care emițătorul își elaborează discursul²⁵⁰.

5.2.6. Cadrul participativ

Pentru a explica aceste roluri, Goffman (1987) introduce termenul de *cadru participativ*²⁵¹. El distinge între participanții *confirmați* și participanții *martori*:

Participanți confirmați	Martori ²⁵²
⇒ care sunt direct implicați în interacțiune; ⇒ locutorul le oferă acestora, în general, diverse indicii pentru a le arăta că li se adresează direct (poziția capului, a corpului, privirea)²⁵³.	⇒ care ascultă dar sunt în afara jocului comunicațional; ⇒ pot fi identificați de interlocutor sau “ecranați” prin diverse mijloace, și astfel ascultă fără știrea emițătorului.

Cadrul participativ al conversației poate fi completat cu prezența *terțului vorbitor*²⁵⁴. Acest termen desemnează “un ansamblu nedefinit de enunțuri ale participanților la o interacțiune verbală, a căror urmă este manifestată prin formulări de tipul: “*se spune că...se pretinde că...prietenul meu a spus că...oamenii zic că...*”. Aceste enunțuri aparțin masei interdiscursive, din care sunt împrumutate de agenții schimbului verbal pentru a da greutate spuselor”.

Cadrul participativ este complex, de asemenea, în mass media (radio, televiziune), dar și în romane..., unde participantul confirmat direct nu este decât un releu către un martor (auditor, telespectator, lector) care este de fapt adevăratul participant confirmat, cel în jurul căruia se organizează totul.

5.2.7. Taxemul

Ierahia participanților la o interacțiune verbală este pusă în evidență de o serie de fapte semiotice grupate în conceptul de *taxem*²⁵⁵.

În categoria taxemelor se încadrează semne foarte diverse, cum ar fi:

- *vestimentația* (elegantă sau săracăcioasă, uniforma etc.);
- *postura corpului* (dreaptă, cocoșată etc.);

- *intensitatea articulatorie a enunțului* (a vorbi tare, încet, în șoaptă etc.);
- *monopolizarea discuției;*
- *marcarea inițiativei în interacțiunea verbală;*
- *întreruperea interlocutorului* - frecventă sau nu;
- *frecvența interogativelor, a ordinelor etc.*
- *prezența coplesitoare a formulelor de scuză, de mulțumire etc.*
- *folosirea cu predilecție a unor termeni de adresare:* Domnule, Domnul, Excelență sau a prenumelui;
- *excesiva tutuire sau marcarea, prin pronume specializate, a comportamentului politicos și a gradelor de politețe.*

În concluzie, acțiunea taxemelor nu poate fi apreciată decât în context, ele nu sunt susceptibile de interpretări univoce. De altfel, nici relația ierarhică nu este fixată de o manieră rigidă, ci se modifică adesea în cursul interacțiunii verbale.

5.2.7. Schematizarea

În actul enunțării, locutorul aplică adesea o *schematizare* a situației, care cuprinde:

- *reprezentare a situației de comunicare;*
- *temă pentru discursul său;*
- *reprezentare a sa însăși*
- *reprezentare a partenerului său;*
- *reprezentare a felului în care partenerul său percepe relația;*
- *reprezentare a relației dintre receptor și tema discursului etc.*

Emițătorul își face o formă de reprezentare a acestor aspecte diverse (intersecția poate favoriza unele elemente și le poate neglija pe altele). Aceste reprezentări interacționează și influențează procesul de comunicare.

În cadrul discursului, aceste “reprezentări” se înfățișează ca imagini, produse ale unei activități discursive de schematizare, care organizează materialul verbal pentru a-l introduce pe receptor într-un univers de sens pe care acesta va trebui să-l reconstruiască în funcție de propria

schematizare (Grize 1990: cap.5). Acest univers de sens articulează această diversitate de imagini prezente în discurs: astfel, imaginea pe care emițătorul o propune receptorului este strâns legată de imaginea pe care acesta și-o face despre el însuși sau despre tema discursului.

5.2.8. Autoritatea emițătorului

Curentele pragmatice pun accent pe faptul că, în ceea ce privește comportamentul subiecților față de un discurs, se poate vorbi despre o determinare de către *autoritatea emițătorului*, de către legitimitatea atribuită statutului care îi este recunoscut.

Raționamentul prin autoritate definește raționamentul sau validitatea unei propoziții ce decurge din autoritatea emițătorului “X a spus că P”.

Dintr-o perspectivă mai largă, analiza discursului ia în considerare condițiile care fac ca un discurs să fie autorizat, altfel spus în ce context el este considerat legitim și deci eficient; statutul partenerilor și cadrul spațio-temporal joacă un rol esențial la acest nivel.

5.2.9. Contractul

Folosirea termenului *contract* în analiza discursului sugerează faptul că participanții la o enunțare trebuie să accepte tacit un anumit număr de principii care pot face posibil schimbul verbal și un anumit set de reguli care îl conduc.”Fiecare își cunoaște drepturile și datoriile proprii și universale”.

După Charaudeau, “Noțiunea contract presupune că indivizii aparținând aceluiași corp de practici sociale să fie susceptibili de a se pune de acord asupra reprezentărilor lingvistice ale acestor practici sociale”²⁵⁶. Fiecărui gen de discurs îi este deci atașat un contract specific. Există de ex. un contract între profesor și elev în clasă, și, mai mult, acest contract este garantat de instituția de învățământ (*vezi* rol). Contractul nu este în mod necesar stabilit de la început²⁵⁷: el poate fi negociat între parteneri, modificat unilateral, obligându-l pe coemițător să accepte sau să refuze noul contract.

Dintr-o anumită perspectivă, se poate considera un gen de discurs drept o combinație originală a mai multor contracte: de ex. într-o dezbatere politică la radio participanții sunt obligați să respecte un contract de comunicare verbală, un contract de conversație, un contract de dezbatere,

un contract specific emisiunilor radio (întreruperea datorată introducerii unor mesaje electorale, fraze muzicale...)

Pentru Charaudeau (1993), contractul de comunicare are două dimensiuni:

Dimensiunea situațională	Dimensiunea comunicațională
⇒ Îi corespunde un contract de schimb care răspunde la întrebări de tipul: <i>ce se spune într-un loc anumit, ce rol se joacă etc.</i> ⇒ Acest contract vizează în special identitățile sociale (politician, profesor într-o anumită situație specifică)	Îi corespunde un contract de vorbire care privește comportamentele discursive așteptate, au legătură cu natura contractului de comunicare (exemple: profesorul are dreptul de a examina un candidat, candidatul trebuie să răspundă etc.; parlamentul are dreptul să-i interpeleze pe membrii guvernului, aceștia trebuie să răspundă etc.).

6. ACȚIUNILE DISCURSIVE; INTERACȚIUNEA VERBALĂ

6.1. ACȚIUNILE DISCURSIVE

6.1.1. Interacțiunea

Termenul *interacțiune* se folosește pentru a desemna unitatea superioară de analiză a unei conversații, ansamblul de schimburi efectuate de participanți într-un anumit context. Această unitate, dificil de izolat, este denumită de Goffman “întâlnire” și de alți cercetători - “încursiune”²⁵⁸.

Există, de asemenea, o problemă legată de dificultatea de a determina invariantele acestei unități, altfel spus de a aprecia dacă este vorba despre una și aceeași unitate atunci când aceasta se află într-un cadru dinamic (schimbarea participanților, modificarea ansamblului spațio-temporal, modificarea temei etc.). După Kerbrat-Orecchioni (1990:216), “pentru a avea de-a face cu una și aceeași interacțiune, trebuie și este suficient ca să avem un grup de participanți modificabil dar fără ruptură, într-un cadru spațio-temporal modificabil dar fără ruptură, care vorbesc despre un obiect modificabil dar fără ruptură”. Vion (1992: 148) folosește termenul “întâlnire”, definit ca “ansamblu format din ceea ce se petrece între doi sau mai mulți subiecți, din momentul întâlnirii până în momentul despărțirii.” O “întâlnire” poate avea mai multe interacțiuni dacă se schimbă cadrul interactiv, definit ca “natura unui raport social stabilit de la început” Vion (1992: 110).

6.1.2. Dialogul și dialogismul

Termenul *dialog* are cel puțin două accepțiuni principale. În opoziție cu *monolog*, el poate desemna orice formă de schimb verbal, în special între două persoane²⁵⁹.

În cadrul unei ierarhii a schimburilor verbale pe criteriul formal/informal, dialog se referă la schimburi mai formale decât conversația, caracterizate prin existența unei dorințe reciproce de a ajunge la un rezultat. (dialog în teatru, filozofie²⁶⁰, politică etc.).

Se pune astfel problema atribuirii unei valori etice dialogului: “Dialogul vrea să se sustragă câmpului de forțe și de interese (...) plăcerea dialogului nu este cea a stabilirii consensului ci a fertilității/fecundității/germinației fără sfârșit” (Jacques în Cosnier *et. al.* 1988:60).

Dialogismul se referă la dimensiunea fundamental interactivă a limbajului, scris sau oral²⁶¹.

Termenul desemnează în retorică procedeul care constă în a introduce un dialog fictiv într-un enunț. Bahtin (1984:302): “Locutorul nu este un Adam, și din acest motiv, obiectul discursului său devine, cu siguranță, punctul unde se întâlnesc opiniile interlocutorilor imediați (într-o conversație sau o discuție asupra oricărui eveniment al vieții obișnuite) și la fel de bine viziunile asupra lumii, tendințele, teoriile etc.”

Bahtin utilizează, de asemenea, termenul cu sensul de intertextualitate (Todorov 1981: cap.5).

Moirand (1990:75) distinge două tipuri de dialogism

dialogismul interacțional care trimite la multiplele aspecte ale schimbului verbal;

dialogismul intertextual care se referă la mărcile heterogenității enunțiative, la fenomenul “citării” în sens larg.

Pentru Bahtin (1977:106) aceste două fațete ale dialogismului par imposibil de disociat la un nivel profund: “orice enunțare, chiar sub forma sa fixată în scris reprezintă un răspuns²⁶² la ceva și este construită ca atare. Ea nu este decât o verigă a lanțului actelor de vorbire. Orice (nouă, nota n.n.) înscris este o prelungire a precedentelor, angajează cu ele o polemică, se așteaptă la reacții active de înțelegere, anticipează asupra acestora etc.” (vezi „interacțiune”).

Toate formele comunicării verbale sunt guvernate de un principiu dialogic. Dialogul este forma sub care se concretizează diversele tipuri de interacțiune verbală, indiferent de funcția lor (comunicativă sau fatică), de tipul lor (reale sau ficționale), de modul de actualizare (oral sau scris).

Principalele valori ale conceptelor monologic/monologal și dialogic/dialogal sunt redată în tabelul următor:

MONOLOGIC/MONOLOGAL ²⁶³	DIALOGIC/DIALOGAL ²⁶⁴
⇒ <i>Monologal</i>²⁶⁵ un locutor	⇒ <i>Dialogal</i>²⁶⁶ mai mulți locutori
⇒ „Monologal”²⁶⁷ este un termen adecvat: - discursului adresat sinelui; - discursului care, cu toate că interesează un auditoriu, nu cere răspuns sau acces, alternanță la - cuvânt (de ex. alocuțiunea unui șef de stat); - textelor scrise în care enunțătorul nu se află în contact cu receptorul (sau coemițătorul)	⇒ „Dialogal”²⁶⁸ se aplică strict în cazul interlocuționar
⇒ <i>Monologic</i> - discurs centrat asupra propriei organizări, “închis”.	⇒ <i>Dialogic</i> - discurs structurat pe confruntarea cu vorbele altuia/altora. - dialogic se aplică discursurilor care nu așteaptă răspuns (texte scrise, cursuri magistrale etc.) dar care pun în scenă o multitudine de voci care sunt “polifonice” .

6.1.3. Intervenția

Termen folosit în analiza conversațională francofonă²⁶⁹ (fr. - *intervention*), pentru a desemna cea mai mare unitate monologală, adică fiecare contribuție a unui locutor la un schimb verbal. Terminologia anglo-saxonă preferă termenul mișcare/engl.move, propus de Goffman și de Sinclair și Coulthard (1975).

Exemplu:

A: *Aș vrea să te rog ceva: Vrei să închizi fereastra?*

B: *Adevărul este că s-a făcut frig. Se apropie iarna.*

A: *Mulțumesc.*

Avem de-a face cu trei intervenții care constituie o unitate de schimb verbal. Intervenția se poate descompune la rândul ei în mai multe acte de limbaj (intervenție complexă) sau într-un singur act de limbaj (intervenție simplă: de ex. *Mulțumesc*).

Școala de la Geneva (Roulet 1981) introduce distincția interacțiune/interacțiune verbală, nu orice comunicare este în mod necesar verbală.

6.2. INTERACȚIUNEA VERBALĂ

6.2.1. Condițiile interacțiunii verbale

Condițiile de existență²⁷⁰ a unei interacțiuni verbale sunt următoarele:

- colocutorii trebuie să *accepte un număr de norme comune*;
- colocutorii trebuie să *participe la schimbul verbal*;
- colocutorii trebuie să *gestioneze comunicarea prin alternanța la accesul la cuvânt, gesturi etc.*

Reprezentanții Școlii de la Geneva (Roulet *et. al.* 1985, Moeschler 1985) văd în *funcția interactivă* funcția care articulează constituanții unei intervenții, și, în particular, leagă actele directoare de actele subordonate (*vezi Intervenție*).

Funcția interactivă nu trebuie confundată cu *funcția interacțională*, care privește relațiile dintre participanți.

6.2.2. Tipologia interacțiunilor

O tipologie a interacțiunilor realizată de Școala de la Palo Alto (Watzlawick *et. al* 1972:66) distinge:

- a) **interacțiuni simetrice** în care participanții se află pe picior de egalitate (de ex. conversația între doi participanți la joc)
- b) **interacțiuni complementare** în care diferența între participanți este puternic marcată (de ex. interacțiunea profesor-elev).

În acest caz se poate vorbi de o poziție înaltă și de o poziție joasă pe care se plasează participanții.

Caracterul acestor poziții poate fi impus prin natura genului de discurs, atunci când rolurile sunt fixate instituțional (într-o consultație medicală, doctorul deține poziția înaltă)sau fac obiectul unei negocieri (interacțiunea între soți, între asociați etc.). O relație complementară nu este în mod necesar inegală dar produce adesea o alunecare de la poziția înaltă spre poziția dominantă.

6.2.3. Strategiile interacțiunii

În cadrul unei interacțiuni se înfruntă *strategiile* participanților care trebuie în mod constant să negocieze. Termenul *strategie* nu trebuie înțeles, la acest nivel, drept activitate de comunicare disimulată sau manipulare. Transparența pentru receptor a strategiilor folosite de emițător este pusă în evidență de existența unor strategii corespunzătoare acestora la nivelul receptării, deci a unor strategii interpretative. Ambele tipuri de strategii sunt recunoscute ca atare de participanții la interacțiunea comunicativă, ceea ce dovedește convenționalitatea comportamentului strategic al membrilor unei comunități.

Se consideră că "O descriere detaliată și completă a strategiilor comunicative este practic imposibilă, pentru că în acest domeniu se manifestă cu precădere creativitatea indivizilor." Prezența unui comportament strategic al emițătorului este, de obicei, semnalată de lipsa de concordanță între structura interacțională de adâncime (care reflectă competența comunicațională a individului) și secvențele de acte comunicative actualizate în structura de suprafață (care reflectă competența socială).

6.2.4. Tipologia intervențiilor

Intervențiile inițiative sunt cele care impun constrângeri partenerului la schimbul verbal (cerere de informații, propuneri, solicitări de diverse tipuri...);

Intervențiile reactive reprezintă răspunsurile pozitive sau negative la intervențiile inițiative.

Trebuie menționat faptul că multe intervenții sunt simultan inițiative și reactive.

Școala de la Geneva (Roulet 1981) face, de asemenea, o analiză a structurii intervenției și distinge două componente:

- Un/mai multe act(e) directo(a)r(e); actul director este obligatoriu, este cel care dă intervenției o valoare pragmatică
- Un/mai multe act(e) subordonat(e); pregătește sau justifică actul director. Astfel, în exemplul “Este foarte drăguță, m-a ajutat mult”, “Este foarte drăguță” reprezintă actul director, justificat de actul subordonat “m-a ajutat mult”.

6.2.5. Principiul cooperării

Orice interacțiune verbală trebuie să se supună *principiului cooperării*. Fiecare participant la o interacțiune trebuie să-și aducă contribuția, astfel încât să răspundă așteptărilor coemițătorului, în funcție de finalitatea schimbului și de momentul în care acesta are loc.

Grice (1979) vede în principiul cooperării un fel de metapprincipiu care dirijează schimburile verbale și care este specificat într-un anumit număr de “maxime conversaționale”:

- ***maxima calității*** (a fi veridic);
- ***maxima relației*** (a fi pertinent);
- ***maxima cantității*** (a fi informativ doar atât cât se cere);
- ***maxima manierei*** (a fi clar) [vezi legile discursului].

Aplicarea acestor maxime este condiționată însă de varietatea genurilor de discurs și, în special, de presiunea normelor culturale, care impun adesea reguli contrare celor enunțate de Grice..

De altfel, maximele de mai sus sunt susceptibile de a primi două interpretări:

- ele sunt condiții *a priori* ale oricărei comunicări verbale (perspective lui Grice);
- ele alcătuiesc un cod *sui generis* al bunelor maniere (din punctul de vedere al majorității analiștilor discursului).

Respectarea principiului cooperării nu implică existența unei armonii fără umbre între participanții la interacțiunea verbală; în general, orice interacțiune este o activitate tensionată. Totuși, acest principiu evidențiază faptul că este indispensabilă existența unei minime cooperării, o voință comună de a respecta anumite reguli, pentru a fi posibilă comunicarea.

6.2.6. Schimbul

Schimbul reprezintă unitatea minimală a interacțiunii sociale, definită ca succesiune de mișcări performate de colocutori și aflate în raporturi secvențiale (ofertă-satisfacere-respingere-contracarare-reofertare²⁷¹).

Alte sensuri ale noțiunii de *schimb*:

1. Interacțiune în care participanții pot fi pe rând, locutori și interlocutori, enunțările lor alternante se află într-o relație de strictă determinare: corespondență, dezbateri la radio, tv., conversații etc. Nu aparțin acestui tip: conferința academică, romanul, alocuțiunea șefului statului etc. datorită absenței alternanței (v.monologal,monologic).
2. Schimb desemnează și unul din nivelurile analizei interacțiunii verbale, și anume *Unitatea dialogală minimală*²⁷².

A: Ce mai faci Ioane?

B: Mult mai bine, mulțumesc.

Unitatea inferioară se numește intervenție a unui singur emițător; unitatea superioară ansamblu discursiv (cum ar fi cazul cererii de informații despre starea unei familii întregi)

Există adesea schimburi *inserate* sau *parentetice*:

Schimb parentetice:

- Când pleci?

- Nu ți-am zis?

Schimb inserat:

- Nu .

- Măine.

După lucrările Goffman (1973), analiza conversațională, operează cu distincțiile:

- *schimburi de confirmare*: cei doi participanți efectuează în relație strânsă acțiuni de același tip, care se regăsesc în principal la începutul și la sfârșitul interacțiunii. Servesc la “confirmarea”²⁷³ legăturii sociale: *-Bună-ziua! -Bună ziua.*
- *schimburi reparatorii*: este de tip ternar și permite reapararea unei amenințări asupra feței negative suscitată de prima intervenție: “- *Cât e ceasul? - 10 și 25. – Mulțumesc!*”. Mulțumirea este destinată a repara amenințarea pe care o constituie întrebarea și a restabili echilibrul interacțiunii.

6.2.7. Conversația

În sens larg, termenul²⁷⁴ se referă la orice situație interlocuționară, de la schimbul spontan din familie la conferența de presă. Acest sens este avut de cele mai multe ori în vedere în cadrul analizei conversaționale.

În sens restrâns și mai apropiat de uzul comun, termenul este folosit pentru a face trimitere la un gen de interacțiune verbală caracterizată prin:

- schimburi relativ echilibrate, egale;
- spectru larg al temelor de discuție (puține constrângeri tematice);
- libertate relativă în succesiunea luărilor de cuvânt.

Participanții care pot fi în număr mai mare de doi²⁷⁵ se află în vecinătate spațială (sau în legătură, vezi conversația telefonică), în simultaneitate și întrețin relații conviviale²⁷⁶.

Conversația este lipsită de finalitate instrumentală, de aceea un interogatoriu sau o dezbatere politică nu se încadrează în acest tipar.

În cadrul conversației, “Este căutată compania, nu informațiile” (Jacques în Cosnier *et.al.* 1988: 58).

6.2.8. Secvența

În analiza conversațională de tip francofon²⁷⁷, *secvența* reprezintă o unitate intermediară între interacțiune și schimb verbal. Kerbrat-Orecchioni (1990:218) definește secvența drept: ”un bloc de schimburi legate printr-un grad puternic de coerență semantică și/sau pragmatică”. Secvențele pot fi incluse una într-alta, pot exista secvențe cu plasare laterală față de “cursul principal” /firul director al conversației.

Indiferent de terminologia²⁷⁸ folosită este de remarcat că secvențele cele mai ritualizate sunt cele de la începutul și sfârșitul conversației.

Secvențele de la început se caracterizează printr-o:

unitate tematică remarcabilă (temele sunt impuse, discuțiile despre starea vremii, despre noutățile familiale etc..)

unitate pragmatică (scopul participanților este de a sparge gheața și de a ajunge la subiect²⁷⁹).

6.2.9. Ritualul

Analiza discursului folosește termenul *ritual*²⁸⁰ pentru a desemna secvențele de acțiune verbală cu un grad ridicat de rutină. Gradul de codificare a acestor ritualuri este variabil. Astfel, există: *secvențele rigide* de enunțare cum ar fi anumite obișnuințe de politețe în viața de zi cu zi (scuze, saluturi, mulțumiri...) sau specifice unor situații puternic formalizate (în domeniul juridic de ex.) *secvențe mai flexibile* (precum cadrul schimburilor verbale dintre prezentator și invitat în emisiunile de televiziune sau în *talkshow*-uri).

Alți cercetători²⁸¹ văd în ritualul socio-lingvistic (*langagier*) „ansamblul constrângerilor care codifică practicile socio-lingvistice și care rezultă din condițiile de producere și interpretare (circumstanțele discursului) ale actului de limbaj”.

Astfel, în categoria ritualurilor în care participanții își atribuie și li se atribuie anumite roluri intră următoarele acte: a face o comandă într-un restaurant, a solicita o lămurire unui funcționar public, a cere “indicații” de orientare spațială etc.

2.10. Accesul la vorbire

Orice dialog se prezintă ca o alternanță a intrării în interacțiune a vorbitorilor și, din acest punct de vedere, noțiunea de *acces la vorbire*²⁸² este esențială pentru analiza conversației.

Pentru descrierea acestui concept textul de bază îl reprezintă lucrarea lui Sacks, Schlegoff și Jefferson (1974).

Termenul desemnează mecanismul care dirijează această alternanță și, mai ales, prin metonimie, contribuția fiecărui participant, fiecare dintre luările de cuvânt.

Adesea este dificil de definit luarea de cuvânt, deoarece acest fenomen poate să se manifeste și prin alte mijloace decât vorbirea propriu-zisă (semnale verbale sau paraverbale).

Studiul fenomenului se face din mai multe perspective:

- suprapunerea unor secvențe discursive;
- existența tăcerilor (semnificative);
- echilibrul stabilit între contribuțiile participanților;
- atitudinea partenerului aflat în poziția de ascultare;
- prin ce mijloace se realizează selecția emițătorului pentru luarea de cuvânt (există în acest sens un întreg sistem de semnale care pot indica intenția de a lua cuvântul).

II. ANALIZA DE CONȚINUT

1. GENEZA ȘI SPECIFICUL ANALIZEI DE CONȚINUT

1.1. SCURT ISTORIC

Înainte de analiza comunicării cu mijloacele secolului al XX-lea, puse la punct de științele umane, au existat metode de interpretare a textelor²⁸³. Hermeneutica – arta interpretării textelor sacre sau misterioase – este o practică foarte veche²⁸⁴. Ce anume se interpretează? Mesajele obscure cereau o explicație; mesajele cu dublu sens (cele care, de altfel, contează) nu pot ieși la iveală decât după o observare minucioasă sau o intuiție carismatică. Un anume sens se ascunde în spatele discursului, în general simbolic și polisemantic. Interpretarea viselor, antică sau modernă, exegeza religioasă (mai ales cea a Bibliei), explicarea critică a unor texte literare sau chiar astrologia sau psihanaliza reies dintr-un proces hermeneutic. Retorica și logica își au și ele locul lor printre practicile de observare a discursului, anterioare analizei de conținut. Prima studia modalitățile de expresie cele mai proprii declamării persuasive, iar a doua încerca să determine, prin analiza enunțurilor unui discurs și a înțeluirii lor, regulile formale ale raționamentului just.

În afara acestor maniere de a aborda textele, istoria mai reține câteva cazuri, izolate în general, care ar putea fi considerate practici incipiente de analiză de conținut. De exemplu, cercetarea autenticității imnurilor religioase, făcută în Suedia la 1640. Pentru a ști dacă aceste imnuri, în număr de 90, pot avea efecte nefaste asupra luteranilor, a fost efectuată o analiză a diferitelor teme religioase, a valorilor și a modalităților de apariție (favorabile sau nefavorabile), precum și a complexității stilistice. Mai aproape de noi (1888-1892), frățelul B. Bourbon, pentru a ilustra o operă despre “exprimarea emoțiilor și a tendințelor de limbaj”, s-a aplecat asupra unui pasaj din Biblie, *Exodul*, într-o manieră destul de riguroasă, prin pregătirea elementară a textului și clasificarea tematică a cuvintelor pline. Ceva mai târziu (1908-1918), un vast studiu sociologic vizând integrarea imigranților polonezi în Europa și America a fost făcut de Thomas (profesor la Chicago) și Znaniecki (antropolog polonez). Ei au făcut o analiză elementară de conținut prin studierea unor diferite documente (scrisori, jurnale intime, rapoarte oficiale și articole de ziare).

1.2. DEZVOLTAREA METODEI

În Statele Unite, departamentele de științe politice au jucat un rol foarte important în dezvoltarea analizei de conținut. Problemele ridicate de cel de-al doilea război mondial accentuează acest fenomen. În această perioadă, 25% dintre studiile empirice referitoare la analiza de conținut aparțin cercetării politice; studii foarte pragmatice, având un obiect precis delimitat: atitudinea față de conflictul care măcina lumea. De exemplu, în anii războiului, guvernul american a făcut apel la analiști pentru a demasca ziarele și revistele suspectate de propagandă subversivă (mai ales nazistă). Au fost folosite mai multe procedee de depistare:

- reperarea temelor favorabile inamicului și procentajul acestora în ansamblul temelor;
- comparația între conținutul jurnalului incriminat (de pildă, *"The Galilean"*) și cel al emisiunilor naziste destinate Statelor Unite;
- comparația între două publicații bănuite (*"Today's Challenge"* și *"Forum Observer"*) cu două publicații al căror patriotism era evident (*"Reaer's Digest"* și *"Saturday Evening"*);
- analiza favorabilității/defavorabilității mai multor cărți și reviste față de două teme: "Uniunea Sovietică reușește" și "Doctrinile comuniste sunt adevărate" (teme descompuse în cinsprezece subteme);
- analiza lexicală, plecându-se de la o listă de cuvinte considerate cuvinte-cheie ale politicii și propagandei naziste (analiză aplicată aceluiași publicații).

H.D. Laswell continuă munca asupra analizei "simbolurilor" (3) și a motologiilor politice la Universitatea din Chicago, precum și la *Experimental Division for the Study of Wartime Communications*, de la Biblioteca Congresului. Numărul cercetătorilor specializați în analiza de discurs crește: H.D. Laswell, N. Leites, A. Kaplan, D. Kapla. În 1946 apare volumul coordonat de Harold Lasswell, *Propaganda, Communication and Public Opinion*, unde găsim celebrul studiu al lui Lasswell, "Describing the Contents of Communication" (conf. 36, p. 30). Trei ani mai târziu, S. Jakobson participă la redactarea lucrării *The languages on politics: studies in quantitative semantics* (1949).

Din punct de vedere metodologic, sfârșitul anilor '40 este marcat de regulile de analiză propuse de B. Berelson, ajutat de P. Lazarsfeld. În 1952 apare cartea lui Bernard Berelson, *Content Analysis in Communication Research* (vezi 36, *ibidem*), unde găsim celebra definiție pe

care o da Berelson analizei de conținut. Ea rezumă, de fapt, preocupările epistemologice ale acestei perioade:

“Analiza de conținut este o tehnică de cercetare pentru descrierea obiectivă, sistematică și cantitativă a conținutului manifest al comunicării” (Berelson).

Avem aici o descriere în sens îngust al metodei de care ne ocupăm (pe care Berelson o și numește, nu întâmplător, “tehnică”). Ulterior, aceasta concepție și condițiile, foarte normative și limitate, de funcționare a analizei de conținut au fost completate, repuse în discuție și lărgite de analiștii americani. Totuși, oricare au fost progresle realizate după Laswell și Berelson, criteriile lor marchează preocuparea, specifică acestei perioade, pentru eșantioane reunite în manieră sistematică, pentru validitatea procedurilor și rezultatelor, pentru fidelitatea codurilor și chiar pentru măsurarea eficienței analizei.

1.3. SPECIFICUL ANALIZEI DE CONȚINUT

Pentru a înțelege specificul analizei de conținut în ansamblul metodelor de analiză a discursului trebuie să răspundem la câteva întrebări întrutotul legitime: 1) Ce este și ce nu este analiza de conținut? 2) La ce servește ea? 3) La ce rezultate ne putem aștepta când apelăm la această metodă? 4) Cum funcționează ca metodă de analiză? 5) Care este domeniul ei de competență? În cele ce urmează vom încerca să răspundem la aceste întrebări.

Conform Dicționarului Oxford de Sociologie, ediția din 1998 (36, p. 30), în forma ei cea mai simplă “analiza de conținut constă în numărarea cuvintelor (de exemplu, pentru crearea concordanțelor, stabilirea profilelor subiectelor ori stabilirea stilului autorului), dar s-a căutat aducerea unor îmbunătățiri gramaticale și semantice”. În varianta ei cea mai ambițioasă, “analiza de conținut caută să identifice concepte general-semantice (precum “realizare” sau “religie”), caracteristici stilistice (inclusiv minimalizarea și exagerarea), fapt care cere în mod obișnuit o interacțiune complexă între cunoașterea umană și viteza de calcul și eficiența ordinarilor, incluse într-un sistem precum Harvard General Inquirer” (36, *idem*).

În legătură cu împletirea dintre analiza de conținut și inteligența artificială găsim indicații foarte utile în cartea lui Laurence Bardin, *L'analyse de contenu*, unde capitolul V al părții a treia este dedicat informatizării metodei (*L'informatisation de l'analyse de contenu* – 3, pp. 178- 205).

Cititorul află de aici ce poate face și ce nu poate face ordinatorul pentru analiza de conținut, găsește câteva exemple care ilustrează utilitatea informaticii pentru cei ce folosesc analiza de conținut (o analiză de presă, analiza unor răspunsuri la întrebări deschise, analize lexicometrice), vede și cum se poate fi utilizat programul DEREDEC, elaborat de *Plante*, la cererea Universității din Québec, unde funcționează Centru de Analiză a Textelor prin Ordinador (CATO).

Bardin face un interesant inventar al domeniilor, problematicilor și problemelor din cercetarea socio-umană a căror abordare poate beneficia de metoda analizei de conținut (3, p. 30 și urm.):

- **Sociologie:** influența culturală a mijloacelor de comunicare în masă asupra unei societăți determinate;
- **Psihoterapie:** dezvoltarea progresului realizat de pacienți exteriorizarea angoaselor sau obsesiilor, prin înțelegerea bâlbâielilor, tăcerilor, repetărilor sau lapsusurilor acestora;
- **Istoriografie:** explicarea unei înfrângeri militare pe baza analizei scrisorilor adresate de combatanți familiilor, zilele premergătoare bătăliei;
- **Psihologie:** evaluarea gradului de adaptare al unor elevi, în urma analizei convorbirii dintre aceștia și psihologul școlar;
- **Teoria literaturii:** decriptarea structurii imaginarului de bază al unui scriitor, prin intermediul analizei comparative a unor opere reprezentative și a notațiilor intime descoperite de curând;
- **Politică:** demontarea mecanismului propagandei unui adversar (unui contracandidat), pe baza analizei pe care staff-ul tehnic o face mesajului politic (electoral) al acestuia;
- **Publicitate:** mărirea gradului de adecvare a unei campanii la publicul-țintă, prin analiza comparativă a temelor utilizate deja în campanie și a temelor pe care publicul-țintă le asociază cu produsul respectiv, reieșite în urma unei anchete sociologice.

Pentru fiecare dintre cazurile de mai sus și pentru multe altele, științele socio-umane oferă un instrument: analiza de conținut a comunicării. Ce este ea – o tehnică sau o metodă? S-ar putea spune că este *mai puțin* decât o metodă, dar *mai mult* decât o tehnică. Este *mai puțin* decât o metodă atât timp cât nu a ajuns la o articulare internă și la o unitate conceptuală specifice metodelor. Cum remarcă P. Henri și S. Moscovici în urmă cu peste trei decenii, ea este “un

ansamblu dispartat de tehnici”^{*}. Dar este *mai mult* decât o tehnică, deoarece aplicarea ei presupune, cum vom vedea, folosirea mai multor tehnici de cercetare. Este rațiunea pentru care în textul prezentului curs, analiza de conținut este tratată ca metodă.

Un ultim pas pe care îl mai avem de făcut pentru a înțelege specificul acestei metode este decuparea “domeniului său de competență” – altfel spus, a *domeniului de aplicabilitate*. Documentele și țintele vizate de cercetători sunt foarte diferite, dar procedurile și tehnicile sunt obligatorii atunci când este vorba de câteva aplicații, pe care Laurence Bardin (3, p.35) le sistematizează astfel:

- 1) scoaterea la lumină a “respirației” unei conversații (unei discuții nedirecționate);
- 2) dezvoltarea axiologiei subiacente a unui discurs;
- 3) stabilirea unei tipologii a aspirațiilor maritale în anunțurile matrimoniale din presă;
- 4) măsurarea implicării personale a politicianului în propriile sale discursuri;
- 5) desprinderea evoluției moralei timpului nostru din publicitatea practică de una sau mai multe publicații;
- 6) radiografierea rețelilor de omunicare formale și/sau informale dintr-o organizație, plecându-se de la notele de servicii sau de la apelurile telefonice;
- 7) evaluarea importanței pe care o are mesajul “Interzis!” în semiologia peisajului urban;
- 8) descoperirea subconștientului colectiv în spatele aparentei incoerențe a lucrărilor de graffiti pe care le întâlnim în locurile publice;
- 9) evidențierea structurii expunerii în cazul istorisirilor hazlii (snoave, bancuri etc.);
- 10) recenzarea repertoriului semantic sau a sintaxei de bază ale unui sector publicitar;
- 11) desprinderea stereotipurilor legate de rolul de femeie dintr-o succesiune de albume fotografice;
- 12) testarea ipotezei că obiectele vieții cotidiene funcționează ca un limbaj (că vestimentația este un mesaj, că apartamentul “vorbește” etc.).

^{*} P. Henri, S. Moscovici, “Problemes de l’analyse de contenu”, in “Langage”, 11/1968 (*apud*, Laurence Bardin, *lucr.cit.*, p. 31).

2. METODA ANALIZEI DE CONȚINUT

2.1. ORGANIZAREA ANALIZEI

Fazele analizei de continut se organizeaza, ca o ancheta sociologica sau experiment, in jurul a trei poli cronologici: *preanaliza, exploatarea materialului, prelucrarea si interpretarea rezultatelor*.

2.1.1. Preanaliza

Este faza de organizare propriu-zisa, care are drept obiectiv operationalizarea si sistematizarea ideilor de pornire, astfel incat sa poata fi intocmita o schema precisa a derularii operatiilor, un plan de analiza. Fie ca se apeleaza sau nu la computer, este vorba de stabilirea unui program.

Aceasta prima faza are trei scopuri: alegerea documentelor care vor fi supuse analizei, formularea ipotezelor si a obiectivelor, elaborarea indicatorilor asupra carora se va apleca interpretarea finala.

Preanaliza vizeaza, asadar, organizarea, insa ea insasi este compusa din activitati nestructurate, "deschise", in opozitie cu exploatarea sistematica a documentelor.

- Lectura "flotanta" – punerea in contact cu documentele de analizat, elaborarea primelor impresii si orientari. Incetul cu incetul, lectura devine mai precisa in functie de ipotezele emergente, de proiectia teoriilor adaptate asupra materialului, de posibila aplicare a tehnicilor utilizate si in materiale analoge.

- Alegerea documentelor – universul documentelor de analizat poate fi dat "a priori". De exemplu, o intreprindere cere unei echipe de analisti sa studieze articolele de presa reunite intr-un "press book", referitoare la un nou produs lansat pe piata cu o luna in urma. Sau, altfel, obiectivul este cel determinat de la inceput si raman de ales documentele care pot aduce

informatiile necesare asupra problemei ridicate. De exemplu, se fixeaza ca obiectiv urmarirea evolutiei valorilor institutiilor scolare franceze intr-o perioada de o suta de ani. Hotaram deci sa analizam discursurile de acordare a premiilor: materiale omogene, regulate, conservate, accesibile si bogate in informatii legate de scopul urmarit. Universul fiind determinat (natura documentelor asupra carora analiza se poate efectua), trebuie sa recurgem des la constituirea unui corpus (ansamblu de documente luate in considerare pentru a fi supuse procedurilor analitice). Constituirea corpusurilor se supune unor reguli:

- regula exhaustivitatii (odata definit campul corpusului, trebuie sa luam in considerare toate elementele sale, fara a ignora niciunul)
- regula reprezentativitatii (cand materialul se preteaza, putem face o analiza pe esantion, cu conditia ca acesta sa fie selectat riguros)
- regula omogenitatii (documentele retinute pentru analiza trebuie sa fie omogene, adica sa se supuna unor criterii de alegere precise si sa nu aiba prea multe particularitati in afara celor ale criteriilor de alegere. Exemplu: intrebarile dintr-o ancheta.
- regula pertinentei (documentele retinute trebuie sa fie adecvate ca sursa de informatii pentru a corespunde obiectivului care a determinat analiza).
- Formularea ipotezelor si obiectivelor. O ipoteza este o afirmatie provizorie, propusa spre verificare (confirmare sau infirmare) prin recurgerea la procedurile analizei. Obiectivul este scopul general care se fixeaza (sau este fixat de o instanta exterioara), cadrul teoretic si/sau pragmatic in care vor fi utilizate rezultatele obtinute.
- Identificarea indicilor si elaborarea indicatorilor. Consideram textele ca o manifestare purtand indici pe care analiza ii va face sa “vorbeasca”, munca pregatitoare va fi alegerea acestora si organizarea lor sistematica in indicatori. De exemplu, indice poate fi mentionarea explicita a unei teme intr-un mesaj. Daca plecam de la principiul ca aceasta tema are cu atat mai multa importanta pentru locutor cu cat este repetata mai des (cazul analizei tematice cantitative), indicatorul corespondent va fi frecventa acestei teme, in maniera absoluta sau relativa.
- Pregatirea materialului. Inainte de analiza propriu-zisa, materialul adunat trebuie sa fie pregatit. Este vorba despre o pregatire materiala si eventual de una formala (“editare”). De exemplu, convorbirile inregistrate pe magnetofon sunt transmise integral, dar articolele de presa sunt decupate, raspunsurile la intrebari deschise sunt puse pe fișe etc.

2.1.2. Exploatarea materialului

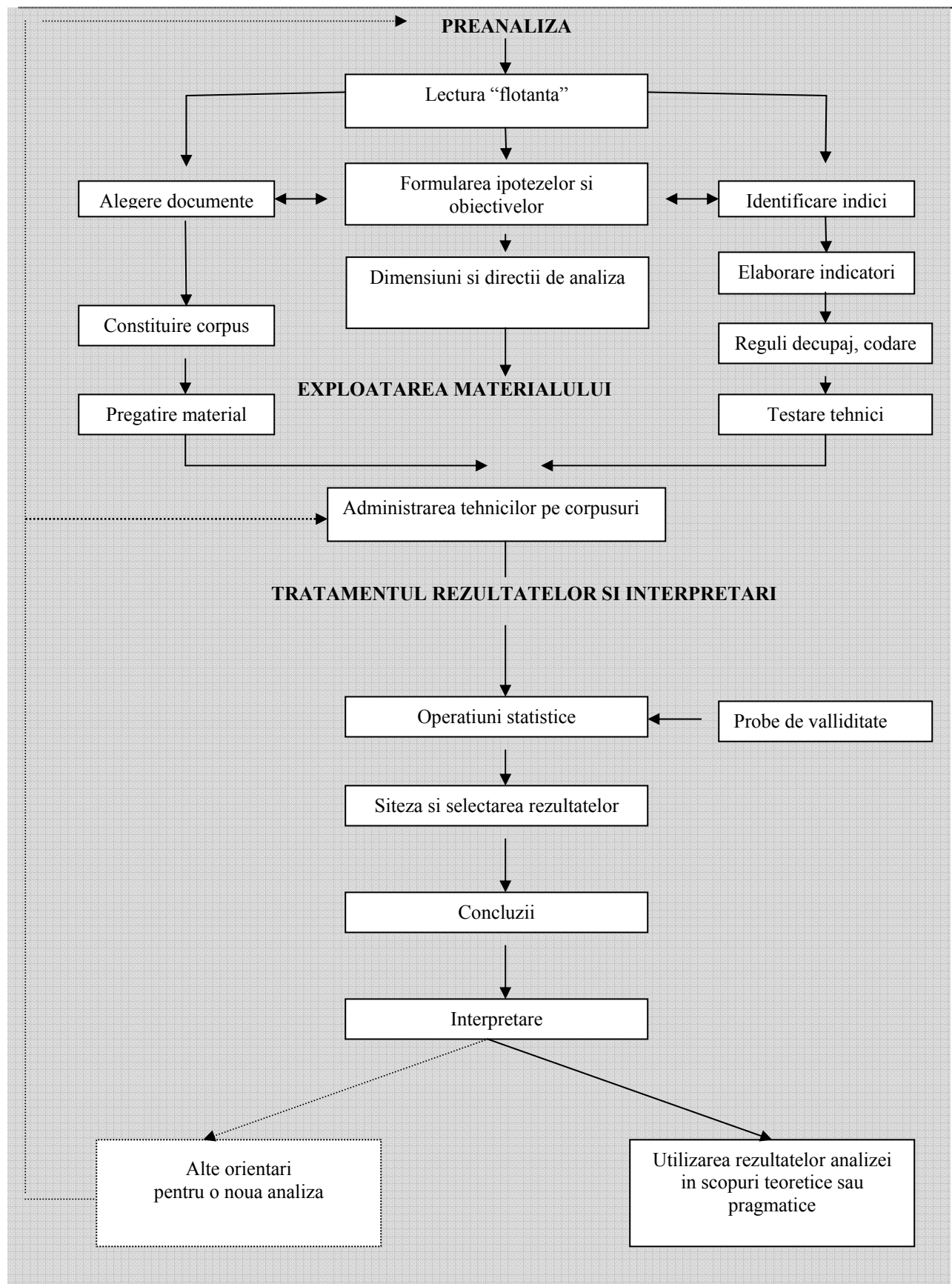
Daca diferitele operatii ale preanalizei au fost riguros indeplinite, faza analizei propriu-zise nu este decat administrarea sistematica a deciziilor uate. Fie ca este vorba despre proceduri aplicate manual sau de operatiuni efectuate de calculator, derularea programului este indeplinita mecanic. Aceasta faza consta in mod esential in operatiuni de codare, numarare sau enumerare, in functie de ordinele formulate anterior.

2.1.3. Prelucrarea rezultatelor obtinute si interpretarea lor

Rezultatele brute sunt prelucrate astfel incat sa devina semnificative si valide. Operatiunile statistice simple (procentaje) sau mai complicate (analiza factoriala) permit intocmirea unor tablouri de rezultate, diagrame, figuri, modele care condenseaza si scot in evidenta informatiile pe care analiza le aduce.

Pentru mai multa rigoare, aceste rezultate vor fi supuse unor probe statistice si teste de validitate. Pe de alta parte, rezultatele obtinute, confruntarea sistematica cu materialul, tipul de concluzii pot servi drept baza pentru o alta analiza ordonata in jurul unor noi dimensiuni teoretice sau practice, gratie unor tehnici diferite.

Figura de la pagina urmatoare prezinta schematic derularea unei analize.



2.2. CODAREA

Tratarea materialului inseamna de fapt codarea lui. Codarea corespunde unei transformari – efectuate dupa reguli si principii stricte – a datelor brute ale textului. Organizarea codarii cuprinde trei alegeri (in cazul analizei cantitative si categoriale):

- decupajul – alegerea unitatilor
- enumerarea – alegerea regulilor de numarare
- clasificarea si agregarea – alegerea categoriilor

2.2.1. Unitati de inregistrare si de context

Ce elemente ale textului trebuie luate in considerare ? Cum decupam un text in elemente finite ? Alegerea unitatilor de inregistrare si a contextului trebuie sa raspunda la aceste intrebari intr-o maniera pertinenta.

- *Unitatea de inregistrare.* Unitatea de inregistrare este unitatea de semnificatie care trebuie codata. Ea corespunde segmentului de continut luat in considerare ca unitate de baza in vederea categorizarii si a numaratorii frecventiale. Unitatea de inregistrare poate avea naturi si dimensiuni diferite. Unele decupaje sse fac la nivel semantic (dupa tema), ltele la nivel lingvistic (cuvinte sau fraze). In analiza de continut, criteriul de decupaj este intotdeauna de ordin semantic.

Printre unitatile de inregistrare cele mai folosite putem cita:

- cuvantul
- tema
- obiectul sau referentul
- personajul
- evenimentul
- documentul

- *Unitatea de context.* Aceasta are rolul unei unitati de intelegere pentru a coda unitatea de inregistrare. Ea corespunde unui segment al mesajului a carui dimensiune (superioara unitatii de inregistrare) ete optima, pentru a gasi semnificatia exacta a unitatii de inregistrare. De exemplu, ar putea fi fraza pentru cuvant sau paragraful pentru tema.

De fapt, este imperativa referirea constienta la contextul apropiat sau indepartat al unitatii de inregistrat. Daca pe un acelasi corpus functioneaza mai multe coduri, este necesar un acord prealabil pentru armonizarea lor. De exemplu, in cazul analizei mesajelor politice, cuvinte ca “libertate”, “ordine”, “progres”, “democratie”, “societate” ai nevoie de context pentru a fi intelese in adevaratul lor sens.

In alegerea dimensiunii unitatii de context, sunt luate in calcul doua criterii: costul si pertinenta. O unitate de context mare cere o lectura suplimentara. Pe de alta parte, exista un optimum la nivelul sensului: prea mica sau prea mare, unitatea de context nu mai este adaptata, tipul materialului si cadrul teoretic fiind in acest caz determinante.

2.2.2. Reguli de numarare

Trebuie sa facem distinctia intre unitatea de inregistrare – ceea ce numaram – si regulile de enumerare – modul in care se face numararea. Sa luam un exemplu. Avem un text finit, in cazul caruia identificarea si decupajul au livrat urmatoarele elemente si unitati de inregistrare: a, d, a, e, a, b. Lista de referinta este a, b, c, d, e, f. Putem utiliza diferite tipuri de enumerare:

- prezenta (sau absenta). In textul de analizat regasim elementele a, b, d, e si nu le regasim pe c si f ;
- frecventa. Este masura cel mai des folosita si corespunde postulatului potrivit caruia importanta unei unitati de inregistrare creste direct proportional cu frecventa de aparitie. In cazul nostru, frecventele fiecarui element sunt: $a=3$, $b=1$, $c=0$, $d=1$, $e=1$, $f=0$;
- frecventa ponderata. Daca plecam de la ipoteza ca aparitia unui anume element are mai multa importanta decat a altuia, putem recurge la un sistem de ponderare. Exemplu: presupunem ca b si d au o greutate dubla fata de a, c, e si f, ceea ce da urmatoarele rezultate: $a=3 \times 1=3$; $b=1 \times 2=2$; $c=0 \times 1=0$; $d=1 \times 2=2$; $e=1 \times 1=1$; $f=0 \times 1=0$.

Alte tipuri de enumerare sunt:

- intensitatea;
- directia;
- ordinea;
- co-ocurenta.

2.3. CATEGORIZAREA

Gruparea componentilor unui mesaj analizat în rubrici sau categorii nu este o etapă obligatorie a oricărei analize de conținut. Dar majoritatea procedurilor de analiză se organizează în jurul unei proces de categorizare.

2.3.1. Principii

Categorizarea este o operație de clasificare a elementelor constitutive ale unui ansamblu prin diferențiere și apoi regrupare pe genuri (analogie), după criterii definite în prealabil. Categoriile sunt rubrici sau clase care reunesc un grup de elemente (unități de înregistrate în cazul analizei de conținut) sub un titlu generic, reunire efectuată ca urmare a caracteristicilor comune ale acestor elemente. Criteriul de categorizare poate fi semantic, sintactic, lexical sau expresiv.

Împartirea elementelor pe categorii înseamnă cautarea caracteristicilor pe care fiecare dintre ele le are în comun cu altele. Este un proces de tip structuralist, care are două etape: *inventarul* (izolarea elementelor) și *clasificarea* (repartizarea elementelor, deci cautarea sau impunerea unei anumite organizări a mesajului).

Un ansamblu de categorii bune trebuie să aibă următoarele calități: *excluderea mutuală* (un element nu poate fi alocat decât unei singure rubrici); *omogenitatea*; *pertinenta*; *productivitatea*.

2.4. INFERENȚA (STABILIREA CONCLUZIILOR)

2.4.1. Polii de analiză

Analiza de continut aduce informatii suplimentare lectorului critic al unui mesaj, fie ca este vorba de lingvist, psiholog, sociolog, critic literar, istoric, exeget religios sau “cititor profan” care incearca sa “stie mai mult”. Dar ce inseamna “a sti mai mult” ? Analiza de continut se poate axa pe elementele constitutive ale mecanismului clasic al comunicarii: mesajul (semnificatie si cod) si suportul (canalul) sau pe de o parte; emitatorul si receptorul pe de alta parte, ca poli de analiză propriu-ziși.

a) Emitatorul, sau producatorul mesajului. Poate fi un individ sau un grup de indivizi-emitatori. In acest caz, insistam asupra functiei expresive sau reprezentative a comunicarii. Putem porni de la ipoteza ca mesajul exprima si reprezinta emitatorul.

b) Receptorul. Poate fi un individ, un grup (mai restrans sau mai mare) de indivizi sau o multime. Din acest punct de vedere, insistam asupra faptului ca mesajul este dirijat in directia acestui individ (sau ansamblu de indivizi) in scopul de a actiona (functia instrumentala a comunicarii) sau de a se adapta lui (lor). In consecinta, studiul mesajului ar putea aduce informatii asupra receptorului sau publicului.

c) Mesajul. Orice analiza de continut trece prin analiza mesajului. Este materialul, punctul de plecare, indicatorul fara de care analiza nu ar fi posibila. Exista doua posibilitati, corespunzand celor doua niveluri de analiza: semnificanti si semnificatii. *Codul*: ne folosim de cod ca de un indicator capabil sa releve realitati sub-adiacente; *semnificatia*: studierea sistematizata a codurilor nu este intotdeauna indispensabila.

Analiza de continut se poate face plecand de la semnificatiile pe care le ofera mesajul. Care sunt temele prezente in discursurile de la atribuirea unor premii? Care sunt subiectele abordate de un pacient in fata psihoterapeutului sau? Ce contin discursurile publicitare?

d. Canalul (*medium-ul*). Este vorba despre canalul, instrumentul, obiectul tehnic, suportul material al codului. Dar mai mult decat analiza de continut, acest gen de studiu face apel la proceduri experimentale. De exemplu, se poate studia in ce fel introducerea unui televizor intr-o familie modifica – independent de programele care sunt transmise – structura familiala. Cum

vor fi interpretate aceleasi informatii de niste copii, daca sunt vazute la televizor sau auzite de la invatator?

2.4.2. Procesul și variabilele de inferență

Analiza de continut este un bun instrument de inductie pentru cercetarea cauzelor (variabile inferate) pornind de la efecte (variabile de inferenta sau indicatori identificati in text), dar invers, anticiparea efectelor pornind de la factori cunoscuti nu este in capacitatile sale.

Indicatorii si inferentele sunt, sau pot fi, de naturi foarte diferite. De exemplu, in grupurile de intalniri, identificarea membrilor grupului (variabila inferata cautata) se poate manifesta prin familia de cuvinte din categoria “noi” (noi, ei, ai nostri, noi insine) si din categoria “eu” (eu, ma, al meu, eu insumi).

Alegerea presupune o relatie intre mecanismul psihologic si o manifestare verbala. In prezent, inferenta se face in mod obisnuit pas cu pas, din cauza legilor fiabile care privesc legaturile intre conditiile de productie si mesaj. Dar nu este imposibil sa avem in vedere anumite constante intre existenta anumitor variabile ale sursei (sau receptorului) si variabilele textuale. Osgood face distinctia intre:

- *inferentele specifice* (de exemplu, incercam sa raspundem la intrebarea “Are tara A intentia de a ataca tara B?”);
- *inferentele generale* (de exemplu, ne intrebam daca exista o lege relationala astfel incat cresterea pulsului locutorului sa fie acompaniata de simplificarea si normalizarea alegerilor sale semantice si structurale).

Pentru a stabili cateva dintre aceste legi, trebuie sa identificam, in cursul analizei de continut deja facute, indicii utilizati, inferentele efectuate si situatiile de comunicare. Altfel spus, sa facem o analiza de continut pe analiza de continut ! Pentru Osgood, variabilele inferate pot fi, de exemplu: inteligenta, usurinta comunicarii, originea rasiala, anxietatea, agresivitatea, structura asociativa, atitudinile si valorile, obisnuintele de limbaj ale emitatorului.

La randul sau, Holsti enumera urmatoarele obiective inferentiale:

⇒ **Antecedentele comunicarii.** Asigurarea inteligentei militare si politice (ex: cercetarile asupra propagandei inamice in timp de razboi sau observarea marilor puteri si a echilibrului international actual, etc.).

⇒ **Analizarea trasaturilor psihologice ale indivizilor** (ex: structura personalitatii unui individ, evolutia unei boli mintale, coerenta intelectuala sau ideologica, reactia la o frustrare sau un pericol, adeziunea la un sistem de credinta, logica rationamentului unui om politic, rata de ostilitate sau de anxietate a unei persoane intr-o situatie data, luarea deciziilor politice, etc.).

⇒ **Observarea aspectelor sau schimbarilor culturale** (ex: influenta socio-economica asupra problemelor stiintifice abordate intr-o epoca data, dorinta de reusita individuala in diferite contexte culturale, tendinta societatii americane de a trece de la o etica protestanta individuala la o etica sociala, imaginea socializarii in comunicarea in masa, etc.).

⇒ **Dovezi de legalitate si autenticitate** (ex: intentiile infractionale sau de subminare politica ale anumitor redactori sau editori, infractiunea literara, autenticitatea unei opere).

⇒ **Rezultatele comunicarii** (ex: factorii de expunere selectiva la mesaj determinati de atitudinile preexistente, rolul grupurilor de apartenenta credibilitatea locutorului, incidenta persuasiva a unui mesaj, masura lizibilitatii, evolutia fluxului de comunicare, asimilarea simbolica a receptorilor, difuzarea unei teorii stiintifice).

3. TEHNICI DE ANALIZĂ

În ansamblul tehnicilor de analiză, tehnica cea mai veche și folosită cel mai des este *analiza pe categorii* (sau *analiza categorială*). Ea constă în descompunerea unui text în unități și clasificarea acestora în categorii, după criteriul analogiei (tematice, stilistice etc.). Clasificarea cea mai rapidă și mai eficace este *clasificarea tematică*, dar cu o condiție: să se aplice unor discursuri simple și directe (ale căror semnificații sunt explicite); este motivul pentru care nu vom insista asupra acestei tehnici: marea majoritate a discursurilor publice excelează prin complexitate și prin juxtapunerea mai multor niveluri de semnificație, cele mai numeroase fiind implicite, nemanifeste. De altfel, clasificarea tematică este atât de simplă, încât este folosită asiduu de lucrătorii din birourile de presă sau din departamentele de analiză politică, dintre care mulți nu au o pregătire de specialitate.

În continuare ne vom ocupa de patru tehnici de analiză, utilizabile cu succes în analiza de conținut a discursului public și în care analiza categorială se regăsește ca procedură: 1) *analiza evaluării* (sau „analiza aserțiunii evaluative”), 2) *analiza enunțării*, 3) *analiza propozițională*, 4) *analiza expresiei* și 5) *analiza relațiilor*.

3.1. ANALIZA EVALUĂRII

3.1.1. Masuraera atitudinilor

Analiza aserțiunii evaluative (EAA) a fost pusă la punct în 1956 de Osgood, Saporta și Nunnally. Ea are drept scop măsurarea atitudinilor locutorului față de obiectele sau subiectele despre care vorbește.

Analiza aserțiunii evaluative a lui Osgood se bazează pe cunoștințele de psihologie socială referitoare la atitudini. Din punct de vedere psihosociologic, atitudinea este o predispoziție a subiectului, relativ stabilă și organizată, de a se manifesta printr-o formă de *opinie*

(la nivel verbal) sau de *actiune* (la nivel comportamental), in privinta unor *obiecte* (persoane, idei, evenimente, lucruri, etc.), intr-o maniera dirijata. Oamenii au opinii cu privire la lucruri, fiinte si fenomene, pe care le exprimă prin intermediul *judecatilor de valoare*.

O atitudine este un nucleu, o matrice, adesea inconștientă, care generează (și care se traduce prin) un ansamblu de luări de poziție, de calificative, de descrieri de evaluare.

In psihologia sociala, atitudinile sunt caracterizate prin două dimensiuni: *directia* si *intensitatea*. Ele sunt utilizate și in analiza asertiunii evaluative, pentru a se putea defini si masura atitudinile subadiacente ale locutorului.

Directia este sensul opiniei, potrivit unui *cuplu bipolar*: pozitiv/negativ, amical/ostil, optimist/pesimist, bun/rău etc. Așadar, prin atitudinile noastre putem fi “pro” sau “contra”, favorabili sau nefavorabili. Uneori, între cei doi poli, clar orientați, există și stări intermediare: fie *neutralitatea*, fie *ambivalența* (amestecul de “pro” și “contra”, care poate fi perceput ca o imposibilitate logică, dar care este întrutotul firesc din punct de vedere psihologic: deseori simțim că avem trăiri contradictorii – sentimente, atitudini, opinii insuficient direcționate).

Intensitatea marcheaza forța sau gradul convingerii exprimate: o adeziune poate fi lipsita de entuziasm sau pasionata, o opozitie - lejera sau vehementa etc.

Metoda lui Osgood este comparabila cu analiza de continut tematica, pentru ca și ea presupune decupajul unui text si a unitatilor de semnificatie. Dar obiectivul ei este specific, pentru ca ea vizeaza nu numai ocurenta unei teme sau a alteia (prezența sau absența acesteia), ci și *încărcătura evaluativă* a unităților de semnificație luate în calcul.

În etapa identificării și contabilizării segmentelor semantice (a aserțiunilor), se simte nevoia unui procedeu de evaluare a direcției și intensității aserțiunilor selecționate. Dar acest procedeu presupune, după cum vom vedea, o etapă intermediară: *normalizarea enunțurilor*.

3.1.2. Diferitele faze ale tehnicii

Niciodată nu este luat în considerare tot textul. Deci nu este vorba de o metoda exhaustiva, cel puțin din punct de vedere al continutului textului. Este luata în calcul doar o dimensiune, cea a atitudinilor. Sunt supuse analizei doar enunturile care exprima o evaluare. Așadar, prima operatiune va fi extragerea mesajului din propozitiile care raspund acestui criteriu.

3.1.2.1. Componentele enunturilor evaluative

Pentru a normaliza propozitiile evaluative trebuie să le descompunem în cele trei elemente din care sunt compuse. Sau, în orice caz, este necesar sa le reducem la acesti trei constituinti:

- *Obiectele atitudinii* („AO”, din engleză: *attitude objects*) sunt obiectele asupra carora se face evaluarea: persoane, grupuri, idei, lucruri, evenimente etc. Ele vor fi notate cu majuscule. În general, este vorba de *substantive* („România”, „democrație”, „libertate”, „interes național”, „soție”, „un oarecare...”, „pace”) sau de *pronume personale*.
- *Termenii evaluativi cu semnificatie comună* („cm”, din engleză: *evaluative common-meaning terms*) vor fi notati cu litere mici italice. Sunt termenii prin care sunt calificate AO (în lingvistica se numesc “predicate”). Este vorba despre *adjective* („onest”, „curat”, „interesant”), de *substantive* („bunătate”, „securitate”, „inamic”, „pace”), *adverbe* formate din adjective („în mod loial”, „incetisor”) sau *verbe* („a minți”, „a amenința”, „a respecta”). Osgood considera ca semnificatia acordata acestor termeni este *comună* si *stabilă*, adica exista un anumit consens cu privire la înțelesul lor, pentru toti oamenii (ceea ce nu se mai aplică atunci când vrem sa aflăm ce semnificatie acordă un anumit locutor unui obiect al atitudinii).

În virtutea acestui consens semantic, evaluarea “cm” asupra unui registru de tipul favorabil/nefavorabil trebuie sa fie, cel puțin teoretic, o sarcină simplă pentru codificator, lipsită de ambiguitati. Când exista dubii, putem spune “cm”-urile cu semnificatie ambigua unui mic test de congruenta, care este cunoscut în literatură chiar așa: *testul Osgood*. Plasam termenul respectiv in afirmatii care contin actori cu polaritate puternica: erou/scelerat, sfânt/păcătos (exemple date de Osgood ca simboluri ale dimensiunii binelui si raului), ele jucand rolul de AO cu semnificatie cunoscută, larg acceptată.

De exemplu, dacă avem îndoieli cu privire la termenul “pace”, îl plasăm în următoarele enunțuri:

1. “eroul ofera pacea”;
2. “sceleratul ofera pacea”.

Primul caz pare mai congruent (așteptat, normal) decât al doilea, deci “pacea” va fi evaluată în direcția “bine”.

- *Conectorii verbali* leagă în cadrul enunțului *AO* și *cm*. În rezumat, obiectele atitudinii a căror evaluare este căutată vor fi încercuite de termeni evaluativi cu semnificație comună și de conectori verbali.

3.1.2.2. Etapele analizei

I. Identificarea și extragerea obiectelor atitudinii (AO). În timpul lecturii reperăm și extragem AO. Identificarea este relativ ușoară, pentru că este vorba despre nume proprii sau substantive comune (ori pronume de substituție). Enunțurile care conțin AO sunt puse între paranteze. Pentru a evita subiectivitatea codorului, din precauție, putem masca AO înlocuindu-le prin simboluri (AZ, BY, etc.).

II. Normalizarea enunțurilor. Enunțurile odată izolate, trecem la pregătirea codării prin trecerea acestora într-o formă canonică. Scopul este obținerea unor forme afirmative conform combinației sintactice elementare (actor-actiune-complement), adică:

Obiect al atitudinii evaluat / conector verbal / material evaluativ

III. Codarea. Codorul stabilește o direcție (pozitivă sau negativă) pentru fiecare conector verbal (*c*) și fiecare calificator (*cm*). În plus, această direcție este evaluată în intensitate pe o scară cu șapte puncte (-3 la +3). Vor fi îndeplinite următoarele proceduri:

- *Notarea conectorilor.* Aceștia pot fi *asociativi* (atunci când verbul leagă agentul de complementul său) sau *disociativi* (când verbul separă agentul de complementul său). O intensitate mare (+3 sau -3) este indicată prin folosirea verbelor “a fi” sau “a avea” pentru anumite verbe la timpul prezent, prin prezenta adverbilor de genul “absolut”, “definitiv”, care întăresc acțiunea verbelor. O intensitate medie (+2 sau -2) este marcată de verbele care indica

iminenta, partialul, probabilul, cresterea (ex: “va incerca sa ...”) si prin moduri temporale altele decat prezentul. O intensitate scazuta (+1 sau -1) se caracterizeaza printr-o relatie ipotetica sau prin prezenta adverbilor de tipul “ușor”, “ocazional”.

- *Notarea calificatorilor.* Osgood pare sa considere ca exista o mica dificultate in a coda drept favorabili sau nefavorabili termenii evaluativi cu semnificatie comuna pe o scara in sapte puncte, ale carei niveluri pozitive sau negative corespund cu “foarte”, “destul de” si “putin”. De exemplu, putem nota “foarte cinstit” cu +3, “interesant” cu +1 si “atroce” cu -3. Insa cum consideram “burghez” in enuntul “este o familie burgheza”? Directia este pozitiva sau negativa ?

- *Notarea obiectelor atitudinii.* Se calculeaza prin multiplicarea si adunarea notelor acordate conectorilor si calificatorilor, pentru fiecare obiect de atitudine. Codorul colecteaza pentru fiecare AO valorile tuturor asertiunilor.

3.1.3. Comentarii aspra metodei

Osgood insusi considera aceasta tehnica extrem de laborioasa (trei analisti au nevoie cam de o ora pentru a examina un material de 133 de cuvinte). Acest lucru limiteaza caracterul pragmatic al tehnicii si o face mai dergraba un instrument de cercetare. Pe de alta parte, doar continutul manifest, explicit, este luat in considerare. Analiza nu poate fi folosita decat pentru comunicarea care respecta principiile “modelului reprezentational” (expresia manifesta reflecta exact atitudinile locutorului). Ea nu este adecvata pentru mesaje care provin din conceptia “instrumentalista” asupra limbajului (atitudinile si motivatiile nu sunt exprimate direct - altfel spus, in spatele expresiei manifestate se ascunde un sens latent, percept sau nu constient de catre locutor). Așadar, aceasta tehnica nu poate fi folosita cu succes pentru mesajele de propaganda, caracterizate printr-o actiune intenționat insidioasa, și nici pentru analiza enunturilor din cadrul unei sedinte de psihoterapie, unde mesajul latent este mai important decât cel manifest. În această situație, este normal să ne întrebăm: *Ce se poate spera de la analiza evaluării?*

După cum scrie Laurence Bardin (3, pp. 207-288), „rafinamentul tehnic, importanța - în accepțiunea americană - dată aspectelor metodologice în detrimentul rezultatelor și al interpretării lor îl lasă descumpănit pe cercetătorul european, mai puțin obișnuit cu atâtea

tertipuri metodologice”. Idealul acestei tehnici este de a evalua obiectiv tocmai evaluările unui producător de mesaje (ideologii, atitudini, afecte, reacții emoționale, aureole conotative). Așadar, este vorba de o variantă a vechiului vis al cercetătorilor „riguroși”: *a fi riguros în fața unui material tendențios*.

În ciuda dificultăților de ordin procedural, probabil că analiza evaluării nu și-a spus ultimul cuvânt. Chiar Osgood sugera noi direcții de dezvoltare a metodei sale, care par interesante pentru viitor:

- *Măsurarea incongruenței evaluative a unui mesaj*. Cât de coerente sunt, între ele, enunțurile evaluative prezente într-un text? O persoană sau un ziar, o instituție sau un partid, sunt consecvente în afirmațiile lor evaluative? Ce semnificație ar putea avea un indice de incongruență ridicat? Ar putea el însemna o încropeală inconsistentă, o atitudine ambivalentă sau formularea premeditată a unor judecăți de valoare care nu exprimă convingerile reale?

- *Măsurarea funcției evaluative a unui mesaj*. Funcția evaluativă a unei conversații poate indica procentajul de emotivitate sau de afectivitate a persoanelor participante. Ea poate evidenția caracterul tendențios sau ideologic al unui articol de presă, precum și raportul informație-persuasiune existent într-un anunț publicitar.

Laurence Bardin consideră că aceste direcții, care nu au stârnit un interes prea mare în mediul american, promet rezultate mai interesante analiștilor europeni, care sunt mai preocupați de raportul dintre adevăr și fals, onestitate și minciună etc. În opinia noastră, diferența sesizată de Bardin între impactul metodei în climat american și impactul ei în climat european provine din termenii diferiți în care se formulează problema legitimității în cele două spații socio-culturale. La prima vedere, evoluția spațiului european după 1990 face superfluă remarca lui Bardin, făcută în urmă cu un sfert de veac (prima ediție a cărții *L'analyse de contenu* a apărut în 1977). Dar dacă vom analiza, de pildă, polemica franco-americană în jurul războiului din Irak (anul 2003), care a căpătat dimensiunile unui adevărat război mediatic între două discursuri concurente, vom constata că „abordarea europeană” utilizează cu succes distincțiile *adevăr-fals*, *onestitate-minciună* sau *autentic-mistificat*, ca arme retorice de mare calibru. Iată de ce nu considerăm că tehnica analizei evaluării ar fi lipsită de viitor²⁸⁵.

3.2. ANALIZA ENUNȚĂRII

Analiza enuntarii are doua caracteristici majore, care o diferentiaza de alte tehnici ale analizei de continut: 1) se bazează pe *o concepie despre comunicare ca proces*, iar nu nu ca un lucru dat; 2) functioneaza prin *evitarea structurilor si elementelor formale*.

În 1974, M.-C. d'Unrug* prezenta o tehnica bazata pe aceasta concepie. Metoda propusa de el are avantajul ca este accesibila fara o formare profesională specifica (psihanaliza, lingvistica), fiind supla si maleabila, foarte operativa si productiva. In plus, ea se aplica in mod eficient unui tip de discurs neglijat de tehnicile „riguroase”: *conversația nederijată* (convorbirea).

3.2.1. Discursul ca vorbire in act

În practica analitica, se consideră „discurs” orice comunicare studiata nu doar la nivelul elementelor constitutive, dar nu numai la nivelul părților elementare (cum ar fi cuvantul), ci si la un nivel egal si superior frazei (propozitii, enunturi, secvente).

Analiza enuntarii se bazeaza pe o concepie asupra discursului ca vorbire in act. Analiza de continut clasica ia in considerare materialul de studiu ca pe un dat, adica un enunt imobil, manipulabil, segmentabil. Ori, producerea de vorbe este un proces. Analiza enuntarii considera ca producerea vorbelor este un proces laborios, în care se elaboreaza un sens, sunt operate transformari. Discursul nu este transpozitia transparenta a opiniilor, atitudinilor, reprezentarilor existente *deja* inainte de punerea in forma verbala²⁸⁶. Discursul nu este un produs finit, ci un moment intr-un proces de elaborare cu tot ceea ce comporta el: contradictii, incoerente, nefinalizari. Iar acest lucru se manifestă cu atat mai mult in conversatie, unde producerea vorbelor este in acelasi timp spontana si constransa de situatie.

Daca privim discursul ca *proes de elaborare* în care se infrunta motivatiile, dorintele, investitiile subiectului si constrangerile impuse de codul de limbaj si de conditiile producerii de sens, atunci ocolirea prin enuntare este calea cea mai buna pentru a gasi ceea ce cautam.

* M.-C. d'Unrug, *Analyse de contenu et de parole*, Delarge, 1974 (*apud* Laurence Bardin, *lucr. cit.*).

3.2.1.1. Condițiile de producere a vorbelor

În orice comuniare avem de-a face cu un “triunghi”: *locutorul*, obiectul sau de discurs sau *referinta* și un *terț* – aceștia sunt cei trei poli. Locutorul se exprimă cu întreaga sa ambivalență, conflictele sale de bază, incoerența inconștientului său, dar în prezența unui terț, vorbele sale trebuie să se supună exigențelor logicii socializate. Ele devin discurs, “de bine, de rău”. Iar analistul poate reconstitui atitudinile și reprezentările reale prin eforturi de a stăpâni vorbele, prin lacunele și doctrinele sale.

3.2.1.2. Ocolirea prin enunțare

În analiza enunțării distingem trei niveluri de apropiere ocolită:

- *analiza sintactică și paralingvistică* (studiul structurilor formale gramaticale);
- *analiza logică* (cunoașterea imbinărilor discursului);
- *analiza elementelor formale atipice*: omisiuni, greseli logice, tăceri etc.

M.-C. D’Unrug propune ca direcții de analiză: *analiza logicii discursului* (dramatica unei conversații) și *figurile retorice*. Multă vreme, figurile retorice au exercitat o anumită fascinație în studiul stilului literar. Contrar a ceea ce se crede de obicei, ele nu sunt ornamente gratuite, ci fac parte din elaborarea discursului. Pentru d’Unrug, ele funcționează ca “*operatori* care introduc transformări eficace”; în general, ele au o funcție de rezistență (în sens psihanalitic): permit întârzierea conflictului, controlarea lui parțială sau rezolvarea lui prin metode de ocolire.

Ocolirea prin enunțare (adică prin organizarea formală a discursului și reperarea elementelor formale atipice) permite inferențe indirecte. *Indicatorii formali* aruncă lumină asupra *procesului*, iar înțelegerea procesului facilitează, la rândul ei, reperarea și interpretarea conținuturilor (identificarea variabilelor de inferență de tip motivație, atitudine, reprezentare, precum și organizarea acestora între ele). Așadar, avem de-a face cu o analiză de conținut, dar accesul la ea trece prin înfățișarea lui și modalitățile acesteia.

3.2.1.3. Aplicarea analizei enunțării la convorbirea nederijată

Materialul preferat al analizei enunțării este *conversația nederijată*, deoarece aceasta are următoarele caracteristici:

- *presupune o atitudine pozitivă necondiționată* din partea intervievatorului (nu intervine nici o selecție și nici o judecată de valoare), o atitudine de empatie din partea lui (a

privi din punctul de vedere al interviuatului, in cadrul sau de referinta), precum și recursul acestuia la tehnici de reformulare (relansări, răspunsuri-reflexe etc.);

- *se dezvoltă liber, după logica interviuatului*, singurele constrângeri fiind date de consemnul tematic pus din plecare, pentru a se centra convorbirea pe un subiect interesant, care să justifice prezența interviuatorului și să favorizeze acceptarea acestuia ca interlocutor;

- *are un grad minim de performanță* (spre deosebire de convorbirile dirijate și chestionarele pe bază de formular), datorată improvizatiei pe care o da relativa autonomie, o anumita coerență și unitate, o focalizare a conținutului pe relația (subiectivă) dintre locutor și “obiectul” discursului (reprezentări, atitudini.); ea presupune elaborarea unei gândiri de tipul „aici și acum”, dependentă de elaborarea vorbelor.

Așadar, conversația neregulată este un discurs *dinamic*, ce se prezintă ca o succesiune de transformări ale gândirii (mai precis, ale formei acesteia). Acest joc al transformărilor acționează la mai multe niveluri. Scopul analizei enunțării este de a surprinde diversele niveluri suprapuse (spre deosebire de analiza de conținut clasică, unde se rămâne într-un registru semantic elementar). În cazul conversației neregulate, datorită circumstanțelor de producție, munca de elaborare este în același timp “emergenta inconștientului și a construcției discursului” (Bardin).

3.2.1.4. Convergența influențelor teoretice și metodologice

Analiza enunțării este rezultatul unor influențe de diferite origini. Lacan și psihanaliza participă la conceperea unui discurs unde manifestarea formală maschează și structurează emergenta conflictelor latente. Interesul pentru jocurile de cuvinte, lapsusuri, tăceri ca indicatori privilegiați este moștenit direct de la “intuițiile” lui Freud.

Studiul îmbinării discursului considerat ca un tot coerent, un sistem în echilibru (o succesiune de dezechilibre controlată și depășită) a cărui organizare are ea însăși un sens, provine de la mai multe direcții de analiză: *logică*, ca știința a raționamentului (just); *lingvistică*, elaborată de formalistii ruși și școala de la Geneva, atentă la funcțiile de expresie, la enunțare și la determinarea sa de către grupul social; *distributionalismul* și *analiza discursului* ale lui S. Z. Harris, care, prin procedee de reducere și formalizare, face să apară scheme caracteristice; *gramatica generativă* a lui Chomsky, tentativa de a atinge procesele generative ale limbii fondate pe reguli inconștiente; dar și opere de *analiză structurală a povestirii*, cum ar fi cele ale lui Levi-Strauss sau Greimas.

3.2.2. Condiții de organizare a unei analize a enunțării

Analiza fiind *intensiva*, este necesar și suficient să lucrăm pe un material restrâns. Bardin propune 15-30 de participanți la o conversație. Ei trebuie să fie esanționați în mod riguros. Diferențierile de variabile (sex, vârstă etc.) la nivelul rezultatului impun o creștere a acestor cifre medii. Analiza fiind *comparativă*, este necesar ca toate condițiile să fie standardizate (aceleași întrebări de pornire, aceleași condiții situaționale). Dar analiza este înainte de toate centrată pe singularitatea elaborării individuale a discursului, de aceea va trebui să surprindă libertatea și creația individuală. Din moment ce sunt luate în considerare imbinarea discursului și progresia sa, fiecare discurs trebuie să fie un text suficient de lung pentru a forma un tot. Lungimea convorbirii poate varia în interiorul aceluiași corpus (timp mediu – de la o jumătate de ora la o oră; transcriere dactilografată – de la 4-5 pagini de la 40-50 de pagini). Exemplul se aplică pentru convorbiri neregulate, dar corpusul poate fi de natură foarte diversă: comunicare în masă, discuții în grup mic, convorbire clinică sau psihoterapeutică, discurs politic. Totuși, d'Unrug privilegiază discursurile purtătoare de ideologie și pe cele care rezultă în urma unei apropieri clinice, materiale pe care le consideră cele mai propice pentru analiza enunțării.

3.2.3.1. Organizarea analizei

A) Pregătirea materialului. Unitatea de bază este fiecare discurs (de exemplu, convorbirea), adică producția fiecărui locutor. Pregătirea materialului trebuie să ducă la transcrierea exhaustivă a fiecărei producții. Prezentarea cea mai comodă este în formă dactilografată, în dublu sau triplu exemplar, cu margini la stânga și la dreapta, pentru note.

Transcrierea trebuie să păstreze maximum de informație - atât lingvistică (înregistrarea tuturor semnificanților), cât și *paralingvistică* (notarea tăcerilor, onomatopeelor, dificultăților de exprimare, precum și a aspectelor emoționale ca râsul, tonul ironic etc.).

B) Diferitele etape ale analizei. Analiza enunțării este complementară unei analize tematice de tip tradițional, efectuată în prealabil. Analiza enunțării propriu-zisă se efectuează la mai multe niveluri (al secvențelor, al propozițiilor, al elementelor atipice), iar interpretarea, adică înțelegerea procesului în desfășurare, rezultă din confruntarea diferitelor indicatori. În analiza enunțării, validitatea rezultă dintr-o coerență internă între diverse trasături semnificative.

Așadar, distingem:

I. ANALIZA TEMATICA. Ea este transversala, adica decupeaza ansamblul convorbirilor printr-o grila de categorii proiectată asupra continuturilor lor. Nu se tine cont de dinamica si de organizare, ci de *frecventa temelor* relevate în ansamblul discursurilor considerate ca date, segmentabile si comparabile.

II. ANALIZA ENUNTARII PROPRIUZISĂ. Fiecare discurs este studiat în sine, ca o totalitate organizata si singulara. Este o specie a studiului de caz. Este analizata dinamica proprie fiecarei productii, iar indicarii diferiti se adapteaza la unicitatea ireductibilă a fiecarui locutor.

Spre deosebire de analiza tematică, analiză care aplica o teorie la un material concret, prin intermediul unui corp de ipoteze și al unui sistem de categorii, analiza enuntarii este lipsită de orice ipoteză interpretativă care premerge studiul formal al discursului.

Să vedem, în continuare, care sunt, în descrierea lui Bardin, *obiectivele* analizei propriuizise a enunțării, precum și *procedeele* prin care poate fi atins fiecare obiectiv.

3.2.3.2. *Inlănțuirea și dinamica discursului*

Obiectivul constă în gasirea logicii intrinseci care structureaza fiecare conversatie. Procedeele aferente sunt următoarele:

a) Analiza logică este o analiza a relatiilor între propozitii, observarea inlantuirii propozitiilor. Dar ce este o propozitie? Bardin: “Prin propozitie intelegem o afirmatie, o declaratie, o judecata (fie ea afirmativă sau negativă, sau chiar interogativă) în care se creeaza o relatie între doi sau mai multi termeni. Este o unitate suficienta siesi (pronuntata singura, are un sens)”. După cum am mai spus, ea poate fi afirmativă sau negativă; în plus, poate fi considerata separat sau în conexiune cu altele, poate fi pronunțată exact sau inexact. De fiecare dată, trebuie ca ea să poată fi precedată de cuvintele „faptul că”.

Prima operatie a analizei logice este *separarea textului propozitie cu propozitie*, fie prin semne grafice (ex.: /), fie prin recopierea lor în coloana. Urmează *observarea succesiunii propozitiilor*, care pune în evidenta relatiile si modul de a rationa. De fapt, se pare ca într-un discurs totul se petrece ca si cum ar exista un mod de a rationa chiar înainte ca discursul sa fie pronuntat, analistului revenindu-i misiunea de a-l descoperi în formulări.

b) Analiza secvențială scoate în evidență ritmul, progresia discursului la un nivel mai cuprinzător decât nivelul precedent. Ea este și o analiză a *rupturilor*, căci căci ne arată care sunt

evenimentele, forțele subterane sau reacțiile susceptibile de a schimba brusc conținutul (subiectul abordat) sau expresia (tonul, stilul de exprimare etc.).

Concret, detașăm o noua secvență la fiecare schimbare a subiectului sau la trecerea de la naratiune la descriere, de la descriere la explicație etc. Reperarea secvențelor este oarecum ușurată de prezenta rupturilor în discurs: tăceri, cuvinte sau grupuri de cuvinte care anunță tocmai trecerea de la un subiect la altul (“acum ...”, „adica ...”, „cu toate acestea...”).

Analiza logică și analiza secvențială sunt două etape revelatoare pentru “dinamica” unei conversații. Rezultatele obținute, confruntate cu cele ale analizei stilistice și elementelor atipice, permit sesizarea, în raport cu anumite teme abordate, a tensiunilor, momentelor calme sau de pierdere a controlului, contradicțiilor, conflictelor etc. care anima și structurează discursul.

De pildă, blocajul pe care îl întâlnim frecvent la începutul unei conversații se manifestă în planul organizării logice. Unele conversații evoluează de la *mai controlate* la *mai puțin controlate*. Indicatorii stilistici sau semantici (confuzia, redundanța, digresiunea, ilogismul, recurența tematică, negația, lapsusul etc.) completează înțelegerea acestei evoluții.

EXEMPLU DE ANALIZĂ LOGICĂ ȘI SECVENȚIALĂ

Imaginea corpului (după M.-C. d’Unrug)

Laurence Bardin reproduce un exemplu de convorbire, citat de M.-C. d’Unrug, referitor la imaginea corpului. El ilustrează minunat fluctuația pe care o poate cunoaște controlul unui locutor asupra propriului său discurs. Îl prezentăm *in extenso* pentru că el ne arată și modul în care subconștientul nostru funcționează, prin intermediul discursului, ca o „volantă” care ne scoate din „punctul mort”, ajutându-ne să ne echilibrăm și să ne re-echilibrăm, adică să ne salvăm imaginea de sine (în acest caz, „punctul mort” este momentul în care trebuie să recunoaștem că imaginea noastră despre noi este complezentă și că nu merităm stima pe care ne-o acordăm). Așadar, merită să studiem exemplul care urmează și pentru a învăța să depistăm mai ușor discursurile auto-justificative.

Întrebarea era: „Nu-i așa că puteți să-mi vorbiți despre corp și despre imaginea pe care o aveți în realitate?”. După o secvență de „spargere a gheții”, marcată de recurențe (repetarea aceleiași teme), precum și de semne de tensiune în relația cu interlocutorul, au urmat încă trei secvențe:

SECVENȚA II

„(...) Am o statură mijlocie; / nu sunt un atlet / am făcut mult sport (2) / sunt relativ musculos, / nu am umerii prea lați / dar, în sfârșit, trec drept un tip căruia îi place sportul (2) / (în orice caz, am trecut drept un astfel de tip), / l-am practicat mult (2) / și, într-adevăr, în măsura în care cineva a făcut mult sport (2) se simte destul de bine în pielea lui (3);

SECVENȚA III

asta înseamnă că

încă îmi amintesc de când eram adolescent, de exemplu la 16 ani, cam pe-aici, sau 14-15 ani, da, 14-15 ani, ei bine, eram puțin complexat pentru că mă găseam puțin cam slab, sau cu umerii insuficient de lați sau pentru lucruri de genul ăsta;

SECVENȚA IV

complexele au dispărut

atunci când am ieșit din adolescență, complexul de tipul „costum de baie”, pentru că mă găseam cam slab, / iar apoi, acum, acestea au dispărut complet / mă simt bine în pielea mea (3) . Bineînțeles, pentru că am făcut mult sport (2) / adică am învățat să mă folosesc de corpul meu (4) am învățat să fac anumite gesturi (...)”.

LEGENDĂ:

- Marcarea propozițiilor = /
- Teme sau cuvinte marcate prin cifre între paranteze = teme recurente. În exemplul reprodus de Bardin, acestea sunt:
 - (2) = tema “sportului”;
 - (3) = tema “simțitului bine în propria piele”;
 - (4) = tema folosirii propriului corp.
- Între paranteze sunt marcate *incidentele* și *interpolările*
- Pe margine sunt indicate:
 - caracteristicile principale ale secvenței (spargerea cheții, echilibrarea, dezechilibrarea, rezistența);
 - caracteristicile stilistice (stil liniar, confuz, redundant, liric, fărâmițat etc.);
 - figurile de stil și operatorii (conjuncții, treceri etc.).

Decupată în propoziții, secvența a II-a este o dialectică de tipul:

Eu nu sunt.

Dar am făcut.

Și sunt.

Bardin propune următoarea succesiune de propoziții (cu sublinierea articulațiilor):

1. Am o statură mijlocie.
2. Nu sunt un atlet.
3. Am făcut mult sport.
4. Sunt relativ musculos.
5. Nu am umerii prea lați.

Dar, în sfârșit,

6. Trec drept un tip căruia îi place sportul.
7. (În orice caz, am trecut drept un astfel de tip).
8. L-am practicat mult.

și (într-adevăr)

9. în măsura în care cineva a făcut mult sport se simte destul de bine în pielea lui.

În concluzie, raționamentul implicit este următorul:

(5), dar (în sfârșit) (6) (8) și (într-adevăr) (9).

La nivelul celor trei secvențe, dinamica este următoarea:

- Stilurile succesive sunt:

II – stil liniar

III – stil confuz, ezitant, repetitiv

IV – stil liniar.

- Raționamentele succesive sunt:

II – Afirmatie (afirmare)

III – Re-problematizare (repunere în discuție)

IV – Reafirmare.

Evenimentul conflictual care perturbă progresia discursului și enunțarea lui este erupția, în secvența III, a unei amintiri (complexele).

Așadar, structurarea generală a discursului este următoarea:

II – Raționament – stăpânirea discursului – stil liniar;

III – Intervența unei amintiri – pierderea controlului asupra raționamentului și stilului;

IV – Redobândirea raționamentului și a controlului asupra discursului – reinstaurarea stilului.

În faza a III-a, locutorul este depășit de propria sa gândire și/sau de propriile sale cuvinte, care neagă ceea ce a afirmase înainte. Conflictul este dominat printr-un raționament implicit:

- a. Nu sunt (Nu am fost întotdeauna)
- b. Dar am făcut
- c. Și sunt (în prezent).

Contradicția *logică* dintre Sunt și Nu sunt este rezolvată prin succesiunea *temporală*: complexe sunt împinse în adolescență, adică sunt pasate altuia (dacă neg existența acestuia în prezent, neg și existența complexelor). Reechilibrarea este ușurată de folosirea unui loc comun: „complexul de tipul ‘costum de baie’”, precum și prin formula impersonală “cineva”, care-i permite să generalizeze problema, deci s-o depersonalizeze.

3.2.3.3. Stilul

Un alt obiectiv al analizei enunțării este examinarea stilului de exprimare al locutorului, căci exprimarea și gândirea merg mână în mână. După cum am văzut în exemplul de mai sus, un stil confuz, redundant arată lipsa de stăpânire a discursului. Dimpotrivă, un stil controlat, o succesiune de propoziții logice înseamnă, în general, o bună stăpânire a tehnicilor discursului.

În analiza stilistică ar fi ideal să putem generaliza semnificația anumitor indicatori. Am fi însă utopici dacă ne-am propune să facem acest lucru; după cum scrie Bardin, ar fi ca și cum ne-am propune să găsim cheia himerică a unei corespondențe univoce și universale între semnificant și semnificat. Totuși, M.-C. d’Unrug sugerează, în lumina unor exemple precise, câteva indicii în cadrul unei analize a enunțării pe conversații neregulate:

- *Sobrietatea* poate desemna “un angajament real într-o situație reală”.
- *Lirismul* exprimă o puternică implicare subiectivă în tema abordată și faptul că locutorul simte nevoia de a menține investiția afectivă la o cotă înaltă.
- *Litania* (pomelnicul lung și plictisitor) este o acumulare prin repetări apropiate (adică la intervale scurte – spre deosebire de recurente, care sunt repetări mai îndepărtate); ea se manifestă ca o absență a progresiei, ceea ce poate exprima și pasiunea locutorului, dar și dorința sa de a vorbi pentru a diminua o tensiune.
- *Interpolarea* se manifestă prin incidente, circonlocuțiuni, tăceri sau lacune care favorizează întârzierea progresiei. Acestea pot fi considerate drept semne de inhibiție, de opriri, de rupturi în continuitatea gândurilor. Contrar litaniei, care creează “un spațiu în care al treilea este absent”, interpolările traduc un discurs socializat, în care locul interlocutorului este important. Discursul este trait din exterior. Motivul ar putea fi o reacție de apărare. Interpolarea poate fi de mai multe tipuri: *sustinere* (suspens urmat de surpriză, prin întârzierea enunțării) sau *corectie* (retractarea unei afirmații printr-o afirmație mai puternică sau mai adecvată, ori prin rectificări succesive).

3.2.3.4. Elemente atipice si figuri retorice

Al treilea obiectiv al analizei enunțării este depistarea și interpretarea elementelor atipice, din care se pot deduce informații prețioase despre locutor. Acestea sunt: i) recurențele, ii) lapsusurile, iii) ilogismele și iv) alibiurile, precum și a figurilor retorice.

A) Elementele atipice

i) Recurențele sunt repetări ale aceleiași teme sau ale aceluiași cuvânt în contexte diferite. La începutul conversației, recurențele sunt o reacție directă la întrebarea-stimul, prin care locutorul câștigă timp pentru a se familiariza cu tema (în exemplul de mai sus, cuvântul “corp” revine de 8 ori în primele 12 propoziții). Bardin consideră că ele se manifestă printr-o “umplere” compulsivă a timpului de vorbit și că se explică prin blocaje și prin nevoia subiectului de a se familiariza treptat cu o nouă temă.

În cursul conversației, recurențele pot fi un indicator pentru:

- *Importanța acordată temei.* Așa cum putem face o legătură între frecvența unei teme într-un mesaj și importanța ei, la fel putem considera că repetarea, insistența asupra unei teme care apare la diferite momente ține cont de implicarea psihologică a persoanei în acea temă.

- *Ambivalența atitudinii față de temă.* Dacă tema apare inopinat, ca și cum ar fi accidental, în diferite contexte, putem presupune că ea este prost integrată în sistemul conceptual al locutorului. Reacția este de tip atracție/teamă sau dorință/refuz. Insistența asupra unei notiuni poate da informații asupra naturii conflictului în joc.

- *Tăgăduirea*²⁸⁷. Revenirea la nesfârșit asupra unui lucru poate însemna și dorința locutorului de a se convinge de o anumită idee. De fapt, el are dubii asupra unei afirmații și o repetă pentru a se convinge pe sine și pentru a-l convinge pe celălalt. Afirmația “Nu sunt rasist” este tipică pentru denegare (în exemplul de mai sus, „Mă simt bine în pielea mea.”).

- *Prezența indestructibilă a ideii refuzului.* Pentru interpretarea recurențelor, putem face apel la notiunea freudiană a “rezistenței la beneficiile secundare”. Persoana este mobilizată de un conflict care îi aduce avantaje secundare. De aceea, conflictul este întreținut, dându-se cale liberă obsesiilor verbale (în exemplul de mai sus, „folosirea bună a corpului”, care indică forța unei teme subterane, refuțată de conștiința asupra sexualității). Acest lucru da naștere nu numai unor obsesii verbale, ci și unor izbucniri bruste ale inconstienței, care sunt lapsusurile.

ii) *Lapsusurile*. In lapsusuri se produce ceva involuntar si o idee, un cuvânt, inlocuiesc ideea sau cuvântul avut in vedere de constient. Acest lucru se traduce prin insistenta necontrolabila a unei idei refuzate (fie de catre constient, fie de catre situatia de moment).

iii) *Ilogisme* (sau „faliile logice”^{*}). De obicei sunt acompaniate de o pierdere a controlului asupra discursului. Ilogisme corespund unei tentative de rationament, unei dorinte de a demonstra care esueaza in argumentare. Faliile logice sau ilogisme sunt indicatorii nevoii de justificare a comportamentului personal sau a unei judecati contrazise de situatia reala. Ilogisme corespund reacției de apărare a Supraeului, fiind instrumente de mascare a eșecului în argumentare, fără ca subiectul să fie conștient – nici de scop, nici de mijloace. Dar ele pot releva și reaua-credinta.

Aparenta de coerenta a discursului este data de utilizarea retorica a procedeele logice (in sensul de argumentatie cu functie persuasiva): utilizarea conjunctiilor (*deci, si, dar, ori...*) poate induce iluzia unei rigori a rationamentului sau poate deturna atentia de la adevaratul rationament.

iv) *Alibiurile*. Rezolvarea (aparenta sau magica) a conflictelor, contradictiilor, a conjunctiilor de fapte incompatibile, justificarea, reasigurarea de propriile convingeri sunt scopuri pentru care locutorii recurg la alibiuri pe plasate in discurs, adică la autoritatea *locurilor comune* și la *jocurile de cuvinte*.

- *Locurile comune* au un rol justificativ. Sunt scurtaturi sociale care au rolul de a intari discursul. Locutorul urmărește să obțină adeziunea interlocutorului, complicitatea sa, recurgand la notiuni impartasite cultural (stereotipuri, aluzii literare sau istorice, maxime si proverbe). Ele pot avea, insa, si functia de deturnare a atentiei, caz în care indică refuzul unei intrebari.

- *Jocurile de cuvinte*. Este cunoscut sensul atribuit de Freud jocurilor de cuvinte: descarcarea unei tensiuni prin manifestarea indirecta a libidoului. Jocul de cuvinte aduce placerea unei reusite formale si a unei transgresiuni comparabile cu cea a unei glume. Asadar, ele pot fi semnul unei detensionari sau, in acelasi timp, ca și locul comun, un mijloc de deturnare, o distantare de o problema pregnanta, un procedeu de control sofisticat prin relaxarea aparenta in fata celui alt.

^{*} În franceză – *failles logiques* (3, p. 237).

B) Figurile retorice

Acestea jonglează cu rationamentele sau cu sensurile cuvintelor. Ele apar atunci cand implicarea afectiva a referentului este mare (ex.: productia poetica), dar cer, in acelasi timp, un minimum de distantare. D'Unrug vorbeste despre figuri *de conjunctie* si figuri *de reductie*.

i) *Conjunctiile*. Atunci cand exista disjuncte in realitate (ex.: incompatibilitatea intre doua fapte, doua idei, doua judecati), deci disonanta, persoana cauta sa restabileasca consonanta, armonia. Ea poate incerca sa faca acest lucru prin procedee magice, la nivelul discursului insusi, pentru a incerca sa controleze contradictia. De exemplu, prin folosirea *paradoxurilor* (reunire a doua idei aparent opuse) sau a *hiperbolei* (cresterea sau diminuarea lucrurilor prin exagerare). Distanta dintre exprimare si realitate exprima intensitatea dorintei.

ii) *Reductiile*. Dintre cele mai cunoscute, Bardin citează metonimia și metafora. *Metonimia* (mai precis, *sinecdoca*) este o reducere de tip logic: întregul este redus la una dintre părțile lui, abstractul este redus la concret. Permițând interlocutorului să-ți concentreze atenția asupra unui singur aspect, ea îi poate deturna atența de la alte lucruri, prin ocultarea acestora; de aceea, metonimia este folosită foarte frecvent în comunicarea în masă, ca procedeu de manipulare. *Metafora* este o figură de stil asociativă, căci desemnează un lucru prin alt lucru. În general, înlocuirea are o semnificație simbolică și presupune trecerea din plan denotativ în plan conotativ. Conotațiile și metaforele au un înalt grad de figurativ, o mare putere de sugestie, pentru că apelează la sensuri subterane, grefate în semnificant în virtutea unor rațiuni istorice (individuale și sociale). Folosirea reușită a unei metafore sporește autoritatea locutorului, care se dovedește capabil de asociații subtile, arată că stăpânește tezaurul semiotic al comunității și, în plus, sugerează că este un tip „inimos”, capabil „să gândească și cu inima”. După cum observă Bardin, într-un discurs emotional, metafora sugerează auditorului celebrul *adaggio*: „Inima are rațiunile sale, pe care rațiunea nu le cunoaște”.

3.2.4. Interpretarea implicitului

În legătură cu interpretarea conținutului implicit al unui discurs, Laurence Bardin citează opera lui Kerbrat-Orecchioni*, ca ilustrare a abordării lingvistice în domeniul analizei de discurs. Acesta este unul dintre lingviștii care au depășit cadrul rigid al lingvisticii, considerând că

enunțurile verbale funcționează ca *acte* și sunt guvernate de *reguli*; prin această „ipoteză luminoasă”, cum o caracterizează chiar el, lingvistica se poate lega organic cu psihosociologia, antropologia comunicării, teoria acțiunilor (verbale și nonverbale) și a interacțiunilor (verbale și nonverbale)*. Kerbrat-Orecchioni a încercat să descopere mecanismele implicitului. Căci „Nu se vorbește întotdeauna direct, unii merg până acolo încât afirmă că *niciodată* nu se vorbește direct”. Departe de a fi niște excepții, conținuturile implicite, spune Kerbrat-Orecchioni, „sunt omniprezente. Dar cum să înțelegem într-un schimb verbal calculul interpretativ al locutorului decodor, care primește de la locutor un conținut implicit? Observând multiple exemple provenind din literatura sau din viața curentă, spune autorul. El utilizează aici termenul de “inferență”, cu următorul sens: “orice propoziție implicită pe care o putem extrage dintr-un enunț și deduce din conținutul ei literal”. Aceasta definiție releva complexitatea demersului, căci observația se face la mai multe niveluri: 1) natura conținuturilor implicite vehiculate în enunț; 2) suportul lor lingvistic, care necesită din partea receptorului o competență lingvistică; 3) statutul lor, modul lor de prezentare, felul în care sunt plasate în enunț (presupuse, subînțelese, insinuate, aluzionate etc.); 4) geneza, adică mecanismele de extragere a sensului, care necesită o competență enciclopedică, o competență logică și o competență retorico-pragmatică.

Kerbrat-Orecchioni abordează *presupozițiile* și *subînțeleșurile*, adică acele informații care sunt antrenate în formularea răspunsurilor sau sunt actualizate de contextele enunțative.

EXEMPLE DE CONȚINUTURI IMPLICITE

„*Fiul meu și-a cumpărat un Jaguar*” este un enunț care subînțelege:

- ii. un automobil de curse
- iii. el este la o vârstă care-i permite să facă o astfel de cumpărătură
- iv. eu am un fiu.

Următoarea frază este aparent anodină: „*Iar ai căzut din pat azi-dimineață?*”. Dar ea subînțelege:

- v. „*Te-ai sculat devreme?*” (metaforă)
- vi. „*Iar te-ai sculat târziu?*” (ironie)
- vii. „*Te scoli adesea târziu?*” (presupoziție)
- viii. „*Aceasta se întâmplă pentru că*
- *ești anormal*
- *te culci târziu*
- *duci o viață dezordonată*” (implicare).

* C. Kerbrat-Orecchioni, *L'enonciation. De la subjectivité dans le langage*, Armand Colin, 1980; *L'implicite*, Armand Colin, 1986 (*apud* Laurence Bardin, *lucr.cit.*, p. 240 și urm).

* A se vedea paragraful 2 din capitolul I, dedicat orientărilor metodologice în analiza discursului; vezi, în special, curente la care ne referim aici: analiza conversațională, etnografia comunicării și etnometodologia.

Aceste explorări ale implicitului duc la conștientizarea mării complexități a operațiilor interpretative pe care le permite decodificarea lui. Ele presupun multiple competențe din partea decodicatorului – după cum am văzut, inclusiv una retorico-pragmatică. Pentru a accede la această competență, este necesar recursul la studiile despre schimburile verbale: celebrele „maxime conversaționale” ale lui Grice, „legile discursului” ale lui Ducrot, „postulatele conversației” ale lui Gordon și Lahoff. De asemenea, sunt utile mai multe reguli pragmatice: „principiul cooperării”, „principiul pertinentei”, „legea sincerității”, „codul conveniențelor”, „condițiile reușitei” etc*.

Kerbrat-Occheroni conchide: “A spune sau a nu spune – aceasta este, în parte, întrebarea pentru orice locutor. Insa doar în parte. Caci putem în același timp să *spunem* ȘI să *nu spunem*”.

3.3. ANALIZA PROPOZIȚIONALĂ A DISCURSULUI

Analiza propozițională a discursului (APD) poate fi considerată ca o variantă a analizei tematiche, cautând să depășească anumite insuficiențe de decupare în categorii. În teorie, ea este adaptabilă la orice fel de date de limbaj, dar în practică nu este potrivită, totuși, materialelor verbale produse în conversații.

Autorii săi* au început prin a elabora această tehnică în 1974, numind-o “analiza ciorchine”. Ca și analiza automată a discursului a lui Pêcheux, analiza propozițională a fost influențată de abordarea lingvistică a lui Harris. De fapt, lingvistica descriptivă are drept scop introducerea unor reguli plecându-se de la un corpus, ceea ce permite luarea în calcul a tuturor elementelor acelui corpus. În lingvistica, cercetarea unei structuri distribuționale (distribuția partilor unele față de celelalte) se face independent de sensul sau de datele exterioare ale limbajului. Dimpotrivă, analiza propozițională rămâne o analiză de conținut cu pretenții inferențiale: căutăm modele argumentative, dar lucrăm pe semnificația enunțului.

* Toate aceste aspecte ale schimburilor verbale sunt tratate în capitolul III, dedicat legilor discursului. Fără cunoașterea și aplicarea lor (adică respectarea sau încălcarea lor *intenționată*) nu se poate vorbi de *competență comunicatională*, în sensul definit de Hymes.

* R. Ghiglione, J.-L. Beauvois, C. Chabrol, A. Trognon, *Manuel d'analyse de contenu*, Colin, 1980; R. Ghiglione, B. Matalon, Bacrin, *Les dires analysés: l'analyse propositionnelle du discours*, PUF, 1985; J.-M. Léger, M.-F. Florand, „L'analyse de contenu: deux méthodes, deux résultats”, în Blanchet et al., *L'entretien dans les sciences sociales*, 1985 (*apud*, Laurence Bardin, *loc. cit.*, p. 243).

Obiectivul analizei propozitionale a discursului este identificarea “universului de referinta” al actorilor sociali. Altfel spus, cum si prin intermediul caror structuri argumentative se exprima mizele si actiunile acestor actori ? Tehnica presupune un anumit numar de operatii. Primele doua, care vor permite codarea ulterioara, sunt, dupa transcriere si dactilografiere, următoarele: 1) reperarea diferitilor referenti–nucleu; 2) decuparea textului in propozitii.

1. *Referentii-nucleu* stau la baza metodei. Ipoteza sub-adiacenta este de inspiratie structuralista: plecam de la principiul ca un anumit numar de poli de atractie semantica structureaza ansamblul vorbelor intr-un context dat (în cazul de față, conversatia). În general, referentii-nucleu sunt substantive sau chiar pronume. Ei sunt în numar limitat: cel mai adesea, de între zece și douazeci.

Dar cum sunt reperati si selectionati in mod concret acesti referenti-nucleu? In functie de puterea lor de a structura discursul, ca si in functie de inalta lor valoare referentiala din punctul de vedere al continutului, si nu doar dupa frecventa de ocurenta. În aceasta selectie, obiectivul este ca grila referentilor-nucleu sa poata tine cont de un maximum de propozitii din text.

2. *Propozitiile* sunt fraze in forma elementara care califica, explica referentii-nucleu. Propozitia se defineste ca “segment de text cu forma in general predicativa: subiect, verb, complement”. Reperarea referentilor-nucleu inseamna decuparea în text a tuturor propozitiilor aferente unui asemenea referent-nucleu sau altuia. Acest lucru impune o rescriere a propozitiilor intr-o forma simplificata, iar apoi - o reducere a numarului acestor propozitii prin eliminari justificate (de exemplu, a celor echivalente sinonimice) sau conform deciziei cercetatorului, in functie de scopul sau.

3.4. ANALIZA EXPRESIEI

Sub termenul de “analiza a expresiei” pot fi clasificate mai multe tehnici. De fapt, indicatorii utilizati nu sunt de ordin *semantic* (continut, plan al semnificatilor), ci de ordin *formal* (planul semnificatilor si al organizarii lor). Totusi, aceste tehnici apartin domeniului analizei de continut in masura in care trecerea prin forma nu este decat o maniera indirecta de a atinge un alt nivel. Nivelul variabilelor inferate este atins gratie intoarcerii la caracteristicile formale.

Teoretic, putem avea de-a face cu doua tipuri de inferente:

- 1) Forma → conținut → variabile de inferență;
- 2) Forma (conținut) → variabile de inferență.

În general, ipoteza implicată care susține acest tip de tehnică, bazată pe inferențe formale, este ideea că *există o corespondență între tipul de discurs și caracteristicile locutorului sau ale mediului său*. Iată ce scria M.-C. d'Unrug: "Trăsăturile personale mai mult sau mai puțin permanente, starea locutorului sau reacția lui la o situație modifică discursul în 'forma' sa, precum și în conținutul său"*.

Domeniile cele mai propice aplicării tehnicilor de analiză a expresiei sunt:

- cercetarea autenticității unui document (literatură, istorie),
- psihologia clinică (psihoterapie, psihiatrie),
- discursurile politice sau altele, susceptibile de a vehicula o ideologie (retorică).

Indicatorii formali pot fi clasificați în felul următor:

- 1) indicatorii lexicali și stilistici;
- 2) analiza discursului sau a povestirii (înlanțuire logică, imbinare secvențială, structură narativă, structură formală de bază).

3.4.1. Indicatorii

Stilistica *cantitativă* întemeiată pe frecvența relativă a cuvintelor a inspirat anumite măsuri din analiza de conținut. Stilistica *calitativă*, devenită mai puțin intuitivă și mai mult sistematică (prin definirea exactă a parametrilor utilizați), a permis punerea la punct a anumitor indici. Necesitatea unei abordări diferențiale și comparative a orientat cercetările către stabilirea unor rate medii, caracteristici modale, norme de referință, în scopul de a putea compara producțiile analizate cu celelalte producții.

Printre indicatorii lexicali utilizăm:

- 1) TTR (*type token ratio*), care măsoară varietatea (sau sărăcia) vocabularului prin calcularea raportului dintre numărul de cuvinte diferite și numărul total al cuvintelor. Prescurtat:

* M.-C. d'Unrug, *Analyse de contenu et acte de parole*, Delarge, 1974 (*apud* Laurence Bardin, *lucr.cit.*, p. 255).

$$\frac{\text{lexic}}{\text{ocurență}} = \frac{L}{O}$$

Cu cat rezultatul e mai mare, cu atat textul manifesta o diversitate mai mare, o bogatie mai mare a vocabularului. Și invers: cu cat rezultatul e mai mic, cu atat vocabularul e mai sarac.

Cotele de referinta (norme) pot fi calculate pe esantioane cu aceeași lungime (100, 200, 500 sau 1000 de cuvinte, în funcție de tipul de discurs).

Care este semnificația pentru analiza discursului a raportului dintre bogăția și sărăcia lexicală? Începând din 1944, cercetătorii americani au încercat să verifice ipoteza conform căreia diversitatea lexicală sporește odată cu succesul unei psihoterapii. Raportul L/O a fost folosit cu succes în studierea gradului de dezorganizare și alienare socială a schizofrenilor (Gottscalk). Osgood și Walker l-au folosit printre indicatorii de stereotipie și redundanță atinci când au comparat scrisorile „candidaților la sinucidere” cu scrisorile redactate de oameni normali.

2) RAPORTURILE DE TIP GRAMATICAL - raportul relativ al substantivelor, verbelor, adjectivelor, adverbilor într-un text dat. Ele au fost aplicate în mai multe forme:

- *Adjective/verbe* ($A \div V$). De pildă, numărul adjectivelor la 100 de verbe a fost utilizat pentru a diferenția vorbirea schizofrenică de vorbirea normală.
- *Substantive+verbe / adjective+adverbe* ($N+V \div A+Ad$). Acest raport (cât) le-a folosit lui Osgood și Walker la măsurarea stereotipiei/repetiției/redundanței.
- *Verbe+adverbe / substantive+adjective* ($V+Ad \div N+A$). Pentru J. Roche*, stilul unui discurs politic este *dinamic* dacă raportul (câtul) este supraunitar: $V+Ad > N+A$ și este **descriptiv** dacă raportul este subunitar: $V+Ad < N+A$.

3) DRQ (*discomfort-relief quotient*) este derivat din teoria învățării și a fost pus la punct de Dollard și Mowrer, în 1947**. DRQ este un indicator de tensiune, calculat prin împărțirea numărului de cuvinte exprimând durerea la numărul de cuvinte exprimând destinderea. A fost utilizat pentru a se observa consecința intervențiilor de ajutorare asupra persoanelor aflate în

* J. Roche, *Le style des candidats à la Présidence de la République*, Ed. Privat, 1971 (*apud* Laurence Bardin, *lucr.cit.*, p. 257).

** J. Dollard, O. H. Mowrer, „A method of measuring tension in written documents”, in *Journ. Abn. Soc. Psycho*, 42/1947 (*apud* Laurence Bardin, *lucr.cit.*, p. 258).

situatii dificile. Si, in anumite cazuri, s-au putut stabili corelatii semnificative cu alte teste, cum ar fi cel care masoara transpiratia!

4) PNAQ (*positive-negative-ambivalent quotient*). In 1948, Raimy*** propune un raport asemanator, care masoara evaluarea de sine, pozitiva, negativa sau ambivalenta a pacientului. In aceeasi ordine de idei, au fost pusi la punct indicatori de reactie de aparare in terapiile nedirijate****, precum si scari de masurare a ostilitatii si anxietatii in experia verbala, dar pe baza indicilor mai degraba de tip semantic decat de tip formal.

5) INDICATORII FRASTICI, care functioneaza in mod esential la nivelul frazei sau al componentilor sai. Se calculează astfel:

- *lungimea frazei*: lungimea medie este obtinuta prin calcularea numarului mediu al cuvintelor dintr-o fraza;
- *structura frazei*: cate propozitii sunt in medie intr-o fraza? Care este rata de “includere”, respectiv care este importanta incluziunilor si subordonatelor ?
- *deschiderea sau inchiderea frazei*: Ronald Barthes vede in nefinalizarea frazei un semn de subversiune din partea limbajului*.

Plecand de la aceste calcule de baza, putem masura tendinta fluida sau ciopartita a frazei, diversitatea constructiei sale, elementele atipice ale compozitiei proprii autorului etc. Dificultatea în cazul acestui tip de analiză (cel puțin în optica analizei de conținut, care se vrea cantitativă și, deci, cât mai obiectivă) stă în posibilitatea ca analistul să treacă, fără să vrea, de la faza descriptivă la cea interpretativă, adică – așa cum ne avertizează Bardin - să facă în așa fel încât măsurile folosite de el să funcționeze nu ca indicatori obiectivi, ci ca indicatori ai unor variabile de ordin psihologic sau sociologic.

Laurence Bardin citează cateva exemple de analize efectuate asupra bazei indicilor lingvistici (sau paralingvistici), lexicali, sintactici sau stilistici (a se vedea 3, pp. 259-267).

*** V.C. Raimy, „Self reference in counseling interviews”, in *J. Consul. Psychol.*, 13/1949 (*apud* Laurence Bardin, *ibidem*).

**** G. Haigh, „Defensive Behavior in client centred therapy”, in *J. Consul. Psychol.*, 13/1949 (*apud* Laurence Bardin, *ibidem*).

* R. Barthes, Conférence sur la ‘modernité’, à l’Institut des Sciences politique, Paris, 9-16 avril 1975 (*apud* Laurence Bardin, *lucr.cit.*, p. 259).

EXEMPLE DE ANALIZĂ A EXPRESIEI

1. Ideologia rasistă

În concepția lui C. Guillaumin, această ideologie este tradată de diversi indici formali^{**}. În limbajul de după al doilea război mondial, rasismul ar fi fost prezent, însă refulat. Acesta latentă a rasismului în discursul manifest nu-l împiedică să funcționeze ca mod de percepție, structurând viziunea asupra realității sociale. De exemplu, indici precum apelativele "Doamna" sau "Domnule" în fața anumitor nume dar nu și în fața altora, ordinea nominalizării, diverse precizări adăugate la citirea anumitor rase sunt indici izolați prin care rasismul se tradă în mod involuntar. Autorul utilizează diverși indicatori:

- construcția frazei;
- ordinea cuvintelor;
- alegerea cuvintelor;
- conotația cuvintelor;
- reticente, negări, proteste, precizări inutile, calificative, generalizări.

Analiza se bazează pe *prezența*, dar și pe *absența* (omisiunea, cecitatea logică) a indicatorilor, după caz. Ea a fost aplicată pe un esanșion al presei franceze între 1946 și 1960.

2. Stările emoționale și tulburările de limbaj

G. F. Mahl^{*} este un partizan al concepției instrumentaliste despre comunicare. Pentru el, comunicarea este un instrument de influență. Important este ca mesajul să circule, date fiind contextul și circumstanțele sale. Altfel spus, nu va exista o transparență sau o corespondență directă între variabilele textului și variabilele psihosociologice ale sursei. În acest fel, el se opune aparatorilor modelului reprezentational (mai ales Osgood), care își fondează indicatorii pe postulatul teoretic al unei "relații izomorfe între stările de comportament și proprietățile cantitative ale conținutului lexical (frecvență → intensitate; co-ocurență → asociere). Pentru Mahl, o stare de teamă nu se traduce obligatoriu, în comunicare, prin elemente care semnifică teama.

^{**} C. Guillaumin, *L'idéologie raciste, genèse et langage actuel*, Paris, La Haze, Mouton, 1972 (*apud* Laurence Bardin, *ibidem*).

^{*} G. F. Mahl, „Exploring emotional states by content analysis, in *J. de S. Pool, Trends in content analysis*, 1959 (*apud* Laurence Bardin, *lucr.cit.*, p. 260).

Problema lui ramane insa urmatoarea: sa inventeze indicatori stabili de stare emitionala pentru un locutor. Pentru acest lucru, el analizeaza tulburarile de vorbire in conversatia psihoterapeutica si incearca sa demonstreze corelatia lor cu anxietatea si conflictul. Cum variaza anxietatea imediata a pacientului in interactiunile sale cu psihoterapeutul? Cum se traduce ea la nivelul limbajului verbal? Pentru a raspunde la aceste intrebări, trebuie să tratăm limbajul ca pe un sistem comportamental expresiv, care are proprietăți instrumentale și expresive. *Rupturile* din procesele de vorbire (limbaj bruiat, confuz, tulburat) ar putea constitui o pistă pentru evaluarea anxietății bolnavului. De fapt, se poate presupune, spune Mahl, că anxietatea are ca efect tulburarea continuității unei conduite coordonate.

3. *Intențiile suicidare și motivația care modifică obisnuințele de exprimare*

Pentru Osgood, expresia lingvistica este un comportament ca oricare altul, care se invata si intra in obisnuinta (obisnuite de codare). Cercetatorul se intreaba care este efectul motivatiei asupra comportamentului lingvistic. "Scrisorile sinucigasilor" (scrisori de adio scrise de oameni aflați pe punctul de a se sinucide), comunicări individuale supuse unui mobil foarte puternic, ar trebui sa se caracterizeze prin diferente de exprimare, daca le comparam cu scrisorile obisnuite (trimise de subiect parintilor sau prietenilor) ori "falselor scrisori de sinucidere" (scrisori fictive, "fabricate" artificial de alti subiecti).

Osgood si Walker* au organizat analiza comparata a celor trei tipuri de scrisori pe baza a patru ipoteze. În viziunea lor, intentia suicidara poate fi sesizata in mesaje marcate de:

- a) *stereotipie ridicata* (repetitii, saracie lexicala, putine adjective si adverbe);
- b) *mare dezorganizare* (greseli, rupturi);
- c) *manifestare critica fata de sine si de altii* (de pildă, o atitudine revendicativă fata de interlocutor);
- d) *manifestari ale conflictului* (prin comparație cu scrisorile obișnuite și cu cele de sinucidere simulată).

Analiza a constatat în stabilirea indicatorilor textuali susceptibili să facă lumină asupra ipotezelor de mai sus.

* C. C. Osgood, E. G. Walker, „Motivation and language behavior: content analysis of suicide notes”, *J. Abnorm. Soc. Psychol.*, 1959 (*apud* Laurence Bardin, *lucr.cit.*, p. 264).

METODA LUI OSGOOD ȘI WALKER

Osgood și Walker au folosit 16 dimensiuni:

Indicatori de stereotipie:

1. Numărul mediu de silabe pe cuvânt (*lungimea cuvintelor*);
2. Numărul cuvintelor *diferite* împărțit la numărul total de cuvinte (TTR);
3. Numărul de *cuvinte repetate* împărțit la numărul total de cuvinte (*redundanța*);
4. Raportul $N+V \div A+Ad$;
5. *Testul Clazure* (test de lizibilitate a unui material mutilat, care măsoară redundanța și stereotipia);
6. Numărul *cuvintelor „extremiste”* împărțit la numărul total de cuvinte (exemple de cuvinte „extremiste”: *întotdeauna, niciodată, nimeni, toți* etc.).

Indicatori de dezorganizare:

7. Numărul *erorilor* la 100 de cuvinte (greșeli gramaticale, de denumire, de punctuație, litere mâncate et.);
8. Numărul total de cuvinte împărțit la numărul segmentelor independente (*lungimea propozițiilor*);
9. Raportul suferință/destindere (DRQ);
10. Numărul de *termeni evaluativi cu semnificație comună* (conform Analizei evaluării) împărțit la numărul total de cuvinte;
11. Numărul de *propoziții evaluative pozitive* împărțit la numărul total de propoziții (pozitive, negative și neutre);
12. Referiri la trecut, la prezent și la viitor;
13. Numărul de *construcții „apelative”* la 100 de cuvinte (ceea ce măsoară nevoia de interlocutor, comparabilă cu funcția fatică definită de Jakobson).

Indicatori de conflict:

14. Numărul *formelor verbale complexe* (de pildă, „Eu obișnuiesc să fiu bun”, în loc de „Eu sunt bun”);
15. Numărul *construcțiilor ambivalente* la 100 de cuvinte (indice de indecizie);
16. Procentajul *propozițiilor evaluative ambivalente* (un alt indice pentru nehotărâre).

Majoritatea dimensiunilor au oferit rezultate semnificative în favoarea celor patru ipoteze. Dar indicele (7) nu a oferit diferențe semnificative între scrisorile de sinucidere și scrisorile normale, indicele (8) a oferit un rezultat invers decât cel preconizat (propoziții independente mai lungi în scrisorile de sinucidere), iar indicele (12) a indicat o orientare spre trecut. Comparația cu scrisorile-simulacru de sinucidere, precum și folosirea unor tehnici complementare (de pildă, analiza co-ocurențelor) au confirmat ipotezele (a), (c) și (d) și au infirmat ipoteza (b). Așadar, nu este obligatoriu ca un candidat la sinucidere să aibă un discurs mai dezorganizat decât un locutor normal.

*

Am oferit ca exemplu acest ilustru caz de analiză a expresiei pentru că din el putem reține elemente metodologice de mare utilitate. Considerăm că ipotezele Osgood-Walker pot fi valabile și în alte situații (de pildă, pentru un infractor aflat în fața anchetatorilor sau pentru un lider politic aflat în fața unui moderator de televiziune imediat după ce s-au anunțat rezultatele unei curse electorale pe care a pierdut-o). De asemenea, credem că cele 16 dimensiuni pot fi utilizate - selectiv, în funcție de scopul analizei – în situații mult mai diverse și mai numeroase decât lasă să se înțeleagă exemplul propus de Bardin.

4. Exprimarea politică și manifestările sale în mai 1968

Expresia politică a unui număr de 15 grupuri (mai mari sau mai mici) s-a exprimat, în mai 1968, sub formă de manifeste. Analiza de vocabular făcută de M. Dermotet ș.a.* se vroia, cu modestie, o lexicometrie: asupra materialului: nu era proiectat nici un principiu director *a priori*, nici o ipoteza. Metodologic vorbind, este vorba de exigența unei neutralități maxime, cu două limitări simultane: *i - un postulat implicit (cel al frecvenței)*: toate ocurențele sunt considerate la fel de semnificative; *ii - o diferență*: distincția dintre “forme funcționale” (listă închisă și arbitrară de 330 de forme grafice pentru 50% din vocabularul unui text) și “forme lexicalizate” (listă deschisă).

La nivel lexicometric, autorii folosesc mai ales indicii urmatori:

- *Componente textuale*: lungimea manifestului, lungimea cuvintelor (a itemilor), lungimea și complexitatea frazelor;

* M. Dermotet, A. Geffroy, J. Gouaze, P. Lapon, M. Mouillaud, M. Tournier, *Des tracts en mai 68, mesure de vocabulaire et de contenu*, Paris, FNSP, A. Colin, 1975 (*apud* Laurence Bardin, *lucr. cit.*, p. 266).

- *Lexicalitate si funcționalitate*: folosirea unui coeficient de lexicalitate (sau a inversului său, coeficientul de funcționalitate) asupra bazei raportului dintre formele pline de semnificatie si formele vide sau gramaticale. Coeficientul de lexicalitate exprimă procentajul itemilor lexicali dintr-un text;
- *Intinderea si structura vocabularului*: intinderea (numarul unitatilor diferite), structura (distribuirea frecventelor diferitelor unitati), coeficientul de repetitie generala (raportul dintre numarul de ocurente si numarul de forme), coeficientul de reperitie functionala, coeficientul de repetitie lexicala.
- *Originalitatea si banalitatea vocabularului*: indicele de originalitate (procentajul cu care un emițător lecturează forme care nu-i aparțin), nucleul lexical (formele comune tuturor locutorilor, provenind din doua surse – franceza fundamentala si politica fundamentala a manifestelor din mai 1968), profilul folosirii formelor in diferitele grupuri politice .

În Franța anilor '80, acest studiu era o noutate teoretico-metodologică. Ulterior, studiile de lexicometrie aplicată la texte istorice și/sau politice s-au înmulțit considerabil. La începutul anilor '90, Laurence Bardin scria: “acum dispunem de un întreg arsenal de măsurări posibile” (1, p. 267). În acest sens, se pot vedea publicațiile Laboratorului de Lexicografie politică din cadrul Școlii Normale Superioare de la Saint-Cloud, precum și colecția revistei “*Mots. Ordinateurs. Textes. Sociétés*”, editată de CNRS.

3.5. ANALIZA RELAȚIILOR

Începând cu deceniul 6 al secolului trecut, tehnicile analizei de conținut s-au reorientat: ele au început să vizeze nu doar frecvența de apariție a elementelor textului, ci și relațiile dintre aceste elemente. La reorientarea tehnicilor de analiza au contribuit mai întâi teoria asociațiilor (impusă de Freud, dar și de teoriile învățării), apoi apariția calculatoarelor și facilitarea analizei factoriale, iar mai apoi structuralismul (lingvistic și sociologic). Schitată de Baldwin în 1942* pe

* A. L. Baldwin, “Personal structure analysis”, *Journ. Abn. Soc. Psychol.* 1942, p. 37 (*apud* Laurence Bardin, *lucr. cit.*, p. 268).

celebrele “scrisorile ale lui Jenny”, aparata de Osgood**, dezvoltata o data cu calculatoarele, analiza de co-ocurență sau analiza de contingență (*contingency analysis*) capata din ce in ce mai multa importanta si completeaza simpla analiza frecventiala.

3.5.1. Analiza co-ocurențelor

Analiza co-ocurențelor incearca sa extraga din text relatiile intre elementele mesajului sau, mai precis, ea evidențiază prezentele simultane (co-ocurența sau relația de asociere) a două sau mai multe elemente in aceeași unitate de context semantic, adica într-un fragment de mesaj definit în prealabil. Osgood spune: “Analiza contingenței nu se întreaba care este frecventa de aparitie a unei forme semnificante date în fiecare dintre partile unui text, ci care este frecventa aparitiei sale impreuna cu alte unitati semnificante”.

În timp ce analiza frecvenței de aparitie a unitatilor de semnificatie sau a elementelor formale se bazeaza pe principiul ca elementele cu frecventa mai mare sunt mai importante, analiza co-ocurenței (sau a non-co-ocurenței) a doua sau mai multe elemente exprima asocierea sau disocierea lor în gândirea locutorului. De pildă, la o femeie bolnavă mintal, Baldwin (1942) a observat o asociere semnificativă între tema *bolii* și tema *banilor*. Osgood (1959) sesizează că în psihoterapie, bolnavii asociază adesea tema *mamei* cu tema *sexului*, însă prin intermediul unui al treilea element, cu manifestări de anxietate. În alte cazuri se înregistrează o disociere evidentă între referirile la *mamă* și referirile la *practicile homosexuale*, care nu apar niciodată împreună (non-ocurență semnificativă). Osgood interpretează astfel: “Gândirea unuia îl inhibă pe celălalt” (*“La pensée de l’un inhibe la pensée de l’autre”*).

PROCEDEUL LUI OSGOOD

C. E. Osgood propune următorul demers:

1. alegerea unitatilor de înregistrare (cuvinte cheie, de exemplu) si impartirea lor pe categorii (teme);
2. alegerea unitatilor de context si decuparea textului în fragmente;
3. codarea: prezenta sau absenta fiecărei unitati de înregistrare (element) în fiecare unitate de context (fragment);

** C. E. Osgood, “The representational Model and Relevant research Methods”, în I. de Sola Pool (edit.), *Trends in content analysis*, Urbana, University of Illinois Press, 1959 (*apud* Laurence Bardin, *ibidem*).

4. calcularea co-ocurentelor (matricea de contingenta); compararea cu aleatorul;
5. reprezentarea si interpretarea rezultatelor.

1. Alegerea unitatilor de inregistrare. Acestea trebuie sa fie determinate cu grija. Osgood citeaza cazul elemtenelor substitutive cu sens prea apropiat: daca : “tanara” si “fata” au un sens echivalent pentru locutor, rezultatul analizei poate fi diferit, dupa cum luam in considerare unul sau altul dintre elemente, in virtutea omonimiei.

2. Alegerea unitatilor de context si decupajul. Într-un mesaj discontinuu, unitatea de context poate corespunde documentului singular: o zi intr-un jurnal intim, scrisoarea in cadrul unei corespondente, articolul intr-un ansamblu de presă. Daca textul este continuu (de pildă, roman, conversatie lunga, prihodrama, discurs politic), alegem o unitate arbitrara corespunzand unui anumit segment temporal de rezonanta psihologica. În urma a numeroase experimentari, Osgood propune ca unitatâi de context fragmente de 120 pana la 210 cuvinte, astfel incat co-ocurentele sa aiba un sens.

3. Calcularea co-ocurentelor si matricea de contingenta. Relevarea elementelor in fiecare fragment permite obtinerea unei matrici de date brute, apoi a unei matrici de contingenta.

Matricea datelor brute

Numim A, B, C, ... , N elementele sau unitatile de inregistrat si 1, 2, 3, ... , n fragmentele sau contextele de inregistrare. Obtinem un tabel cu dubla intrare, avand pe orizontala unitatile de inregistrare si pe verticala pe cele de context:

Unit. de înregistr. Unit. de context	A	B	C		N
1	+	-	+	Etc.	
2	-	+	-		
3	-	+	-		
....	+	+	-		
N	Etc.				
procentaj	40%	20%	60%		

Notăm doar prezenta cu (+) sau absența cu (-) unui element într-un fragment. Dar putem ține cont, de asemenea, de frecvența de apariție a elementelor. În acest caz, Osgood sugerează notarea cu (+) a frecvențelor superioare mediei și cu (-) a celor inferioare.

Matricea de contingență

Reprezentăm pe aceeași matrice co-ocurențele obținute și co-ocurențele așteptate, respectiv contingențele reale care ar fi apărut dacă ar fi acționat doar hazardul. Pe verticală avem contingențele datorate hazardului (așteptate), iar pe orizontală – cele obținute.

	A	B	C		N
1	-	.08	.24		
2	.06	-	.12		
3	.38	.02	-		
....					
N					

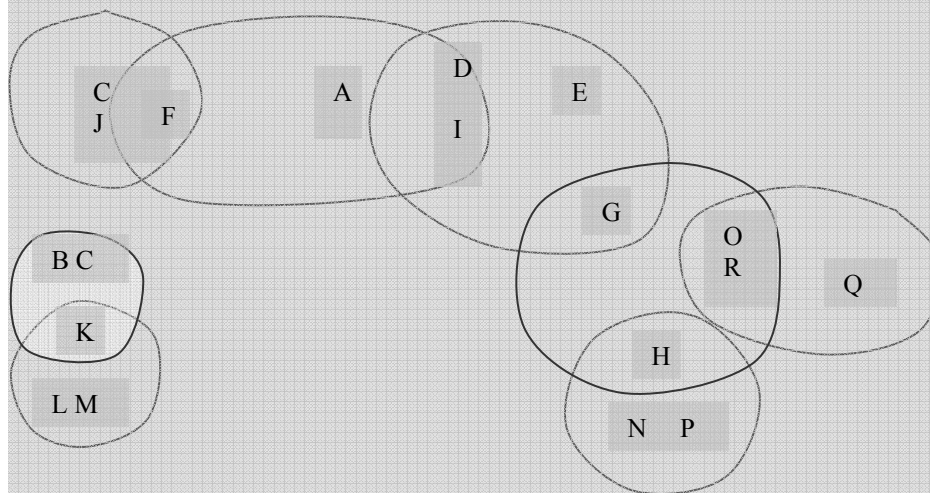
Contin-
gențele
obținute
(reale)

Contin-
gențele
aștep-
tate,
întâm-
plătoare

4. *Reprezentarea si interpretarea rezultatelor.* Rezultatele pot fi reprezentate sub forma de:

- tabele ale contingentelor semnificative: facem o lista pentru fiecare categorie in care trecem celelalte categorii cu care exista asociieri sau disocieri;
- tablouri de retele si noduri: in spatiul bidimensional este posibila vizualizarea relatiilor intre diferitele categorii sub forma de cercuri secante, care scot in evidenta nuclee. In acelasi timp, o schema de retele poate traduce proiectia in doua dimensiuni a unei reprezentari tridimensionale.

Exemplu fictiv de schemă a nucleelor de relații (după Bardin, *lucr.cit.*, p. 273)



Cum interpretăm rezultatele? Diagrama în rețea, nucleele de asociere care apar în urma analizei și calculul co-ocurențelor sunt într-adevăr reprezentări ale structurilor asociative sau disociative ale locutorului? Osgood și analiza de co-ocurență postulează o corespondență între coprezentă textuală și asocierea reală. Într-o asociere la nivelul cuvintelor poate să ascundă uneori o disociere în fapte. Pentru Osgood, analiza contingentelor este pertinentă în cazul mesajelor spontane, ne-strategice sau pentru mesajele deliberate, cu sursă instituțională. În primul caz, locutorul nu-și poate controla total asocierile sau excluziunile lingvistice (prin aceasta, el nu poate falsifica premeditate sensul corelațiilor manifeste la nivelul textului). În cel de-al doilea caz, asocierile și excluziunile pot fi “puse cu mâna” de către specialiști în redactarea discursurilor, tocmai pentru a se transmite un mesaj ca parte a strategiei de comunicare.

Analiza co-ocurențelor pare utilă pentru a scoate în evidență structurile de personalitate, preocupările latente individuale sau colective, stereotipurile, reprezentările sociale, ideologiile.

3.5.2. Analiza structurală

Cel de-al treilea aport de care beneficiaza metoda analizei de continut este un rezultat al convergenței lingvisticii cu abordarea structurală, realizată în anii '60. Pe de o parte, a fost conștientizat faptul că decupajul item cu item și clasificarea frecvențială nu sunt suficiente. Iată ce scria Burgelin în 1968: “nimic nu ne asigură că ceea ce revine mai des este mai important și mai semnificativ, căci un text este (...) o realitate structurată, în interiorul căreia *locul* elementelor este mai important decât numărul lor (...)”. Multiplicarea lucrărilor de lingvistică structurală, care s-au “revărsat”, cum spune Bardin, în toate analizele de mesaj, a dus la apariția unor noi și noi proceduri ale analizei de conținut. Pe de altă parte, moda structuralistă și credința că există structuri universale ascunse sub diversitatea aparentă a fenomenelor, de unde interesul operațional de a evidenția astfel de structuri prin construirea de modele, au influențat atitudinea analiștilor care se ocupau de comunicare**. În fond, ce fac structuraliștii? După Bardin, ei “caută ordinea imuabilă de sub dezordinea aparentă, scheletul invariabil sub eterogeneitatea manifestă a fenomenelor” (3, p.276). Am putea completa: ei caută scheletul invariabil sub devenirea fenomenelor sau, mai riguros, în spiritul fizicii contemporane: structuraliștii caută *invarianții în raport cu un sistem de transformări*.

În spatele analizei frecvențiale sta o manie de colecționer. În analiza structurală există un gust pentru jocul Mecano: demontarea mecanismului, explicarea fenomenului și găsirea aceluiasi motor, indiferent de forma ceasului sau culoarea caroseriei. În analiza structurală nu lucrăm doar pe baza clasificării semnelor sau semnificațiilor, ci luăm în considerare înlantuirea anumitor itemi, încercând să descoperim constantele semnificative în relațiile (aparent latente) care organizează acești itemi. Analiza se apleacă nu atât pe vocabularul, lexicul sau repertoriul semantic ori tematic al mesajului, cât pe principiile de organizare sub-adiacente, pe sistemele de relații, schemele directoare, regulile de înlantuire, de asociere, de excludere, de echivalență, respectiv pe toate relațiile care structurează elementele (semne sau semnificații) într-o manieră invariabilă sau independentă de aceste elemente.

* O. Burgelin, “Structural Analysis on mass communication”, in *Studies of broadcasting radio and TV*, Culture Research Institute Nippon, Mosokyoikai, 6/1968 (apud Edgar Morin, *Essais sur les mas-media et la culture*, Paris, UNESCO, 1971).

** Pentru o înțelegere mai largă a abordării structuraliste, ca mostră a “abordărilor riguroase” în domeniul limbajului și “cântec de lebedă” al pozitivismului, a se vedea cursul nostru, *Semiotică. Limbaj și comunicare*, SNSPA, București, 2001, pp. 34-35, 37-43, 57-71.

Aceste operații se fac cu convingerea, inseparabilă de ideea de Sistem, că “orice modificare asupra unei roțițe, a unei piulițe minuscule schimbă ansamblul mecanic” (3, p. 277). La fel, orice discurs care își ascunde codul și sintaxa, este mai mult sau mai puțin structurat, iar semnificația este organizată prin însăși această structurare; cea mai mică variație la nivelul elementelor constitutive sau al amplasării lor produce o schimbare la nivelul semnificației.

Dpă cum am văzut la 3.5.1., analiza co-ocurențelor plasează itemul considerat în universal său contextual, surprinde frecvența corelației sau a coexcluziunii elementelor în analizele “associative”; cercetează “pachetele” sau “agregatele” constante în mod semnificativ (cuvinte, imagini, teme, secvențe de teme sau de semnificații); toate acestea au dus, treptat, la structurarea obiectului de studiu (mesajului studiat). În analiza structurală, clasamentul semnelor sau al semnificațiilor după criteriul frecvenței nu mai contează așa de mult. Ea se interesează mai cu seamă de *aranjarea* itemilor, încercând să descopere constantele semnificative în *relațiile* dintre acești itemi, relații care sunt aparente sau latente, dar care organizează itemii. Pentru fiecare material, pentru fiecare cod sau pentru fiecare conținut studiat se urmărește evidențierea sensului suplimentar prin relevarea unei “sintaxe” sau a unei “gramatici” și compararea acestora cu sintaxa sau cu gramatica deja cunoscute ale codului. Analiza nu mai vizează în primul rând vocabularul, lexicul sau repertoriul semantic și/sau tematic al mesajului, ci principiile de organizare subiacente, sistemul de relații, schemele directoare, regulile de înlănțuire, de asociere și de excludere, de echivalență semantică, agregatele de cuvinte sau de elemente semnificative (altele decât cuvintele) - reguli care exprimă o manieră constantă și independentă de elementele respective.

Drumul a fost deschis de Claude Levy-Strauss, prin efortul său de a descoperi logica subiacentă care ordonează și guvernează structurile elementare de rudenie în societățile primitive sau combinatorica mitologică a acestora (34, pp. 39-119, 197-290).

De fapt, noțiunea “analiză structurală” se referă la mai multe tehnici care au în comun tendința de a depăși nivelul “atomic” al analizei și să ajungă la nivelul

“molecular”, după cum se exprimă Bardin. Ele vizează mai puțin *relatele* (componentele) și mai mult *relațiile*, adică legăturile dintre componentele unui întreg.

Cel mai elementar decupaj structural este cel bazat pe *opoziția binară*. El este atât de rudimentar, încât trebuie urmat, întotdeauna de o reconstrucție teoretică.

EXEMPLE DE ANALIZĂ STRUCTURALĂ

1) Analiză structurală bazată pe opoziția binară: Logica simbolică și ideologică a celor care locuiesc “la curte” (după Laurence Bardin, lucr.cit., pp. 279-281)

Un model de analiză prin cupluri de opuși, termen cu termen sau temă cu temă, a fost utilizat, în anii '60 ai secolului trecut, în discuțiile nederijate despre locuire – mai precis, despre locuitul în case individuale sau, mai pe românește, “la curte” (în franceză, *pavillonnaires* – “locuitori în case cu curte”) – de către o echipă de sociologi francezi condusă de H. Raymond*. Într-un articol publicat în 1968, Raymond ne arată cum au reușit cercetătorii să prelucereze o masă enormă de informații despre locuințe, rezultată din 200 de discuții nederijate**.

Scopul analizei era să se demonstreze că la nivelul populației care locuiește “la curte” există un sistem de relații (o corespondență termen cu termen) între *organizarea spațială* (materială) a locuinței, pe de-o parte, și *reprezentările și semnificațiile* asociate locuinței, pe de altă parte. De aici, posibilitatea de a studia discursurile interviușilor în funcție de o dublă articulare a termenilor: la nivelul unui sistem *practic / sensibil / obiectual*; la nivelul unui sistem *simbolic sau/și ideologic*, precum și posibilitatea de a stabili corespondența dintre cele două sisteme.

Tratarea informațiilor s-a desfășurat în două etape:

- **Prima etapă:** au fost decupate acele teme ale discursului care se referă la structura materială a locuitului (de pildă, *bucătăria* sau *camera din față*), s-a recenzat, prin analiză contextuală, tot ce s-a spus (la nivel simbolic și/sau ideologic) despre fiecare temă, adică a tuturor elementelor pe care subiectul le-a asociat cu elementele materiale menționate în discuție (de pildă, *intimitatea*, *dezordinea*).

* N. Haumont, H. Raymond, *L'habitat pavillonnaire*, Paris, CRU (apud Laurence Bardin, lucr. cit., p. 279).

** H. Raymond, “Analyse de contenu et entretien non directif: application au symbolisme de l'habitat”, in „*Revue française de sociologie*”, numéro spécial: „Urbanisme”, Paris, 1968 (apud Laurence Bardin, *idem*).

• **A doua etapă:** a fost realizată o reducere (o construcție teoretică prin intermediul analizei sistemului subiacent, bazată pe cuplul de opoziții), punându-se în lumină relații de tipul

$$\frac{A/c}{B/d}$$

unde *A* și *B* stau pentru termeni spațiali (materiali), iar *c* și *d* pentru simboluri sau semnificații corespunzătoare acestora. De pildă,

$$\frac{\text{CAMERĂ} / \text{privat}}{\text{SUFRAGERIE} / \text{public}}$$

unde criteriul “intimitate” indică o ierarhie a diferitelor spații ale locuinței.;

$$\frac{\text{BUCĂTĂRIE} / \text{dezordine}}{\text{SALON} / \text{ordine}}$$

unde criteriul “ordine” versus “dezordine” marchează diferența dintre cele două spații;

$$\frac{\text{BUCĂTĂRIE} / \text{cotidian}}{\text{SUFRAGERIE} / \text{sărbătoresc}}$$

unde criteriul “cotidian”, prin opoziție cu “sărbătoresc”, indică normele practice ale locuitorilor “la curte” cu privire la odihnă (repaos, timp liber, zile libere).

De aici s-a tras concluzia generală: “Modul de locuire al celor de la curte și comportamentele ce-i sunt asociate au semnificații care leagă acest mod de locuire de un mod de viață ideal”.

În exemplul de mai sus, acest sistem de relații – între un plan obiectual și unul simbolic/ideologic – apare ca pertinent și fecund, dar el nu poate fi generalizat la toate raporturile individului cu mediul. Însuși H. Raymond recunoaște că acest caz a fost, într-un mod cu totul special, favorabil tratării prin cupluri binare. Henry Lefebvre scria cu referire la acest studiu celebru: “Sistemul obiectelor permite selectarea și analizarea sistemului de semnificației verbale și invers”, dar suntem încă foarte departe de un “dicționar” general al corespondențelor dintre semnificațiile simbolice și universul material. În plus, nici nu este cert că un astfel de dicționar ar putea exista vreodată, deși studiile asupra universului material s-au înmulțit între timp. Ar fi un dicționar al corespondențelor dintre reprezentările individuale/sociale și mediul fizic al omului. Dar asocierile “oameni” / “obiecte trăite de oameni” fac parte dintre acele limbaje pe care Lefebvre le consideră “incerte și fluctuante” și pe care cercetările semiotice abia au început să le descopere²⁸⁸.

2) *Analiză structurală bazată pe opoziția binară:* *o socio-semiologie a vestimentației (după Roland Barthes)*

În *Sistemul modei*, R. Barthes descrie traseul ce conduce la elaborarea “matricilor semnificante”. Este vorba de drumul parcurs de veșmântul real pentru a trece în “veșmânt-imagine” și de aici în “veșmântul scris” (în scenografie și în literatura modei). Acest drum evidențiază, după Barthes, două cupluri de clase comutative:

- cuplul A: *veșmânt-lume*, adică raportul caracteristicilor tehnice ale veșmântului (lungimea, culoarea, croiala) cu trăsăturile caracteriale sau cu cele circumstanțiale (hainele de ocazie, de munte sau cele de *week-end*);

- cuplul B: *veșmânt-modă*, adică raportul caracteristicilor tehnice (întotdeauna explicite) cu actualitatea (a fi la modă / a fi demodat), cel mai adesea semnificată implicit.

Evidențierea acestor cupluri îi permite lui Barthes să definească un cod vestimentar pe care îl poate studia ca pe un limbaj articulat la diferite paliere, unde nivelurile de semnificație se suprapun. Modelul sau “matricea semnificantă” (Barthes) este tripartit:

O = obiectul	(veșmântul)	exemple: rochie, haină
S = suportul semnificației	(parte a veșmântului, <i>vestem</i>)	exemple: culoare, mânecă
V = elementul variant	(opozițiile posibile)	exemple: închis/deschis, lungă/scurtă

În viziunea lui Barthes, orice ieșire în lume este mai mult sau mai puțin *la modă* (adică se plasează pe o scală între „la ultima modă” și „demodat”).

3) *Publicitatea: cuvânt persuasiv și structură narativă (după L. Bardin)*

Dacă vrem să ajungem să elaborem mesaje publicitare de succes este foarte util să parcurgem drumul invers, adică să vedem cum se descompune un mesaj publicitar prin evidențierea retoricii, adică a mijloacelor de expresie și persuasiune specifice. De asemenea, este important să descoperim structura ideologică internă care îl organizează, pentru a învăța cum să instrumentăm noi înșine o anumită ideologie atunci când ne adresăm diferitelor publicuri-țintă, care au diferite referențiale ideologice. Este exact ceea ce face Laurence Bardin în studiul său *Les mécanismes idéologique de la publicité* (apud 1, p.285).

* R. Barthes, *System de la mode*, Paris, Seuil, 1967 (apud Laurence Bardin, *lucr. cit.*, p. 283).

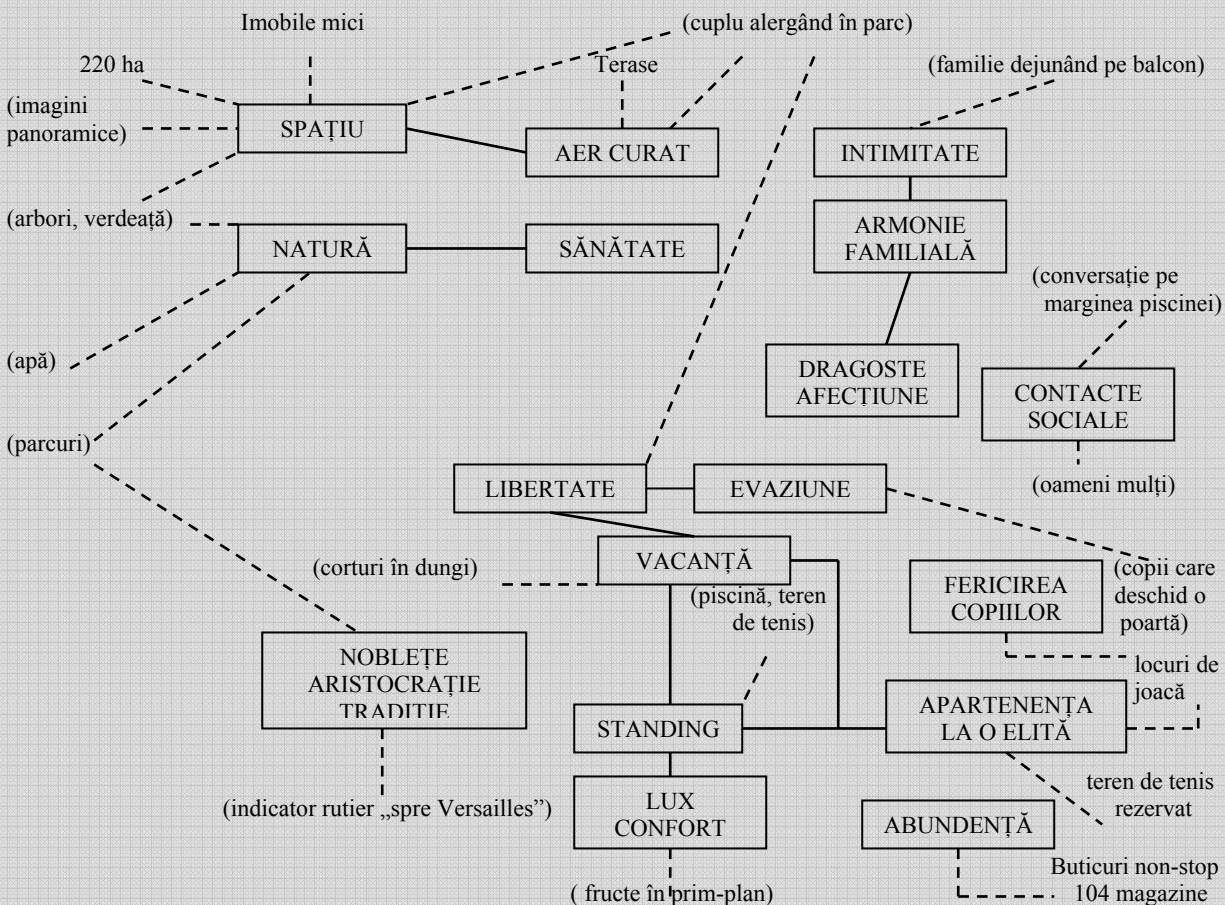
Bardin încearcă se desprindă organizarea conotativă adiacentă a unui spot publicitar pentru un nou cartier de locuințe de lângă Paris. Această organizare guvernează întregul spot și asigură caracterul persuasiv al mesajului. Ea constă din următoarele elemente: i) *o grilă de valori implicite* (conotațiile); ii) *un ansamblu de semnificații* (denotațiile); iii) *relații între valori*; iv) *relații valori-semnificații*.

Adesea, persuasiunea înseamnă seducție; ori, de cele mai multe ori, latentul este mai seducător decât manifestul, implicitul seduce mai ușor decât explicitul. Pentru a discerne structura textelor publicitare se poate „lectura” grila valorilor implicite la care a recurs limbajul publicitar.

După analiza tematică, tradițională, care permite degajarea frecvenței temelor manifeste (adică după analiza dimensiunilor *denotative* ale discursului publicitar), se trece la a doua analiză, care vizează *conotațiile* (asocierile ce leagă semnificații primari de semnificații secundari, adică de valorile implicite evocate prin imagini, aspectele expresive). Aceste elemente nu apar izolate, iar analiza ne poate releva logica relațiilor dintre ele.

Configurația valorilor sugerate prin semnificații lingvistici și imagologici

Într-un film de publicitate imobiliară



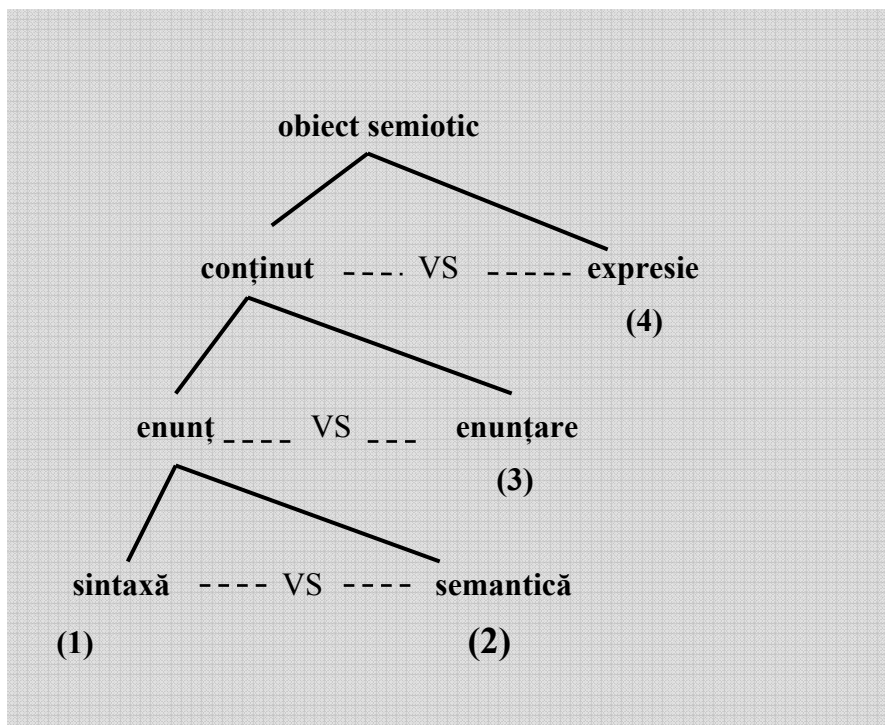
LEGENDĂ:

- Majuscule încadrate = **valori**
- Litere mici = **semnificanți lingvistici** (în comentariul filmului)
- Litere mici între paranteze = **semnificanți iconici** (imagini filmate)
- Linie continuă = **relație între două valori**
- Linie întreruptă = **relație între o valoare și un semnificant**

III. ANALIZA SEMIOTICĂ

1. NOȚIUNI DE BAZĂ ALE ANALIZEI SEMIOTICE

În *Analiza semiotică a discursului* (11), apărută în 1991, cunoscutul semiotician Joseph Courtés abordează analiza discursului într-un plan mai larg, considerând că ea se aplică tuturor obiectelor semiotice date (verbal sau nonverbal), conform unei scheme (11, p. 5) care evidențiază ierarhia diverselor componente:



În cursul de față ne vom limita la punctele (1), (2) și (3), deoarece raportul dintre expresie și conținut ține de o semiotică a vizualului, care nu face obiectul cursului nostru. La semiotica vizualului se fac referiri în cursul nostru *Semiotică. Limbaj și comunicare* (7, pp. 9-29), precum și în cursurile predate la modulul de Publicitate²⁸⁹. Cursul *Analiza discursului public* are în vedere numai discursul verbal; iată de ce vom relua unele considerații referitoare la limbă și limbaj.

1.1. LIMBĂ ȘI LIMBAJ

1.1.1. Limbile naturale

În general, prin *limbă* se înțelege o „limbă naturală” dată (româna, franceza, engleza, rusa), care oferă unui grup socio-cultural determinat dispozitivul mijloacelor de comunicare. Acest domeniu vast este obiectul de studiu al lingvisticii tradiționale, ale cărei discipline se ocupă fiecare de un aspect al limbilor naturale:

- sunete (fonetica și fonologia);
- cuvinte (morfologia);
- sensul cuvintelor (semantica);
- relațiile dintre cuvinte în cadrul unei fraze (sintaxa);
- semnificația relațiilor dintre cuvinte (lexicologia);
- utilizarea practică a limbilor de către vorbitorii lor (pragmatica);
- originea și evoluția limbilor (istoria limbii);
- raporturile reciproce dintre limbi (tipologia limbii).

Ceea ce este comun tuturor limbilor este *caracterul natural* al acestora, prin opoziție cu caracterul artificial al limbajelor (de pildă, limbajul cinematografic, limbajul logicii, al matematicii sau al informaticii), care dispun și ele de o morfologie, o semantică, o sintaxă și o pragmatică. Astăzi, lingviștii dau termenului de *limbă* un sens mult mai restrictiv, opunându-l celui de *vorbire* (*parole* - în sensul dat de Ferdinand de Saussure) sau celui de *discurs* (Benveniste)²⁹⁰. În cadrul acestei secțiuni, termenul va fi folosit cu sensul de „ansamblu de reguli de organizare care sub-întind limba naturală”, spre deosebire de *vorbire* și de *discurs*, considerate de științele limbajului niște concretizări ale sistemului lingvistic, care, prin intermediul *actelor de vorbire*, este întreținut, asumat și transformat de către vorbitori. Este exact ceea ce vizează problematica *enunțării*, ca „punere în discurs” a limbii (Benveniste) și, prin aceasta, toate problemele legate de *comunicarea intersubiectivă*.

1.1.2. Limbajul

Termenul de *limbaj* are o semnificație mult mai largă. El se referă nu numai la limbile naturale, ci și la multe alte sisteme de reprezentare. Este adevărat că limbile naturale au fost considerate mult timp cel mai important mijloc de comunicare între membrii unui grup socio-cultural, dar ele nu sunt decât niște forme particulare de existență a limbajului. Chiar și lingviștii au fost tentați să privilegieze limba naturală ca mijloc de comunicare socială, iar viziunea aceasta unilaterală a fost preluată de majoritatea dicționarelor explicative²⁹¹.

Privilegierea limbii naturale în ansamblul formelor de manifestare a limbajului se datorează în mare parte lingvisticii funcționaliste (orientare reprezentată, printre alții, de A. Martinet). După cum remarcă Joseph Courtés, abordarea funcționalistă, care pune accent pe aspectul comunicațional, este eficace când ne limităm la *descrierea* limbilor naturale, dar ea nu reține decât aspectul oral al comunicării intesubiective, eludând, de pildă, gestică și mimica – care nu sunt doar elemente adiacente, care "acompaniază" vorbirea. După cum observă Courtés, „Un peisaj, un oraș nou, o pictură pot fi purtători de semnificație pentru cel care le vede (...), chiar dacă efectele lor semantice nu pot fi puse în legătură evidentă cu o intenționalitate precisă, așa cum se întâmplă în schema clasică a comunicării, care se centrează pe raportul, conștient și orientat, dintre **emițător** și **receptor**” (11, p. 11). Din acest pasj rezultă o idee importantă pentru analiza discursului: Courtés a intuit că privilegierea limbii naturale ca formă de limbaj se datorează unui accent prea mare pus pe comunicarea *verbală* (în detrimentul celei non-verbale) și pe comunicarea *intențională* (în detrimentul celei non-intenționale).

Ori, semioticienii, care sunt mai puțin „funcționaliști”, știu foarte bine cât de mare poate fi impactul unor mesaje ce nu se raportează la o intenționalitate explicită. Și acest lucru se întâmplă nu numai în artă (muzică, pictură, arhitectură), unde receptorul „simte ceva”, „înțelege ceva” dar nu e niciodată sigur că acest „ceva” corespunde cu intenția emițătorului (în artă, această intenție este întotdeauna implicită); același impact se regăsește în orice alt domeniu al realității, inclusiv în publicitate, în comunicarea prin intermediul *mass-media* electronice, în comunicarea politică și electorală. Am putea spune că în aceste ultime domenii enunțate, impactul mesajelor non-intenționale sau cu o intenționalitate incertă este mult mai mare decât impactul mesajelor intenționate și direcționate²⁹².

Iată de ce, atunci când vorbim de *discurs public* (în orice variantă: publicitar, instituțional, politic sau electoral), va trebui să ne raportăm mai mult ca până acum la elementele

para-verbale, non-verbale și non-intenționale (sau doar aparent neintenționale). Viitorii *speech-makers* ai unor firme, instituții, partide sau persoane publice trebuie să-și însușească utilizarea acestor elemente la fel de bine, dacă nu chiar mai bine decât își însușesc folosirea elementelor verbale și/sau intenționale.

Căci abordarea semiotică a comunicării ne învață un lucru esențial: în comunicare are importanță orice semn care transmite ceva despre actorii comunicării (emițător, receptor, relația dintre aceștia, limbaj, context sau obiect de referință), adică tot ceea ce poate fi pus în termenii raportului *semnificant/semnificat*.

1.1.2. Semnificant și semnificat

Lărgind perspectiva, putem considera limbaj orice „ansamblu semnificant”^{*}; așadar, este limbaj tot ceea ce pune în joc raportul *semnificant/semnificat* (în termenii lui Saussure), sau, ceea ce este același lucru, raportul *expresie/conținut* (în termenii lui Hjelmslev). Limba vorbită de un grup social determinat este, într-adevăr, compusă din sunete, dar numai în utilizările sale cele mai frecvente; elementele sonore constituie semnificantul, planul *expresiei*, în timp ce interpretarea lor semantică definește semnificatul, adică planul *conținutului*. Prin această disjuncție între cele două planuri se caracterizează orice limbaj.

În legătură cu această trăsătură universală a limbajului, Joseph Courtés invocă traducerea dintr-o limbă naturală în alta: ea arată că același *semnificat* poate corespunde unor *semnificați* diferiți (cel puțin în cazul limbajului practic-cotidian, căci în cazul limbajului poetic, de pildă, nu întotdeauna găsim în altă limbă un semnificant care să corespundă pe deplin semnificatului din limba originală). În realitate, între cele două niveluri există o strânsă „solidaritate” (Hjelmslev).

Pentru a vedea în ce constă unitatea dintre *semnificant* și *semnificat*, respectiv, dintre *expresie* și *conținut*, Courtés dă ca exemplu „limbajul florilor” – pe care îl consideră suficient de generalizat, de unde și frecvența utilizării expresiei „*Spune-i-o cu flori!*”. Într-adevăr, putem spune că în acest caz, aproape toți indivizii din aproape toate culturile știu să utilizeze raportul dintre *semnificant* și *semnificat*, ca parte componentă a competenței lor comunicaționale.

^{*} Conf. A.J. Greimas, J. Courtés, *Semiotique, dictionnaire raisonné de la théorie du langage*, tome 1, Hachette, 1979, p. 203 (apud Joseph Courtés, *Analyse Sémiotique du Discours*, ed. cit., p.12).

EXEMPLU DE UNITATE ÎNTRE EXPRESIE ȘI CONȚINUT

„Limbajul florilor” (după Joseph Courtés)*

„Limbajul florilor” este mai cu seamă simbolic, de aceea poate fi articulat ușor după schema *semnificant/semnificat* (de Saussure). Florilor le sunt conferite anumite sensuri (anumiți *semnificați*) prin intermediul convențiilor socio-culturale. Pentru francezi, aceste asocieri sunt următoarele:

anemone: perseverență	liliac: prietenie
camelii: aroganță	lăcrămioare: cochetărie
micsandre: constanță	garoafe: ardoare
glicine: tandrețe	violete: dragoste nemărturisită

fără să uităm... trandafirii, care simbolizează – mai ales dacă sunt roșii – ceva mai mult decât niște simple flori: dragoste. Ceea ce este perceput prin vedere (aici, florile constituind semnificantul, deci planul *expresiei*) nu este de aceeași natură cu semnificație ce le este atribuită socio-cultural: perseverența, aroganța etc. Constituie aici semnificatul, deci planul *conținutului*. La nivelul semnului lingvistic, „micsandra” unește planul expresiei (= **Sa**, în termenii lui Barthes) cu cel al conținutului (= **Se**). În acest punct, Roland Barthes propunea cunoscuta sa schemă după care primul nivel, cel de jos, este al **semnului lingvistic** care reunește un semnificant și un semnificat, în timp ce la nivelul superior, semnul lingvistic în întregul său (= „micsandra”) va fi considerat ca semnificant al altui semnificat (în cazul nostru, „constanță”). Pentru Barthes, acest model, deși este elementar, are meritul că ține cont de *conotație*:

Sa		Se
Sa	Se	

* Vezi Joseph Courtés, *lucr.cit.*, pp.13-14

1.1.3. Expresie și conținut

Perspectiva tradițională asupra limbii îmbină noțiunea de *compunere** cu cea de *corelație***. John Lyons (38) propune ca pentru prima noțiune să folosim termenul de „nivel”, iar pentru a doua, pe cel de plan”; astfel, putem spune că „orice limbă poate fi descrisă în termenii a două planuri: cel al „formeii” și cel al „sensului” sau, mai bine (...), *planul expresiei și planul conținutului*” (38, p. 68-69). Planul expresiei poate fi descris în termenii a cel puțin două niveluri: cel al *sunetelor* (studiate de fonoilogie) și cel al *cuvintelor*, grupurilor de cuvinte și frazelor (studiat de gramatică). Unii lingviști vorbesc de „dubla articulare a limbii” (sau de „dubla structurare” a acesteia). După Lyons, această expresie este adeseori înțeleasă greși, ca referindu-se la corelația dintre expresie și conținut. În opinia lui, ea se referă la faptul că unitățile nivelului „inferior” (sunetele limbii) nu au altă funcție decât aceea de a se combina între ele pentru a forma unitățile nivelului „superior” (cuvintele). „Tocmai în virtutea acestei duble structuri a planului expresiei, limba poate reprezenta în mod economic mii de cuvinte diferite” (38, p. 69).

Alte confuzii împărtășite frecvent de nespecialiști sunt cele dintre *semnificant* și *expresie*, respectiv dintre *semnificat* și *conținut*. Asupra lor ne atrage atenția Joseph Courtés (11, pp. 17-19). Conform lui Courtés, dihotomia semnificant/semnificat introdusă de Ferdinand de Saussure a făcut posibilă a nouă abordare: „este vorba de o descriere a semnificatului care trage tot timpul cu ochiul la semnificatul corespunzător” (11, p. 19). Așa s-a născut *semantica lexicală*, care a preluat ștafeta de la lexicologia tradițională, disciplină ce ia în considerare toate daturile socio-istorice atunci când este vorba de semnificanți (în cazul de față, de cei lingvistici). Morala: semnificanții unui limbaj sunt la fel de mult determinați cultural ca și semnificații (de pildă, sunt determinați de modul în care sunt utilizați de-a lungul timpului într-o comunitate dată).

Semnificanții nu țin doar de planul *expresiei*, ci și de cel al *conținutului*; dacă din punctul de vedere al „nivelurilor” (în sensul de la Lyons) semnificanții pot să aparțină și nivelului „inferior” (de pildă, fonemele), și celui „superior” (cuvintele), tot așa, din punctul de vedere al „planurilor” (Lyons) ei pot să aparțină și *expresiei* și *conținutului*. Iată o concluzie importantă și pentru analiza discursului, și pentru elaborarea acestuia: *semnificanții* pe care îi alegem pentru a transmite un anumit conținut sunt la fel de importanți ca și *semnificații*.

* Conform acestei noțiuni lingvistice, o unitate complexă este compusă din unități mai simple și mai mici: un cuvânt este compus din sunete, un grup de cuvinte din cuvinte, o propoziție din grupuri de cuvinte, o frază din propoziții.

** Conform acestei noțiuni, fiecărui cuvânt i se asociază unul sau mai multe sensuri.

1.1.4. Opțiuni metodologice

În acest paragraf vom face un inventar al concluziilor de ordin metodologic ce se desprind din considerațiile anterioare (paragrafele 1.1.1., 1.1.2. și 1.1.3.), definind de fapt opțiunile metodologice pe care le propunem pentru analiza semiotică a discursului.

Cu privire la definiția *limbajului*, ne-am detașat de ipoteza funcționalistă, conform căreia limbajul ar trebui abordat esențialmente sub aspectul său comunicațional. Pentru a evita tentația reducăționismului, am pactizat cu Joseph Courtés în tentativa de a lărgi perspectiva de abordare: ca „ansamblu semnificant”, limbajul are o sferă mult mai mare decât discursul verbal. Pe de altă parte, vedem în *comunicare*, împreună cu Martinet, o parte integrantă a limbajului - o parte foarte importantă, chiar dacă nu singură. Universul comunicării, al enunțării, al pragmaticii a fost explorat în mare parte (a se vedea și Capitolul I al acestui curs); în schimb, în planul discursului analiza a bătut mult timp pasul pe loc, abia în ultimii 10-20 de ani începând să apară lucrări semnificative (de pildă, tratatul lui Courtés, pe care ne-am propus să-l facem cunoscut în mediul universitar românesc, abia a împlinit 12 ani).

De altfel, științele limbajului nu sunt singurele științe socio-umane care tratează *semnificația*: istoria, sociologia, etnologia, psihologia, psihanaliza etc. sunt preocupate de inteligibilitatea materialului analizat; în toate cazurile, până la urmă este vorba de *sens*. De aceea este imperios necesar să trasăm o distincție clară între *semnificația primară* și *semnificația secundară* (Courtés). Obiectul analizei semiotice este cea primară (*lingvistică* - în cazul limbajului verbal), dar ea nu face decât să deschidă calea spre o înțelegere mai aprofundată, pe care doar celelalte științe socio-umane sunt capabile să ne-o ofere. – altfel spus, spre o semnificație *secundară*, mai bogată, mai aprofundată, bazată pe cunoașterea enciclopedică și pe cunoștințele specifice ale specialiștilor. Cele două tipuri de semnificație nu se află în opoziție, ci în complementaritate: dacă un individ a citit în copilărie „Cei trei muschetari” și a înțeles romanul (*semnificație primară*), iar la maturitate, când a ajuns istoric sau sociolog, îl recitește și îl înțelege mai profund, nu înseamnă că a doua înțelegere o contrazice pe prima; dimpotrivă, se bazează pe ea (*semnificația secundară* se bazează pe *semnificația primară*, pe care o lărgeste și o îmbogățește).

Pentru viitorii specialiști care vor elabora discursuri este esențial să înțeleagă distincția, dar și complementaritatea dintre cele două tipuri de semnificație. Atunci când un enunțator

produce enunțuri din perspectiva *semnificației secundare* a acestora, la care a ajuns el împreună cu grupul socio-cultural pe care îl reprezintă, dar având ca destinatar un auditoriu care nu împărtășește această semnificație, este pusă în pericol și receptarea *semnificației primare*, care corespunde unui minimum de înțelegere efectivă (cu alte cuvinte, enunțurile sale sunt *neinteligibile* pentru destinatarul lor). Analiza semiotică a discursului ne poate ajuta să controlăm eficient numai domeniul *semnificațiilor primare*, altfel spus, să ne facem înțeleși „în primă instanță”, să ne transmitem mesajele cu eficacitate. Pentru a stăpâni raporturile dintre semnificanți și semnificați în contextele atât de variate și de variabile în care se produce discursurile, avem nevoie de vaste cunoștințe provenite din celelalte domenii ale cunoașterii, de o bogată cunoaștere enciclopedică și, nu în ultimul rând, de mult bun-simț. Ori, bunul-simț nu poate fi înlocuit de nici un fel de analiză²⁹³.

O cale sigură pentru a ne întâlni cu destinatarii discursului nostru este *narativitatea*. Pentru cine știe să povestească, nu este deloc dificil să atingă simultan cele două obiective majore ale unui discurs cu impact major: să fie *inteligibil* și să fie *interesant*.

După cum se știe, sfârșitul “marilor povești de legitimare” (Lyotard) se datorează, în ultimă instanță, unor evoluții prodigioase ale societăților capitaliste avansate. Dar oamenii au, în continuare, nevoie de *poveste*, iar în absența “marilor povești” apelează la substituenți ai marilor ideologii, adică la înlocuirea teoriei cu “genuri precum etnografia, relatarea jurnalistului, cartea umoristică de benzi desenate, filmul documentar și, mai ales, romanul” (49, p.30). Orientarea societății “neo-capitaliste” dinspre Adevăr spre Consens este interpretată de Rorty ca o cotitură generală “îndreptată împotriva teoriei și spre narațiune”. De aceea, “romanul, filmul și programul TV au înlocuit treptat dar ferm, predica și tratatul ca principale vehicule ale schimbării morale și ale progresului” (*ibidem*). În acest nou context socio-cultural, strategiile de legitimare în spațiul public se modifică radical. Nu ne mai putem legitima revendicându-ne de la o mare ideologie, și nici măcar de la anumite principii morale. Astăzi, o frumoasă poveste de succes, povestită cum trebuie, face mai mult decât făcea la mijlocul secolului trecut un tablou asupra lumii servit de o ideologie ce se pretindea științifică.

Legitimarea în spațiul public nu mai are loc prin intermediul unor valori teleonomice, inoculate în corpul social prin intermediul marilor ideologii. Nu se mai pune problema de *a propaga* un set de valori de finalitate, ci de *a transfigura* valorile de randament ale unora în valori împărtășite. Persoane, organizații și state se legitimează prin intermediul *gestionării propriei imagini* (expresie eufemistică, prin care se escamotează adevăratul conținut al acestei

activități: *gestionarea reprezentărilor sociale*). Pentru a servi acestei sarcini, s-a născut un întreg sistem de inginerie socială, cu toată tehnologia aferentă. El se numește *Relații Publice*. Unul dintre cele mai eficace instrumente ale acestei inginerii este *discursul narativ*. În fond, a crea imaginea publică a unui subiect înseamnă a inventa o poveste.

1.2. FORMELE NARATIVE

1.2.1. Formele elementare de narativitate

În *Analiza semiotică a discursului*, Joseph Courtés abordează narativitatea dintr-un punct de vedere global, mai degrabă dintr-o perspectiva antropologică bazată pe experiența cotidiană. Pentru aceasta, el face apel la o opoziție curentă – chiar dacă ea este mai degrabă de natură filozofică –, și anume: *permanență* vs. *schimbare*. Grație acestei distincții fundamentale între ceea ce este stabil și ceea ce se modifică sau se transformă, dăm sens la tot ceea ce constituie universul nostru semantic, la ceea ce Hjelmslev a denumit *planul conținutului*.

Acest lucru a fost intuit pentru prima dată de Vladimir Jakovlevici Propp, cel care a pus bazele metodologiei moderne în cercetarea textelor narative (*Morfologia basmului*, 1928)²⁹⁴. În urma analizei comparate a intrigilor basmelor rusești, Propp identifică o “schemă compozițională unitară” despre care afirmă: 1) “îți află originea în observația că în poveștile fantastice personaje diverse îndeplinesc acțiuni identice sau, ceea ce e același lucru, că acțiuni identice pot fi executate în moduri foarte diferite”; 2) “reproduce toate elementele constructive (constante) ale poveștii, lăsând deoparte elementele neconstructive (variabile)” (*apud* Caprettini, 10, p. 9-10).

Opoziția *permanență-schimbare* privește în mod natural întreaga noastră existență, fie că este vorba despre perceperea fizică a lumii inconjurătoare, fie de construcțiile mentale pe care le elaborăm. Astfel, o regăsim în interiorul discursului: într-un roman, de exemplu, care povestește viața unui personaj, o recunoaștem imediat, sub o formă ușor diferită, în jocul care se stabilește între identitate și *alter ego*. Pentru cititor, și aceasta este una dintre condițiile *sine qua non* pentru înțelegerea unei asemenea cărți, personajul în cauză rămâne mereu el însuși, dar, în același

timp, sufera transformari. *Permanentă* și *schimbarea* apar ca două fatete, opuse și complementare, ale aceleiași date: ele se cheama reciproc, atât în planul “realității”, al lucrurilor “traite”, cât și în cel al sistemului de reprezentare, al limbajului. Ca urmare, nici unul dintre cei doi termeni nu poate fi definit fără să fie pus în corelație cu celălalt. Așadar, este vorba de un fel de postulat care sta la baza procedurilor descriptive.

Dacă acceptăm opoziția între permanentă și schimbare ca prealabilă, putem examina cazul *povestirii*, caracterizată prin *narativitate*. Ceea ce caracterizează în primul rând povestirea este simplul fapt că “se întâmplă ceva”: aici, poate că accentul este pus mai mult pe schimbare decât pe permanentă (care este primordială în discursurile descriptive). De fapt, permanentă nu este recognoscibilă decât prin comparație cu schimbarea, și invers. Așadar, *putem defini povestirea drept “trecerea de la o stare la alta stare”*.

Potrivit acestei ipoteze, povestirea implică distincția între cel puțin două stări cu conținuturi separate. În domeniul lexicologic dispunem de o largă tipologie de opoziții: *antonieme* (umbros/luminos), *cuvinte complementare* (casătorit/celibatar, mort/viu) etc.

Courtés reține trei tipuri de opoziții:

- *opozițiile categoriale* (adevarat/fals; legal/ilegal), care nu admit termeni de mijloc;
- *opozițiile graduale*, care, în loc să articuleze axa semantică în două segmente, se prezintă sub forma unei scale, cu atâtea poziții intermediare cât este posibil (fierbinte / cald / caldut / răcoros / rece / frig);
- *opozițiile privative*, în care unul dintre elemente deține o caracteristică pe care celălalt nu o mai are (viu/mort – moartea înseamnă absența vieții; dinamic/static – static înseamnă absența dinamismului). Desigur, nici opozițiile privative nu se supun gradualității.

În baza acestor relații opuse putem diferenția stările inițiale și finale ale celei mai simple povestiri concepute ca trecere de la o stare la alta. Însa este imposibil să vorbim despre diferențe decât pe un fond de asemanare. Pentru a opune două unități sau, mai larg, două stări, este necesar ca ele să difere din anumite puncte de vedere dar, în același timp, să comporte cel puțin o trasatură comună. De pildă, fiu/fiica se diferențiază prin opoziția masculin/feminin, dar au în comun același raport de generație față de “parinți”.

1.2.2. Programele narrative

Asa cum am spus, povestirea minima corespunde trecerii de la o stare la alta. Vom redefini povestirea drept *o transformare situata intre doua stari succesive si diferite*. Conform traditiei aristotelice, a povesti ceva nu este posibil decat prin raportare la un "inainte" si un "dupa".

Schema de baza este urmatoarea:

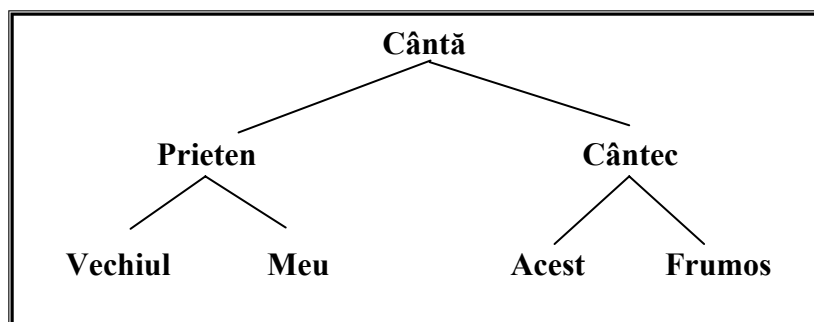
STARE 1 → T → STARE 2

O alta varianta a schemei de baza reprezinta starea dintre doua transformari:

T1 → STARE → T2

Dupa cum remarca Courtés, poate ca acesta este cazul "revolutiei permanente", unde doar transformarile si nu stările intermediare sint luate ca puncte de reper. Din punct de vedere metodologic, e mult mai usor sa descriem stările decit transformarile. Dar conceptul *povestirii minimale* (Courtés) este un instrument empiric, nedeschizandu-se, din punct de vedere semiotic, spre nici o pista de cercetare precisa. Asasar, trebuie sa recurgem la lingvistica frastica*, singura capabila sa ne ofere un model mai mult sau mai putin utilizabil in domeniul discursului. Acest demers pare fezabil dacă admitem că există o relatie de izomorfie între fraza și discurs.

Toate cercetarile asupra sintaxei isi fixeaza ca prim obiectiv stabilirea unui enunt elementar de baza, pe baza caruia pot elabora modele din ce in ce mai complexe, permitand analiza tuturor frazelor posibile dintr-o limba naturala. A. Martinet propune ca enunt minim legatura constituita de cuplul subiect–predicat. Pentru L. Tesniere, *verbul* este cel care se află în centrul nodului verbal și al frazei verbale; el este "regizorul" tuturor frazelor verbale. Teoria lui poate fi ilustrata astfel:



* A se vedea nota 12, referitoare la lingvistica *frastică* (analiza la nivelul enunțului) și *transfrastică* (analiza la nivelul relațiilor dintre enunțuri).

Din perspectiva narativă a lui Courtés, la Tesniere este vorba de date ce nu aparțin nucleului enunțurilor elementare, deși le vom reîntâlni ulterior, la nivelul reprezentărilor mai complexe (conform teoriei sale despre semnificația secundară). Putem reține. Însă, ideea că fraza verbală simplă are ca nucleu verbul, iar acesta poate fi definit, la nivel formal, ca *relație între actanți*.

Pe urmele lui Tesniere, Courtés postulează o *izomorfie* reală între discurs și frază. El își propune să aplice definiția sintactică a frazei simple la analiza discursului, în speranța de a trasa « liniile unei veritabile *sintaxe narative*, care, spre deosebire de sintaxa frazei, să opereze cu unități de text mult mai lungi.

În semiotica narativă, *enunțul elementar* se definește ca *relație-funcție* ($= F$) între actanți ($= A$). Se naște, astfel, următoarea ecuație:

$$F(A_1, A_2, A_3, \dots A_n)$$

unde numărul actanților posibili nu este limitat: structura enunțului poate fi nu numai *binară*, cum cred Martinet și Chomsky, ci și *triadică*, *tetraedică* etc. Courtés recurge la actanți subiecți, anti-subiecți, obiecte, destinatari, anti-destinatari etc. (12, p.76). În ceea ce privește relațiile dintre actanți sau *funcțiile*, el vede două tipuri posibile:

- *funcția-joncțiune*, care corespunde permanenței, staticului, stării-de-lucruri;
- *funcția-transformare*, legată de schimbare, de dinamism.

a) *Funcția-joncțiune*. Un enunț-de-stare poate fi formalizat astfel: **F joncțiune (S, O)**. Dar joncțiunea poate fi și pozitivă (*conjuncție*), și negativă (*disjuncție*), de unde și cele două tipuri de enunțuri-de-stare :

a) *enunțul-de-stare conjunctiv*: $S \cap O$

Exemple: *Petre are o comoară*

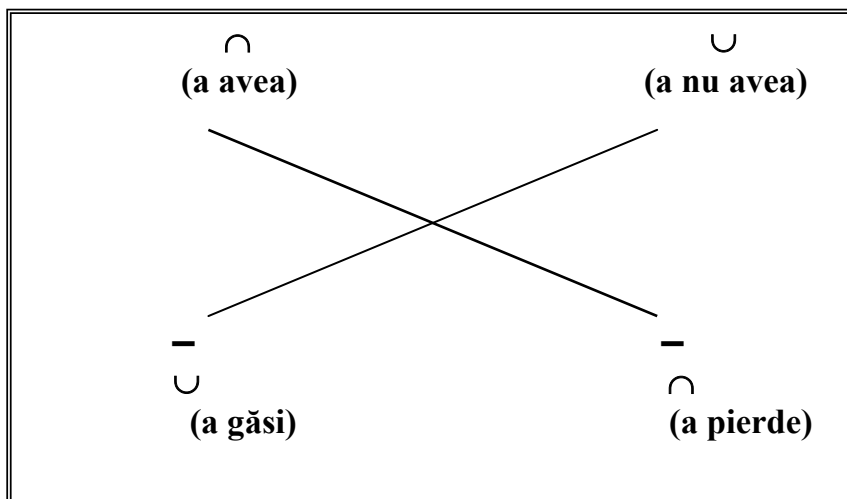
Ion este bogat

b) *enunțul-de-stare disjunctiv*: $S \cup O$

Exemple: *Petre nu are o comoară*

Ion nu este bogat.

Courtés vede aici posibilitatea multiplicării opoziției conjuncție/disjuncție, prin introducerea *negației*:



Joseph Courtés face o observație care ni se pare importantă pentru redactarea unui discurs narativ: spre deosebire de logică, unde non-joncțiunea este similară cu disjuncția, în semiotică cele două funcții sunt complet diferite. Una este să spunem «Ion **nu are**» și altceva este să spunem «Ion **a pierdut**», căci *a pierde* trimite la un *a avea* anterior; la fel, *a găsi* înseamnă *a avea*, dar trimite la o disjuncție anterioară²⁹⁵.

b) *Funcția-transformare*. Un enunț-de-acțiune* ia forma: **F transformare (S, O)**. Acest tip de enunț dă seamă de trecerea de la o stare la alta; în virtutea acestui fapt, obiectul (= **O**) nu desemnează o entitate, ca în cazul enunțurilor-de-stare, ci o *relație*, care este fie conjunctivă, fie disjunctivă. Altfel spus, subiectul (= **S**) transformă (= **F**) o stare dată (= **O**) într-o altă stare.. Se poate spune că *orice enunț-de-acțiune conține două enunțuri-de-stare*, unul situat în amonte și altul în aval. Se ajunge astfel la structura unei **povestiri** minimale, ca aceea descrisă mai sus, dar cu o articulare ceva mai subtilă, dar care este susceptibilă de multiple complicări succesive. Căci în practica noastră discursivă avem la dispoziție nu numai opoziția permanență/schimbare, deci nu numai *stări* și *transformări*, ci și un întreg sistem de actanți: subiectul și sbiectul. – în cazul *enunțurilor-de-stare* - , cele două stări succesive și subiectul acțiunii – în cazul *enunțurilor-de-acțiune*.

* Fr. – *énoncé de faire*

Pornindu-se de la cele două tipuri de enunțuri, se poate ajunge la o viziune mai analitică despre *narativitate*. Joseph Courtés a arătat că un *enunț-de-acțiune* conține încă un *enunț-de-stare*, presupus. El numește această unitate de bază cu termenul de *program narativ*, pe care îl codifică în formula **PN**, și căruia îi găsește cel puțin două forme posibile:

- 1) una care indica starea conjunctivă atinsă: **(1) PN = F {S₁ → (S₂ ∩ O)}**;
- 2) alta care indică starea disjunctivă realizată: **(2) PN = F {S₁ → (S₂ ∪ O)}**.

După oricare dintre cele două formule, PN nu semnalează decât starea 2, dar el presupune, în mod natural, o stare 1 (anterioară), de natură opusă. Astfel, se poate vedea că formula (1) corespunde unei transformări care, în limbajul lui Propp, ne face să de la o „lipsă” (vezi S₂ ∪ O) la „înlăturarea lipsei” (S₂ ∩ O). În cazul primei formule avem procedura numită *achiziție*; în cea de-a doua este vorba de *privare*.

Așadar, dispunem de o schemă elementară care ne permite să distingem între structura unei povestiri care „se termină bine” (formula 1) și cea a unei povestiri despre care se spune că „se termină rău” (formula 2). Când avem dubii cu privire la ce înseamnă *bine* și *rău* în cazul unei povestiri, aplicăm următorul algoritm: subiectul S₁ face în așa fel încât celălalt subiect S₂ să se unească / despartă de obiectul de valoare O²⁹⁶.

1.2.3. Schema narativă canonică

După cum am mai spus, unul dintre primii cercetători care s-au interesat de structura narativă a unui discurs în întregul său este Vladimir Jakovlevici Propp. Modelul său scoate în evidență opoziția între „lipsa” inițială și „lichidarea lipsei”, care marchează finalul istorisirii. În această perspectivă, propune C. Bremond, putem interpreta povestirea drept o succesiune de degradări și ameliorări. Este luată în considerare nu atât activitatea subiectelor, cât circulația obiectelor.

O altă abordare adoptă mai degrabă punctul de vedere al subiectului: ea permite elaborarea unor descrieri mult mai fine și o distincție între subiectele *de stare* și subiectele *de acțiune*. V. Propp a propus în prima fază o schemă narativă canonică, articulând întregul univers al discursului, ca succesiune de trei probe:

- *proba calificanta* – care permite eroilor sa obtina mijloacele de actiune;
- *proba decisiva* (principala) – care trateaza principalul obiectiv vizat;
- *proba glorificanta* – care proclama faptele indeplinite.

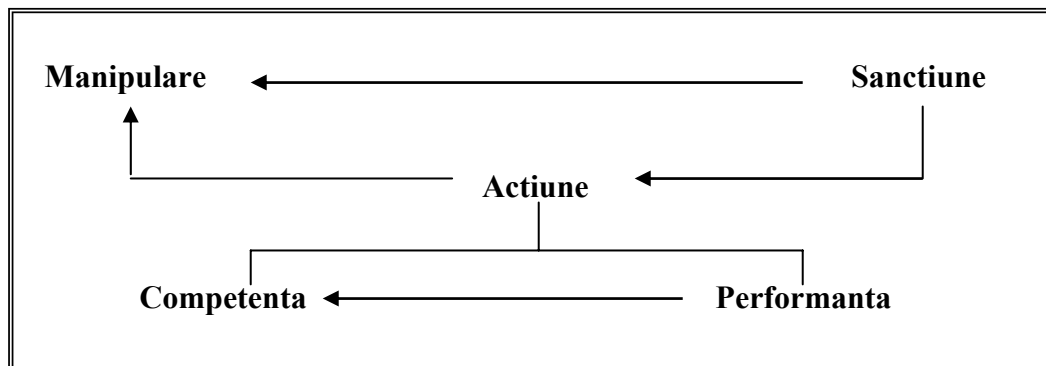
Aceasta distribuire corespunde, in mare, sensului vietii: acesta pelaca de la calificarea subiectului (invatare, antrenament, initere etc.), continua prin realizarea unei opere importante si se incheie prin *sanctiune*, care este in acelasi tip retributie (subiectul face avere) si *recunoastere* (toti il respecta pentru ceea ce a facut si primeste decoratii).

Dupa Joseph Courté, schema narativa alcatuita din trei probe este incompleta. Sanctiunea (sau proba glorifianta) presupune nu doar subiectul care a infaptuit actiunea (proba decisiva), dar si un alt subiect, cel care poarta sanctiunea. El consideră că este necesar sa introducem un nou cuplu conceptual: *destinator–destinatar*. Acesti doi actanti, care sunt in relatie de implicatie unilaterala, nu sunt pe picior de egalitate.

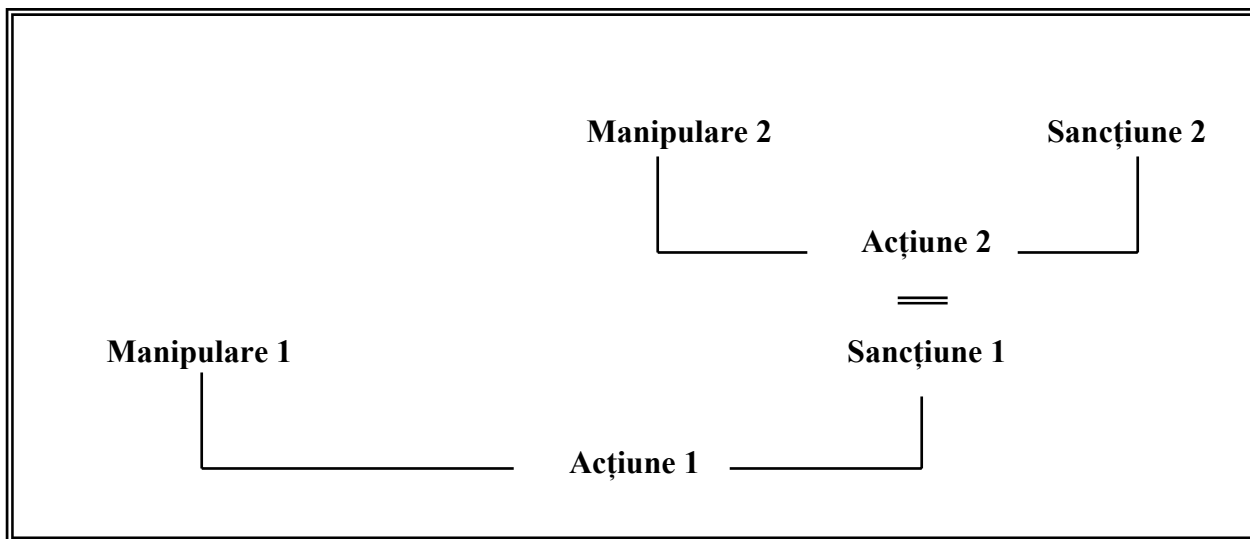
Cand destinatarul-subiect este sanctionat, este evident ca acest lucru se întâmplă în virtutea relatiei contractuale care il leaga de destinator. De fapt, destinatarul-subiect realizeaza proba decisiva in urma unui contract, si petnru ca si-a tinut angajamentele primeste, la final, retributia care I se cuvine. Daca sanctiunea este faza terminala a contractului trebuie prevazut ca destinatorul nu este doar cel care inchide naratiunea, ci este si cel care o pune in practica, gratie a ceea ce numim *manipulare* (termen care, in semiotica, este golit de orice conotatie psiho-sociologica sau morala, desemnand doar o relatie factica).

Manipularea initiala si sanctiunea finala – care se situeaza totdeauna in dimensiunea cognitiva, spre deosebire de actiunea subiectului, plasata pe dimensiunea pragmatica – presupun un contract: din punct de vedere al destinatarului-subiect, contractul este propus, chiar impus, de catre *destinatorul manipulator*, iar verificarea executiiei lui se efectueaza de catre *destinatorul judecator*, in cadrul sanctiunii. Cand contractul ii pune in joc atat pe destinator, cat si pe destinatar, este necesar un sistem de valori, numit sistem axiologic (care marcheaza si pune in joc valorile, fie pozitive, fie negative), in afara caruia nu se pot justifica nici sanctiunea si nici manipularea. Prin raportare la acest sistem axiologic, destinatarul-subiect este mobilizat, astfel incat sa efectueze un anume parcurs narativ, iar actiunea ii va fi judecata tot prin raportare la acest sistem.

Fie deci următoarea schema narativa:



Aceasta schema este extrem de generala; ea se poate aplica pentru o multitudine de cazuri. Este motivul pentru care poarta numele de “schema canonica”. Dar nimic nu ne impiedica sa aplicam principiul recursivitatii. De exemplu, putem presupune ca actiunea 1 corespunde unei crime si sanctiunea 1 judecarii ei la tribunal. Putem sa ne imaginam un al doilea nivel de derivatie, unde respectiva sanctiune coincide cu o actiune 2, implicand o sanctiune 2.



În plan general, acest model poate servi drept baza unei tipologii de discursuri. Observăm, de exemplu, că dacă discursul juridic în materie penală este centrat pe sancțiune, discursul teologic, dimpotrivă, se concentrează mai mult pe manipulare, iar povestirile de aventuri sunt orientate în primul rând pe acțiune.

În continuare detaliem elementele schemei canonice.

1.2.3.1. Acțiunea

Sub acest termen, subsumam în același timp *competenta* și *performanta*. Aceste două componente sunt legate de o relație de presupozitie unilaterală: dacă orice performanta presupune *competenta*, reciproca nu este adevărată. *Competenta* echivalează cu ansamblul condițiilor necesare pentru realizarea probei decisive - altfel spus, cuprinde tot ceea ce permite efectuarea unui plan narativ performant. Distingem *competenta semantica* și *competenta modala*. *Competenta semantica* este o virtualizare a planului narativ, care va fi realizat efectiv ulterior. Este vorba de acel *savoir faire*. *Competenta modala* este de natură sintactică. Ea este cea care face posibilă trecerea de la virtualizare la realizarea planului narativ și care poate fi descrisă ca o organizare ierarhică de modalități. Putem articula instanța acestei competente prin cel puțin patru modalități :

- **a vrea;**
- **a trebui;**
- **a putea;**
- **a ști.**

La fel și pentru formele lor negative :

- **a nu vrea;**
- **a nu trebui;**
- **a nu putea;**
- **a nu ști.**

Așadar, *competenta* unui subiect poate fi în același timp *pozitiva* sau *negativa*.

1.2.3.2. Manipularea

În accepțiunea sa semiotică, termenul *manipulare* desemnează doar relația factică potrivit căreia un enunț de acțiune conduce la un alt enunț de acțiune. Această structură modală se caracterizează prin faptul că dacă predicatele sunt formal indicate (și amândouă sunt de acțiune), subiectele sunt diferite: există un subiect manipulator (în poziție de *destinator*) și un subiect manipulat (*destinatarul*). În cea mai mare parte a povestirilor, eroul caută și dobândește *competenta* prin performanța ulterioară. Ceea ce caracterizează manipularea este faptul că subiectul manipulat, spre deosebire de eroii de poveste, se vede dotat cu o *competenta* pe care nu

a cautat-o: el este impins, de cele mai multe ori impotriva vointei sale, la realizarea unui plan narativ dorit, cel putin la inceput, doar de catre subiectul manipulator. Expresia "a putea sa nu faci" - care echivaleaza cu independenta si care modalizeaza cel mai des eroul – este substituita aici de contradictoriul sau: "a nu putea sa nu faci" - care marcheaza absenta libertatii, defineste pozitia de obedienta si supunere, care caracterizeaza subiectul manipulat.

Uneori, manipulatul este dispus sa mearga in sensul impus de manipulator. In acest caz, el asociaza expresia "a nu putea sa nu faci" cu expresia "a vrea sa faci", iar manipularea poate fi numita de tip pozitiv: dorinta manipulatului se conjuga astfel cu obligatia care ii este impusa. Aici sunt posibile doua cazuri, daca tinem cont de cele doua dimensiuni – *pragmatica* si *cognitiva*. Daca manipulatorul insista pe dimensiunea pragmatica si propune manipulatului un obiect de valoare data, este vorba despre *tentatie* (termen eliberat aici de orice conotatie morala). Cealalta posibilitate este de a insista pe dimensiunea cognitiva: competenta manipulatului este prezentata de catre manipulator intr-o lumina pozitiva. Vorbim atunci despre *flatare*, sau – mai larg – despre *seductie*. Este, de pilda, cazul educatiei copiilor, cand parintii (manipulatorii) ii incurajeaza sa munceasca subliniind ca ei (manipulatii) sunt capabili sa faca acel lucru.

Un alt tip de manipulare, cea negativa, este aceea in care "a nu putea sa nu faci" nu inseamna "a vrea sa faci", ci "a trebui sa faci". In plan pragmatic, vorbim despre *intimidare*: in loc sa propuna, ca in cazul precedent, un obiect de valoare data, manipulatorul ameninta ca-i va lua manipulatului un lucru sau altul. La nivel cognitiv, manipulatorul ii prezinta manipulatului o imagine negativa a competentei sale, il denigreaza, pana la punctul la care acesta va actiona pentru a oferi o imagine de sine pozitiva. In acest caz, vorbim despre *provocare*. A. J. Greimas a studiat aceasta problema si a subliniat cum "negarea competentei" este destinata tocmai provocarii unui "salt salutar" al subiectului, care, doar pentru acest lucru, se transforma in subiect manipulat (evemplul cel mai cunoscut la noi, Harap Alb).

1.2.3.3. *Sanctiunea*

Ultima componenta a schemei narrative canonice se prezinta in doua forme, date de cele doua dimensiuni – *pragmatica* si *cognitiva*.

Sanctiunea pragmatica se refera la subiectul care a realizat performanta. Aceasta sanctiune are doua fete, caci pune in joc doi actanti: destinatorul-judecator si destinatarul-subiect

(cel judecat). Pe de o parte, destinatorul-judecator face o judecata epistematica (de ordinul "a crede că") asupra conformitatii (sau neconformitatii) performantei în raport cu datele contractului prealabil. În contractul dintre destinator și destinatar este inclus un sistem axiologic (implicit sau explicit într-un discurs dat), unde valorile sunt marcate pozitiv sau negativ: dacă în viața de zi cu zi considerăm în mod normal că adevărul este o valoare pozitivă, nu este și cazul falsificatorului, care consideră că realizarea unui fals este întotdeauna de preferat. În momentul sancțiunii, destinatorul-judecator va evalua parcursul predefinit.

La judecata epistematică pe care o face destinatorul judecator, răspunde, din punct de vedere al destinatarului subiect, retributia, care este cea de a doua față a sancțiunii pragmatice și care justifică, de altfel, calificativul. Pentru că a realizat performanța și și-a îndeplinit angajamentele luate în contract, destinatarul-subiect primește de la destinator contra-partida prevăzută. După cum realizarea destinatarului-subiect este conformă sau nu axiologiei, vom avea recompensă sau pedeapsă.

Sanctiunea cognitiva. Ea nu se bazează pe acțiune, ci pe stare. Și aici distingem cele două puncte de vedere ale destinatorului-judecator și ale destinatarului-subiect. Revine destinatorului-judecator să emită o judecată epistematică asupra realității probei decisive realizate de către destinatarul-subiect, asupra verității faptelor sale.

Sanctiunea cognitivă nu corespunde doar judecării epistemice a destinatorului-judecator care consideră adevărate (sau false, sau secrete, sau iluzorii) faptele care îi sunt raportate, performanțele realizate, ci – în mod complementar, din punctul de vedere al destinatarului-subiect – și recunoașterii eroilor. Este vorba aici de ceea ce am numit mai sus proba glorifiantă. Pentru a se face recunoscut ca atare de către destinatorul judecator, eroul trebuie să fie dotat cu o competență adecvată. Dacă recunoașterea este, din punctul de vedere al destinatarului-subiect, un "a face să se știe", pentru gloriificare e nevoie de "a vrea să faci să se știe" și, mai ales, de "a putea să faci să se știe".

De asemenea, este demnă de remarcat, importanta persuasiunii pe care o exercită destinatarul-subiect pentru a suscita, la destinatorul-judecator, o acțiune interpretativă corespondentă: acțiunea persuasivă este o acțiune cognitivă care incită destinatorul-judecator să statueze, pornind de la manifestările propuse, asupra imanentei corespondente dintre așteptări și realizări.

IV. APLICAȚII

1. DEZBATEREA

1.1. DEFINIȚII ȘI DELIMITĂRI. ISTORIC

1.1.1. Dezbateri, discuție și dispută

Discuția este acea conversație care are o componentă argumentativă puternică. *Dezbateri* reprezintă un tip de discuție între persoane care nu au aceeași părere în legătură cu un anumit subiect și care se desfășoară, de cele mai multe ori, într-un cadru prestabilit. Schimbul verbal este organizat și se supune unor reguli, cum ar fi: *limite de timp, durata și ordinea intervențiilor, numărul participanților, tema supusă discuției*. În general, dezbateri are un public și un moderator care veghează la buna desfășurare a interacțiunii verbale.

Dezbateri se caracterizează printr-un dispozitiv enunțiativ mai complex decât cel al schimburilor private:

- la un prim nivel, participanții vorbesc și ocupă pe rând funcția de emițător și receptor, iar moderatorul, prin intervențiile sale asigură funcția de structurare a schimbului verbal;
- la un nivel secund, auditorii/(tele)spectatorii ascultă și îi văd pe participanții de la primul nivel și se limitează la rolul lor de simpli receptori, simultan cu plasarea lor, de cele mai multe ori, la rangul de principali destinatari ai mesajelor (în anumite dezbateri problema este nu convingerea adversarului, cât a publicului = trop comunicațional). Eterogenitatea audienței determină eforturi pentru captarea, menținerea și convingerea acestora de către participanții la interacțiune.

Dezbateri nu vizează întotdeauna obținerea consensului/acordului. Astfel, ea se opune *discuției* (= dialog în care interlocutorii caută cu bună credință și fără *parti pris* cea mai bună soluție a unei probleme controversate iar fiecare parte este gata să-și modifice părerea dacă i se aduc argumente relevante).

În dezbateri electorală, ca și în înfruntarea juridică dintre acuzare și avocatul apărării, nu se pune problema ca punctele de pornire să fie repuse în discuție de fiecare parte. Din contră,

pozițiile inițiale sunt apărate până la sfârșit iar concesiile, dacă intervin, privesc doar aspectele accesorii care permit o mai bună susținere a esențialului. Confruntarea nu are drept obiect stabilirea adevărului (cf. dialogul platonician), ci succesul bătăliei. Ea este un discurs apropiat de ceartă (care se naște într-un climat de agresivitate sau de încăpățănare, în care nici una dintre părți nu este dispusă să-și schimbe părerea, chiar dacă se află în fața unei argumentări convingătoare). Fiecare actor vrea să învingă, chiar să-l umilească pe celălalt, să-i “șifoneze” imaginea, obiectivul fiind victoria cu orice tip de argumente.

Dar dezbateră este diferită de ceartă, în sensul că obiectivul real al părților aflate în interacțiune este de a impresiona o a treia parte, judecător sau auditoriu, care se va pronunța asupra valorii argumentelor utilizate. Tot spre deosebire de ceartă, dezbateră este condusă de reguli stabilite, în general, la început. Dezbateră nu este un dialog euristic ci o formă care asociază elemente de discuție cu elemente de ceartă (fiind un teren al manifestării violenței, al încălcării principiului cooperativ și al maximelor conversaționale).

Astfel, în cursul unui schimb verbal, putem observa alunecarea de la un tip la altul de dialog, folosirea unor procedee ca atacul, argumentum ad hominem, injuria, intimidarea etc., care fac uneori ca dezbateră să capete aspectul unei certe.

Dezbateră este o practică socială și instituțională. În unele cazuri, exercitarea sa este monopolul persoanelor pregătite special pentru aceasta – de regulă, prin formație universitară (vezi discursul oratoric, pledoaria etc.). Practicarea acestui tip discursiv este supusă unei constrângeri, cea de autorizare, de acordare a calității; pentru a lua cuvântul trebuie să o faci într-o calitate (vezi satut, rol), să fii reprezentantul unui grup, membru al unei asociații etc.

Există limite care privesc durata, obiectul, momentul în care poate avea loc; există reguli, reglementări, și, prin acestea, dezbateră are un puternic caracter normativ-prescriptiv. Schimbul nu este liber, depărtarea de subiect, abaterea, digresiunea sunt sancționate prin apeluri la ordine; limbajul dezbaterii are adesea un caracter spontan.

1.1.2. Istoric

1.1.2.1. *Dezbaterile antice*

Forma de bază a dezbaterii antice reprezenta un cadru în care conducătorii militari și/sau politici vorbeau în fața armatelor. Deși apropiată de discurs, această formă se baza pe o opoziție discursivă în care oratorul îndeplinea ambele roluri. Istoria îl consemnează pe Nicias, care, în timpul expediției Atenei contra Siracuzei (415-413 Î.Chr.) a ținut două discursuri opuse în conținut (unul de încurajare pentru armată și unul de îngrijorare și alertare pentru Adunarea Atenei). Dezbaterile homerice (sec.IX Î.Chr.) urmau un model simplu: discuția dintre adversari se desfășoară în fața poporului (reuniunile sfaturilor), care ascultă și încurajează, intervine în dezbateri. Modelul adunării homerice: publicul deliberează după ce a auzit discursurile ținute de cei care s-au ridicat pentru a vorbi. Cea mai mare parte a dezbaterilor democrației ateniene ne-au parvenit sub forma parafrazelor din opera lui Tucidide (politicienii nu-și scriau discursurile).

- *Duelul oratoric.* Tip de dezbateri aprinsă în cursul căreia nu se căuta consensul ci victoria; reprezenta un exercițiu la care publicul asista ca la un spectacol sportiv, apreciind abilitatea și cunoștințele oratorilor. Arta controversei a cunoscut o dezvoltare deosebită în timpul sofistilor (sec V Î.Chr.) și și-a găsit o expunere sistematică în Topicele lui Aristotel. În legătură cu această practică, Aristotel și-a formulat concepția dialectică, a cărei particularitate este de a reînnoa cu o tradiție respinsă de Platon, aceea a retorilor și sofistilor. Dialectica reprezintă pentru Aristotel o artă a probabilului, a verosimilului, care permite supunerea oricărei teze la testul pro și contra.
- *Discursul fictive.* O altă formă a dezbaterii antice o constituia sistemul de discursuri fictive concepute pentru dezbateri imaginare cum ar fi, de exemplu, discursurile compuse între 380-339 Î.Chr. de Isocrate.

1.1.2.2. *Dezbaterile medievale*

În Evul mediu, dezbateri ia forma unui gen poetic dialogat, cultivat de trubaduri și truveri, de la începutul sec.XII, la început în latină (*disputatio*), apoi în variantele “vulgare” ale limbilor (franceză, în special). Dezbateri reprezenta un duel verbal în cursul căruia adversarii se măsurau cu “arme retorice” și în care conta, în primul rând, funcția ludică și nu stabilirea învingătorului.

- *Disputatio* în perioada medievală are caracterul unui cod ritualizat ale cărui percepte erau adunate într-un tratat numit *Ars obligatoria* (sec.XV), care guverna *disputatio* pentru a împiedica devierea discuției de la problemele principale. Principalul izvor pentru materialul tematic îl constituiau *Topicele* lui Aristotel.

În sec.XVI, disputa a luat forma discuției publice asupra marilor probleme ale teologiei, istoria înregistrând celebra dispută de la Berna (1528).

- *Dezbaterea în literatură.* Istoria literaturii înregistrează genul dezbaterii sub forma unei opere desfășurate ca o discuție între mai multe persoane (sau personificări, abstractizări) asupra unei teme date. Ficțiunea impune prezența unui judecător, căruia îi revine de obicei, rolul de a decide asupra problemei puse în discuție.

Dezbaterea în literatură consemnează, printre altele, operele lui Aristofan (445-386 Î.Chr) - *Norii* (423 Î.Chr), *Broaștele* (405 Î.Chr); ale lui Teocrit (315- 250 Î.Chr) și Virgiliu (sec.I.Î.Chr), lucrarea chinezească de filozofie politică: *Dezbaterea asupra sării și a fierului* (81 Î.Chr) concepută ca un dialog între ideile cofucianismului și cele ale guvernului și, peste secole, *Dezbaterea dintre inimă și corp* a lui François Villon (1431-1463) și *Divanul sau Gâlceava înțeleptului cu lumea* a lui Dimitrie Cantemir (1673-1723).

1.1.2.3. Dezbaterele moderne

Dezbaterea publică modernă ia forma dezbaterii televizate, a talkshow-ului, marcate de prezența moderatorului și desfășurate în fața unui auditoriu invizibil sau prezent.

În acest context, dezbaterea-polemică favorizează alunecarea către spectacol. Schimbul verbal scapă adesea controlului moderatorului. Procedeele tipice ale interacțiunii verbale constau în suprapuneri, demaraje concurențiale, competiție pentru înscrierea la cuvânt, ratarea conversației etc.

Tipologia emisiunilor de dezbatere televizată:

- Dezbaterea electorală cu prezența unor ziariști;
- Dezbaterea-maraton cu un număr mare de participanți;
- Dezbaterea-discuție: schimbul verbal se desfășoară asupra unei teme problematizate care se desfășoară pe un fond de curtoazie; emisiunea este agrementată cu interviuri înregistrate care susțin linia argumentativă (vezi, de exemplu, emisiunea *Orient expres*).

1.2. STRATEGII INTERACȚIONALE ÎN DEZBATERILE TELEVIZATE

1.2.1. Cadrul teoretic

Analiza modelului integrativ al lui Willis Edmonson pune în evidență existența a cinci tipuri fundamentale de mișcări interacționale (W. Edmonson 1981: 86-89, apud Liliana Ionescu-Ruxăndoiu 1995:52):

- OFERTA: se introduce o temă de conversație
- SATISFACEREA: se comunică emițătorului precedent faptul că intenția sa perlocuționară a fost eficientă
- RESPINGEREA: emițătorul încearcă să-l determine pe partener să-și retragă complet oferta inițială; o asemenea mișcare reflectă neconcordanța cu intențiile perlocuționare ale partenerului
- CONTRACARAREA: emițătorul încearcă să amendeze conținutul mișcării precedente, determinându-l pe partener să revină parțial asupra spuselor sale; în acest caz, oferta este acceptată, dar numai într-o versiune modificată
- RE-OFERTAREA: inițiatorul unui schimb propune o versiune modificată a primei sale oferte; esența noii versiuni nu mai este identică cu cea a versiunii inițiale

Modul specific de structurare a dezbaterii poate fi făcut dintr-o dublă perspectivă: modelului conversațional al etnometodologilor¹ (H.Sacks, E. Schegloff, G. Jefferson) și cel integrativ al lui W.Edmonson.

1.2.2. Aplicații: dezbaterea de idei la televiziune

Următoarea aplicație va avea ca text ilustrativ dezbaterea televizată în Olanda, avându-i ca protagoniști pe Michel Foucault și Noam Chomsky, cu tema “Natura umană, dreptatea împotriva puterii”, noiembrie 1971 (in Michel Foucault, *Dits et écrits*, II:1970-1975).

1.2.2.1. “Spuse și scrise” / “Dits et écrits”

1 *M. Foucault*: Dacă vreți, voi fi un pic nietzschean. În alți termeni, mi se pare că ideea de dreptate este în ea însăși o idee care a fost inventată și pusă în practică în diferite tipuri de societăți ca un instrument de către o anumită putere politică și economică sau ca o armă împotriva puterii politice și economice. Dar mi se pare că oricum, noțiunea însăși de dreptate funcționează în interiorul unei societăți de clasă ca o revendicare făcută de clasa oprimată și ca o justificare din partea opresorilor.

2 *N. Chomsky*: Nu sunt de acord.

3 *M. Foucault*: Și, într-o societate fără clase, nu sunt sigur că am mai avea de ce să folosim noțiunea de dreptate.

4 *N. Chomsky*: Aici nu sunt de loc de acord. Cred că există un fel de bază absolută – dacă insistați, mă voi afla într-o poziție delicată, pentru că nu pot să o dezvolt în mod clar – care se bazează în cele din urmă pe calitățile umane fundamentale, pe care se fundamentează o “adevărată” noțiune de justiție.

Cred că este puțin pripit să caracterizăm sistemele noastre judiciare drept simple instrumente de opresiune de clasă; nu cred că ele sunt așa ceva. Eu cred că ele reprezintă, de asemenea, alte forme de opresiune, dar ele sunt, în același timp, expresia unei căutări a adevăratelor concepte de justiție, onoare, dragoste, bunătate și simpatie, care sunt reale, după părerea mea. [...]

5 *M. Foucault*: Bun, mai am timp pentru a răspunde?

6 *F. Elders*: Da.

7 *M. Foucault*: Cât timp? Deoarece...

8 *F. Elders*: Două minute.

9 *M. Foucault*: Ei bine, eu zic că este injust...

10 *N. Chomsky*: Sigur că da.

11 *M. Foucault*: Nu, dar nu pot răspunde în așa scurt timp. Voi spune pur și simplu umătoarele lucruri. În cele din urmă, această problemă de natură umană, din moment ce a rămas pusă în termeni teoretici, nu a provocat discuții între noi. [...]

Pe de altă parte, când am discutat despre problema naturii umane și a problemelor politice, au apărut diferențele între noi. Contrar celor pe care le gândiți, dumneavoastră nu puteți să mă împiedicați să cred că aceste noțiuni de natură umană, de dreptate, de realizare a esenței umane sunt noțiuni și concepte care s-au format în interiorul civilizației noastre, al tipului nostru de cunoaștere, în forma noastră de filozofie, și că, drept consecință, acestea fac parte din sistemul nostru de clase, și nu se poate, oricât de regretabil ar fi, să investim cu valoare aceste noțiuni pentru a descrie sau a justifica o bătălie care ar trebui—care trebuie în principiu—să bulverseze chiar fundamentele societății noastre. Este aici o extrapolare căreia nu îi văd justificarea istorică. Aceasta este problema...

12 *N. Chomsky*: Este clar.

13 *F. Elders*: Domnule Foucault, dacă ați fi obligat să descrieți societatea noastră actuală în termeni împrumutați din patologie, care formă a nebuniei v-ar impresiona cel mai mult?

14 *M. Foucault*: În societatea noastră contemporană?

15 *F. Elders*: Da.

16 *M. Foucault*: Vreți să vă spun care este maladia de care suferă cel mai mult societatea noastră?

17 *F. Elders*: Da.

18 *M. Foucault*: Definiția bolii și a nebuniei, precum și clasificarea formelor de nebunie, au fost făcute de așa manieră încât să excludă un anumit număr de oameni din societatea noastră. Dacă societatea noastră s-ar fi definit ca nebună, atunci ea însăși s-ar fi exclus. Din rațiuni de reformă internă societatea dorește să practice excluderea.

Nimeni nu este mai conservator decât persoanele care vă spun că lumea modernă este atinsă de anxietate sau de schizofrenie. Este de fapt o manieră abilă de a exclude anumite persoane sau anumite tipuri (scheme) de comportament. [...]

La limită, aș spune că societatea noastră este atinsă de o boală cu adevărat curioasă, foarte paradoxală, al cărei nume nu l-am descoperit încă; și această maladie mintală are un simptom foarte curios, care este chiar simptomul care a provocat maladia mintală. Iată răspunsul.

[Extras din dezbaterile dintre Michel Foucault și Noam Chomsky, noiembrie 1971 (*in* Michel Foucault, *Dits et écrits*, Gallimard, 1994, II, p. 504-507)].

ANALIZA DEZBATERII

Situația retorică în care are loc dezbaterăa dintre Michel Foucault și Noam Chomsky este reprezentată de emisiunea televizată.

Din perspectiva participanților la interacțiune se poate afirma că există două planuri:

- primul, cel care îi grupează, în ordinea intrării, pe locutor (M. Foucault), pe interlocutor (N. Chomsky) și pe moderator (F. Elders);
- al doilea plan este alcătuit din publicul prezent în studio și din publicul telespectator. Discursul se adresează explicit, participanților activi (interlocutor direct și moderator) și, implicit, publicului (telespectator, care este de fapt principalul destinatar).

Dezbaterăa începe cu **prezentarea problemei de interes care va constitui centrul de interes al dezbaterii**: *ideea de dreptate este în ea însăși o idee care a fost inventată și pusă în practică în diferite tipuri de societăți ca un instrument de către o anumită putere politică și economică sau ca o armă împotriva puterii politice și economice... noțiunea însăși de dreptate funcționează în interiorul unei societăți de clasă ca o revendicare făcută de clasa oprimată și ca o justificare din partea opresorilor.*

Tema discuției este introdusă printr-o operație de **modalizare**: *Dacă vrei...și prin afirmarea poziției* de pe care va fi abordată: *voi fi un pic nietzschean*. În alți termeni, *mi se pare că ideea de dreptate...*

Situația de înfruntare este evidențiată de **dezacordul dintre parteneri**:

2. *N. Chomsky*: Nu sunt de acord.

4. *N. Chomsky*: Aici nu sunt de loc de acord

Contracararea și re-ofertarea sunt susținute de o serie de procedee, cum ar fi:

1. apofaza (“figură care constă în răspunsul însoțit de motivare, ce-l dă oratorul unei întrebări ipotetice a adversarului”):

N. Chomsky: Aici nu sunt de loc de acord. Cred că există un fel de bază absolută—dacă insistați, mă voi afla într-o poziție delicată, pentru că nu pot să o dezvolt în mod clar—care se bazează, în cele din urmă, pe calitățile umane fundamentale, pe care se fundamentează o “adevărată” noțiune de justiție.

Cred că este puțin pripit să caracterizăm sistemele noastre judiciare drept simple instrumente de opresiune de clasă; nu cred că ele sunt așa ceva. Eu cred că ele reprezintă, de asemenea, alte forme de opresiune, dar ele sunt, în același timp, expresia unei căutări a adevăratelor concepte de justiție, onoare, dragoste, bunătate și simpatie, care sunt reale, după părerea mea.

2. folosirea unui argument nedemonstrabil:

N. Chomsky: ...dacă insistați, mă voi afla într-o poziție delicată, pentru că nu pot să o dezvolt în mod clar...

3. folosirea unei etichetări axiomatice:

N. Chomsky: ... calitățile umane fundamentale, pe care se fundamentează o "adevărată" noțiune de justiție.

Alte schimburi verbale pun în evidență existența "contractului" dezbaterii și respectarea acestuia de către participanți:

5 *M. Foucault:* Bun, mai am timp pentru a răspunde? (*schimbarea interlocutorului*)

6 *F. Elders:* Da. (*autorizarea intervenției verbale*)

7 *M. Foucault:* Cât timp? Deoarece...(*evaluarea situației*)

8 *F. Elders:* Două minute. (*autorizarea duratei pentru intervenție*)

Uneori se constată tendințe de monopolizare a discursului și aplicarea unor strategii diverse cum ar fi:

M. Foucault: Pe de altă parte, când am discutat despre problema naturii umane și a problemelor politice, au apărut diferențele între noi. Contrar celor pe care le gândiți, dumneavoastră nu puteți să mă împiedicați să cred că aceste noțiuni de natură umană, de dreptate, de realizare a esenței umane sunt noțiuni și concepte care au s-au format în interiorul civilizației noastre, a tipului nostru de cunoaștere, în forma noastră de filozofie, și că, drept consecință, acestea fac parte din sistemul nostru de clase, și nu se poate, oricât de regretabil ar fi, să investim cu valoare aceste noțiuni pentru a descrie sau a justifica o bătălie care ar trebui – care trebuie în principiu – să bulverseze chiar fundamentele societății noastre. Este aici o extrapolare căreia nu îi văd justificarea istorică. Aceasta este problema... (*ton angajat, dorință de confruntare, sinteză a faptelor*)

M. Foucault: când am discutat despre problema naturii umane și a problemelor politice, au apărut diferențele între noi. (*evaluarea poziției în interacțiune*)

M. Foucault: să investim cu valoare aceste noțiuni pentru a descrie sau a justifica o bătălie care ar trebui—care trebuie în principiu—să bulverseze chiar fundamentele societății noastre. (*poziție ideologică*)

M. Foucault: Este aici o extrapolare căreia nu îi văd justificarea istorică. Aceasta este problema...

(rămânerea pe poziții este dublată de retorica respingerii)

Dezamorsarea situației se face adesea prin replici care redau înțelegerea, de către partener, a problemei și fac posibilă re-ofertarea:

N. Chomsky: Este clar.

Moderatorul intervine adesea pentru a marca punctele de inflexiune ale dezbaterii:

13 *F. Elders:* Domnul Foucault, dacă ați fi obligat să descrieți societatea noastră actuală în termeni împrumutați din patologie, care formă a nebuniei v-ar impresiona cel mai mult? (*interpelare*)

Deoarece dezbaterea trebuie să se caracterizeze prin precizie conceptuală, ideatică, interlocutorul apelează adesea la strategii de “control”. Adesea, aceste strategii se inserează în dialogul cu moderatul:

14 *M. Foucault:* În societatea noastră contemporană?

15 *F. Elders:* Da.

16 *M. Foucault:* Vreți ca să vă spun care este maladia de care suferă cel mai mult societatea noastră ?

17 *F. Elders:* Da.

Dezbaterea oferă cadrul pentru dezvoltarea unor idei prin apel la construcții ample care demonstrează abilitatea locutorului în folosirea unor procedee ca paradoxul, formulări memorabile etc.:

18 *M. Foucault:* Definiția bolii și a nebuniei, precum și clasificarea formelor de nebunie, a fost făcută de așa manieră încât să excludă un anumit număr de oameni din societatea

noastră. Dacă societatea noastră s-ar fi definit ca nebună, atunci ea însăși s-ar fi exclus. Din rațiuni de reformă internă societatea dorește să practice excluderea.

Nimeni nu este mai conservator decât persoanele care vă spun că lumea modernă este atinsă de anxietate sau de schizofrenie. Este de fapt o manieră abilă de a exclude anumite persoane sau anumite tipuri (scheme) de comportament.

[...]

La limită, aș spune că societatea noastră este atinsă de o boală cu adevărat curioasă, foarte paradoxală, al cărei nume nu l-am descoperit încă; și această maladie mintală are un simptom foarte curios, care este chiar simptomul care a provocat maladia mintală. Iată răspunsul.

Se poate aprecia că în dezbatere cea mai simplă structură a interacțiunii este: OFERTĂ – SATISFACERE.

Schimburile verbale integrează mișcările, performate de locutori diferiți (în ex.nostru, schimbul are loc între moderator și un locutor), într-o succesiune ce realizează o secvență închisă, care se încheie cu un rezultat (satisfacerea).

OFERTA: *F. Elders*: Domnul Foucault, dacă ați fi obligat să descrieți societatea noastră actuală în termeni împrumutați din patologie, care formă a nebuniilor acesteia v-ar impresiona cel mai mult?

SATISFACEREA: *M. Foucault*: Vreți să vă spun care este maladia de care suferă cel mai mult societatea noastră?

CONFIRMAREA: *F. Elders*: Da.

SATISFACEREA: *M. Foucault*: Definiția bolii și a nebuniei, precum și clasificarea nebunilor, a fost făcută de așa manieră încât să excludă un anumit număr de oameni din societatea noastră. Dacă societatea noastră s-ar fi definit ca nebună, atunci ea însăși s-ar fi exclus. Din rațiuni de reformă internă societatea dorește să practice excluderea.

Nimeni nu este mai conservator decât persoanele care vă spun că lumea modernă este atinsă de anxietate. Este de fapt o manieră abilă de a exclude anumite persoane sau anumite tipuri (scheme) de comportament.

[...]

La limită, aș spune că societatea noastră este atinsă de o boală cu adevărat curioasă, foarte paradoxală, al cărei nume nu l-am descoperit încă; și această maladie mintală are un simptom foarte curios, care este chiar simptomul care a provocat maladia.

Se pot pune în evidență, de asemenea, structuri complexe între participanții la schimbul verbal:

OFERTĂ – RESPINGERE – OFERTĂ - CONTRACARARE + RE-OFERTARE:

OFERTA: *M. Foucault:* Dacă vrei, voi fi un pic nietzschean. În alți termeni, mi se pare că ideea de dreptate este în ea însăși o idee care a fost inventată și pusă în practică în diferite tipuri de societăți ca un instrument de o anumită putere politică și economică, sau ca o armă împotriva acestei puteri. Dar mi se pare că oricum, noțiunea însăși de dreptate funcționează în interiorul unei societăți de clasă ca revendicare făcută de clasa oprimată și ca justificare din partea opresorilor.

RESPINGEREA: *N. Chomsky:* Nu sunt de acord.

OFERTA: Și, într-o societate fără clase, nu sunt sigur că am mai avea de ce să folosim noțiunea de dreptate.

CONTRACARARE +

RE-OFERTAREA *N. Chomsky:* Aici nu sunt de loc de acord. Cred că există un fel de bază absolută - dacă insistați, mă voi afla într-o poziție delicată, pentru că nu pot să o dezvolt în mod clar – care se bazează în cele din urmă pe calitățile umane fundamentale, pe care se fondează o “adevărată” noțiune de justiție.

Cred că este puțin pripit să caracterizăm sistemele noastre judiciare drept simple instrumente de opresiune de clasă; nu cred că ele sunt așa ceva. Eu cred că ele reprezintă, de asemenea, alte forme de opresiune, dar ele sunt, în același timp, expresia unei căutări a adevăratelor concepte de justiție, onoare, dragoste, bunătate și simpatie, care sunt reale, după părerea mea.

1.2.2.2. Dezbaterile electorale la televiziune

Motto:

“Ce este o confruntare la televiziune? O dispută în care sunt angajate nu atât idei, temeinicia pozițiilor, cât replici cu efect, clișee construite din vreme, modalități de adresare, prestații compuse pentru a sugera adevăruri, a stimula anumite percepții, a prilejui reliefaarea unor atitudini”. (Paul Dobrescu, op.cit., p. 240)

A. Analiza dezbaterii electorale finale din 1996 dintre candidații Ion Iliescu și Emil Constantinescu se va face pe baza unor fragmente desprinse din cartea lui Paul Dobrescu, *Iliescu contra Iliescu. Analiză din interior a campaniei electorale 1996*, Editura Diogene, București, 1997

Trebuie menționat că dezbaterile s-a desfășurat în două etape: prima, cea a confruntării directe, guvernate de schimburile interacționale firești ale conversației, a doua reprezentând o structură mai rigidă, constrânsă de reguli acceptate de participanți (care și-au adresat întrebări directe, câte patru fiecare).

STRATEGII folosite în prima parte a dezbaterii

Emil Constantinescu

1. Afirmarea poziției favorabile, a imaginii de lider al formațiunii pe care o reprezenta:

“Nu știu dacă știți, domnule Iliescu, că președintele Convenției Democratice sunt eu și că această formațiune a câștigat alegerile generale” [ironie, suprapunere peste imaginea de învingător] p.241

2. Atac la adresa competenței contracandidatului:

“Deci, dacă să spunem, nu prin absurd, ci prin votul popular normal, ați mai obține un mandat de patru ani, ce garanții am avea noi că în următorii ani ați face ce nu ați făcut în cei șapte ani? Nici una!” p.241

nu prin absurd, ci prin votul popular normal [formulare voit neutră, acceptarea jocului democratic]

ce garanții am avea noi că în următorii ani ați face ce nu ați făcut în cei șapte ani? Nici una!” [întrebare retorică; argumentul continuității; răspuns negativ în poziția finală (poziție tare, de punctare a mesajului)]

3. Discurs complex aplicat pe program, angajant, poziționat pozitiv, antitetice; discurs de tip problemă-soluție

“De fiecare dată domnul Iliescu vine și ne spune <<De unde aveți bani? N-aveți bani. Nu se poate face>> Domnule Iliescu, ați fost șapte ani la conducerea acestei țări, șapte ani nu am auzit decât acest lucru: << Nu se poate face. Nu există bani>>. Eu m-am angajat în această campanie electorală pentru a spune că se poate, că banii există, dar ei sunt furați din averea națională; ei sunt blocați, cum este cazul blocajului financiar de care am discutat – care este uriaș, este ca un buget, deci este mai mare decât bugetul național, sunt bani care stau, care nu produc – fie că este vorba de economia subterană, care reprezintă, numai prin taxele care nu se plătesc, dublul „Contractului cu România” p.242

De fiecare dată domnul Iliescu vine și ne spune „De unde aveți bani? N-aveți bani. Nu se poate face”. Domnule Iliescu, ați fost șapte ani la conducerea acestei țări, șapte ani nu am auzit decât acest lucru: „Nu se poate face. Nu există bani”. [discurs raportat]

Eu m-am angajat în această campanie electorală pentru a spune că se poate [poziționare pozitivă; deschidere, promisiune]

4. Adoptarea unui discurs complex ca răspuns la cererea de precizare a poziției ce încheie secvența contracandidatului [acuzele de încălcare a maximei cantității (nu a spus tot) și a maximei calității (nu a fost sincer) bazate pe discursul raportat (al lui Emil Constantinescu și al unui text de ziar)].

Iată în continuare succesiunea schimburilor verbale:

Ion Iliescu: În legătură cu resursele necesare, interne și externe, mie mi se pare insuficient fundamentat ce s-a prezentat până acum în programul CDR – atât resursele interne cât și cele externe. Pentru cele interne, totul se rezumă la niște resurse din economia subterană, și când se poate, sigur, o să se intensifice rigoarea financiară, dar aceasta este o chestiune de incertitudine – sau reducerea cheltuielilor administrative – protocol ș.a.m.d. În al doilea rând s-a vorbit despre

resurse externe, un posibil credit – a spus domnul Constantinescu – de 60 de miliarde de dolari. Întâmplător, am în față un articol semnat de domnul Valentin Hossu Longin în revista Cuget, a mișcării pentru Regatul României, care se referă la ceva similar, cum ar fi un concern, un consorțiu de bănci nord-americe, japoneze, vest-europene care ar fi dispuse să ne ofere nouă, spune dânsul, vreo 40 de miliarde de dolari și spune că garantul acestei chestiuni ar fi Casa Regală Română, singurul reprezentant credibil fiind Regele Mihai. Aș vrea să-l întreb pe domnul Constantinescu dacă la această sursă se referea dânsul când vorbea despre această posibilă finanțare a noastră la nivelul de 60 de miliarde de dolari. [acuzele de încălcare a maximei cantității (nu a spus tot) și a maximei calității (nu a fost sincer)].

Emil Constantinescu:

Marele om politic Nicolae Titulescu spunea: “Când am acceptat urcușul în politică, am acceptat ca în fiecare dimineață să înghit pe stomacul gol o broască râioasă”. [discurs raportat; citat; argumentul autorității citate]

Este un lucru pe care trebuie să-l accepți că, intrând în politică, suferi o serie de atacuri care nu au nici o legătură cu subiectul și care reprezintă obsesii, calomniile sau teme deja răsuflate.[generalizare; asumare implicită a răspunderii politice; atac]

Eu cred că trebuie să ne concentrăm pe probleme reale.[reofertare]

N-avea nici o legătură aici Casa Regală și articolele citate de domnul Iliescu.[respingere a atacului]

Mă rog [concesie], sper că pe parcursul emisiunii vom reuși să dăm un ton mai serios discuției noastre...[reofertare sub forma speranței; tăcere semnificativă]

Hai să vedem acum ce vom face. [ofertă]

În primul rând, problema centrală este a agriculturii și trebuie să plecăm de la necesitatea de a transforma micul proprietar de astăzi într-un fermier.[nu mai este și un al doilea rând, al treilea rând etc.]

În toți anii care au caracterizat regimul Iliescu, anual au rămas nearate din toamnă, din 1990 până în 1996, aproximativ 5 milioane de hectare de teren arabil, ceea ce reprezintă jumătate din suprafața arabilă a țării. Paguba noastră este de 7-8

milioane de tone de cereale, cam 1,5 miliarde de dolari sau 5000 miliarde de lei producție agricolă primară, ceea ce reprezintă aproximativ 28-30 miliarde de lei produse agroalimentare finite. Dacă prin lege am lua de la bugetul statului 2,5–3 miliarde de lei fără dobânzi și fără rambursare, cu destinație precisă – cultivarea pământului -, în 3-4 ani de zile agricultura, respectiv gospodăriile țărănești, se vor capitaliza, țăranii vor deveni fermieri întreprinzători, iar la bugetul statului se vor adăuga, pe lângă bugetul actual anual, aproximativ 9000 de miliarde de lei, cu care vom asigura onorarea promisiunilor sociale din Contractul cu România. Acestea nu se vor face pe producția primară, pentru că acolo am propus scutirea de impozit agricol, ci pe zona secundară. Vom pune în mișcare producția de tractoare, pentru că prin aceasta apoi se va crea front de lucru pe piața internă – și pentru siderurgie, și pentru metalurgie, și pentru industria chimică, de îngrășăminte și pesticide; 1,5 milioane de oameni vor avea un loc sigur de muncă și vor putea să rămână în mediul rural. Celelalte surse care privesc industria derivă în primul rând – așa cum am mai spus, și repet acest lucru – din atacarea blocajului financiar. Blocajul financiar – și această cifră trebuie să intre în mintea fiecărui român care ne ascultă [injonctiv] – este acum de 20 000 de miliarde de lei. Deci, tot bugetul național este de 18 000 miliarde de lei. Acest lucru se datorește exclusiv incompetenței guvernului – domnul Iliescu a recunoscut ieri că asta este [autoritate citată], nimeni nu poate s-o nege – și că există tehnici, nu financiare de deblocare, există stimulare a unor bănci de investiții, care să poată să rupă acest cerc care nu permite întreprinderilor nici cel puțin să-și plătească CAS-urile.[discurs de program]

Ion Iliescu: Îmi pare foarte rău, domnul Emil Constantinescu nu răspunde la “ceștiune”...[Respingere glumeată, aluzie, intertext Caragiale]

Emil Constantinescu: Ce trebuie să precizăm este că trebuie [repetare trebuie, ton autoritar] să fie discutate afirmațiile mele, și nu ce citește domnul Iliescu prin diferite ziare. Or, Contractul cu România nu este legat în nici un fel de acest lucru, nu are nici o legătură cu suma de 50 de miliarde de dolari pe care le discută domnul Iliescu; și am arătat și în ceea ce privește economia subterană – și noi o să venim cu date chiar în această discuție, cu date certe, care arată cu cât este

păgubită economia națională datorită neintervenției factorilor de resort și, în primul rând, sigur, a modului în care președintele a tratat această problemă.

Emanuel Isopescu: Domnule Constantinescu, vă mulțumim.

Ion Iliescu: Dumneavoastră vă uitați propriile afirmații. Dumneavoastră vă aparține afirmația cu 60 miliarde de dolari. Ceea ce am citat acum se referă la 40 de miliarde, la fel de neserioasă. La asta mă refeream, nu la altceva. [atac; acuza de încălcare a maximei calității, a cantității, a relevanței]

Emil Constantinescu: Dar nu discutăm această problemă.[respingere]

Ion Iliescu: Bine, mă refeream la resursele care pot fi antrenate pentru această modernizare...[reofertare; autocorectare; întrerupere]

Emil Constantinescu: Dumneavoastră aveți o imagine primitivă [atac la persoană, insultă] în care vă imaginați că cineva cu un sac de bani pe care-i depune undeva...[analogie; exemplu; neclar; întrerupere]

Ion Iliescu: Vedeți? [“vedeți” apare atât ca un act de reacție la o intervenție anterioară, cât și ca un element ce ține de domeniul modalității – de identificare, de certitudine, de evaluare a situației]

Emil Constantinescu: Este vorba de investițiile strategice care se vor face în România pe o perioadă îndelungată de timp. [reofertare; revenire la program]

“Dezbaterea finală este un punct culminant. De ea se leagă marile speranțe, mai ales când “meciul” nu este decis, în mod clar, în celelalte reprize”.

Cadrul dezbaterii electorale la televiziune impune adesea o structură de tip OFERTĂ + ATAC. Această dinamică este ilustrată, de exemplu, de seriile de patru întrebări directe pe care și le-au adresat candidații în dezbaterile finale din 1996. *Vezi Paul Dobrescu, op.cit., p. 249 și urm.*

Emil Constantinescu:

1. Domnule Iliescu, ați declarat la televiziune, chiar la Televiziunea Română că sunteți liber cugetător. Aceasta conform tuturor dicționarilor limbii române înseamnă ateism, necredincios sau fără Dumnezeu. Sigur că omul se poate schimba. Pot să se producă chiar zguduiri sufletești. La Antena 1, în dialogul pe care l-am avut, v-am întrebat dacă credeți în Dumnezeu. Ați dat, sigur, un răspuns care mie, așa ca om, mi s-a părut neconvincător.

Acum aș vrea să vă întreb, pentru că totuși suntem într-o țară creștină, vă este frică de Dumnezeu, domnule Iliescu?

2. Domnule Iliescu, știți sau v-ați gândit cum poate o familie cu două salarii medii să crească doi copii? [atac implicit Emil Constantinescu are doi copii și știe, Ion Iliescu nu are copii; populism]
3. Ieri a fost adusă în discuție problema caselor, această obsesie a dumneavoastră – a caselor naționalizate, problema chiriașilor, pe care le-am lămurit în sfârșit acum. Chiriașii sunt lămuți. Dacă nu sunteți dumneavoastră lămurit, asta este altă problemă. Tocmai de aceea, vreau să vă pun o întrebare legată de acest lucru, pentru că, la un moment dat, ați ridicat problema casei de serviciu. În lege este prevăzută o locuință de protocol. Ați afirmat că sunteți chiriaș. Ce aveți de gând să faceți cu locuința pe care o dețineți? Doriți să deveniți proprietar?
4. Este o întrebare care, cred eu, depășește cadrul unor întrebări convenționale, pentru că se referă la probleme de mare interes național. Ea se leagă de discuția noastră anterioară. Și ea se leagă de lipsa de transparență, în general care a caracterizat și activitatea Ministerului de Externe, și a Președinției. Tratatul de la Varșovia a fost desființat practic prin Protocolul de la Praga din 1 iulie 1991. Este adevărat că a mai fost o intrare în vigoare în 18 februarie 1993 – oficială. În acea clipă, deci, când s-a desființat Tratatul de la Varșovia, trebuia acționat pentru scoaterea din vigoare a tuturor prevederilor care permiteau trupelor rusești să intre în România. Am în fața mea două documente care provin de la Ministerul de Externe. Primul dintre ele este din 4 mai 1995 și are nr. 11898 al Ministerului Afacerilor Externe:

“Dlui Teodor Meleșcanu, ministru de stat, Ministru al Afacerilor Externe

NOTĂ

Având în vedere specificul deosebit al reglementărilor Convenției între Guvernul RSR și Guvernul URSS asupra dislocării temporare și reciproce a unei părți din forțele maritime militare în marea teritorială, în porturile și bazinele maritime militare din Marea Neagră și pe Dunăre, precum și pe aeroporturile părților contractante, dacă acest lucru va fi impus de situație, propunem ca Ministerul Afacerilor Externe să acționeze pentru includerea pe agenda primei ședințe a Consiliului Suprem de Apărare al Țării a analizei inițiativei denunțării acestei convenții, astfel cum a fost propusă prin Memorandumul nr.I-II. 4843, din septembrie 1994,

semnat de ministrul afacerilor externe și avizat de ministrul apărării naționale. Alineatul 2. Precizăm că Memorandumul amintit a fost înaintat spre aprobare domnului Ion Iliescu, președintele României, la data de 3 noiembrie 1994”.

Al doilea document:

“Dlui Teodor Meleșcanu, ministru de stat, Ministru al Afacerilor Externe
notă de audiență

La data de 8 noiembrie a.c. (este vorba de 1995, n.a.), cu nr. de înregistrare 4492, Dl ministru-consilier Aurel Preda, director adjunct al DJT, l-a chemat în audiență pe dl Vladimir Gusak, ministru-consilier al Ambasadei Federației Ruse la București. Au participat dnii Dan Tudor, referent la DJT, și T.Triaputin, secretar I la Ambasada ” Federației Ruse. Dl Preda a arătat că, în contextul negocierilor româno-ruse asupra actualizării acordului juridic bilateral, situația juridică a Convenției...” ș.a. Având în vedere aceste argumente – ca să nu mai citesc – arăta că partea română consideră această convenție caducă și neaplicabilă la relațiile româno-ruse. În acest sens, am înmănat diplomatului rus Nota verbală H-014358 privind declararea caducității Convenției, rugându-l pe acesta să informeze ministrul afacerilor externe rus. De ce a durat atâta timp? Dionisie Șincan: Aș vrea să vă atrag atenția că întrebarea a durat trei minute.[intervenția moderatorului]

Emil Constantinescu: Da. Cu asta nu mai am alt comentariu. De ce a durat atâta timp? De ce acest lucru nu a fost știut și de ce România s-a aflat într-o situație în care – noi suntem o țară mică, iar Rusia este o țară mare, se putea considera că oricum situația impune, ar fi putut să impună [corecție, epanortoză], o astfel de deplasare. Pe de altă parte, a durat mult prea mult, până în noiembrie 1995, după ce România își declarase și susținuse intrarea în NATO. Asta deloc nu coincidea cu conduita [pe] care trebuie să o aibă o țară care aspiră să intre în NATO. După părerea mea situația este extrem de gravă...

Ion Iliescu:

1. Ați afirmat la o emisiune realizată de BBC că veți opri subvențiile către regiile autonome. Dacă știți care sunt regiile subvenționate, ce implicații economice și sociale ar avea aplicarea măsurilor dvs?
2. Aș vrea să vă pun o întrebare în legătură cu pensiile. Ați făcut două afirmații din acest punct de vedere: pe de o parte, scoaterea de sub controlul guvernului dvs. a bugetului asigurărilor sociale și fondul de pensii. Scoaterea de sub controlul statului, am înțeles, și reînființarea Casei Autonome a Pensiilor pe bază privată. Și, de asemenea, în legătură cu

pensiile țăranilor: la Ruginoasa ați declarat că veți mări pensiile țăranilor. Nu dumneavoastră le veți mări [reformulare; autocorecție; anticipare a unui atac], dar veți milita pentru mărirea pensiilor țăranilor până la nivelul celor de la oraș. După aceea, v-ați corectat și ați venit cu altă cifră. Chiar această oscilație nu înțeleg pe ce se bazează. Dar aș vrea să vă întreb, în principiu, inclusiv pentru țărani [populism; exponent] cum o să le mai asigurați chiar și pensia pe care ați menționat-o, dacă se scoate de sub garanția statului asigurarea pensiilor? Pentru că țăranii nu au sursă proprie de alimentare a fondului de pensii, se face din bugetul statului. Altminteri, dacă sunt scoși din bugetul statului rămân complet neacoperiți. Nu are cine să le mai asigure (pensia).

3. Cu o lună în urmă, domnul Constantinescu mă soma pe un ton vehement să convoc Consiliul Suprem de Apărare a Țării pentru a lua o atitudine față de schimbarea din funcție a generalului Lebed, fapt ce ar fi creat o situație care, spunea domnul Constantinescu în comunicatul din 18 octombrie, ar putea pune în pericol stabilitatea întregii Europe. Dânsul aprecia că răspunsul meu la acest eveniment a fost șovăielnic și echivoc, întrucât am declarat că este vorba de o problemă internă a Rusiei. Cum apreciază acum domnul Constantinescu ce mi-a recomandat mie atunci?
4. Pe mine m-a surprins afirmația dumneavoastră de ieri, că România nu a respectat embargoul impus Iugoslaviei. Și n-ați răspuns la întrebarea mea: dacă știți ce pierderi economice a avut țara noastră în urma respectării acestui embargo, ce sacrificii s-au făcut și dacă cumva cunoașteți aprecierile pe care le-au făcut cei abilitați să estimeze modul în care România și-a respectat obligațiile în legătură cu embargoul din Iugoslavia – organisme internaționale ș.a.

B. Vom urmări în continuare cum se realizează SATISFACEREA unei OFERTE- ATAC care apare, în general, în condițiile în care locutorul se află pe o poziție vulnerabilă sau defavorizată. Analiza se va baza pe textul cărții lui Ion Iliescu, *Momente de istorie*, vol.III (vezi bibliografia) care reproduce dezbateră finală radiotelevizată din 7 octombrie 1992.

Emil Constantinescu își susține și își protejează imaginea pozitivă în două etape:

- 1) locutorul își exprimă satisfacția față de strategia adoptată de interlocutor în dezbateră
- 2) locutorul își afirmă disponibilitatea, chiar mulțumirea de a putea contribui la dialogul propus

Ion Iliescu: OFERTĂ-ATAC

Deci, în primul rând, cu privire la Constituție, caracterul ei, în ce fel poate domnul Constantinescu să se angajeze în fața electoratului să apere o Constituție pe care, din start, o consideră nedemocratică [...] ? Este prima întrebare.

A doua, tot legată de constituție, în primul articol al Constituției se definește statul român, cu cinci componente ale sale: stat național, unitar, independent, suveran și indivizibil [...]. Deci, cele cinci componente. În Declarația de la Cluj, la care ați făcut referire, în toate cuvântările dumneavoastră ați omis cuvântul “național”. Cred că nu este o omisiune întâmplătoare. De ce ocoliți această componentă a defnirii statului nostru? [interpelare pe ton dur, populism] Aveți rezerve asupra ei? [...implicite, tăcere semnificativă]

Al treilea element, apropo de Constituția republicană, ați dat o declarație solemnă – că veți respecta această Constituție republicană. În același timp [...] ați manifestat clar opțiunea dumneavoastră monarhică [punerea adversarului în contradicție cu el însuși; vorbe (declarativ solemn) - fapte (ambiguu, manifestat)]. Cum se împacă, deci, aceste trei elemente cu angajamentul pe care vi-l luați în fața electoratului român – de a fi un președinte al României, al statului bazat pe această constituție?

Emil Constantinescu:

SATISFACERE:

“Aici este problema și mă bucur că introducerea, chiar dacă a fost mai agitată, a fost un apel la sinceritate.”

REOFERTARE

Văd că ați devenit foarte ofensiv, însă – în termenii tenisului – mă ajutați foarte mult, adică mi-ați ridicat la plasă exact mingiile pe care le așteptam. [ironie, lansarea ofertei de a continua; “văd” cu sensul “constat”]

Ion Iliescu:

CONTRACARARE

Adică v-am oferit un serviciu, pentru că la tenis nu se ridică la plasă [precizare ironică]

Emil Constantinescu:

REOFERTARE

Ați servit bine. [acceptarea reformulării; din perspectiva locutorului dezbaterile pot continua] p. 479.

Uneori, menajarea imaginii interlocutorului este formală, ironică și introdusă într-o secvență de satisfacere amplificată.

Ion Iliescu:

OFERTĂ-ATAC

[...] Dumneavoastră ați deschis această discuție (despre problema națională, n.n.)

Emil Constantinescu:

SATISFACERE, AMPLIFICARE

Da, eu am deschis-o și am deschis-o bine.[efect de insistență]

Lucrurile merg ca într-un fel de scenariu perfect în care replicile se leagă bine unele de altele, și am spus și ieri [*renvoi*, strategia continuității și a consecvenței discursului propriu] – la voley v-ați referit – parcă îmi ridicăți la plasă mingi, ca să trag mai bine [ironie, limbaj colocvial, strategie populistă].

SATISFACERE (a unei direcții neimportante)

Ion Iliescu:

Am jucat voley în tinerețe. [confesiune; trimitere la discuția din ziua precedentă; argumentul competenței în utilizarea corectă a cuvintelor, expresiilor; strategie populistă]

SATISFACERE, AMPLIFICARE (menajarea ironică a imaginii interlocutorului; atac disimulat)

Da. Sunteți colaboratorul cel mai apropiat al meu. Trebuie să recunosc că cel mai mare sprijin în această dezbatere îl primesc din partea dumneavoastră, mărturisesc, și este un lucru elegant. p. 557-558.

1.2.2.3. Dezbaterea electorală și principiul politeții

După Brown și Levinson (1978: 70-72), actele care reprezintă o amenințare pentru imaginea pozitivă a interlocutorului (receptor sau destinatar) sunt:

- insultele, acuzațiile, provocările, criticile, formulările ironice;
- expresiile unor emoții violente;
- menționarea unor subiecte *tabu*;
- inserarea în discuție a unor informații pe de o parte, compromițătoare la adresa interlocutului și, pe de altă parte, avantajoase pentru locutor (laude);
- necooperarea manifestă, punctată prin *întreruperi* sau prin elemente *nonverbale* (a nu urmări ochii, fața interlocutorului; a te face că nu auzi, a privi în tavan) și *paraverbale* (asociate celor nonverbale: sunete care denotă lipsa atenției, fluierat etc.).

Actele ce amenință imaginea negativă a interlocutorului (unele dintre ele suprapunându-se cu cele de mai sus, semnificația lor fiind decodabilă numai în context) sunt:

- cererile, ordinele, sugestiile, sfaturile, provocările, avertismentele, formulările prin care i se (re)amintește să facă ceva;
- ofertele, promisiunile, complimentele care exercită o presiune asupra interlocutorului pentru a-l determina să ia o anumită atitudine;
- expresiile invidiei, ale admirației (excesive), ale unor stări emoționale, afective puternice (ură, dorință, mânie, furie etc.).

Pentru a ilustra tipurile de acte care amenință puternic imaginea pozitivă a partenerilor la dezbateri, vom analiza dezbaterile finale radio-televizate din 7-8 octombrie 1992 dintre Emil Constantinescu și Ion Iliescu. Cum este și firesc, imaginea locutorului apare în și prin formulările interlocutorului:

Imaginea lui Emil Constantinescu va fi afectată de:

1. Acuzația de partizanat și de abordare nedemocratică a problemelor:

Ion Iliescu:

“Dumneavoastră definiți forțe democratice doar pe cele care sunt grupate în Convenția Democratică și care vă sprijină pe dumneavoastră. Este o manieră nedemocratică de a aborda lucrurile”.

2. Acuzația de introducere în discurs a unor informații incorecte, neverificate (p. 570)
3. Acuzația de oportunism politic, atunci când EC își “adecevează” limbajul, tonul etc. în funcție de interese (p. 555, 595)
4. Acuzația referitoare la aroganța și atitudinea jignitoare la adresa electoratului [strategie populistă]:

Ion Iliescu:

“...a eticheta electoratul, în sensul că unii au optat pentru democrație, iar alții spre nedemocrație, este o jignire...” (p. 550)

5. Acuzații complexe care pun în evidență existența unei contradicții între vorbele și atitudinile contracandidatului [tema extremismului și a totalitarismului]:

“...manifestările extremiste cele mai deranjante s-au organizat de către susținătorii dumneavoastră...” (p. 550)

sau

“Deci, mi se pare că nu manifestați ...consecvență în legătură cu principiile pe care le proclamați și această atitudine arogantă de tratare a altor forțe care nu sunt de acord cu mine ca nefiind democrate este, iertați-mă {introducerea printr-o formulă de scuză a unei formulări dure}, o atitudine care împinge spre un nou totalitarism...” (p. 551)

6. Acuzația de atitudine partizană; implicit se pune problema inconsecvenței în atitudini și a lipsei unei perspective obiective în abordarea problemelor:

Ion Iliescu:

“...de ce s-a schimbat atitudinea dumneavoastră? Deci, pe de o parte, condamnați minerii când vin în sprijinul autorității, chiar dacă o fac de o manieră brutală, dar, pe de altă parte, îi salutați atunci când atacă instituții publice și ordinea de drept.”

7. Acuzația de a avea un plan ascuns care va fi scos la iveală în condiții favorabile:

Ion Iliescu:

“Ce drepturi și libertăți suplimentare față de cele înscrise în Constituție doriți să se acorde minorității maghiare din România?...” (p. 557)

În mod simetric, imaginea lui Ion Iliescu va fi afectată de enunțurile lui Emil Constantinescu referitoare la:

1. Semnalarea contradicției dintre fapte și vorbe

Emil Constantinescu relevă contradicția dintre autoevaluare și apartenența la nomenclatură pe baza declarației interlocutorului:

Ion Iliescu: „În 1971 am devenit disident [autoevaluare] și am fost trimis spre reeducare secretar cu propaganda în județul Timiș” [apartenența la nomenclatură fiind implicită].

sau prin folosirea exemplului:

Emil Constantinescu:

“Doina Cornea a spus în timpul lui Ceaușescu ce avea de spus, în timp ce dumneavoastră ați zis că ați spus, dar eu nu am văzut să fi luat poziție nici cu scrisoarea celor șase... N-am înțeles ce ați riscat și n-o să înțeleg niciodată” (p. 565)

2. Acuze complexe privind ascunderea adevărului (în legătură cu teroriștii implicați în revoluția din decembrie, evenimentele de la Târgu-Mureș, mineriadele, unele cazuri de corupție; p.491) sau a lipsei de intervenție în favoarea descoperirii adevărului (lipsă de voință politică).
3. Acuzații explicite referitoare la încetinirea ritmului reformei:

Emil Constantinescu:

“Ați propus o încetinire a ritmului reformei” și chiar de “nerezolvare” a problemelor în timpul mandatului pentru care trebuie să-și asume răspunderea politică”. (p. 583)

4. Acuzația de lipsă a calităților pe care le-ar presupune un președinte

- clarviziune politică “într-un context istoric dat” (p. 578)

- ezitare în a-și exprima poziția fermă împotriva puciului de la Moscova, din 1991 (p. 582)

5. Acuzația de populism la nivelul mesajului (p. 514) și de izolare la Cotroceni (p. 547-548)

1.2.2.4. Maximele conversaționale ale lui Grice în dezbaterea politică

După Grice, *maxima calității* este încălcată în condițiile în care se fac afirmații neadevărate, ipocrite sau care ascund realitatea; *maxima cantității* este încălcată atunci când enunțul omite informații importante.

Analiza dezbaterii finale radio-televizată din 7-8 octombrie 1992 dintre Emil Constantinescu și Ion Iliescu pune în evidență o structură complexă de schimburi verbale declanșate de reproșul de încălcare deliberată a maximei cantității (din partea lui Ion Iliescu) și de susținerea respectării acestei maxime în contextul dat (de către Emil Constantinescu).

Conflictul este declanșat de o neînțelegere cauzată de perioada pentru care Emil Constantinescu a făcut declarația. Neînțelegerea determină acuza potrivit căreia Emil Constantinescu ar fi fost secretar adjunct cu propaganda într-un *comitet al PCR la Universitatea București* (caz în care funcția ar fi fost aprobată de Biroul 2 al CC), care este respinsă de Emil Constantinescu cu argumentul că situația la care se referea era punctuală – momentul 1989 –, când acesta era secretar adjunct cu propaganda într-un *comitet pe catedră*.

Amplificarea discursivă pentru susținerea maximei cantității dă naștere la un sistem de respingeri (care pe alocuri are aspect de ceartă):

EMIL CONSTANTINESCU	ION ILIESCU
<i>OFERTĂ de clarificare</i> Eu am spus totul, de la început. Da. <i>RESPINGERE</i> Nu, uite aici...[suprapunere] <i>RESPINGERE</i> Ba am spus de la început. ----- INTERVENȚIA MODERATORULUI: Florin Brătescu Domnilor, cred că...[suprapunere] ----- <i>SATISFACERE proiectivă</i> Cred că putem să terminăm.	Că ați lucrat și la facultate, și la catedră? <i>RESPINGERE</i> Acum căutați să contestați că ați lucrat la facultate <i>RESPINGERE</i> Bun, dar nu ați spus de la început. <i>RESPINGERE cu reofertare</i> Deci, haideți să fim sinceri până la capăt. <i>SATISFACERE + OFERTA</i> “Deci, cu acest răspuns ne-am lămurit. [concluzie ironică] Dar, haideți să intrăm în tema dezbaterii de astă-seară.” (p. 476-477)

Maxima relevanței este încălcată atunci când enunțul locutorului “face să dispară coerența discuției”. Încălcarea acestei maxime este sancționată de interlocutor:

“Domnule Constantinescu, aveți o manieră de a dispersa tema unei discuții, pornind de la o idee – relațiile cu sindicatele – v-ați extins în zeci de mii de amănunte și probleme” (Ion Iliescu, *op.cit.*, p. 549).

CONCLUZII

- Dezbateră politică electorală este prin definiție un loc al tensiunii și al încordării extreme, marcat de prezența moderatorului și desfășurat în fața unui auditoriu invizibil, dar a cărui importanță este imensă (alegătorii).
- În acest context, dezbateră-polemică favorizează alunecarea către spectacol. Schimbul verbal scapă adesea controlului moderatorului. Procedeele tipice ale interacțiunii verbale constau în *suprapuneri, demaraje concurențiale, competiție pentru înscrierea la cuvânt*.
- Respectarea maximelor lui Grice este o problemă de *imaginie* și, în special, de *credibilitate* a candidaților. Chiar dacă nu le cunosc, telespectatorii vor simți când un participant la dezbateră „trișează”, când încalcă „regulile jocului”. Când o persoană încalcă frecvent convențiile tacite ale unei comunități de vorbitori ai unei limbi, aceasta suferă o importantă pierdere de credibilitate.
- Jocul de impunere a unei imagini “de votat” alegătorilor este dublat de intenția permanentă de a “afecta” imaginea contracandidatului.

Analiza dezbaterii electorale finale din 1996 pune în evidență câteva strategii “de reușită”:

1. Pe planul confruntării de idei, **introducerea unor teme cu potențial de risc pentru contracandidat** dă naștere la tensiuni suplimentare care declanșează schimburi verbale dinamice (întreruperi, suprapuneri, manifestarea violenței etc.). Confruntarea are și momente de calm, de revenire la un ton normal, în special, ca efect al intervenției autocontrolului, a moderatorului, a unei replici percepută ca un avertisment la adresa “imaginii”.

Ion Iliescu: ...Bun, deci stenograma a fost un fals, dar această relatare a prezenței dumneavoastră la Paris, în 21 iulie, cu o delegație de franco-români a Asociației de prietenie a francezilor...

[întrerupere]

Emil Constantinescu: Nu am avut nici o întâlnire.[negație]

Ion Iliescu: Este publicat.[indicarea dovezii]

Emil Constantinescu: Dumneavoastră ce faceți acum, vreți să-mi scoateți și “România Mare”, organ de...[reproș vehement; trimitere la o intenție implicită a colocutorului]

[întrerupere]

Ion Iliescu: Nu are nici o legătură cu “România Mare”, sunt declarațiile dumneavoastră la “Vocea Americii”, la “Europa Liberă”...[negarea unei intenții implicite; indicarea dovezii]

[întrerupere]

Emil Constantinescu: În sensul în care v-am spus.[precizare calmă]

Ion Iliescu: ...în “Baricada”...[continuarea enunțului după întrerupere; o nouă întrerupere]

Emil Constantinescu: Nici o “Baricada”! Domnule președinte, nu mai răsfoiți foi acolo! [ton vehement; accent emfatic; injonctiv categoric; dorință de a închide subiectul]

Ion Iliescu: Deci, contestați totul? [acceptarea propunerii de a închide subiectul prin clarificarea acestuia]

Emil Constantinescu: Absolut!¹[susținere puternică a punctului de vedere] (p. 481).

2. Spațiul emisiunii fiind restrâns, expunerea logică, riguroasă, concisă ar trebui să predomină față de formulările stufoase, retorice. Schimburile verbale se pot concentra și pe problema ocupării „spațiului”, în fond, a timpului alocat. Astfel, revendicarea dreptului de a își face cunoscut punctul de vedere poate înregistra comentarii răutăcioase, ironii, apel la ordinea consimțită prin contractul dezbaterii.

Ion Iliescu: ...Preocuparea dumneavoastră principală este cum să schimbăm Constituția în acești patru ani sau cum s-o aplicăm?

Emil Constantinescu: Am înțeles, acum nu-mi epuizați timpul, că problema nu este să-mi țineți lecții mie” [ironie; stil colocvial – a ține lecții; populism implicit: nici candidatul, nici electoratul nu are nevoie de lecții] (p. 482).

Ion Iliescu: ...Ați crezut că se rezumă Constituția doar la această prevedere, dar ea se referea la domeniul economiei.[ironie]

Emil Constantinescu: Stați un moment, cer arbitrajul. [intervenție imperativă la adresa moderatorului] Cred că nu este cazul ca unul dintre cei doi să monopolizeze total. [apel la egalitatea șanselor “discursive” în fața electoratului] Ori mă lăsați să vorbesc, ori ...[avertisment amenințare cu privire probabil la posibilitatea de a părăsi dezbaterii] Eu cred că dumneavoastră aveți – îmi pare rău că vă atrag atenția -, ați rămas cu câteva... de când conduceați ședințe, adică mă puneți la punct, ca și cum dumneavoastră ați fi în

prezidiu ...[ironie introdusă printr-o formulă politicoasă; trimitere la elemente vulnerabile din trecutul contracandidatului; generalizare pe tema “mentalitățile nu se schimbă”] Vă rog foarte frumos să așteptați. [rugămintă imperativă] Mi-ați pus o întrebare, așteptați să vă răspund! [apel la logica conversației; ton autoritar] (p. 483-484).

În alte cazuri, regulile accesului la cuvânt în dezbateri sunt comentate și restabilite.

Emil Constantinescu: Domnule Iliescu, iar vorbiți? Nu vă puteți stăpâni? [întrerupere brutală; apostrofare; ton de ceartă]

Fiți un om calm. [recomandare răutăcioasă]

Acum nu mai vorbiți cu cineva la ședință, nu dați lecții nimănui, [aluzie la trecutul contracandidatului; subminare a autorității]

V-am ascultat în liniște cât ați pus întrebările, așteptați să vă răspund.[apel la ordine]

Aveți obiecții la răspuns, interveniți după aceea și discutăm. [impunerea ordinii în dezbateri]

Altfel, nu mai putem continua...[semnalarea impasului; impunerea condiției]

Constrângerile de timp ale dezbaterii și grija de a transmite mesajul cel mai potrivit către alegători face ca uneori întreruperile, suprapunerile să contribuie la “eliberarea culoarului” pentru unul dintre candidați. [Remarcați negațiile prezente în toate schimburile verbale].

Emil Constantinescu:

[...] Nu am de gând să intru cu dumneavoastră tot timpul în tot felul de...[respingere categorică; ofertă implicită de a discuta problemele importante]

[întrerupere]

Ion Iliescu:

Nu, dar nu ați răspuns la întrebări. [respingere; insistență]

Emil Constantinescu:

Așteptați, vă răspund în scris, cu asta gata, că nu mă examinați dumneavoastră aici...[ironie; respingere]

Ion Iliescu: Nu, dar vă rog să dați un răspuns clar. [insistență]

Emil Constantinescu: Am dat un răspuns clar și să stabilim încă un lucru și vă rog foarte mult să interveniți [ambiguitate: ofertă pentru contracandidat sau solicitarea intervenției moderatorului?]

Răspunsurile eu nu i le dau domnului Iliescu, eu le dau națiunii, și dau răspunsurile națiunii și gata.[poziție explicită; strategie populistă; imperativ –și gata-]

Nu mai avem nevoie...[direcție abandonată]

Dacă domnul Iliescu...[direcție abandonată]

Vă rog să fiți disciplinat! [cerere imperativă]

La prima am răspuns.[satisfacere; precizare]

Nu mă mai întrerupeți! [cerere imperativă]

Ion Iliescu: O faceți pe profesorul care pune la punct studentul. Ce-i asta? [contracarare; analogie; întrebare cu rolul de a restabili convențiile dezbaterii]

Emil Constantinescu: Dar nu vă dați seama ce ați făcut până acum? Nici nu m-ați lăsat să vorbesc. [atac; tema accesului la cuvânt, îngrădit de contracandidat]

TEMĂ DE SEMINAR

Analizați pe larg, după modelele propuse, din perspectiva modelului W. Edmonson, dezbaterea politică electorală la televiziune dintre Emil Constantinescu și Ion Iliescu (pe baza textului din volumul Ion Iliescu, *Momente de istorie*, vol.III, București, Editura Enciclopedică, 1996, p. 469-595).

Obiectiv: studiul schimburilor verbale specifice, grupate generic sub termenul *strategii de atac* (incluzând apărarea și contraatacul), din cadrul acestui gen discursiv instituționalizat (dezbaterea de idei).

În acest cadru, vor fi observate aspecte legate de strategiile de atac:

- cine și de câte ori atacă;
- ce se atacă;
- rolul politeții în confruntare.

CONCLUZII GENERALE

1. Specificul dezbaterii electorale, importanța acesteia pentru susținerea și impunerea unei imagini cât mai bune în fața electoratului determină adoptarea unor strategii specifice.
2. Astăzi, strategiile de atac nu se mai dezvoltă în planul ideologic, ci se deplasează spre planul personal, pentru lezarea imaginii publice a adversarului: "...trebuie găsite punctele slabe ale adversarului, identificate probleme precise unde el este vulnerabil".
3. În această arenă, interacțiunea verbală este dominată de *atac*, *respingere* și *contracurare*. Din perspectiva maximelor conversaționale (Grice), se constată o încălcare sistematică a acestora, ceea ce duce la o pierdere de credibilitate a candidaților. Acest lucru explică, printre altele, criza de imagine a oamenilor politici.
4. Caracterul puternic conflictual, necooperativ al schimbului verbal este însoțit de un ansamblu de mijloace paraverbale și nonverbale (unele greu de redat în textul scris).
5. Constrângerile tipului discursiv (de timp, în special) contribuie la accentuarea violenței în cadrul "înscrierii la cuvânt" și se manifestă prin suprapuneri, întreruperi frecvente, luptă pentru a avea ultimul cuvânt (considerat ca important pentru reținerea mesajului rezidual sau ca simbol al victoriei în interacțiunea verbală).
6. Dezbateră finală este un punct culminant al campaniei electorale. Deși se pare că dezbateră finală din 1996 nu a contribuit decisiv la influențarea opțiunilor electorale, modul în care se desfășoară această dezbateră este un spectacol cu ecouri în memoria electoratului. Pe termen lung, dezbateră finală dintr-o campanie electorală afectează atitudinea electoratului față de politică în general, față de instituțiile democratice în special.

2. DISCURSUL PUBLICITAR

“Any trace of literariness in an advertisement is fatal to its succes. Advertisement writers may not be lyrical, or obscure, or in any way esoteric. They must be universally intelligible. A good advertisement has this in common with drama and oratory that it must be immediately comprehensible and directly moving”.

Aldous Huxley

Discursul publicitar reprezintă un tip de discurs public care se caracterizează prin următoarele trăsături:

- prezintă într-un mod (cât mai) concis un produs (comercial, cultural, politic) pentru a convinge publicul de importanța și utilitatea sa;
- are o difuzare socială pe scară largă;
- codul publicitar este cunoscut de public;
- publicitatea se sprijină pe un corpus de maxime admise social și propune o imagine-standard a bunăstării, a standardului optim, a idealului în viața de zi cu zi;
- publicitatea pune în mișcare conținuturi puternic marcate de norme culturale;
- mesajele lingvistice, iconice și plastice suferă un proces de integrare în cadrul discursului publicitar; de aceea “dezmembrarea mesajului publicitar în tipuri de mesaje poate fi considerată ca fiind un procedeu ilicit, pentru că anunțul publicitar este o construcție unitară în care textul și imaginea sunt dimensiuni inseparabile ale unui sens global”.

Discursul publicitar este un discurs persuasiv prin excelență. Bunul-simț și înțelepciunea garantează adevărul enunțurilor (argument de autoritate)

Discursul își propune a determina o acțiune (a cumpăra, a alege, a se implica) dar nu își explicitează scopul ilocuționar (prin aceasta fiind un act ilocuționar indirect).

Actul ilocuționar indirect este de tip constatativ. Apelul la actele constatative are o funcție argumentativă prin care se dă impresia că nu se exercită o presiune directă asupra publicului.

Strategiile indirecte ale actului constatativ, tipice pentru discursul publicitar, pun în interacțiune:

- 1) acte asertive prin care se afirmă faptul că produsul ce face obiectul publicității este utilizat.
- 2) acte descriptive prin care:
 - se indică marca produsului;
 - se plasează produsul în cadrul unei game de produse similare ("poziționare");
 - se afirmă (la nivel lingvistic) superioritatea produsului;
 - se impune un model descriptiv care privește un ansamblu eterogen format din calitățile, modul de folosire, adecvarea la anumite situații de folosire etc.
- 3) acte atributive, prin care atribuirea unei calități pentru un produs se face în două etape:
 - la început se prezintă o valoare (mizanscena joacă în acest caz un rol important)
 - urmează prezentarea produsului prin diferite procedee cum ar fi supraexpunerea, plasarea ca semnătură etc.
- 4) acte informative prin care campania de publicitate ce anunță un produs nou se prezintă ca o "instanță" ce îndeplinește un act de informare a publicului.

2.1. REPERE ISTORICE

Actul de naștere al publicității pare a fi un papyrus teban prin care se anunța oferirea unei recompense pentru un sclav fugit, acum 3000 î.Chr.

În Roma antică, în forum se distribuiau tăblițe care anunțau vânzări sau spectacole teatrale.

Perioada Evului mediu va generaliza procedeul publicității orale – anunțuri strigate – care depindea de autoritatea regală și avea statutul de serviciu public.

Secolele al XVI-lea și al XVII-lea vor cunoaște proliferarea pe scară largă a emblemei, a insignei, a blazonului (de breaslă), remarcabile prin realizarea artistică, chiar dacă, uneori, lizibilitatea textului era sacrificată. Stilul în care erau executate aceste adevărate “imagini de marcă” era excesiv de ornamentat, tinzând spre manierism. La sfârșitul secolului XVI apar primele foi volante care anunțau diverse evenimente publice.

Afișul tipărit apare în sec. al XV-lea, la Paris, într-un context religios. Se consideră că primul afiș a fost tipărit la comanda conciliului prelaților din Reims pentru a îi anunța pe credincioși să participe la o sărbătoare importantă (“Marea Iertare a Fecioarei Maria”).

Tehnica afișului cunoaște o dezvoltare accentuată în secolele XVII și XVIII, în Anglia. Ciuma din 1665 va declanșa o “explozie informațională” prin afișe, prospecte, foi volante care laudau virtuțile infailibile ale unor poțiuni.

Tot în Anglia secolului al XVIII-lea deveniseră prezente obișnuite în peisajul cotidian “listele” care popularizau numele ucenicilor care “dezertau” din bresle. Aceste liste aveau întipărită imaginea unui fugar ce privea în urma sa. Iconografia afișelor de acest tip se va orienta mai târziu spre imaginea din față a celui căutat peste care se aplica, în spațiul american, mai ales, textul “wanted”.

În 1751, în Franța, Abatele Aubert editează jurnalul “Mici anunțuri/mică publicitate”, în care se găseau inițial doar oferte imobiliare (vânzare-cumpărare, închiriere etc.).

În secolul al XIX-lea, publicitatea intră în presa scrisă și constituie un factor ce va contribui atât la eliberarea acesteia de tutela guvernului, cât și la diminuarea prețului de vânzare prin inserarea anunțurilor, rețetelor publicitare. Anunțurile publicitate erau deghizate sub forma articolelor, un fel de anticipare a “advetorial”-urilor de astăzi.

Dezvoltarea publicității moderne în secolul XX va fi marcată de tehnologie, de avantajele producției în serie, de creșterea productivității dar, mai ales, de apariția noilor media.

Impunerea noilor media va fi jalonată de punerea în undă a publicității radiofonice (SUA, 1922) și, un sfert de veac mai târziu, de prima emisiune de publicitate televizată (SUA, 1947).

Codul publicitar se constituie progresiv; primele anunțuri nu se puteau baza pe obișnuința auditorului de a le înțelege; ele exprimau explicit îndemnul: “Faceți ca mine! Cumpărați o bicicletă Clément! (Cycle Clément et Gladiator, Paris, 1910)”.

În alte cazuri, *Patriot illustré*, 1930, sfatul de a cumpăra era explicit și redacția își asuma răspunderea: “Cumpărați de preferință articolele și produsele menționate în anunțurile publicate în paginile noastre și nu veți regreta!”. Spre deosebire de articolele publicitare moderne, anunțurile enumerau toate calitățile produsului.

Tendința spre economie lingvistică și spre concizie publicitară își găsește expresia în *sloganul publicitar*.

“Sluargh-ghairm” termen de origine galică însemna în vechea Scoție “strigătul de luptă al unui clan”. Limba engleză a adoptat termenul în sec. al XVI-lea, iar în sec. al XIX-lea are sensul de “deviză a unui partid”, urmînd ca apoi să evolueze spre “cuvînt de ordine în campania electorală”.

Termenul “slogan” este importat de SUA, unde i se atribuie sensul de “deviză comercială”.

În ciuda unor opoziții academice, și Franța adoptă în 1927 termenul cu semnificația “deviză comercială”.

2.2. FUNCȚIILE DISCURSULUI PUBLICITAR

Acest tip discursiv îndeplinește simultan trei funcții:

- informare;
- sugestie (publicitatea induce dorința mimetică prin afirmarea articulării destinatarului cu obiectul);
- gratificație (publicitatea acționează în aceeași măsură și după cumpărare pentru a-l liniști și asigura pe cumpărător prin producerea unei imagini pozitive a produsului).

Discursul publicitar se dorește a fi verosimil, conform realității socio-culturale, reprezentând evenimente și situații stereotipe și așteptate de către destinatar.

Această aspirație a discursului publicitar se realizează, în special, prin integrarea unor locuțiuni, expresii, proverbe, afirmații ale adevărilor universale.

Scenele prezentate sunt ele însele proverbiale: sunt recognoscibile și alcătuiesc eșantioane, mostre ale culturii contemporane.

Sistemul de imagini al publicității se conformează unui cod iconografic foarte strict care ține seama în special de următoarele elemente “universale”:

- *relații sociale;*
- *eternul feminin;*
- *familie;*
- *cuplu;*
- *ecologie;*
- *sănătate;*
- *petrecerea timpului liber.*

Imaginea trebuie să producă efectul realului prin implicarea unei “existențe anterioare” a obiectelor prezentate. Imaginea publicitară este eficace dacă se prezintă ca analogică unei situații reale deși ea reprezintă de fapt o reconstrucție total artificială a unei situații pseudo-cotidiane.

Elementul central – delectarea – al triadei retoricii clasice este axat pe imagine. Imaginea provoacă plăcerea închiderii. Fotografia sau desenul figurativ circumscriu un spațiu organizat în funcție de ochiul spectatorului. Restul este șters, decupat, opac. Acestei circumscrieri spațiale îi corespunde o unitate temporală. Reprezentarea izolează un moment, făcând să se uite timpul care precede sau care succede acestui moment.

Ceea ce imaginea publicitară îi propune receptorului este, de fapt, adeziunea la un univers ideal, a cărui percepție globală precedă și modalizează reținerea detaliilor.

2.3. TEXTUL PUBLICITAR

Limbajul publicității se caracterizează prin concizie și prin căutarea obsedantă a efectelor, uneori în contradicție cu normele limbii. Tendința spre căutarea originalității cu orice preț poate fi uneori atenuată de preocupările estetice, de grija pentru formă, stil etc.

Sloganul este, de asemenea, o formă discursivă închisă. Puterea de persuasiune a sloganului ține de concizie, de retorica racursului și a învăluirii.

Sloganele adoptă adesea o structură ritmică binară, întărită prin opoziții lexicale. Această structură binară, caracteristică proverbelor, care este simultan clară și închisă, dă imaginea unei lumi desăvârșite, echilibrate, în stare de repaus. Anumite sloganuri reiau proverbele, ca atare sau reformulate.

Legea expresivității impune creatorului discursului publicitar (afiș, slogan, anunț etc.) eliminarea vorbăriei și căutarea expresiei concise, esențializate.

Această lege acționează la diferite niveluri și guvernează atât impunerea numelui de marcă, forma frazei, selectarea cuvintelor rare, intrigante, tentante, sonore, cât și eliminarea “uneltelor gramaticale”.

Tendința spre concizie conferă textului o formă adesea telegrafică, sincopată, reprezentată de cele mai multe ori de fraza nominală pură (cum ar fi, de exemplu, BTR – *O atitudine diferită*).

Fraza informă, neorganizată, în care nu există sintaxă și doar juxtapunerea cuvintelor:

Publicitatea nu are o funcție esențial informativă. Publicitatea celor mai multe produse alimentare nu oferă indicații despre compoziție, origine, durata de păstrare etc. Acest tip de informații sunt furnizate în texte publicitare doar în măsura în care se consideră că ele ar putea întări puterea persuasivă a mesajului și, în consecință, ar crește vânzările și beneficiile.

Vezi, de exemplu, următorul text publicitar ce conține informații despre elementele componente ale produsului:

“ Un ten fără riduri.

Eu am găsit soluția.

Descoperiți crema cu efect Antirid+Fermitate

Cu o concentrație dublă de **Pro-Retinol A**

Plénitude

REVITALIFT

Formulă nouă

1. Acțiune Antirid

Noua formulă Revitalift are o concentrație dublă de **Pro-Retinol A**, un puternic activ antirid.

Aceasta corectează și netezește vizibil ridurile și ridurile fine.

2. Acțiune Fermitate

Revitalift conține de asemenea **Par-Elastyl™**,

Un activ care sporește tonicitatea și elasticitatea tenului ca sub efectul unui lifting.”

[L'ORÉAL Paris. Pentru că merit.]

2.4. PROCEDEE FOLOSITE ÎN TEXTUL PUBLICITAR

ADRESARE: destinatarul este indicat în textul publicitar (*vezi* apocopă).

Tutuire:

Plăcerea de a cumpăra e a **ta**.

Cumpărături fericite la București Mall. [BUCUREȘTI MALL]

Adresare complexă: întrebări, răspunsuri, explicații, evaluări etc.:

Cât ține ședința de machiaj a Claudiei? 3 ore!...

Dar conversația cu o prietenă poate ține cât vrei **tu**.

De câte ori ai întrerupt o convorbire cu cineva drag, pentru că **te**-ai gândit că va costa prea mult? Probabil că de multe ori...

Acum ALO 3D **îți** oferă tarife reduse pentru a vorbi pe îndelete cu trei persoane dragi **ție**, indiferent de rețeaua de telefonie, fixă sau mobilă, din România la care sunt conectate. Când vorbești cu cine-**ți** place, **îți** place să vorbești. Cu ALO 3D vorbești cât **îți** place. Alo 3D **te** provoacă la dialog. [Alo 3D]

Adresare politicoasă (persoana a II-a plural):

Doriți o nouă culoare? Îndrăzniți negrul! (întrebare și îndemn)

[RÉCITAL LES NOIRS PRECIEUX]

ALEGORIE: figură de stil care se bazează pe folosirea metaforelor sau a simbolurilor în expunerea narativă a unei idei abstracte.

Târgul de fete Epson:

“Dacă aveți un computer singur, ros de dorința de a printa pe propria imprimantă este timpul să-i faceți o surpriză. Vizitați standul Epson de la TIBCO, în pavilionul Z3 și puteți pleca acasă cu o nevastă Stylus Color 500 pentru computerul burlac [...] . Însurați-vă computerul și câștigați o mulțime de premii!” (text publicitar)

ALITERAȚIE: repetiție a unor consoane, silabe din rădăcina cuvintelor cu efect eufonic, expresiv sau simbolic.

Gallina **blanca**, **bul**, **bul**! (efect eufonic imitativ- onomatopeic) [SUPĂ GALLINA BLANCA]

Veni, vidi, **visa** [Card BRD]

ALUZIE: folosirea unei construcții lingvistice (cuvânt, expresie, text) care evocă, într-un mod sugestiv, printr-o comparație subînțeleasă, un eveniment, un personaj, o situație etc. marcate de anumite norme culturale la nivelul semnificației (vezi, în acest sens, reclama la deodorantul Axe).

Gallina Blanca – dragoste la prima degustare

A apărut un nou tip.

Ia-l acasă. E bun la pat.

...

La tine în pat nu intră decât cei mai buni: ia-ți un aspirator LG cu Sani punch!

O fată deșteaptă începe la timp! [Organon]

AMBIGUITATE: posibilitate de a interpreta în moduri diferite o construcție lingvistică, lexico-gramaticală echivocă dar extrem de expresivă ca urmare a fenomenelor de omonimie și polisemie; expresivitatea figurilor este dată de alternanța planurilor explicit-implicit care determină la nivelul receptorului un effort de interpretare și de (re)construire a semnificației.

Toată lumea aleargă după **putere**. Noi avem **putere** pentru toată lumea.[Romcar]

ANADIPLOZĂ: procedeu retoric care constă în a începe o frază cu cuvântul sau cuvintele de la începutul frazei precedente; gemenaj, reduplicare.

Frumusețea începe cu **o piele frumoasă**. **O piele frumoasă** începe cu [săpunul] LUX

ANAFORA: procedeu retoric constând în repetarea unui cuvânt la începutul mai multor fraze sau părți de frază în scopul accentuării unor idei sau pentru obținerea unor simetrii.

Atât de puternic. Atât de feminin. [Secret(DEO)]

A fi în siguranță/ A fi fericit/ A fi prosper/ înseamnă AFI (Societate de Asigurare, Finanțare, Investiții)

Bueno cafee: **sunt** nouă, : **sunt** proaspătă, : **sunt** tare! Ia-mă cu tine!

ANTANACLAZĂ: procedeu retoric care constă în repetarea unui cuvânt, luat în sensuri diferite, în același context.

afacerile sunt afaceri

La prima **oră**/ Cu știri de ultimă **oră** [Cotidianul Național]

ANTIFRAZĂ: figură retorică prin care o locuțiune, o frază etc. este folosită cu un sens contrar celui uzual, pentru a obține un efect ironic sau eufemistic; (intonația joacă un rol important în realizarea figurii) .

Flit – mor insectele după el

ANTITEZĂ: figură retorică bazată pe contrastul dintre două idei, fenomene, situații, personaje, expresii etc. plasate în construcții simetrice care se evidențiază reciproc. Antiteza este foarte folosită, în special, în reclamele pentru detergenți.

Decongelare în timp record

Imaginați-vă diferența dintre o călătorie cu trenul de mare viteză și un avion supersonic!

...

Numai cuptorul cu microunde Whirpool Jet Defrost poate dezgheța acum 500g de carne în numai 2 minute. Cu orice alt cuptor cu microunde veți aștepta cel puțin 14 minute. Nu uitați, de sărbători Whirpool vă transformă până la 85% din timpul destinat gătirii în timp liber. [Whirpool]

APOCOPĂ: figură care exprimă tendința de economie lingvistică și constă în scurtarea unui cuvânt prin îndepărtarea unei vocale sau a unei silabe finale, fără ca înțelegerea cuvântului să fie afectată

PUB(licitate)

PROMO(vare)

APOSTROFĂ (vezi și ADRESARE): figură retorică prin care autorul/vorbitorul/personajul se adresează direct unei persoane (sau unui obiect personificat).

Se poate considera că apostrofa retoricii clasice corespunde astăzi personalizării (excesive) din domeniul publicității.

Fiindcă Nescafé tu bei, pleci în lume unde vrei!

ARGOU: Limbaj codificat înțeles numai de inițiați; textul publicitar folosește expresii argotice pentru promovarea produselor care se adresează unui grup social relativ închis, mai ales, tinerilor.

Mesteci și faci față distracției...**Marfă!** [Bomboane Sugus]

“Marfă” are sensul unui superlativ, ca și “beton” sau structura x de x (Băiat de băiat).

Pentru că așa vrea mușchii tăi ...[Sprite]

ASINET (ASINETON): figură retorică bazată pe suprimarea conjuncțiilor (mai rar și a prepozițiilor) pentru a conferi dinamism textului.

Veni, vidi, visa [BRD]

AUTOGRAFIE: procedeu prin care textul publicitar pare că este scris de autor, personaj etc.

Parfumul care mă îmbracă. În stilul meu! [Prêt à Porter Casual Wear]

AUTOPARODIE: se bazează adesea pe interferarea unor tipuri discursive diverse, având ca rezultat intertextualitatea de tip publicitar. Reușita acestui procedeu depinde, în primul rând, de sesizarea de către destinatar a imitației sau a parodiei și de recunoașterea tipului de discurs vizat¹.

“Copleșitor – fenomenal – impetuos – excepțional – impresionant – excelent – imbatabil – năvalnic – extraordinar – minunat [...] – atât și nimic mai mult! Cielo – forța tehnologiei ”

BREVILOCVENȚĂ: procedeu sintactic care constă în formularea concisă a propoziției/frazei.

CALAMBUR: joc de cuvinte bazat pe echivoc, care se realizează prin exploatarea intenționată a omonimiei, a polisemiei, a paronimiei, a antonomazei etc.; înțelegerea acestei figuri depinde de cunoașterea realității (extra)lingvistice.

Dosia – noua soluție pentru curățat geamuri.

Relaxare nu înseamnă deconectare. Relaxare înseamnă conectare [connex GSM]

A apărut un nou tip.

Ia-l acasă. E bun la pat. [Noul aspirator LG cu *Sani punch*]

CLIMAX: figură sintactică, formă de enumerare realizată în gradație ascendentă sau intensivă (când începe de la cuvintele cele mai slabe la cele mai tari) sau în gradație descendentă (**anticlimax**), atunci când imaginea unui obiect evoluează de la dimensiunea ei firească la una din ce în ce mai redusă.

Explică-ți **trecutul**, trăiește-ți **prezentul** cunoscându-ți **viitorul!** (text publicitar pentru Tarot)

COMPARAȚIE: figură semantică care constă în apropierea a doi termeni -A (comparat) și B (comparant) – prin intermediul unui adverb ce semnifică asemănarea lor totală sau parțială (ca, precum, cum).

...

Dove nu îți va usca pielea, așa cum pot face săpunurile obișnuite.

Dove arată ca un săpun, face spumă ca un săpun, spală ca un săpun.

Dar nu este săpun.

CUVÂNT-CHEIE: termen al textului publicitar care are o semnificație importantă pentru înțelegerea discursului.

1. Cuvintele-cheie sunt reprezentate de numele produsului/produselor și pot fi inserate în text ca unități de semnificație comune (jocuri de cuvinte). Cuvintele-cheie pot avea grafia care redă numele de marcă (xenisme) și pentru a fi scoase în evidență se face apel la caligrame, grafisme etc. dificil de redat aici:

Câte un Diamond pentru fiecare dintre femeile care ești!

Inspiration sau **illusion**? Alegerea e dificilă, dar plăcută. Chiar dacă nu te-ai hotărât încă, de câteva lucruri ești sigură: te caracterizează un stil de viață **dynamic**, o înnăscută înclinație pentru **fashion**, o dorință permanentă de **comfort** și, deși iubești tușeul **clasic**,

nu-ți displace să fii în **avantgarde**. [...] Ai învățat să te păstrezi **opaque** din când în când, ești **finesse** întotdeauna, iar în tine se ascunde un adevărat **star**...De fapt, nici nu e nevoie să iei chiar acum o hotărâre. Pentru fiecare dintre femeile care ești, am creat noua colecție de ciorapi Diamond. 14 produse, în nuanțe fine și variate [...]

2. Cuvintele-cheie alcătuiesc o listă, un inventar al relelor împotriva cărora se luptă, în special, în campaniile publicității umanitare (și în acest caz, grafismele joacă un rol important). Opțiunea pentru “liste” nominale formate din cuvinte-cheie pare să sugereze că simpla lor înșiruire este suficientă, orice alte cuvinte fiind inutile (punctuația lipsește, alternanța caligramelor făcând posibilă citirea textului ca într-un poem suprarrealist). În unele cazuri, aceste cuvinte-cheie asigură substanța manifestelor propuse de publicitatea umanitară. Exemplul următor va ilustra cum se face referire, în cadrul textului, la societate (prin substantive) și la individ (prin adjective).

[...] Îți propun ca, în 1999, să spui

STOP SIDA

Tu, ELLE și ARAS, timp de un an ne împotrivim:

delăsare prostrație indolență pasivitate apatie neimplicare indiferență nepăsare placiditate
nesimțire ignoranță neștiință dezinformație incultură neinstruit opacitate needucat
incompetență neavertizat

mărginire inconștiență prostie candoare neghiobie naivitate credulitate teribilism nerozie
imprudență exagerare neglijență exces nesocotință iresponsabil ineptie aberație obtuzitate
stupizenie elucrubație absurditate egoism insensibil meschin abuz respingere înfierare
arbitrar blamare izolare repudiare proscris claustrare stigmatizare umilire îngrădire
renegare singurătate subestimare bagatelizare minimalizare uitare

Cuvinte sinucigașe, noțiuni criminale, idei pentru care nu există iertare. Mai rele ca moartea.

ELIPSĂ: figură care constă în contragerea enunțului prin omiterea unui cuvânt sau chiar a unei propoziții ce se poate deduce liber din context sau situație. Elipsa nu se confundă cu subînțelegerea, (în care termenul omis se află în același context). În elipsă termenul omis poate diferi, în același context, pe când în subînțelegere termenul omis este unul singur (și cunoscut).

Ciuc. Încă una și mă duc. (text publicitar)

EPANORTOZĂ: figură care se realizează prin retractarea sau reluarea a ceea ce s-a spus mai înainte în același enunț, cu scopul de a se corecta, prin înlocuire, un cuvânt, o expresie etc. sau a se reconsidera importanța sa. Corectarea enunțului poate conduce adesea la modificarea sensului.

Noul ARIEL – **nu doar curat, ci impecabil de curat** (text publicitar)

EPIFORĂ: figură care constă în repetarea aceluiași cuvânt/grup de cuvinte la sfârșitul unor fraze succesive

Dove arată ca un săpun, face spumă ca un săpun, spală ca un săpun.

Dar nu este săpun.

Culoarea vine când **vrei**. Stă cât **vrei**. Dispare când **vrei**. Teama? De nici o culoare!
(Wella, text publicitar)

FORMULĂ: text în care apar elemente nonlingvistice (numere, semne etc.).

Organics = Viață = Frumusețe

Coenzima **Q10** pe care o conține chiar pielea ta.[Nivea Visage]

Cu ¼ cremă hidratantă, Dove nu usucă pielea așa cum o poate face un săpun obișnuit.

HIPERBOLĂ: figură a exagerării care se realizează prin mărirea imaginii obiectului peste limitele sale firești. În lexicul hiperbolic predomină **adjectivele cu sens de superlativ**.

Cola Cao – o **excelentă** băutură de cacao

FNI- Un avantaj **urias** pentru investitori

Hiperbola este adesea asociată cu alte figuri care îi măresc expresivitatea (metaforă, comparație, personificare):

Energia Universului – în bateriile autoSolite

Noul PUR Universal – detergentul cu o mie de fețe

Arctic- noi înghețăm și ecuatorul

IDIOMATIC: care aparține unei limbi, unui grai, unui dialect. **Expresiile idiomatice** sunt adesea intraductibile.

“Nu numai că lumea administrării de rețele *este la picioarele tale*, dar ea se află de acum chiar la *degetul tău mic*” [Imprimante Hewlett Packard]

“Întotdeauna la picioarele tale” [Scholl]

“Ca să te simți în apele tale! Ia Eurovita antistress! [...] Treci prin situații stresante ca peștele prin apă!” [Europharm]

INJONCTIUNE/INJONCTIV: ordin precis, formal.

My Net. Leagă-te de mine!

E Sony. Alege!

Încearcă Dove timp de / zile!

INTERTEXTUALITATE: Parametru de caracterizare a unui text publicitar la nivelul relației (intenționate sau nu) pe care acesta o stabilește cu texte anterioare. De exemplu, o reclamă pentru Dialog GSM este redactată sub forma unui meniu de restaurant în care apar secvențe textuale ca: “Din partea casei”; “Garnituri”, “Din meniul viitor”.

Meniu Dialog

Deschide pofta de conversație”

Un alt tip de reclamă pentru Dialog se axează pe sloganul “Un candidat imposibil de refuzat!”, iar organizarea textului publicitar mizează pe un intertext de tip *Curriculum vitae*, cu secțiuni informative (nume, adresă, data nașterii produsului), persuasive (realizări profesionale-argumentul performanței; calități) și proiective (perspective de dezvoltare).

INTERTEXT:

Veni, vidi, visa [BRD]

Gallina Blanca – dragoste la prima degustare

JOCURI DE CUVINTE (vezi și CALAMBUR): Unul dintre procedeele specifice reclamelor este jocul de cuvinte care se bazează pe folosirea aceluiași cuvânt ca substantiv comun și ca substantiv propriu (numele produsului, al firmei etc.).

PULS – noi vă asigurăm pulsul! [Stația de salvare PULS]

Alegeți luxul propriu pielii dumneavoastră pentru că frumusețea pielii începe cu LUX (săpun)

METAFORA. Retorica clasică a favorizat definiția metaforei drept comparație implicită ("comparație prescurtată"). Mecanismul semantic al metaforei: dacă A_1 (cu sensul S_1) este termenul metaforizat (substituit) și A_2 (cu sensul S_2) termenul metaforic (substituent), înlocuirea lui A_1 prin A_2 nu va fi posibilă decât unei baze semice comune lui S_1 și S_2 : "...în constituirea metaforei se stabilesc două serii de reprezentări: o serie de asemănări între realitatea desemnată și cuvântul metaforic dar și o serie de diferențe între cele două părți ale metaforei. Impresia de deosebire dintre termenul propriu și metaforă nu trebuie ștearsă printr-o prea mare asemănare, căci metafora nu rezultă niciodată dintr-o unificare totală de sens" (DISCURUSL).

Metafora cunoaște două forme principale:

1) coalescența: metaforă explicită (metaforă *in praesentia*): A_1 este A_2 .

Hellios – un strop de soare pentru fiecare

Dove – un dar adus fiecărei atingeri.

Clasa A – o nouă stea în Galaxia Mercedes-Benz.

2) implicația: metaforă implicită (metaforă *in absentia*): A_2 în locul lui A_1 .

FA te poartă pe valurile prospețimii!

METONIMIE: figură retorică de înlocuire a unui termen prin alt termen, bazată pe o relație logică de contiguitate între cele două concepte desemnate de aceștia.

Relația cauză-efect:

Palmolive – strălucirea părului sănătos.

Derosept – igienă și curățenie pentru întreaga casă

OMOFONIE: calitate a două sau mai multe cuvinte de a avea aceeași pronunțare.

Asul înălbitorilor – ACE (pronunție as)

OXIMORON: evocare în aceeași sintagmă a unor însușiri contradictorii.

PARADOX: figură a ambiguității, înrudită cu antiteza și ironia, prin care se enunță ca adevărată o idee ce contrazice opinia generală (comună).

Relaxare nu înseamnă **deconectare**. Relaxare înseamnă **conectare**

FLIT – **mor** insectele **după el**

(Paradoxul este adesea asociat cu proverb, zicală, citat):

(Plasturele) Urgo la nevoie se cunoaște

Urbis – yala bună trece primejdia rea

(Cubul de concentrat de supă) Gallina Blanca- dragoste la prima degustare

Uneori, paradoxul este indicat în text:

Paradoxal dar real: congelat înseamnă proaspăt [**Tiko**]

PERSONIFICARE: figură de stil prin care se atribuie unui obiect concret sau unui concept abstract trăsături ale ființelor umane (= ANTROPOMORFIZARE).

Așa cum m-a învățat Dosia

Culoarea care te prinde! Părul tău a avut întotdeauna o culoare frumoasă.

Dar, în vara asta e timpul să trăiești blondul la maxim! Blondul plin de viață. O vară în culoarea care te prinde! [Wellaton]

PLEONASM: figură de stil care constă în folosirea mai multor cuvinte sau construcții decât ar fi necesar pentru exprimarea unor idei sau imagini; figură de gândire bazată pe repetarea a două sau mai multe cuvinte care au același sens sau care aparțin aceleiași sfere semantice.

Medoform **delicios de savuros**.

Curând Hyatt Regency Bucharest *își va aduce aportul* la cifra de afaceri a lui Hyatt

POLISEMIE: capacitate a majorității cuvintelor din limbile naturale de a avea mai multe sensuri. Ambiguitatea contextuală este frecvent folosită în textul publicitar.

Dosia – noua **soluție** de spălat geamurile.

Mondeo conduce... Condu-l!

PROVERBUL: învățătură morală populară, formulată într-o expresie concisă, eliptică, metaforică, rimată. Inserat ca atare (nemodificat) în textul discursului publicitar, contribuie la sporirea forței persuasive a acestuia, datorită caracterului său sentențios. Proverbul este adesea “adaptat”, reformulat.

Cum îți așterni, așa dormi. Fii înțelept, alege AFI

Spune-mi ce mesaje primești ca să-ți spun cine ești (Connex- Serviciul de mesaje secrete)

Urgo la nevoie se cunoaște.

Urbis – yala bună trece primejdia rea.

REPETIȚIE: figură sintactică (de construcție) care constă în reluarea de două sau mai mult ori a unei secvențe (sunet, cuvânt, grup de cuvinte); în textul publicitar se reiau, mai ales, numele produsului și cuvintele-cheie.

Unul din secretele **reducerii ridurilor** se află în **propria ta piele**. De acum se află și în această **cremă. Coenzima Q10** pe care o conține chiar **pielea** ta.

O descoperire revoluționară: concentrația **coenzimei Q10** din celulele pielii scade pe măsură ce înaintezi în vârstă. Acum **NIVEA VISAGE** îți oferă chiar agentul anti-rid conținut de **propria ta piele**. Pentru **reducerea** garantată a **ridurilor**.

Nou de la **NIVEA VISAGE**: **Crema** anti-rid **Q10** de zi și de noapte [NIVEA VISAGE]

RIMĂ: identitate fonică a finalelor

Nu-i așa că e tentant...

Ceva mic și elegant?

SunTel Instant!

Connex Cent,

Un serviciu fără precedent.

Dacă vrei să nu răcești,

Inima să-și încălzești,

Pleacă repede în târg

Să cumperi Sankt Petersburg ! [Votca Sankt Petersburg]

TERMINOLOGIE: ansamblu de termeni folosiți într-un domeniu de activitate, care se caracterizează prin univocitate și non-ambiguitate. Terminologiile sunt formate din elemente neologice și apar în discursul publicitar în special în secvențele descriptive ale produsului (sunt descrise elementele constitutive ori calitățile produsului dintr-o perspectivă argumentativă).

Ergonomic & funcțional

Programele inscripționate pe panoul de control.

Mânerul integrat pentru deschiderea capacului.

Capac echilibrat cu deschidere lină și progresivă.

Sertare pentru detergent integrate, cu indicatoare de nivel.[Candy]

TAUTOLOGIA: figură care constă în repetarea cuvântului cu rol de nume predicativ sau a oricărui alt cuvânt ca termen al propriei sale determinări: A este A.

Ce e al tău e al tău.

Ce e bun e bun. [Connex GSM]

2.5. DISCURSUL PUBLICITAR ȘI CULTIVAREA LIMBII ROMÂNE

Textul publicitar recurge adesea la **neologisme**, în special, datorită caracterului “mai tehnic” sau “mai cult(ivat)” al acestora.

Metadiscursul publicitar utilizează adesea termenul *promoție* cu sensul de “lansare pe piață a unui nou produs” în loc de *promovare*.

DEX’96 înregistrează pentru termenul *promoție* sensul de “serie de absolvenți ai unei școli, ai unei facultăți etc.; totalitatea persoanelor care absolvesc în același an un ciclu de învățământ”.

Lingviștii au atras atenția că acest termen este folosit impropriu datorită încadrării sale în categoria *false-friendiscurs*, între cele două cuvinte existând o asemănare formală.

Unii autori consideră că **utilizarea neologismelor nu este adecvată de cele mai multe ori contextului**, ca în exemplele următoare:

Formatul său special îi permite să **se gliseze** în cele mai mici spații și să elimine depunerile de la rădăcina dinților

La viteză redusă, vibro Belt **vă furnizează** un masaj dulce care elimină tensiunea, îndepărtează durerile și vă relaxează.

În alte cazuri, o sursă de încălcare a limitelor de combinare impuse de sensul cuvintelor o constituie preferința pentru termeni mai “tehnici”:

Noul șampon Palmolive, special **formulat** pentru părul dumneavoastră (corect ar fi fost: “are o formulă specială”).

Revalid **stopează** căderea părului. Chiar **stopează** căderea părului (regimul verbului indică “vehicule” sau “țesături”; mult mai indicat în acest context ar fi fost verbul “a opri”)

Utilizarea abuzivă a adjectivelor neologice superlative reprezintă o altă sursă de încălcare a normelor exprimării corecte.

Oala dietetică **revoluționară** vă ajută să pregătiți mâncăruri gustoase și cu calorii puține.

Un geamantan **revoluționar** la cel mai mic preț.

Secretul **genial** al oalei dietetice este circulația aerului cald.

Abaterile de la norma limbii înregistrate în plan morfologic privesc, în special, textele cu valoare superlativă și adesea cu tonalitate bombastică în care adjectivul nu suportă, în mod obișnuit, comparația:

“Derosept poate reda rufelor *albul cel mai curat*”

“Noul Sole – *albul absolut*”

“*Mai mult decât alb*, albul Bona!”

Tendința spre concizie, spre economie lingvistică determină în multe cazuri apariția unor **creații lexicale ciudate**.

“Ai nevoie de ALO, primul Serviciu GSM *pre-plătit* din România”

“Fiecare cartelă are o suprafață *răzuibilă* sub care se află un cod numeric”

“Darul ți se întoarce *înmiliardit*” [Cartea poștală PRO TV “Dăruiești și câștigi!”]

O altă sursă a abaterilor o constituie **tonalitatea bombastică**, abuzul de superlative, folosirea limbajului prețios, grandilocvent care tind să sufocă textul publicitar.

Colour Proof Mascara are o rezistență deosebită în timp și conferă un volum deosebit genelor tale.

“Descoperiți eleganța sexi a acestei super-încântătoare lenjerii. Îndrăzniți în fine să fiți adevărata femeie care sunteți în străfundurile dvs.! [...] Pentru seară, fiți super-îndrăzneată! [...] Acest minunat Body, mângâietor și fără cusături, vă va părea ca un complement indispensabil la care visați de mult timp. Faceți-vă plăcerea de a fi mereu femeie”.

La nivel ortografic textele publicitare au tendința de a prelua modelul anglo-saxon de scriere cu majuscule a tuturor cuvintelor noționale. Această tendință se manifestă, mai ales, la nivelul titlurilor.

Mulți Ani De Frumusețe!

Sărbătoriți! Ziua de naștere nu trebuie să însemne alte riduri și semne datorate vârstei.

Sărbătoriți! Clinique Stop Signs, noul ser împotriva semnelor datorate vârstei, știe să aducă timpul de partea dvs.

Stop Signs Visible Anti Aging Serum conține ingrediente ce stimulează producția naturală de colagen, diminuând vizibilitatea ridurilor existente. [...]

Deci, sărbătoriți ori de câte ori vă priviți în oglindă.

Clinique.

Testat pentru a nu produce alergii. 100% Fără parfum. [Clinique]

2.5. DISCURSUL PUBLICITAR SIMBOLIC

Publicitatea difuzează cu predilecție simboluri mai mult decât bunuri reale: ea instaurează cultul obiectului nu pentru serviciile pe care acesta le-ar putea aduce utilizatorului, ci pentru imaginea pe care obiectul i-ar permite consumatorului să și-o facă despre el însuși. Astfel prin publicitate se propun atenției publicului nu automobile, ci superioritate, nu telefoane mobile ci speranță, libertate, nu produse de înfrumusețare ci efectul lor - tinerețe și frumusețe-, nu frigidere ci inovație în domeniul păstrării alimentelor etc.

Exemple:

WHIRLPOOL- Aduce calitate vieții.

KENT PREMIUM LIGHTS – Atitudinea creează viitorul.

CONNEX – Viitorul Sună Bine.

Funcția globală a publicității nu este doar de a crește vânzările ci de a integra individul într-un anumit tip de societate înlănțuindu-l de obiecte și de consum ca elemente fundamentale ale valorii individuale, bunăstării și fericirii.

Influența sloganului publicitar asupra altor tipuri de texte poate fi privită ca un fenomen de intertextualitate. Titlurile de presă sunt comparabile cu sloganul publicitar. Sloganul politic se apropie de textul publicitar, pe care îl reia în diferite forme. De exemplu, deviza PROTV “Te uiți și câștigi” se transformă în “Dăruiești și câștigi” și devine în campania electorală “Votezi și câștigi”.

Codul publicitar are o dinamică proprie. Un procedeu nou perceput de public ca aparținând genului publicitar poate să se generalizeze și să intre în convențiile genului. Evoluția sa se va încheia o dată cu “tocirea” sau “îmbătrânirea procedurii”.

Discursul publicitar actual tinde spre o reducere progresivă a textului în favoarea imaginii; uneori textul se reduce la un logo. Tendința estetizantă a publicității se manifestă, mai ales, prin distanțarea de constrângerile marketingului, distanțare față de produs, de marcă etc. prin impunerea unor formule discursive noi. Estetica frazei publicitare devine poncif și are o influență mare asupra limbajului obișnuit. Acesta înregistrează numeroase construcții eliptice, condensate, telegrafice, caracterizate prin eliminarea cuvintelor de legătură, care au adesea forma unor calchieri ale enunțurilor publicitare.

2.5.1. Discursul publicitar și tehnologia informației

Discursul publicitar exploatează multiplele procedee ale informaticii, în special, în două direcții. În primul rând, publicitatea pe magistralele informaționale, în Internet își dezvoltă noi strategii, integrând text, imagine, desen animat, voci etc. într-un ansamblu interactiv.

În al doilea rând, discursul publicitar beneficiază de facilitățile oferite de băncile de date care stochează un tezaur de antonime, omonime, cuvinte polisemantice, figuri retorice etc. Unele programe permit generarea unor scheme sintactice simple, stocarea cuvintelor în funcție de numărul de silabe, calități fonice, inventarierea formulelor fixe (și controlul efectului ritmic) etc. Pe de altă parte, dicționarele electronice pot da răspunsuri la probleme de selecționare a verbelor, a substantivelor folosite pentru a realiza cuvinte-valiză și alte unități lingvistice.

Retorica discursului publicitar și informatica își dau mâna pentru a realiza programe de perspectivă cum ar fi publicitatea asistată de calculator sau sloganul asistat de calculator.

2.6. SCHEME DE ANALIZĂ A UNOR TEXTE PUBLICITARE

În acest capitol vom arăta câteva direcții de analiză a unor texte publicitare.

Studentii vor redacta o lucrare de analiză a textelor publicitare cu o temă la alegere:

- procedee tipice de realizare a discursului publicitar;
- strategii persuasive în discursul publicitar;
- texte specifice unui tip de produs (detergenți, automobile etc.).

Observație. Nu este obligatorie folosirea pentru lucrare a schemelor și a textelor de mai jos. Este de preferat ca studentul să-și alcătuiască singur un corpus de texte pentru analiză.

L'OREAL PARIS - Pentru că merit.

- confesiune;
- elipsă;
- structură de adâncime: folosesc L'Oreal Paris pentru că este cel mai bun produs din gama lui și eu merit ce este mai bun;
- plasarea destinatarului în zona celor recompensați - pe merit - pentru calitățile lor

J de JANINE. UNISEX. Parfumul cu două tăișuri.

- elipsă
- includerea numelui produsului în numele creatorului (ca nume de marcă)
- ambiguitate
- indicarea unui singur produs care are două fațete (țintă dublă) prin aluzie la "arma cu două tăișuri"

PRET A PORTER CASUAL –WEAR – Parfumul care mă îmbracă. În stilul meu!

- elipsă
- personificare
- accent pe unicitatea consumatorului (În stilul meu!)

JANINE make up PROFESSIONAL - MACHIAJUL ÎN CARE SUNT FĂCUTE VEDETELE.

- rolul esențial, fondator al produselor de machiaj (Cf. pictură **în** ulei, **în** tempera etc.)

CHESTIUNEA ZILEI CU FLORIN CĂLINESCU-(Pro Tv) - E o sărbătoare în fiecare zi de muncă.

- paradox
- accent pe calitate ca argument al competenței în realizarea unui program (E o sărbătoare)

PRO TV - E NUMAI UNUL!

- sugerarea poziției de lider în domeniul televiziunii (Cf. Unul și unul!)

MICRI GOLD - ...Diamantul... eternul simbol al iubirii!

- transferul unei calități definitorii a pietrei (durabilitatea) asupra unui cuvânt abstract (iubire)
- actualizarea unui cod simbolic (diamantul ca piatră folosită la inelele de logodnă)

HANSAPLAST - Noi vă ajutăm să vă vindecați.

- solitudine
- termeni marcați pozitiv (a ajuta, a vindeca)

ALO 3D - Te provoacă la dialog.

- tema “provocării”
- ambiguitatea termenului “dialog”: conversație și negociere

KENT PREMIUM LIGHTS - ATITUDINEA CREEAZĂ VIITORUL.

- proiecție
- stilul ca factor determinant în viață

SCHWARZKOPF - CAPital pentru un păr frumos.

- grafism
- capital cu sensul "important, indispensabil"

DREI WETTER TAFT - Întotdeauna perfect.

- perfecțiune în orice situație

NOUL HEAD & SHOULDERS- O SINGURĂ PROTECȚIE ANTI-MĂTREȚĂ. 5 STILURI DIFERITE.

- un singur produs deschide cinci perspective stilistice

GUSTUL PEPSI - ASK FOR MORE/CERE MAI MULT

- injonctiv
- lansarea provocării implicite (produsul îți poate oferi mai mult)
- actualizarea temei "a cere drepturi": ai dreptul să ceri mai mult atât calitativ, cât și cantitativ (o sticlă de apă gratis)

REVISTA MAMI - SUNTEM CU TINE DIN PRIMA CLIPĂ.

- tema apropierii, a sprijinului pe care "echipa" de redacție (suntem) îl oferă atât mamei, cât și copilului
- adresare, personalizare (cu tine)
- revista ca "a doua mamă"

RESTAURANT PRESIDENT - ALEGE RAFINAMENTUL...

- injonctiv
- provocare: sugerarea calităților (care ar trebui descoperite de client) prin puncte de suspensie

STARTPAGE - ...TE CĂUTĂM NOI.

- structură implicită; punctele de suspensie în poziție inițială ar putea fi decodate ca "lasă, nu-ți face griji"
- sugerarea interactivității, a unui dialog anterior; textul pare să fie un răspuns

PRIMA TV - OPREȘTE LA PRIMA PENTRU PROGRAME SPECIALE!

- joc de cuvinte pe expresia eliptică uzuală "a opri/a coborî la prima"
- includerea numelui postului în textul publicitar cu alte valori decât cea de nume propriu (ambiguitate)

ANTENA 1 - MEREU APROAPE.

- tema "împreună pentru totdeauna";
- coordonată de timp: mereu (se poate conta întotdeauna) și spațială (actualizare a sensului expresiei "aproape de sufletul cuiva")
- elipsă

‘NEAȚA - Viața începe cu ‘NEAȚA, emisiunea care-ți schimbă viața.

- afereză
- rimă
- clișeu

SECRET (DEO) - Atât de PUTERNIC! Atât de FEMININ!

- anafora
- oximoron (Cf. femeie puternică)

SCHOLL - Întotdeauna la picioarele tale.

- clișeu (a fi la picioarele cuiva)
- ambiguitate: piciorul încălță produsul (concret); produsul “se dăruiește” total persoanei (implicit - fiindcă este de calitate bună)

GALENIC - FRUMUSEȚEA ESTE O ȘTIINȚĂ.

- Definiție (categorie estetică drept categorie a cunoașterii și nu ca obiect al “artei”)
- structură implicită (a menține, a aduce frumusețe este o știință)

DOMO - expertul în electrocasnice.

STREPSILS - Specialistul în dureri de gât.

- argumentul competenței
- substantiv cu articol hotărât (unicitate)

CARDUL BANCAR DE DEBIT VISA ȘI CEL DE CREDIT VISA CLASSIC - Bani în mișcare.

- personificare
- reactualizare a expresiei “bani în circulație”
- referentul trimite la concepte neologice (bani de plastic)

CLARINS - Nimeni nu îți înțelege mai bine pielea.

- superlativ
- personificare
- produsul ca prieten care te “înțelege”
- metonimie cauză (produs)-efect (“înțelegerea” ca îngrijire adecvată)

DIAMOND (CIORAPI) - O frumusețe de preț!

- ambiguitate
- antifrază litotică (preț mic)

SunTel INSTANT - Gândește-te un pic!

- îndemn la rațiune
- structură completă (gândește-te un pic la avantajele...)

RIMMEL LONDON - Vorbește despre tine.

- personificare
- ambiguitate: vorbește despre tine poate fi înțeles fie ca "exprimă-te!", fie ca "te pune în valoare" sau "te dezvăluie"

POGANY (LENJERIE) - Arta de a seduce.

- definiție
- metonimie concret-abstract
- înscriere în codul cultural: numele produsului este identic cu cel al unei opere de artă (Domnișoara Pogany de Brâncuși)
- aluzie

CALVE PASTĂ DE TOMATE - Bun cu bun se face!

- tautologie
- ambiguitate (actualizare simultană a sensurilor "gustos" și a locuțiunii "cu bun")
- formulare peremptorie

CANDY (ELECTROCASNICE) - Alegerea mea!

- valorizarea persoanei care știe să aleagă
- structura de adâncime: este alegerea mea fiindcă este de calitate

PAMPERS - Un pas înainte!

- Ambiguitate; actualizarea simultană a sensului “primii pași” ai copilului și a expresiei (a face un pas înainte= a descoperi, a inova)

SUPRADYN (MULTIVITAMINE) - SUPRADYN. rezerva ta de energie.

- alocarea resurselor energetice
- “rezerva” ca o condiție a sănătății

SENSI BLU (FARMACIE) - Eternul feminin.

- aluzie culturală, intertext (Goethe, Faust), loc comun
- clișeu cultural

DIALOG - DIALOG face totul posibil.

- ambiguitate
- actualizarea sensului de “conversație” și a sensului de “negociere” (face totul posibil)

BONA AUTOMAT - Mai mult decât alb, albul bona! (ELLE)

- epanortoză
- încercare de impunere a unei nuanțe de alb (Cf. alb de plumb, alb de titan, alb de zinc, alb isabelle)

VIVA (REVISTĂ) - O lume întreagă în VIVA!

- ambiguitate: lume ca “oameni” și ca “univers”

REVALID (VITAMINE etc.) - De tine depinde!

- adresare
- ambiguitate în atribuirea responsabilității: sănătatea “este în funcție de vitamine” iar decizia de a le cumpăra “atârnă” de cumpărător

Sistemul PANTENE ULTRA-V - Descoperă ce bine te simți cu un păr sănătos.

- îndemn
- selectarea verbului a descoperi (cf. cap descoperit)
- actualizarea simultană a unor sensuri ale verbului “a descoperi”: “a pătrunde o taină, un mister” și “a afla”

RUJ Hydra Finish AVON - Pentru buze însetate... de frumusețe.

- paradox
- ambiguitatea folosirii cuvântului “însetat” care determină o dublă actualizare: a sensului propriu “care suferă de sete” și a sensului figurat “avid de...dornic de...” (caz în care “buze” devine echivalentul “sufletului”)

IMAR & VIP CLINIC (CENTRU DE ÎNFRUMUSEȚARE) - Trup și suflet pentru tine.

- clișeu: “a fi la dispoziția cuiva”
- expresia “a fi trup și suflet cu cineva” = a se identifica cu aspirațiile cuiva
- ambiguitate: se tratează trupul și se “vindecă” sufletul (frumusețea trupului atrage buna dispoziție)

ELITA SELECTED (cafea) - ELITA SELECTED. Elita bunului gust.

- anafora
- ambiguitate prin decodarea fie ca “gust bun”, fie ca “bun gust” (= rafinament)

BEEFEATER (GIN) - Fii oriGINal!

- grafism
- includerea numelui de "tip de produs" în cuvântul cheie al textului publicitar

LUCKY STRIKE: AșaDAR pentru fiecare buzunar

- grafism
- ambiguitate: tranșa grafică se poate citi legat (așadar = "decî") sau conform indicației de lectură (așa dar = "un asemenea dar")

FRANKE (MOBILIER) - Nevoia de artă...

- exprimarea unei "trebuințe de autorealizare" - cea estetică (Cf. A. Maslow)
- tăcerea semnificativă marcată de punctele de suspensie trimite la capacitatea produsului de a satisface această trebuință estetică

OMO INTELLIGENT - Noul OMO INTELLIGENT. Știe ce face.

- cuvânt englez preluat cu grafia originală în text românesc
- atribuirea unei calități umane unui produs (care nu face parte din cele dotate cu inteligență artificială)

HEAD & SHOULDERS - Nu lăsa mătreața să îți stea în cale.

- injonctiv
- temă de tipul problemă (mătreața) - soluție (folosirea produsului)
- expresia idiomatică *a sta în calea cuiva* = „a împiedica pe cineva” să se realizeze

ZANUSSI - Viitorul în casa ta.

- proiecție
- aspirație

DOMESTOS - Distruge TOȚI microbii.

- majuscule pentru a reda "rezolvarea deplină, fără rest" a problemei
- argumentul competenței

RAMA (MARGARINĂ) - Pur și simplu delicioasă.

- superlativ redat prin folosirea locuțiunii adverbiale "pur și simplu" (= nici mai mult, nici mai puțin decât...)

TEMĂ DE SEMINAR

Să se identifice, după modelul folosit în exemplele de mai sus, figurile stilistice utilizate în sloganele publicitare de mai jos.

Ele pot fi vizionate în Laboratorul audio-video al Facultății.

- SONY- Go create.
- ȘAMPONUL NIZORAL - Un viitor fără complexe!
- NIVEA FOR MEN - Îngrijirea necesară bărbaților.
- LUCKY STRIKE LIGHTS - I choose an American original.
- NOKIA - Connecting people.
- SEVENTEEN - Follow the spirit of te new colors!
- DOVE - Un dar adus fiecărei atingeri.
- SEVENTEEN - Noile culori ale modei.
- ARIEL MOUNTAIN SPRING - Un munte de haine impecabil de curate!
- LG (ELECTRONICE) - We put people first.

BIBLIOGRAFIE ȘI NOTE

BIBLIOGRAFIE GENERALĂ

1. AUTRAND, Charles, *La Publicité*, Paris, Seghers, 1976.
2. BALDWIN, A. L., "Personal structure analysis", *Journ.Abn.Soc.Psychol.*, 1942
3. BARDIN, Laurence, *L'analyse de contenu*, Paris, PUF, 1991
4. BARTHES, Roland, Conférence sur la 'modernité', à l'Institut des Sciences politique, Paris, 9-16 avril 1975
5. BARTHES, Roland, *System de la mode*, Paris, Seuil, 1967
6. BACHELARD, Gaston, *Poetica spațiului*, Editura Paralela 45, Pitești-București, 2003
7. BORTUN, Dumitru, *Semiotică. Limbaj și comunicare*, SNSPA, București, 2001
8. BORTUN, Dumitru, *Bazele epistemologice ale comunicării*, Editura Ars Docendi, București, 2002
9. BURGELIN, O., "Structural Analysis on mass communication", in *Studies of broadcasting radio and TV*, Culture Research Institute Nippon, Mosokyokai, 6/1968
10. CAPRETTINI, Gian Paolo, *Semiologia povestirii*, Editura Pontica, 2000
11. CORNU, Geneviève, *Sémiologie de l'image dans la publicité*, Paris, les Éditions d'organisation, 1990.
12. COURTÉ, Joseph, *Analyse Sémiotique du Discours. De l'énoncé à l'énonciation*, Hachette, Paris, 1991
13. DÂNCU, Vasile Sebastian, *Comunicarea simbolică. Arhitectura discursului publicitar*, Editura Dacia, Cluj-Napoca, 1999
14. DERMOTET, M., GEFFROY, A., GOUAZE, LAPON, J.-P., MOUILLAUD, M., TOURNIER, M., *Des tracts en mai 68, mesure de vocabulaire et de contenu*, Paris, FNSP, A. Colin, 1975
15. DOLLARD, J., MOWRER, O. H., „A method of measuring tension in written documents”, in *Journ. Abn. Soc. Psycho*, 42/1947
16. DUBOIS, Michel, *la Publicité en question*, Paris, Montréal Bordas, 1972.
17. D'UNRUG, M.-C., *Analyse de contenu et de parole*, Delarge, 1974
18. ECO, Umberto, *Lector in fabula*, Editura Univers, București, 1991
19. EVERAERT-DESMEDT, Nicole, *La Communication publicitaire. Étude sémio-pragmatique*, Louvain-la-Neuve, Cabay, 1984.
20. FISKE, John, *Introducere în științele comunicării*, Polirom, Iași

21. GHIGLIONE, R., BEAUVOIS, J.-L., CHABROL, C., TROGNON, A., *Manuel d'analyse de contenu*, Colin, 1980
22. GHIGLIONE, R., MATALON, B., BACRIN, B., *Les dires analysés: l'analyse propositionnelle du discours*, PUF, 1985
23. GOFFMAN, Erving, *Viața cotodoadă ca spectacol*, Comunicare.ro, București, 2003
24. GREIMAS, A.J., COURTÉS, J., *Semiotique, dictionnaire raisonné de la théorie du langage*, tome1, Hachette, 1979
25. GREIMAS, J. Algirdas, FONTANILLE, Jacques, *Semiotica pasiunilor*, Scripta, București, 1997
26. GRUNIG, Blanche, *Les Mots de la publicité*, Paris, Presses du CNRS, 1990.
27. GUILLAUMIN, C., *L'idéologie raciste, genèse et langage actuel*, Paris, La Haze, Mouton, 1972
28. HABERMAS, Jürgen – “Etica discursului – note pentru un program de întemeiere”, în *Conștiință morală și acțiune comunicativă*, Editura All Educational, București, 2000, p. 46-111.
29. HABERMAS, Jürgen – *Etica discursului și problema adevărului*, Editura Art, București, 2008.
30. HAIGH, G., „Defensive Behaviour in client centred therapy”, in *J. Consul. Psychol.*, 13/1949
31. HAUMMONT, N., RAYMOND, H., *L'habitat pavillonnaire*, Paris, CRU
32. HENRI, P., MOSCOVICI S., “Problemes de l'analyse de contenu”, in “*Langage*”, 11/1968
33. HUISMAN, Denis, *le Dire et le faire: pour comprendre la persuasion: propagande, publicité, relations publiques, essai sur la communication efficace*, Paris, SEDES, 1983
34. IONESCU-RUXĂNDIOIU, Liliana, *Conversația. Structuri și strategii. Sugestii pentru o pragmatică a românei vorbite*, Editura All, București, 1999
35. KERBRAT-ORECCHIONI, C., *L'enonciation. De la subjectivite dans le langage*, Armand Colin, 1980
36. KERBRAT-ORECCHIONI, C., *L'implicite*, Armand Colin, 1986
37. LÉGER, J.-M., FLORAND. M.-F., „L'analyse de contenu: deux méthodes, deux résultats”, in Blanchet et.al., *L'entretien dans les sciences sociales*, 1985
38. LE GOFF, Jacques, *Civilizația occidentului medieval* - Editura Științifică, București, 1970
39. LE GOFF, Jacques, *Pentru un alt ev mediu* – Editura Meridiane, București, 1980
40. LE GOFF, Jacques, *Imaginarul medieval* – Editura Meridiane, București, 1991
41. LEVY-STRAUSS, Claude, *Antropologia structurală*, Editura Politică, București, 1978
42. LYONS, John, *Introducere în lingvistica teoretică*, Editura Științifică, București, 1995
43. MAHL, G. F., „Exploring emotional states by content analysis, in *J. de S. Pool, Trends in content analysis*, 1959
44. MAINGUNEAU, Dominique, *Discursul literar*, Institutul European, Iași, 2007, pp. 29-206
45. MARSHALL, Gordon (edit.), *Dicționar de Sociologie*, Univers Enciclopedic, București, 2003
46. MORIN, Edgar, *Essais sur les mas- media et la culture*, Paris, UNESCO, 1971

47. NANU, Adina, *VEZI? Comunicarea prin imagini*, f.e., București, 2002
48. OLTEAN, Ștefan, "Discursul referențial și lumile posibile"; "Discursul indirect liber: aspecte referențiale", în *Introducere în semantica referențială*, Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca, 2006, pp.167-202.
49. OPREA, Ioan, "Existența, esența și manifestările limbii", în *Elemente de fiziofologia limbii*, Institutul European, Iași, 2007, pp. 29-206
50. OSGOOD, C. E., WALKER, E. G., „Motivation and language behaviour: content analysis of suicide notes”, *J. Abnorm. Soc. Psychol.*, 1959
51. OSGOOD, C. E., "The representational Model and Relevant research Methods", in I. de Sola Pool (edit.), *Trends in content analysis*, Urbana, University of Illinois Press, 1959
52. PEYROUTET, Claude, *La pratique de l'expression écrite*, Nathan, Paris, 1991
53. PEYROUTET, Claude, *Style et rhétorique* Nathan, Paris, 1994
54. RAIMY, V.C., „Self reference in counseling interviews”, in *J. Consul. Psychol.*, 13/1949
55. RAYMOND, H., "Analyse de contenu et entretien non directif: application au symbolisme de l'habitat", in „*Revue francaise de sociologie*”, numéro spécial: „Urbanisme”, Paris, 1968
56. ROCHE, J., *Le style des candidats à la Présidence de la République*, Ed. Privat, 1971
57. ROVENȚA-FRUMUȘANI, Daniela, *semiotica discursului științific*, Editura Științifică, București, 1995
58. STOICA, Dan, *Logică și limbaj: instanțieri în spațiul cultural francez*, Iași, Editura DAN, 2000.
59. STOICHIȚOIU-ICHIM, Adriana "Strategii persuasive în discursul publicitar (II)", în *Limbă și literatură*, anul XLII, Vol.III-IV, 1997
60. STOICHIȚOIU-ICHIM, Adriana, *Semiotica discursului juridic*, Universitatea din București, 2002
61. * * * "Science & Vie", Juillet 2003 (*Dossier hors série N°53 – Les codes secrets*)

SURSE LEXICOGRAFICE:

62. DISCURSL: Bidu-Vrăncianu, Angela; Călărașu, Cristina; Ionescu-Ruxăndoiu, Liliana; Mancaș, Mihaela; Pană Dindelegan, Gabriela; *Dicționar General de Științe. Științe ale limbii*, Editura Științifică, București, 1997.
63. DEX'96: *Dicționarul Explicativ al Limbii Române*, ediția a II-a, Editura Univers Enciclopedic, București, 1996.
64. Microsoft ENCARTA 98 Encyclopaedia, articolul *Advertising*
65. CD-ROM Ogilvy and Mather Bucharest
66. *Encyclopaedia Universalis*, articolul *Publicité*.
67. www.café.montreal.ca, articolul *La Pub*

NOTE

¹ Vezi Maingueneau, Dominique, *Les termes clés de l'analyse du discours*, Seuil, 1996 (Collection MEMO)

² DSL

³ Guespin 1971:10, apud D. Maingueneau (1996:28)

⁴ Se constată adesea o "alunecare a sistemului de reguli spre corpus: discursul socialist desemnează atât regulile care fac specifică socialismului o anumită poziție enunțiativă, cât și ansamblul enunțurilor considerate ca aparținând acestei poziții", D. Maingueneau (1996: 29)

⁵ J-P.Bronckart *et al.* (1985:11)

⁶ J-P.Bronckart *et al.* (1985:11):

⁷ J-P.Bronckart *et al.* (1985:11):

⁸ De ex. în "scopul de a activa un adolescent într-un anumit scop" se pot pune în aplicare următoarele mecanisme: J-P.Bronckart *et al.* (1985:11):

- tip narativ (o poveste de ex)
- tip situațional (dialog maieutic din perspectiva lui Piaget)
- tip teoretic (expunerea logică a principiilor moral)

⁹ G.Brown și G.Yule, *Discourse Analysis*, Cambridge University Press, Cambridge 1983, p.1, apud D. Maingueneau 1996

¹⁰ D. Maingueneau 1996:11

¹¹ Ideal care se poate confunda cu un ansamblu de scopuri, cum ar fi, de exemplu, pentru medicină, cercetarea fundamentală pentru ameliorarea suferinței, pentru descoperirea și aplicarea unor procedee neinvazive etc.

¹² Distincția *frastic-transfrastic* este proprie științelor literalității (tuturor disciplinelor care au în prim plan noțiunea de *text*). În viziunea lingvistului Dan Stoica (46), funcționarea distincției în discuție are două temeuri: unul epistemic și altul istoric. Temeiul epistemic se originează în afirmația, devenită cu timpul un adevărat slogan, că analiza precede sinteza. Astfel, analiza textului literar s-a realizat "descompunându-l" în elementele sale componente (nivelul *frastic*), iar sinteza "dezvăluindu-i" funcționarea ca întreg (46, p.46). La rândul său, temeul istoric ține de evoluția cunoașterii în și asupra domeniului dat. După Dan Stoica, criteriul cel mai important al distincției *frastic-transfrastic* este amplitudinea secvenței discursive: suntem în fața unui text *frastic* atunci când nivelul de analiză este cel al *propoziției* și când sensul propoziției date acoperă, prin el însuși, intenționalitatea relației comunicative; suntem în fața unui text *transfrastic* atunci când nivelul de analiză (sau de construcție) este cel al *combinațiilor de propoziții* și când sensurile diferite asigură transpunerea în fapt a intenționalității comunicative (46, p.50).

Pentru a se vedea cum funcționează distincția *frastic-transfrastic* în analiza unui discurs, se poate consulta lucrarea Adrianei Stoichițoiu-Ichim, *Semiotica discursului juridic* (48), unde Capitolul 5, intitulat „Nivelul frastic (enunțul juridic). Expresia lingvistică a normei juridice (aspecte morfo-sintactice)”, este dedicat analizei discursului juridic la nivelul enunțurilor. Stoichițoiu-Ichim susține că în cazul textului

juridic normativ, rezultatele analizei la nivel *frastic* pot fi înțelese și interpretate corect doar dacă le raportăm la specificul *funcțional* (pragmatic) și *stilistic* al discursului juridic normativ (DJN).

¹³ Această perspectivă poate fi contestată și datorită faptului că disciplina se definește prin obiectul său de studiu, prin corpusul pe care îl investighează. O disciplină se definește mai puțin prin obiectul său de studiu (pe care îl poate avea în comun cu alte ramuri, vezi interdisciplinaritatea), cât, mai ales, prin punctul de vedere asupra aceluși obiect.

¹⁴ Explicația vagă poate antrena acțiunea unor presupoziii sau definiții implicite, iar “maquis-ul ” terminologic conduce inevitabil la lipsă de adecvare.

¹⁵ Exemplu dat de D. Maingueneau 1996 se referă la un jurnal televizat care nu este un text ci reprezintă un ansamblu de configurări în care textul este legat de teme, roluri, surse de informații.

¹⁶ Vezi, de exemplu, problema portughezei din Brazilia /Portugalia

¹⁷ M.Mayer, *Questions de rhétorique. Language, raison et seduction*, Librairie Générale Française, Paris, 1993, p.7

¹⁸ Constantin Sălăvăstru (1999:9)

¹⁹ Constantin Sălăvăstru (1999: 12)

²⁰ Constantin Sălăvăstru (1999:15)

²¹ Termenul a fost introdus de Morris pentru a desemna nivelul procesului de semioză care se referă la relația dintre semne și cei ce le interpretează.

²² Atunci când se vorbește de componenta pragmatică se înțelege componenta care se referă la descrierea sensurilor enunțurilor în context (Un enunț ca *Ion nu este aici* poate fi interpretat, în funcție de context, drept ironic sau neutru, ca o concluzie la o argumentare, ca un apel la ordine etc.).

Există o dezbatere între cercetătorii care proclamă existența unei pragmatice integrate sistemului limbii și cei care înțeleg să mențină o separație între semantică și pragmatică.

²³ Școala franceză a fost influențată puternic de psihanaliză și marxism; astăzi numele de Școala Franceză este atribuit unei tendințe de abordare a analizei discursului, aplicate și de alte centre de cercetare care nu se circumscriu strict spațiului geografic francez.

²⁴ D. Maingueneau:1998

²⁵ Multe modele au un autor “ecranat”(cum ar fi, de ex., discursul tv)

²⁶ Există reguli de producere legate de genuri care fac să nu fie suficientă cunoașterea limbii pentru, de ex, a citi un jurnal; invers, la limită, se poate citi un jurnal într-o limbă pe care nu o cunoști; vezi, de exemplu, *Hans Castorp vorbește franțuzește în Muntele vrăjit* de Thomas Mann.

²⁷ De ex.emplu, conjuncția coordonatoare *dar* (care are un mare număr de funcții, unele chiar contradictorii).

Un tip de analiză va aborda realizarea acestui recensământ (cum și de ce un singur cuvânt poate avea valori atât de numeroase).

Alte ex.: există în franceză, ca și în română, un mare număr de marcatori de reformulare: *adică, în alte cuvinte, să spunem, fie...* Analiza discursului se va interesa de legătura dintre natura acestui cuvânt (imperativ prezent, pers-I.pl.) și funcția sa de marcator de reformulare.

²⁸ Se au în vedere fenomene ca referința, ambreiorii, anafora, modalizarea (moduri, ironie); interdiscursul primează în cadrul acestei abordări

A vorbi înseamnă întotdeauna a vorbi sub dominarea altor discursuri deja spuse sau posibile, la care se face referință sau care sunt respinse. Pentru a începe o scrisoare se va scrie: *domnule ministru, dragă domnule, salut, h*, etc. Din ansamblul formulelor de deschidere pe care le avem în cadrul memoriei discursive reținem una singură. Într-o altă ordine, nu se pot emite păreri politice în afara câmpului discursiv al politicii, chiar dacă se proclamă refuzul vorbirii în termenii (politici) ai altora.

Se pune întrebarea legitimă: Cine vorbește atunci? Subiectul este un conglomerat de identități, de subiectivități legate de câmpuri diferite de enunțare care interacționează în ființa sa. Subiectivitatea enunțativă este traversată de o mare de discursuri. În consecință, ea se construiește printr-un discurs fragil; subiectivitatea nu pre-există discursului său. Și, ceea ce este mai important, nu dispunem în orice moment de acest discurs gata pregătit.

²⁹ D. Maingueneau (1996)

³⁰ (gr. *archéion*)

³¹ în buna tradiție a abordărilor cognitive

³² vezi Luminița Mihaela Iacob, *Comunicarea – “forța gravitațională” a câmpului social, în Revista română de comunicare și relații publice*, nr.1, 1999, p.19-28

³³ Antropologul Bateson și psihiatrii Watzlawick și Jackson au popularizat concepte ca: “double bind”/constrângere dublă; conținut, relație, metacomunicare, precum și axiome ca “nu putem să nu comunicăm”.

³⁴ P. Watzlawick, *La réalité de la réalité*; Ed.du Seuil, Paris 1978

³⁵ Bateson *et al.*; *La nouvelle communication*; Ed.du Seuil, Paris 1981,p.7, apud M.D, *op.cit.*

³⁶ vezi Liliana Ionescu-Ruxăndoiu, *Conversația. Structuri și strategii. Sugestii pentru o pragmatică a limbii vorbite*, Editura All, București, 1999

³⁷ Metodologia constă în

- a înregistra conversațiile în context
- a le transcrie
- a le analiza, punând în evidență regularitățile, regulile etc.

Abordarea este empirică asupra unor date atestate, naturale și autentice. Obiectivul analizei este de a degaja o gramatică- lexicon a conversației. Deosebindu-să de lingvistică, disciplină care are ca obiect de studiu enunțuri existente și care potrivit lui W.Labov produce și faptele și teoria.

În practică această muncă este laborioasă și de o mare complexitate.

³⁸ Ca reacție împotriva concepției chomskyene asupra limbajului, considerată prea restrictivă, D.H. Hymes și J.J. Gumperz au pus bazele unei etnologii a comunicării care asociază resursele verbale și regulile de interacțiune și de comunicare ale unei comunități lingvistice. În Franța, în anii 80, analiza conversație devine obiect de studiu ca o componentă a pedagogiei școlare pe baza observațiilor asupra schimburilor verbale în orele de predare a limbilor.

³⁹ O rețea presupune legături și “noduri”; vezi WEB

⁴⁰ unde este vorba, în general, de a descrie un discurs produs de un singur emițător

⁴¹ unde interesul este de a urmări amprentele procesului enunțării în enunț, fiind vorba, de cele mai multe ori, de un singur emițător.

⁴² acte de limbaj considerate ca intenție a locutorului care pretinde că acționează asupra interlocutorului său.

⁴³ D: Maingueneau 1996:25

⁴⁴ Această direcție este ilustrată de reprezentanții Școlii de la Geneva (Roulet *et. al.* 1985) și de modelul propus de Sinclair și Coulthard (1975) care înțeleg conversația ca o organizare ierarhică.

⁴⁵ Distanța între parteneri, gestică, mimica vezi proxemica (Mihai Gheorghe, *op.cit.*).

⁴⁶ Vezi Liliana Ionescu-Ruxăndoiu, *op.cit.*

⁴⁷ Care privește problemele patologiei mentale prin prisma disfuncționalităților la nivelul interacțiunilor.

⁴⁸ Acest curent va fi asimilat în mare parte de analiza conversațională.

⁴⁹ Gumperz și Hymes, *The Ethnography of Communication*, în *American Anthropologist*, 66(6), 2, 1964

⁵⁰ D.H.Hymes, *Models of the Interaction of Language and Social Life*, în Gumperz and Hymes (ediscurs.), *Directions in Sociolinguistics: the Ethnography of Communication*, Holt, Rinehart and Winston, New York, 1972

⁵¹ Analiza etnometodologică se va axa pe studiul diversității interacțiunilor sociale și va avea ca obiectiv degajarea elementelor de regularitate. Conversația devine obiect privilegiat de studiu (Sacks, Schegloff... 1978) ca interacțiune socială esențială.

Studiul etnometodologic se oprește, în special, asupra organizării activității de comunicare (accesul la cuvânt, introducerea unei teme, deschiderea și închiderea unei interacțiuni etc.).

⁵² H. Garfinkel, *Studies in Ethnomethodology*, Prentice-Hall, Englewood Cliffs, New Jersey, 1967

⁵³ Vezi Paul Dobrescu, "Aisbergul comunicării", în *Revista română de comunicare și relații publice*, nr.1, 1999, p.40-42

⁵⁴ G.H.Mead, *L'esprit, le soi et la société*, PUF, Paris, 1963 (traducere după *Mind, Self and Society*, University of Chicago Press, Chicago, 1934)

⁵⁵ Vezi D.Maingueneau, *op.cit.*, p. 39

⁵⁶ Lexicometria se bazează pe programe de calculator cum ar fi Lexploreur:

"Le logiciel Lexploreur assiste l'analyse d'un texte en combinant:

- des outils de mesure statistique permettant une analyse globale et rapide de l'usage de son vocabulaire;

- un moteur de recherche très complet permettant une analyse locale et fine du contexte d'apparition de chaque mot", vezi și J.J.van Cuilenburg, O. Scholten, G.W. Noomen, *Știința comunicării*, Editura Humanitas, 1998, București, p.141-147.

⁵⁷ Pentru mai multe informații privind analiza de conținut vezi J.J.van Cuilenburg, O. Scholten, G.W. Noomen, *Știința comunicării*, Editura Humanitas, 1998, București, p.111-147

⁵⁸ Rețeaua evidențiază felul în care emitentul privește relațiile dintre obiectele atitudinale; rețeaua se realizează în urma operațiunii de reducere și de retranscriere a textului pe baza propozițiilor-cheie

⁵⁹ vezi critica din MOTS, vezi textul din *Știința comunicării*

⁶⁰ vezi Camelia Beciu pentru discurs electoral

⁶¹ vezi Theodor Hristea (coordonator), *Sinteze de limba română*, ediția a treia, Editura Albatros, București, 1984

⁶² Se mai numesc și lexii complexe, discurs repetat etc.

⁶³ vezi lucrările de la Tregastel

⁶⁴ Vezi, de exemplu, sintagme ca voință politică, decizie politică, administrație publică, guvern monocolor etc.

⁶⁵ Salem 1987, apud D. Maingueneau 1996

⁶⁶ Fiala-Habert 1989:89, apud D. Maingueneau 1996

⁶⁷ Sau metoda termenilor-pivot (metoda lui Harris)

⁶⁸ Z. S. Harris, *Discourse analysis*, trad. fr. în *Langages* no.13, 1969, p.8-45 (1952).

⁶⁹ Cum ar fi reducerea pasivului la activ, descompunerea în două fraze a unei fraze conținând două grupuri coordonate etc.

⁷⁰ sau concurente, vezi D. Maingueneau 1996:45

⁷¹ vezi Courtine 1981: 78, apud D. Maingueneau 1996: 46

⁷² DSL

⁷³ DISCURSUL

⁷⁴ Fondatorul gramaticii generative...

⁷⁵ D. Maingueneau 1984

⁷⁶ limba ca sistem

⁷⁷ Norma este instanța conformă universului de sens pe care discursul îl instaurează.

⁷⁸ Cod care este imperfect datorită fenomenelor de ambiguitate, omofonie, polisemie

⁷⁹ Conceptul “cod de limbă/cod lingvistic” a fost dezvoltat de D. Maingueneau (1993) pentru a arăta că o formațiune discursivă nu există doar prin enunțul formulat prin intermediul unei limbi (franceză, latină...) ci, mai ales, prin intermediul unui cod de limbaj; limba nu este un instrument stăpânit din exterior, pus în serviciul unei strategii persuasive, ci modul în care este realizată folosirea limbii este de fapt creatoare/constitutivă formațiunii discursive, inseparabilă de poziționarea sa. Astfel, codul de limbaj nu este doar un sistem de transmitere a informației, ci participă la autolegitimizarea emițătorului.

⁸⁰ P.Charaudeau (1995): *Une analyse sémiolinguistique du discours*, în *Langages* no.117

⁸¹ vezi la teatru

⁸² E. Goffman (1974) *Les rites d'interaction*, Paris, Ed. de Minuit

⁸³ P. Brown; S. Levinson (1978): *Questions in Politeness. Strategies in Social Interaction*, Cambridge, Cambridge University Press, p. 56-289

⁸⁴ “Teritoriul”, adică tot ce se referă la:

- corp (inclusiv la îmbrăcăminte, buzunare, geți etc.);
- “bunuri” apropiate (soț/soție, mașină, veselă);
- spații private (acasă, vecinătățile spațiale ale corpului etc.);
- informații personale;
- maniera (proprie) de a vorbi ⁸⁴

⁸⁵ “fațada” sau imaginea pozitivă pe care fiecare dorește să o construiască și să o dea despre sine.

⁸⁶ Pentru a da un ordin se folosește rar modul imperativ, se recurge adesea la formule care să îndulcească enunțul; acestea presupun efort atât din partea emițătorului, cât și din partea receptorului deoarece, din punct de vedere lingvistic, sunt complicate și necesită o cunoaștere a subtilităților; “vreți să aveți bunăvoință să închideți geamul”, “fiți atât de amabil și ...” Cu cât formulele sunt mai pretențioase, cu atât efectul de “îndulcire” a ordinului este mai marcat.

⁸⁷ Teza lui G. Lakoff citată în Kerbrat-Orecchioni (1999; Conferința “Abordarea interacționistă în lingvistică” ținută la Congresul Societății Japoneze de Predare a Limbii Franceze, Universitatea Națională din Matsuyama, 5 noiembrie 1999).

⁸⁸ Vezi de ex. grupul nominal “Ion și cu mine”, în care “eul” se pune pe al doilea plan, la fel cum comportamentul politic prescrie a lăsa pe cineva să treacă înaintea ta.

⁸⁹ În schimb, formule de tipul vă mulțumesc puțin nu se înregistrează, ceea ce susține și anumite restricții contextuale pentru a mulțumi

⁹⁰ Brown și Levinson (1978) au impus termenul FTA (FTA= FACE THREATENING ACTS), care s-ar putea traduce prin *acte amenințătoare pentru imagine*. Aceste acte ar fi:

1. acte amenințătoare pentru imaginea pozitivă a locutorului
2. acte amenințătoare pentru imaginea negativă a locutorului
3. acte amenințătoare pentru imaginea pozitivă a interlocutorului
4. acte amenințătoare pentru imaginea negativă a interlocutorului

⁹¹ O tipologie a politeții în tranzacțiile cele mai simple, de exemplu, cumpărare- vânzare, distinge:

1. **Politețea obișnuită**, de rutină legată de scriptul scenariului, de ex. în secvențele de deschidere (saluturi, întrebări: ce doriți? Cu ce vă pot ajuta? Etc.) sau de închidere a unei conversații (mulțumiri, salutări, urări) sau în cereri. Într-un context în care este vorba despre schimburi de piață (bani-produs) politețea de zi cu zi întreține o relație de îndatorare reciprocă:

Cererea nu ia decât în mod excepțional forma lui “vreau ...”, “doresc...” ci se întâlnesc de ex, formulări de tipul:

Aș vrea... (condiționalul este întărit prin adăugarea lui “vă rog”) Nume de produs, *vă rog* (strategie de menajare a timpului și efortului vânzătorului)

Aveți nume de produs ?; când există riscul ca produsul să nu fie disponibil

2. **politețea excepțională** legată de diverse incidente (lipsa mărunțișului de ex.). Asistăm la un asalt al politeții pentru a neutraliza incidentul care este sursă de amenințare. “se întâmplă” “nu-i nimic” etc.

Există contexte de tipul “aș vrea doar un graham” în care “doar” este un minimizator care poate exprima o scuză implicită (aceea de a face o cumpărătură inferioară normei, contextului etc. sau de a provoca un deranj care nu ar fi compensat de valoarea în bani a produsului).

Oricum, aceste tranzacții comerciale nu se reduc la un transfer de bani; ele sunt locul de manifestare a unei suite de condiționaluri, mulțumiri, elemente minimizatoare etc.

⁹² E. Benveniste; *Problèmes de linguistique générale II*, Gallimard, Paris, 1974

⁹³ O. Ducrot; *Le Dire et le Dit*; Ed. Du Minuit, Paris 1984

⁹⁴ vezi D. Maingueneau 1996: 37

⁹⁵ ”A realiza gramatica unei limbi, înseamnă a specifica și a caracteriza frazele subiacente enunțurilor realizabile prin mijloacele acelei limbi”

⁹⁶ J-M.Adam, *Les textes: types et prototypes*; Nathan, Paris, 1992, p. 15

⁹⁷ Pêcheux și Fuchs (1975: 24); apud D. Maingueneau (1996) folosesc pentru aceasta accepțiune a termenului **enunț** sintagma “suprafață lingvistică”.

⁹⁸ M.-M. de Gaulmyn, *Les régulateurs verbaux: le contrôle des récepteurs*, în Cosnier J. et Kerbrat-Orecchioni C., *Décrire la conversation*, Presses Universitaires de Lyon, 1987, p.10

⁹⁹ se referă la ceea ce se spune în interacțiunea verbală de către participanți

¹⁰⁰ se referă la conduita de interacțiune (încerc să fiu clar, explicit...m-ați urmărit?...)

¹⁰¹ se referă la limbă (acesta este cuvântul potrivit...în sens uzual...)

¹⁰² E. Veron, apud D. Maingueneau (1996).

¹⁰³ Goody 1977, apud D. Maingueneau (1996).

¹⁰⁴ Trebuie remarcat faptul că, în cadrul comunicării orale, conversația are cel mai înalt grad de interactivitate.

¹⁰⁵ există și situații caracterizate prin univocitate: presa audio, conferințe, discursuri, expuneri etc.

¹⁰⁶ În schimbul oral cei doi parteneri interacționează, cuvintele sunt însoțite de mimică, de indicatori paraverbali, sintaxa este mai laxă (juxtapuneri, întreruperi, elipse, redundanțe etc.). Nu există un control al înțelegerii globale a enunțului, a revenirii și există pericolul permanent al întreruperii.

¹⁰⁷ care determină abundența mărcilor emoționale în discurs.

¹⁰⁸ Și un enunț oral se poate prezenta ca independent de context: cel în care interlocutorul nu este chemat, în principiu, să intervină într-un discurs care se prezintă ca închis în sine. (oficiu religios - ritualizat, conferință publică etc.)

Un enunț poate fi conceput în manieră grafică și independent de context dar având aparența caracteristicilor unui enunț dependent de context.

Invers, există schimburi verbale în care participanții vorbesc “ca din carte”, într-un stil apropiat de cel scris.

¹⁰⁹ Enunțul independent de context tinde a se închide asupra lui, poate construi un joc al reperajelor intratextuale; subordonarea sintactică se desfășoară cu o rigoare mai mare.

¹¹⁰ Trebuie făcută o distincție între discursul oral și cel oralo-grafic, care se sprijină pe scris (pe note sau email-ul, poșta electronică care mimează o interacțiune orală).

¹¹¹ Doar emițătorul se exprimă uneori sub forma unei structuri dialogice; în cele mai multe cazuri, emițătorul anticipează reacțiile receptorului

¹¹² D. Maingueneau (1996:33); Această direcție este privilegiată de Școala Franceză de analiză a discursului.

¹¹³ De Beaugrande și Dressler (1981: cap.1), apud D. Maingueneau (1996)

¹¹⁴ Vezi Silvia Săvulescu, *Cursul de Retorică și teoria argumentării*, SNSPA, 2000

¹¹⁵ Peytard și Moirand (1992: 61), apud D. Maingueneau (1996)

¹¹⁶ Ehlich (1989), apud D. Maingueneau (1996)

¹¹⁷ Lingvistica textuală (după deceniul șapte cunoscută mai ales sub numele de gramatică a textului) este disciplina care are ca obiect studiul textualității, în special al coeziunii și coerenței. Aceste proprietăți sunt cele care fac textul ireductibil la un șir de fraze (Rastier; *Sens et textualité*, Hachette, Paris, 1989, p.281 Textualitatea poate fi studiată din perspective diferite:

1. a emițătorului care produce o unitate de tip text (interesează aici în special prin ce procese este declanșată “generarea” textului). Problema textului văzut ca unitate nu este echivalentă cu imaginarea unui sistem unic care dirijează ansamblul: “planurile de organizare a textualității demonstrează caracterul profund eterogen al unui obiect ireductibil la un singur tip de organizare” (Adam 1992:20)

2. a receptorului (din punctul de vedere al integrării componentelor textului în scopul înțelegerii acestuia);

3. a analizei (care concepe textul ca o structură ierarhică).

Obiectul de studiu al lingvisticii textuale este dificil de delimitat, uneori se suprapune cu analiza discursului, în special în orientările care privesc genurile și tipologia discursurilor.

¹¹⁸ G.Genette (1989:9)

¹¹⁹ G.Genette (1989:7).

¹²⁰ Vezi cursul de *Retică și teoria argumentării*

¹²¹ vezi M. Tușescu; *L'argumentation. Introduction a l'étude du discours*, Editura Universității din București, București, 1998, p.112-113

¹²² inconvenientul pe care-l reprezintă acest termen se referă la faptul că domeniul său de aplicare este atât modurilor de organizare generale (narațiune, argumentare), cât și genurilor discursive particulare.

¹²³ Titlul operei/programului politic(e) poate fi interpretabil uneori din perspectiva intertextualității - ca aluzie la un tezaur cultural existent în memoria receptorului și care se realizează ca intertext sub diferite forme. Același statut îl are și titlul jurnalistic care reproduce ca intertext alte titluri cu un anumit prestigiu în lumea culturală, cum ar fi: "Lista lui..." (lista lui Coșea) sau "Cronica unei morți anunțate" Gabriel Garcia Marques.

Ca intertext-imitație parțială, "Contractul cu România", "Contractul cu bucureștenii", "Contractul cu Americanii" [propus de Newt Gingrich] reprezintă aluzii evidente la "Contractul social" al lui J.J. Rousseau.

¹²⁴ Deși intertextualitate și interdiscursivitate au un sens echivalent, termenii nu sunt totuși folosiți în aceleași domenii. Intertextualitate este folosit în special în domeniul literaturii, sau când este vorba de texte în sensul de opere.

¹²⁵ Vezi hiponim/hiperonim

¹²⁶ Vezi operația în Retică

¹²⁷ ex publicitar din Stoichițoiu

¹²⁸ se spune adesea că literatura Pleiadei și literatura antică formează un intertext.

¹²⁹ Progresie tematică, fenomen teoretizat de Școala de la Praga (Mathesius) și Danes (1974).

¹³⁰ Acea parte din enunț care, pentru a asigura avansarea procesului de comunicare, adaugă o informație nouă la ceea ce a fost deja comunicat

¹³¹ În concepția lui A.J. Greimas care introduce termenul, textul reprezintă o serie de enunțuri succesive, a căror lectură trimite la o "totalitate de semnificații", izotopia facilitând lectura întregului

¹³² vezi cunoaștere enciclopedică

¹³³ Există numeroase distorsiuni ale acestor cadre care pot fi tematizate prin discurs.

Astfel, o peșteră (cadru empiric) poate fi folosită drept loc pentru oficierea unei slujbe religioase.

Alături de aspectul empiric al cronologiei, cel a calendarului, poate fi prezentă și "cronologia" pe care o implică un discurs: astfel un discurs poate fi datat "obiectiv" pe 15 ianuarie 2000 dar să se prezinte ca un discurs de amintire a 150 de ani de la nașterea lui Mihai Eminescu.

¹³⁴ eng. contextualization cue

¹³⁵ Adam (1992), în continuarea lucrărilor lui Werlich, apud D. Maingueneau, 1996

¹³⁶ Kerbrat-Orecchioni, *L'implicite*, Armand Colin, Paris, 1986, p.196

¹³⁷ tendința spre economie lingvistică

¹³⁸ Maximele conversaționale ale lui Grice (1975).

Maximă este termenul atribuit, în pragmatică, unei cerințe particulare ce decurge dintr-un anumit principiu (Cf. DSL).

Cele două principii fundamentale ale interacțiunii verbale - principiul *cooperării* și principiul *politeții* - subsumează un număr de maxime specifice.

¹³⁹ Astfel, principiul care recomandă ca dicuția să nu fie monopolizată de un singur locutor este încălcat în cazul conferințelor, al cursurilor, al speech-ului politic.

Tot așa, în cazul discursului literar sau mediatic, cititorul sau auditorul poate fi ignorat și, uneori, pus în situația de a fi "violentat", injuriat etc. .

¹⁴⁰ A. Petitjean; *Les Typologies textuelles*, în *Pratiques* no.62, p.86-125

¹⁴¹ Tipologiile enunțiative se bazează pe relația dintre enunț și situația de enunțare (cu cei trei poli: interlocutori, moment și loc al enunțării). Tipologia propusă de Benveniste (plan imbricat; distincția discurs/istorie): planul imbricat implică un reperaj în raport cu situația de enunțare, în timp ce planul neimbricat se prezintă ca independent de aceasta.

Această distincție teoretică nu acoperă situațiile în care enunțurile asociază în diferite moduri cele două planuri. Tipologiile enunțiative care iau drept criteriu situația de enunțare se pot baza și pe alte fenomene, cum ar fi prezența/absența mărcilor de subiectivitate enunțiativă sau eterogenitate.

¹⁴² Termenul a fost introdus de M.Foucault (1969: 53) pentru a desemna totalitatea enunțurilor care se pot raporta la un sistem unitar de reguli, determinat istoric.

D. Maingueneau 1996: 42 consideră că prin introducerea acestei noțiuni, Foucault încerca evitarea termenilor tradiționali "teorie", "ideologie", "știință".

¹⁴³ În cadrul marxismului de tip althusserian, vezi M. Pêcheux., *L'inquiétude du discours*, Editions des Cendres, Paris, 1990, p. 102

¹⁴⁴ D. Maingueneau, *Genèses du discours*, Mardaga, Liège, 1984, p.5

¹⁴⁵ Formațiunea discursivă considerată ca o identitate într-un interdiscurs ilustrează un alt sens al termenului **poziționare**.

Aceste valori sunt inseparabile în măsura în care primatul interdiscursului implică faptul că identitatea unei formațiuni discursive este un proces de redefinire constantă a relațiilor cu alte formațiuni discursive.

¹⁴⁶ Punctul cel mai delicat ar fi oprirea proliferării genurilor: se poate evidenția o imensă varietate de subgenuri (vezi tipologia discursului).

¹⁴⁷ mai mult sau mai puțin ritualizate

¹⁴⁸ Condiții de reușită: condiții de a căror îndeplinire depinde performarea cu succes a unui anumit act ilocuționar (Concept introdus de J.L. Austin)

¹⁴⁹ M. Bahtin, *Esthétique de la création verbale*, Gallimard, Paris, 1984, p.285, apud D.Maingueneau (1996)

¹⁵⁰ Termen introdus de D. Maingueneau și F. Cossuta, *L'analyse des discours constitutants*, în *Langages* no.117, 1995

¹⁵¹ Discursul religios, științific, filozofic, juridic, literar etc. au în comun un număr variabil de proprietăți în ceea ce privește condițiile lor de apariție și funcționarea enunțiativă. Aceste discursuri sunt pe rând autoconstitutive și heteroconstitutive

¹⁵² Comunitatea discursivă reprezintă grupurile sociale care produc și "administrează" un anumit tip de discurs. (D. Maingueneau: 1984).

Există o relație strânsă între grup și formațiunea discursivă asociată, în sensul că organizarea umană și discursurile sale sunt inseparabile.

Folosirea acestui termen trebuie făcută adecvat în funcție de referirea la cei ce produc discursurile sau la ansamblul larg al elementelor care sunt atașate acestei generări discursive.

Conceptul se poate aplica în două domenii diferite:

1) pentru instituțiile care generează enunțuri în mai multe limbi (cercetare științifică, organizații/întreprinderi multinaționale etc.).

Este vorba de ansamblul emițătorilor care au în comun:

- același tip de discurs (științific, jurnalistic etc.);
- același set de norme;
- același mod de viață.

2) pentru emițătorii care se plasează în poziții de concurență în cadrul aceluiași câmp discursiv și care se individualizează prin maniera diferită de organizare (partide politice, școli științifice etc.).

¹⁵³ Discursul raportat reprezintă modul de a reda într-un discurs vorbele atribuite unor surse diferite de cea a emițătorului. Problema se referă atât la clasificarea clasică:

- vorbire directă, vorbire indirectă și stil indirect liber,
- modalitățile de redare prin ghilimele, italice, trimiterea la alt discurs (“după spusele lui A...”), și la strategii de validare a conținutului unei aserțiuni (“Vom avea alegeri anticipate, *dacă ar fi să-l credem pe A*”) sau a folosirii unui termen (Sunt pe tușă, *cum se spune/dacă pot spune așa/dacă pot să mă exprim astfel etc.*).

¹⁵⁴ discurs direct: redă replica exact în forma în care (se presupune că) a fost enunțată

¹⁵⁵ discurs indirect, se caracterizează prin raportare la stilul direct

¹⁵⁶ discurs indirect liber discurs indirect liber corespunde formelor mixte prezente în exprimarea orală ori în sintaxa populară

¹⁵⁷ J. Authier-Revuz, *Repères dans le champ du discours rapporté*, în *L'information grammaticale* no.55, 1992, p.38-42

¹⁵⁸ D. Maingueneau (1996: 30-31)

¹⁵⁹ D. Maingueneau; *Le tour ethnolinguistique de l'analyse du discours*, în *Langages* no. 105, 1992 p.120

¹⁶⁰ Vezi, de exemplu, discursul științific în care cei ce citesc sunt, de asemenea, cei ce scriu aceste tipuri de discurs

¹⁶¹ Cum ar fi, de exemplu, publicațiile (ziare, reviste etc.) scrise de un număr relativ mic și citite de un public uneori foarte extins.

¹⁶² D. Maingueneau 1996

¹⁶³ “Emițătorul are de fapt interesul de a oferi adesea un spectacol din ethosul unui om care se luptă cu limba, cu propriul său discurs sau cu al celorlalți”. D. Maingueneau 1996

¹⁶⁴ Termenul **interdiscurs** cunoaște și alte definiții nu întotdeauna delimitate cu precizie.

Astfel, interdiscurs reprezintă un ansamblu de discursuri ale unui câmp discursiv sau aparținând unor câmpuri diferite, unor epoci diferite: “o articulare contradictorie de formațiuni discursive referitoare la formațiuni ideologice antagonice”. [Courtine (1981:54) apud D. Maingueneau 1996]

De asemenea, termenul “interdiscurs” poate fi atribuit unor unități discursive de dimensiuni variabile.

¹⁶⁵ Simultan cu realizarea enunțării, aceasta se evaluează singură, se comentează și solicită aprobarea partenerului la schimbul verbal (“dacă pot spune așa..., mai degrabă..., adică...”).

¹⁶⁶ Unii cercetători consideră că se poate vorbi despre un “sens interdiscursiv” pentru locuțiuni sau pentru expresiile cu caracter fix, “încrămănit”, atașate în mod obișnuit cuvintelor și care contribuie la atribuirea unei “valori simbolice” acestora. Pe o poziție opusă se situează specialiștii care folosesc termenul interdiscurs doar în relație cu formațiunile discursive. Între aceste două poziții extreme se

plasează unitățile discursive de dimensiuni diverse cum ar fi definiție lexicografică, strofa unui poem, nuvela, romanul etc.

¹⁶⁷ Authier-Revuz (1982) apud D. Maingueneau (1996)

¹⁶⁸ J. Authier-Revuz; “La non-coïncidence interlocutive et ses reflets métaénonciatifs”, în *L’interaction communicative*, Peter Lang, Berne, 1990, p. 174, apud D. Maingueneau (1996:46), distinge patru tipuri de glose, ca urmare a fenomenului alterității, emițătorul având o dezbatere interioară în care încearcă să mențină o limită cu ceea ce nu aparține discursului său.

Cele patru tipuri de glose sunt:

1. non-coincidența discursului cu el însuși:
cum spune Descartes...Metoda în sensul lui Descartes
2. non-coincidența între cuvinte și lucruri, fenomene, stări etc.:
Cum aş putea să numesc acest lucru?
Iată termenul potrivit etc.
3. non-coincidența între cuvinte:
în sens figurat... în toate sensurile...
4. non-coincidența între locutor și interlocutor:
după cum spuneți...
spune-i pe nume...

¹⁶⁹ Astfel, discursul nu este doar un spațiu în care se introduce discursul altuia, ci este constituit în urma unei dezbateri cu alteritatea, fără a fi semnalate urme vizibile ale citării, ale aluziei etc.

¹⁷⁰ Vezi D. Maingueneau (1996)

¹⁷¹ “Ceea ce este propriu oricărei formațiuni discursive este de a disimula, în transparența sensului care ia naștere în discurs, obiectivitatea materială și contradictorie a interdiscursului, determinând această formațiune discursivă ca atare, obiectivitate materială care rezidă în faptul că “aceasta vorbește” întotdeauna “înainte, oriunde și independent”, adică sub dominarea complexului de formațiuni ideologice”.

¹⁷² Louis Althusser, reprezentant al recitirii textelor din perspectiva unei analize structuraliste; “*Citindu-l pe Marx*”

¹⁷³ Jacques Lacan a propus în “*Patru concepte fundamentale ale psihanalizei*” o hermeneutică psihanalitică bazată pe analiza structurilor lingvistice și pe noțiunea de structură a subiectului.

¹⁷⁴ “definiția rețelei semantice care circumscrie specificitatea unui discurs coincide cu definiția relațiilor acestui discurs cu ALT discurs...De aici decurge caracterul fundamental dialogic al oricărui enunț al discursului, imposibilitatea de a disocia interacțiunea discursurilor de modul intradiscursiv de funcționare (a acestora, n.n.)”.

¹⁷⁵ D. Maingueneau (1984: 27)

¹⁷⁶ Un element subordonat nu este în mod necesar și periferic, în schimb, o poziție periferică este întotdeauna dominată

¹⁷⁷ Un astfel de subansamblu trebuie să fie constituit din cel puțin două poziționări discursive între care să se stabilească relații puternice

¹⁷⁸ privilegierea acestei definiții poate fi pragmatică sau inspirată de marxism: discursul ca “praxis”

¹⁷⁹ M.Foucault, *Archéologie du savoir*, Gallimard, Paris, 1969, p.153

¹⁸⁰ Foucault pune în evidență condițiile instituționale ale legitimității poziției emițătorului

¹⁸¹ D. Maingueneau (1984:154)

¹⁸² practica/formațiunea discursivă este astfel inseparabilă de comunitatea discursivă care a produs-o, de modul său de apariție și de difuzarea sa

¹⁸³ vezi *dialogism, interdiscurs, intertextualitate*

¹⁸⁴ vezi Golopenția 1988

¹⁸⁵ Foucault, *Ordinea discursului* (1971:24)..

¹⁸⁶ Pe lângă noțiunea de script există o adevărată proliferare a conceptelor înrudite: schemă, cadru, scenariu etc.

Acestea pleacă de la ideea conform căreia ipotezele pe care și le fac oamenii/subiecții asupra evenimentelor cu care se confruntă în mod regulat sunt supuse procesului transformare în stereotipii și se sprijină pe serii de evenimente care sunt stocate și reactivate în bloc.

¹⁸⁷ de Schank și Abelson 1977, apud D. Maingueneau 1996

¹⁸⁸ exemplu oferit de D. Maingueneau 1996

¹⁸⁹ Astfel, D. Maingueneau (1996) trece în revistă principalele orientări:

- 1) Charaudeau (1983:51) vorbește despre punerea în scenă/mise en scène pentru spațiul intern al comunicării.
- 2) Authier (1982) despre punerea în scenă/mise en scène a discursului de vulgarizare științifică;
- 3) Cossuta (1989:14) atribuie termenul de scenă filozofică pentru “rezultatul acestei munci de scriere prin care filozoful reprezintă procesul gândirii în chiar interiorul textului”
- 4) Maingueneau (1993:123) vorbește despre scenă la nivelul superior al enunțării, aplicând termenul tipului de discurs: genurile literare, de ex., mobilizează Scena literară, genurile științifice pun în mișcare Scena științifică etc.

¹⁹⁰ Vezi *suprasegmental*

¹⁹¹ Vezi DISCURSUL

¹⁹² Bougnoux 1991; apud D. Maingueneau 1996

¹⁹³ Adică suportul material al mesajului, dar și rețelele tehnice și “umane” care îi fac posibilă mișcarea, circulația, răspândirea lui.

¹⁹⁴ R. Debray; *Cours de médiologie générale*, Gallimard; Paris, 1991,p. 14 apud D. Maingueneau 1996

¹⁹⁵ Vezi distincția *difuzare/propagare*

¹⁹⁶ Termenul multicanal este înlocuit adesea de pluricod, multicod, plurisemiotic ...

¹⁹⁷ Corpus determinat de ansambluri de substituții lexicale.

¹⁹⁸ De exemplu, “astrologia - această pseudoștiință”

¹⁹⁹ engl. *relevance*.

²⁰⁰ Grice (1979) a făcut din relevanță /relevanță una dintre maximele care reglează schimbul verbal (vezi *principiul cooperării*).

²⁰¹ Noțiune introdusă de Pêcheux și folosită în special de Școala franceză a analizei discursului.

²⁰² Pêcheux (1990:43), apud D. Maingueneau 1996

²⁰³ C.Kerbrat-Orecchioni 1986: 97, apud D. Maingueneau 1996: 48

²⁰⁴ sau în structura limbii

²⁰⁵ Martin 1976:39, apud D. Maingueneau 1996

²⁰⁶ Ceea ce nu vrea să spună că un partener va lăsa întotdeauna să treacă o presupuziție, că nu o va pune în discuție. Dar în acest caz schimbul verbal poate căpăta o turnură polemică.

²⁰⁷ De exemplu, locuțiunea adverbială *de aceea* nu asertează cauzalitatea, ci o implică în cadrul unei convenții spre deosebire de elementele conjuncționale *deoarece, fiindcă, pentru că* etc.

Exemplu: Maria e tânără, *de aceea* are atâta energie.

²⁰⁸ Vezi de ex., ironia din enunțul “*Deștept băiat!*”.

²⁰⁹ R. Jakobson a introdus termenul (eng. *Shifter*). Termenul suferă o concurență sinonimică din partea următorilor termeni: elemente deictice (Bühler), expresii referențiale, elemente indiciale, simboluri de indexare (vezi D. Maingueneau 1996:33).

²¹⁰ În planul enunțării în discurs, “cineva se adresează cuiva, enunță ca locutor și organizează ceea ce spune în cadrul categoriei persoanei” (Benveniste 1966, p.242, apud D. Maingueneau 1996: 34)

În planul enunțării “istoriei/povestirii” “evenimentele par a se povesti ele însele”

Reformularea opoziției discurs/povestire s-a făcut prin introducerea unui plan de enunțare cu ambreiori și un plan fără ambreiori (Simonin-Grumbach 1975, D. Maingueneau 1996:

²¹¹ C. Kerbrat-Orecchioni, *L'énonciation de la subjectivité dans le langage*, Armand Colin, 1980, p.32

²¹² Sens afectiv negativ, depreciativ, care marchează o atitudine defavorabilă; vezi de exemplu, substantive ca *prostălău, gogoman, prostănac* etc.

²¹³ Sens afectiv pozitiv, care marchează o atitudine favorabilă

²¹⁴ Ansamblul asocierilor afective legate de utilizarea contextuală a unui cuvânt; conotație

²¹⁵ D. Maingueneau (1996: 40)

²¹⁶ Sinonimia funcționează numai în cazul comunicării orale, în care *locutor* este echivalent cu *subiect vorbitor*.

²¹⁷ A: Ești un prost!

B: a, adică sunt un prost, vasăzică!

²¹⁸ Sau interlocutor în conversație

²¹⁹ M.-M. De Gaulmyn, “Les régulateurs verbaux: le contrôle des recepteurs”, în Cosnier J. et Kerbrat-Orecchioni, *Décrire la conversation*, Presses Universitaires de Lyon, 1987, p.204

²²⁰ J. Cosnier, *Oralité et gestualité dans l'interaction conversationnelle*, în Gentili B. et Paioni G. (ediscurs.), Milano, Atena, 1985

²²¹ De Gaulmyn, op.cit.

²²² Vezi locul comun în literatură

²²³ *Bună ziua, ‘neața, hallo, salut, bună* etc. (vezi ierarhie, stiluri, argou).

²²⁴ Rol de *captatio benevolentiae*, tipologie după inserarea în discurs.

²²⁵ B. Malinowski, “The Problem of Meaning in Primitive Languages ” în Ogden C.K. and Richardscurs I.A., *The Meaning of Meaning*, Kegan Paul; Londra, 1923, p.315, apud D. Maingueneau 1996.

²²⁶ R. Jakobson, *Lingvistică și poetică*, în *Probleme de stilistică*, București, Editura Științifică, 1964, p. 83-125

²²⁷ C. Kerbrat- Orecchioni (1990:18)

²²⁸ Peytard și Moirand (1992:147), apud D. Maingueneau 1996

²²⁹ Vezi definiții științifice alternative, discursul știrilor pe înțelesul oamenilor simpli, problema nespecialistului etc., apelul la cuvinte pe înțeles, simple etc.

²³⁰ Necesitatea de a se face înțeles.

²³¹ Necesitatea de a construi o legătură socială pozitivă.

²³² Reformularea este atunci exploatată în analiza discursului drept un simptom, considerat revelator al "Punctelor în care un discurs alege să pună în mod explicit frontierele, limitele, demarcările" (Authier-Revuz 1984: 105).

²³³ Lucrările asupra textelor literare inspirate de Eco 1985 au arătat că în textele cele mai "scrise" lectorul joacă un rol esențial în enunțare.

²³⁴ H.R. Jauss; *Pour une esthétique de la réception*, Gallimard, Paris, 1978

²³⁵ Termenul a fost introdus de Bahtin (1970) în lucrările sale asupra operei lui Dostoievski, în care mai multe voci se exprimă fără ca una să fie dominantă.

²³⁶ Lucrare în care sunt preluate temele sau mijloacele de expresie ale unui autor (important); imitație, copie.

²³⁷ Creație literară în care se preiau temele, motivele și mijloacele artistice ale altei opere sau ale unui autor în scopul de a obține un efect satiric sau comic.

²³⁸ Enunț concis care exprimă o reflecție generalizatoare; se păstrează în memoria poporului și circulă, în special, oral.

²³⁹ Pêcheux (1969:18)

²⁴⁰ Aceste "formațiuni imaginare" sunt construite pe întrebări implicite: cine sunt eu pentru a-i vorbi astfel? Cine este el pentru a-i vorbi astfel? Cine sunt pentru a mi se vorbi astfel? Cine este pentru a-i vorbi astfel?

Analiza discursului trebuie să degajeze relațiile complexe între aceste locuri și "formațiunile imaginare".

²⁴¹ F.Flahault, *La parole intermédiaire*, Ed. Du Seuil, Paris, 1978, p.58, apud D. Maingueneau 1996

²⁴² Într-un raport de locuri se marchează pe rând locul pe care cineva pretinde să-l ocupe și ce loc se presupune că îi este atribuit coemițătorului: a te plasa ca profesor înseamnă a-i atribui altuia locul de elev. Dar cum acesta din urmă poate contesta locul ce îi este atribuit, foarte multe dintre interacțiunile verbale sunt în fapt o negociere constantă a locului fiecăruia.

²⁴³ Termenul este folosit și independent de această problematică drept variantă a contextului.

Termenul este folosit din ce în ce mai rar deoarece se consideră că minimizează dimensiunea interacțională a discursului și caracterul construit în calitate sa de dat al situației de comunicare.

²⁴⁴ Vezi *preconstruct*.

²⁴⁵ Courtine (1981: 23)

²⁴⁶ (*Cum vă place*, actul II, scena VII)

²⁴⁷ Între timp, lucrarea lui Erving Goffman, *Viața cotidiană ca spectacol*, a apărut și în limba română (Editura comunicare.ro, București, 2003), eveniment editorial pe care Silvia Săvulescu nu l-a mai apucat. Volumul a fost tradus de Simona Drăgan și Laura Albușescu, având o consistentă prefață semnată de

Lazăr Vlăsceanu. A se vedea, în special, capitolele IV și V: “Roluri discrepante” și “Comunicarea neadecvată personajului”, care conțin multe sugestii pentru un viitor consilier de imagine.

²⁴⁸ Sfintele Taine sunt cele șapte ritualuri din religia creștină prin care credincioșii consideră că li se transmite harul divin (botezul, căsătoria, spovedania, mirul, împărțășania, hirotonia și maslul).

²⁴⁹ Acest concept a fost introdus de Bahtin (1984: 295); Vezi J-M.Adam; F. Revaz, *Analiza povestirii*, Institutul european, Iași, 1999

²⁵⁰ Vezi *comunitate discursivă*.

²⁵¹ Termenul reprezintă o traducere a conceptului eng. *participation framework*

²⁵² Engl. *bystanders*.

²⁵³ Se întâmplă adesea ca locutorul să se adreseze participanților fără să fie constituiți astfel. Aceste decalaje sunt exploatate în general în teatru. Kerbrat-Orecchioni (1990: 92) vorbește despre tropi comunicaționali în condițiile în care “destinatarul, care în virtutea indicilor de alocuțiune face în principiu figură de destinatar direct, nu constituie de fapt decât un destinatar secund”.

²⁵⁴ J. Peytard, “D’une sémiotique de l’altération” în *Configurations discursives*, SEMEN 8, Université de Besançon, 1993, p.148), apud D. Maingueneau 1996

²⁵⁵ Acest termen a fost propus și introdus în analiza discursului de Kerbrat-Orecchioni (1992:75)

²⁵⁶ Charaudeau 1983:50, apud D. Maingueneau 1996

²⁵⁷ Maingueneau (1990:VI) consideră că, în discursurile literare, autorii caută adesea să stabilească un contract inedit cu lectorul prin transgresarea (chiar violarea) contractelor deja stabilite.

²⁵⁸ (Roulet *et. al.* 1985)

²⁵⁹ Vezi sensul lui *dialog politic*, *dialog social* etc.

²⁶⁰ Dă exemple.

²⁶¹ Termenul este impus de Bahtin și este folosit în analiza discursului.

²⁶² Vezi punerea de probleme, aflarea răspunsurilor ca activitate umană.

²⁶³ Din perspectiva lui Bahtin, termenul monologic se aplică peiorativ unei concepții asupra limbajului sau literaturii care nu recunosc natura sa profund dialogică. Bahtin aplică termenul monologic și operelor literare non polifonice, și prin extensie textelor.

²⁶⁴ Termenul dialogic este afectat de aceeași ambiguitate care planează și asupra termenilor interactiv sau interacțional. Din perspectiva lui Bahtin, termenul se aplică la orice discurs, fie că este vorba de dialog în sens strict sau nu, pe baza dialogismului inerent limbii.

Se constată atât sinonimia, cât și folosirea specializată a lui dialogal și dialogic

²⁶⁵ Roulet et al. (1985: cap.1) face o paralelă între opoziția monologal/monologic și dialogal/dialogic.

²⁶⁶ Charaudeau (1989:21) propune folosirea termenului interlocutiv în locul lui dialogal.

²⁶⁷ Kerbrat- Orecchioni (1990:15)

²⁶⁸ Kerbrat-Orecchioni (1990:15) propune sensuri diferite pentru dialogal și dialogic.

²⁶⁹ (de limbă) franceză, Cf. DEX

²⁷⁰ Pentru a fi o adevărată interacțiune și nu doar o prezență a indivizilor care vorbesc

²⁷¹ Vezi Capitolul “Dezbaterea politică electorală”.

²⁷² Problema centrală a constituirii noțiunii de schimb pare a fi numărul replicilor care îl constituie: două sau trei? Deci cum se decupează o interacțiune:

- după rolul pe care îl joacă unitățile în dinamica conversațională
- după aspectul formal, adică alternanța accesului la cuvânt

De asemenea, comportamentul nonverbal: mimica de reacție face parte dintr-un schimb sau nu?

²⁷³ D. Maingueneau (1996:32)

²⁷⁴ Vezi Liliana Ionescu-Ruxăndoiu, *Conversația. Structuri și strategii* (30).

²⁷⁵ Unii sunt participanți la conversație, alții pot fi “observatori”, inclusiv cei care înregistrează conversațiile în diferite scopuri; vezi scandalul telefoanelor ascultate, “firul roșu” etc.

²⁷⁶ Conversația la masă reprezintă un aspect important al socializării

²⁷⁷ Kerbrat-Orecchioni 1990; Vion 1992)

²⁷⁸ Pentru analiza de tip anglo-saxon, acest concept poartă numele de tranzacție /engl. *Transaction* (Sinclair și Coulthard 1975).

²⁷⁹ Vezi Caragiale: revenirea la “cestiune”.

²⁸⁰ Pentru Goffman (1974:81), această extindere a termenului în domeniul discursului ar fi legitimă deoarece “în societățile noastre “eul este în parte un obiect sfânt, pe care este convenabil să-l tratezi cu grija rituală care se impune”.

²⁸¹ Charaudeau (1983: 54), apud D. Maingueneau 1996

²⁸² Sau *înscriere la cuvânt*; a lua cuvântul într-o interacțiune; termenul redă conținutul termenilor fr. *tour de parole* și engl. *turn-talking*.

²⁸³ Sinteza ce urmează este tributară scurtei expuneri care deschide lucrarea, devenită deja clasică, a lui Laurence Bardin, *L'analyse de contenu* (1977), în paragraful 1 al primului capitol, intitulat „Antecedentele și preistoria” (3, pp. 16-17).

²⁸⁴ O fascinantă istorie a criptologiei poate fi găsită în Dosarul nr. 53 al revistei “*Science & Vie*”, publicat în iulie 2003. În studiul “La Saga du secret”, Jean Lopez vorbește de o istorie a domeniului care durează de 3000 de ani; primul tratat de criptologie cunoscut datează de acum 1.400 de ani și aparține unui egiptean, Qualqashandi, iar părintele criptologiei occidentale a fost Leon Battista Alberti, filosof, poet, matematician, fizician, arhitect, pictor, muzician, care trăit între 1.404 și 1472 (46, pp. 24-37). Pentru a veni în zilele noastre, să menționăm și articolul lui Jacques Harbonn, “Les images cryptées d’AL-QAIDA” (46, pp. 39-42), unde este prezentată tehnica de comunicare a teroriștilor contemporani, prin intermediul Internetului și al imaginilor inocente care le disimulează mesajele, precum și articolul semnat de Olivier Voizeux, “L’argot – la langue de secret” (46, pp. 43-46), în care argoul este analizat ca limbaj de subcultură, prin care interlocutorii pot comunica fără a fi înțeleși de cei din afara grupului.

²⁸⁵ De altfel, această tehnică este folosită din plin în analiza de conținut a mesajelor mediatice. La noi în țară, compania de cercetare DATA MEDIA o utilizează cu succes în analiza emisiunilor informative de televiziune. Începând din 1995, DATA MEDIA srl monitorizează non-stop emisiunile de știri difuzate de cinci canale de televiziune (principalele posturi generaliste cu difuzare națională). Pe baza analizei cantitative, cercetătorii realizează o analiză a enunțurilor evaluative pe care fiecare post le formulează cu referire la mai multe AO (instituții, formațiuni politice, persoane publice). Aceste enunțuri sunt mai întâi evaluate pe axa „negativ-pozitiv”, apoi atitudinea (pozitivă sau negativă) este măsurată pe o scală de la -3 la +3, conform formulei lui Osgood. Pentru fiecare AO se poate face un grafic al evaluărilor pe o lună și, respectiv, pe un trimestru, un semestru, un an sau un ciclu electoral. În prima decadă a fiecărei luni, beneficiarii analizei primesc un raport de cercetare referitor la luna precedentă. Un beneficiar (de regulă, unul dintre obiectele atitudinii) poate vedea în ce zi a lunii respective a fost referit cu un enunț pozitiv - să

spunem, de intensitatea +2, sau de un enunț negativ - de pildă, cu intensitatea -3, având posibilitatea de a vedea textul știrii televizate și, desigur, episodul la care aceasta se referă (eveniment, declarație, gest, document etc.). Totodată, analiza pune în evidență atitudinea constantă a unui canal de televiziune față de un anumit AO (instituție, partid, organizație sau persoană publică). O astfel de analiză reprezintă un instrument inestimabil pentru responsabilității cu imaginea publică a beneficiarului respectiv.

²⁸⁶ În legătură cu distincția dintre *dat* și *proces*, a se vedea distincția pe care John Fiske o introduce între „școala proces” și „școala semiotică” (8, pp. 34-35, 18, pp. 16-19).

²⁸⁷ Bardin folosește termenul „denegare” (*dénégation* – vezi Laurence Bardin, *lucr.cit.*, p. 236). Am preferat cuvântul românesc „tăgăduire” datorită rezonanței sale semantice, care acoperă aproape toate sensurile lui *dénégation*: a nega un lucru pe care ai apucat să-l afirmi sau *doar* îl gândești sau *doar* ți se spune că îl gândești sau *doar* presupui că interlocutorul crede că îl gândești.

²⁸⁸ Elaborarea unui astfel de dicționar ar însemna descifrarea quasi-totală a legăturilor dintre obiectele asupra cărora operează oamenii și reprezentările lor despre lume sau, în alt plan, dintre structurile spațiale și imaginarul simbolic (în termenii noștri, dintre „orizontul de viață” al unei comunități și identitatea sa culturală). Demersuri în această direcție s-au făcut, iar unele, cum este teoria spațiului mioritic a lui Lucian Blaga, sunt deja cunoscute (a se vedea și studiul lui Gaston Bachelard din 1957, *Poetica spațiului*, apărut de curând în limba română (6), sau capitolul VI din lucrarea din 1965 a lui Jacques Le Goff, *Civilizația occidentului medieval* (31), intitulat „Structuri spațiale și temporale”, dezvoltat ulterior în lucrarea sa din 1977 *Pentru un alt ev mediu* (32) și reluat în secțiunea „Spațiul și timpul” din *Imaginarul medieval* (33).

²⁸⁹ Pentru o tratare foarte punctuală a semioticii vizuale ne stă la dispoziție minunata carte-album a Adinei Nanu, *VEZI?* (44), dedicată comunicării prin imagini – prin imagini plane și bidimensionale (artele vizuale), prin imagini tridimensionale (sculptura și arhitectura), precum și prin “făptura umană și învelișurile ei” (artele vestimentare și ambientale, artele spectacolului, arta cinematografică și televiziunea).

²⁹⁰ Pentru diferențele dintre *limbă*, *limbaj*, *vorbire* și *discurs* se poate revedea, în prezentul curs, paragraful 1.1.3. Opoziția discurs / limbă, din capitolul 1 al primei părți (“Cadrul teoretic al analizei discursului”), precum și paragraful 1.1. Limbă, vorbire și limbaj, din primul capitol (“Noțiuni de lingvistică”) al părții a doua (“Noțiuni fundamentale în analiza discursului”).

²⁹¹ De exemplu, în ediția din 1987 a dicționarului *Grand Larousse* limba este definită ca “sistem de semne vocale, eventual grafice, proprii unei colectivități de indivizi care îl utilizează pentru a se exprima și comunica între ei”, iar în ediția din 1988 a dicționarului *Petit Robert* găsim următoarea definiție a limbii: “limbaj comun unui grup social” (*apud* Josph Courtés, *lucr. cit.*, p.11). Dar cel mai spectaculos exemplu dat de Courtés se referă la Kerbrat-Orecchioni, care și-a intitulat una dintre cărți *Enunțarea subiectivității în limbaj*, deși nu a tratat decât enunțarea în limba naturală – mai precis, doar în limba... franceză! (*ibidem*). Așadar, lingviștii înșiși sunt promotorii confuziei dintre *limbă* și *limbaj* sau, în orice caz, ei inspiră privilegierea limbii naturale în raport cu celelalte forme ale limbajului.

²⁹² Dacă urmărim cu atenție comentariile telespectatorilor români pe marginea unor dezbateri televizate, vom constata că majoritatea subiectelor se referă la aspecte non-verbale și non-intenționale, că cele mai dezbătute mesaje sunt cele pe care participanții nu le-au premeditat și care, de multe ori, nu au nici o legătură cu tema dezbaterii.

Staff-urile electorale care au încercat în zadar, timp de 14 ani, să-l coboare pe Ion Iliescu din vârful piramidei preferențiale a electoratului român, nu au înțeles că popularitatea acestuia se bazează, în cea mai mare parte, pe mesajele *non-verbale* și *non-intenționale* pe care Iliescu le transmite electoratului său. Până nu vor elabora o semiologie a discursului iliescian, specialiștii în imagine nu vor putea “fabrica” un

al doilea Iliescu. Altfel spus, în absența unei semiotici a non-verbalului și non-intenționalului, Ion Iliescu rămâne non-imitabil!

²⁹³ În general, oamenii politici, managerii, lucrătorii din Relații Publice, din publicitate sau cei de pe câmpul *mass media* știu că atunci când pregătesc un discurs trebuie „să se coboare” la nivelul de înțelegere al audienței; în termenii noștri, ei urmăresc să atingă nivelul *semnificației primare* a mesajului și, eventual, să încerce să găsească *semnificația secundară* a acestuia, care întotdeauna este specifică unui anumit public. Atunci când nu există date de cercetare referitoare la aceasta, intuiția poate salva multe. Dar cât de important este ca discursul nostru să înâlnească *semnificația secundară* a adresantului? Paradoxul comportamentului discursiv este tocmai acesta: dacă ne limităm la *semnificația primară*, avem certitudinea că vom fi înțeleși, dar nu vom fi interesați; dacă vrem să fim interesați, să transmitem o idee nouă sau o viziune originală, riscăm să nu fim înțeleși. Din această dilemă ne poate scoate Analiza semiotică a discursului, care ne învață și *de ce* trebuie „să ne coborâm”, și *cum* putem s-o facem fără ca discursul nostru să devină o înșiruire de platitudini.

²⁹⁴ Intuiția lui Propp se datorează în mare măsură paradigmei disciplinare proprii formaliştilor ruși, precum și importanței pe care au dobândit-o, în ultimile trei decenii ai secolului XIX, noțiunile de *invariantă* și *variație*, pentru descoperirea unor invariante relative la un flux de variabile. După cum scria Jakobson, „procedeul decisiv pentru studiul diferitelor niveluri ale structurii lingvistice constă în individualizarea și identificarea în mod coerent a invariantelor relative într-o multitudine de variabile. Variabilele sunt investigate în raport cu ansamblul unor diverse transformări ale căror subiecte devin (...)” (R. Jakobson, *La comunicazione verbale*, Torino, 1985, pp. 495-548, *apud* 10, p. 47).

²⁹⁵ În discursul de reabilitare al unui om politic, în care povestea pe care o spune are rolul de a-i determina pe auditori să-i ierte o greșeală gravă (de pildă, faptul că a plagiat pentru a promova în ierarhia universitară și că nu a recunoscut când a fost acuzat), acesta poate spune „*Astăzi pot să afirm că m-am regăsit*”, sugerând că greșeala a fost rezultatul unei rătăcirii care a durat mai mult sau mai puțin. Dar dacă va spune „*Astăzi pot să afirm că m-am găsit pe mine însumi*”, auditorul va înțelege că persoana respectivă nu a știut niciodată cine este cu adevărat și se poate întreba, pe bună dreptate: „Dar până la vârsta asta ce-a făcut? Ce fel de om e ăsta?”. Recuperarea credibilității a fost ratată!

Am construit acest exemplu pentru a ilustra o idee importantă formulată de Courté: „Spre deosebire de limbajul logic, care operează cu substituiri, discursul păstrează, ca să spunem așa, în *memorie* pozițiile ocupate anterior” (12, p. 79). Altfel spus, textul logic este *atemporal*, în timp ce textul narativ are o *istorie* și o *memorie*: una este să afirmi că ți-ai *re-găsit* demnitatea (ceea ce presupune, ca implicit, că ai avut cândva demnitate) și altceva este să spui că ți-ai *găsit-o* (când găsești un lucru, se presupune că nu l-ai avut niciodată).

²⁹⁶ Iată cel mai elementar program narativ pe care îl putem folosi atunci când vrem să livrăm o „poveste de succes”, ingredient obligatoriu al „imaginii pozitive”: ea se termină prin conjuncția dintre personajul central și un obiect de valoare - avere, dragoste, putere... sau tinerețe fără bătrânețe.

ANEXĂ

GREȘELI

gramaticale, semantice, sintactice și stilistice culese din presa românească (2006 - 2009)

I. GREȘELI GRAMATICALE

1. Folosirea greșită a cazului acuzativ

„Erau o serie de prevederi care am hotărât să le scoatem” (cu referire la Statutul Parlamentarului) (Călin Popescu-Tăriceanu, Premierul României - Radio România Actualități, Emisiunea „24 de ore”, 27.03.2006, ora 22:10);

„Mi-au recunoscut aportul care l-am adus...” (Cornel Turianu, membru al CNSAS, despre membrii CNSAS care l-au votat ca președinte al acestui organism - Radio România Actualități, Emisiunea „24 de ore”, 28.03.2006, ora 18:20);

„Cu majorările care le-am făcut anul acesta...” (Călin Popescu-Tăriceanu, Prim-ministrul României, înregistrare din declarația Premierului în Emisiunea lui Stelian Tănase de la Realitatea TV în seara de 8 mai 2006 - Radio Europa FM, Emisiunea ”Știrile care contează”, 09.05.2006, ora 11:03);

„... acum câteva zile am luat din bibliotecă o carte care am citit-o în tinerețe...” (Călin Popescu-Tăriceanu, Prim-ministrul României, *Declarație politică pe tema integrării europene* în ședința plenară a Parlamentului, 17 mai 2006, după Raportul de monitorizare a României și Bulgariei din 16 mai 2006) - Radio România Actualități, Transmisie de la Palatul Parlamentului, 17.05.2006, ora 11:29);

„Un program care îl dedicăm direct elevilor”. (Mircea Mureșan, purtătorul de cuvânt al Ministerului Educației și Cercetării, despre introducerea a 500 de microbuze care să transporte la școală elevi din mediul rural - Radio România Actualități, Emisiunea „Știri”, ora 10:00, 25.08.2006, ora 10:10);

„Noi avem obsesia să ne ținem de hotărârile care le-am luat”. (Radu Berceanu, ministrul Transporturilor și Telecomunicațiilor, replică la afirmațiile unor liberali, conform cărora PD ar avea „obsesia alegerilor anticipate” - Radio Europa FM, Emisiunea „Știrile Europa FM”, ediția de la ora 11.00, 16.09.2006, ora 11:03).

„Prăbușirea sistemului de credite a afectat Rusia mai mult decât celelalte economii în dezvoltare, distrugând încrederea în acțiunile și obligațiunile rusești, dar și în rublă, forțând Banca Centrală să cheltuiască o parte din imensele sale rezerve de monede străine pentru a stabili sistemul financiar”. (traducere nesemnată a articolului „Redimensionarea puterii Rusiei” de Paul Taylor, publicat de *The Moscow Times* din 26 decembrie 2008, în *Adevărul*, 31.12.2008, p. 18.)

În toate exemplele, problema este aceeași: lipsește prepoziția „pe”, care indică faptul că subiectul introdus prin prepoziția „care” *suferă* acțiunea, nu o provoacă. Rusia este afectată *nu* de „celelalte economii în dezvoltare”, ci de „prăbușirea sistemului de credite”. Așadar, formularea corectă este: „Prăbușirea sistemului de credite a afectat Rusia mai mult decât *pe* celelalte economii în dezvoltare...”, fiindcă și aceste economii au suferit acțiunea de a fi afectate de „prăbușirea sistemului de credite”, la fel ca Rusia.

„Același sondaj online arată că doar 1% dintre doamne văd rezolvarea sarcinilor domestice între cei doi parteneri ca o soluție capabilă să consolideze căsătoria.” (Magda Marincovici, „Sondaj - Căsătoria, fidelitatea și impozitele”, în *Jurnalul Național*, 17.01.2009).

Aceași „filosofie” a cazului acuzativ impune folosirea prepoziției „pe”. În absența ei, expresia „ca o soluție” sugerează că rezolvarea sarcinilor domestice ar fi subiectul acțiunii: „acționează”, „contează”, „este văzută” etc. „ca o soluție”. Dar textul spune altceva: subiectul acțiunii sunt „doamnele”, care „văd rezolvarea sarcinilor”. Corect: „... văd rezolvarea sarcinilor domestice între cei doi parteneri ca *pe* o soluție...”

2. Folosirea greșită a cazului gerunziu

„Întocmirea ghidului s-a făcut ținând cont de rezultatul examenelor, importanța cecetărilor, numărul studenților afiliați unui profesor și nivelul de satisfacție al studenților.” („Top: Cambridge detronează Oxford”, în *Adevărul* din 31.07.2007, p. 18).

În expresia „întocmirea (...) s-a făcut”, verbul *a face* este impersonal (nu se spune cine a făcut întocmirea); așadar, așadar „a ține cont” trebuie să fie tot impersonal: *ținându-se cont* de rezultatele examenelor...

De altfel, dacă traducătorul știrii ar fi stăpânit mai bine limba română, ar fi scris mai simplu: „Ghidul a fost întocmit *ținându-se cont* de rezultatele examenelor...”, evitându-se redundanța: „Întocmirea ghidului s-a făcut”.

„Din păcate, acțiunile ministrului Șereș au fost tardive, având în vedere demisia sa din decembrie 2006” (Luca Iliescu, „Șereș, păcălit de Manțog”, în *Ziua*, nr. 3916, 28/29.04.2007, ediția națională, p. 8).

În frază nu există niciun subiect care ar putea „avea în vedere”, căci „acțiunile ministrului Șereș” nu sunt persoane și, deci, nu pot avea în vedere nimic; așadar, expresia „a avea în vedere” nu poate fi decât impersonală: „avându-se în vedere”. Expresia „având în vedere” ar fi fost la locul ei dacă autorul ar fi scris: „*Consider că* acțiunile ministrului Șereș au fost, din păcate, tardive, având în vedere demisia sa din decembrie 2006” – caz în care „având în vedere” ar fi trimis la subiectul care „consideră că”, adică la autorul enunțului: „consider că ..., având în vedere...”.

„Dacă ar fi adevărat, activitatea sa s-ar încheia cu un gust amar, având în vedere înfrângerea în fața Norvegiei” (Adina Blaj, „Apus de soare la Națională!”, cu subtitlul „Pentru Huțupan și Amariei, meciul de azi cu Croația va fi ultimul în tricolor”, *Adevărul*, 13.12.2008, p. 21).

Dacă trecem peste cacofonia „sa s-ar”, pe care Adina Blaj nu o simte, folosirea gerunziului la persoana a III-a duce formularea în zona prolixului, fiindcă activitatea Luminiței Huțupan nu poate avea în vedere „înfrângerea în fața Norvegiei”. Nicio activitate nu poate avea ceva în vedere, fiindcă activitățile nu sunt ființe gânditoare!

Corect: „activitatea *ei* s-ar încheia cu un gust amar, *avându-se* în vedere înfrângerea în fața Norvegiei”. Sau, mai dezvoltat (ceea ce ar putea să ducă la depășirea numărului de semne cerut de redacția ziarului): „*Presupun că* activitatea *ei* s-ar încheia cu un gust amar, având în vedere înfrângerea în fața Norvegiei”. În această variantă, „având în vedere” trece de la persoana a III-a la persoana a I-a, lucru semnalat de introducerea verbului „presupun”, care este la persoana a I-a și care anunță că sensul întregii fraze se raportează la autorul enunțului, nu la persoana la care el se referă și nici la activitatea acestei persoane.

„Astfel se va pune accent pe economia care se poate realiza folosind produsul X și mai puțin pe beneficiile oferite de marcă” (Eliza Dumitrescu, „2009 plin de provocări și în comunicare”, cu supratitlul „Bugete mai mici pentru publicitate”, în *Jurnalul Național*, 13.12.2008, p. 13).

Aceeași problemă generată de utilizarea greșită a gerunziului: din text se înțelege că „folosirea produsului X” este o acțiune a „economiei care se poate realiza”. Dacă autoarea a folosit impersonalul „se poate realiza”, tot la impersonal trebuia să apeleze și când a folosit gerunziul.

Corect: „...se va pune accent pe economia care se poate realiza *folosindu-se* produsul X”.

„Odată ce se ține cont de aceste aspecte (...), diferența salarială din Italia devine mult mai mare în absolut. Tinând cont de paritatea grad de instruire-vârstă, aceasta ajunge la cel puțin 26%, în favoarea bărbaților”. (traducerea nesemnată a articolului „Italiencele instruite mai au de așteptat”, semnat de Pietro Garibaldi și publicat în La Stampa din 30 ianuarie 2009 – Adevărul, 02.02.2009, p. 20).

La fel: din text rezultă că diferența salarială „ține cont”...

Corect: „*Ținându-se* cont de paritatea grad de instruire-vârstă, aceasta ajunge la cel puțin 26%...”.

„Ce se poate face ca tinerii să fie atrași în sistemul judiciar, având în vedere deficitul de procurori și judecători?” (Liliana Năstase, „Anul trecut era iminentă dizolvarea DNA”, interviu cu ministrul Justiției, Cătălin Predoiu, în Adevărul, 02.02.2009, p. 7).

La fel: din text rezultă că tinerii „au în vedere”...

La impersonalul „ce se poate face” corespunde impersonalul „avându-se în vedere”.

Corect: „...*avându-se* în vedere deficitul de procurori și judecători...”.

3. Folosirea greșită a cazului genitiv

„La Atena, mii de oameni au demonstrat în sprijinul unei lidere sindicale agresată.” („burtieră” la emisiunea „Știri”, TV Antena 3, 23.01.2009, ora 07:22).

Corect: „unei lidere sindicale *agresate*”, căci ambele adjective trebuie puse la genitiv, în acord cu substantivul. Așa cum nu poți scrie „unei lidere sindicală”, nu poți să scrii nici „unei lidere agresată”.

Atenție! Există o situație în care adjectivul poate pierde acordul de caz cu substantivul la care se referă: atunci când înaintea adjectivului apare o virgulă. Exemplu: „mii de oameni au demonstrat în sprijinul unei lidere sindicale, *agresată* de poliție cu patru zile în urmă”. Tot ce urmează după virgulă se referă la un subiect implicit, care nu mai este la cazul genitiv: „mii de oameni au demonstrat în sprijinul unei lidere sindicale, (*lideră*) *agresată* de poliție cu patru zile în urmă”.

4. Folosirea greșită a cazului infinitiv

„... capacitatea Uniunii Europene de a absoarbe noi membri...”. (Gabriela Langada, corespondent special la Parlamentul European - Radio România Actualități, Emisiunea „24 de ore”, 03.04.2006, ora 22:28).

„Deputatul UDMR, Toro Tibor, aflat pe lista politicianilor cu dosar de urmărit la Securitate, a declarat sambătă pentru NewsIn că prioritatea CNSAS trebuie să fie deconspirarea foștilor ofițeri și angajați ai Securității, neglijăți intenționat în acest moment, pentru a crea confuzie.” (R.A. - Ziua, 14.08.2006).

Corect: „pentru *a se crea* confuzie”, la modul impersonal, căci din frază lipsește subiectul acțiunii (nu se spune cine îi neglijează intenționat pe foștii ofițeri și angajați ai Securității).

5. Folosirea greșită a adverbului „ca”

„M-am identificat prin muzică cu maestrul, care m-a iubit ca și pe propriul fiu și prin mine el va exista” (Paul Surugiu, cântăreț cu numele de scenă Fuego, despre poetul Grigore Vieru, în Montajul intitulat „Când sunt adevărați, poeții nu au moarte”, semnat de Maria Sârbu, Oana Bâltoc și Roxana Ancuța, în *Jurnalul Național*, 19.01.2009, p. 4-5).

„... precum și cu PDL și PSD, ca și partide care formează alianța aflată la guvernare” (Emil Boc, Prim-ministrul României, în declarația de presă de la Palatul Parlamentului din 2 februarie 2009, după întâlnirea cu grupurile parlamentare ale PDL și PSD – Radio România Actualități, Emisiunea „Radiojurnal”, 02.02.2009, ora 16:05).

Corect: „care m-a iubit *ca pe* propriul fiu”.

Conform gramaticii limbii române, adverbul „ca” (din lat. *quam*) se folosește în două situații: **I.** Când se compară două sau mai multe lucruri, ființe, situații; **II.** Când se compară o noțiune cu ea însăși. În ediția din 1998 a *Dicționarului Explicativ al Limbii Române* (DEX '98) cele două situații sunt particularizate și ilustrate prin următoarele exemple:

I) 1. „La fel cu”, „cum (este)”, „precum (este)”, „după cum (este)” – exemplu: *o carte ca cea din raft*; „parcă” – exemplu: *ca (și) cum*; „cât” – exemplu: *înalt ca bradul*; **2.** „Aproape”, „cam”, „aproximativ”; „în curând” – exemplu: *ca mâine(-poimâine)*; „de puțin timp” – exemplu: *ca ieri(-alaltăieri)*; **3.** „Decât” – exemple: *e mult mai frumos ca acesta*; *e mai mare ca tine*.

II) 1. „În felul...”, „cum e obiceiul”, „cum se știe” – exemple: *tinerii, ca tinerii, se zbenguiesc*; *ziua, ca ziua, trece vremea mai repede*; **2.** „În calitate de...”, „fiind...” – exemplu: *el înainte, ca ghid, iar noi după*

el, ca vizitatori; 3. „Cu privire la...”, „în ce privește...” – exemplu: *ca formă, lucrarea este bine prezentată*; „În loc de...”, „drept...” – exemplu: *se poate socoti ca răsplată*; 4. „Cum”, „precum”, „așa”, „bunăoară” – exemplu: *animale sălbatice, ca: râși, urși, vulpi*. (a se vedea și <http://dexonline.ro/search.php?cuv=ca>).

În ultimii ani, „inteligenta lingvistică” a multor români a născocit o formă de evitare a eventualelor cacofonii care s-a răspândit cu o viteză uluitoare: introducerea din principiu a lui „și” după fiecare „ca”. Evident, este o soluție de maximă comoditate, căci adevărata inteligență lingvistică ar trebui să ne ajute să anticipăm în timp util o eventuală cacofonie și să o evităm prin re-formulare (ca dovadă că această soluție exprimă o slabă inteligență lingvistică stă și faptul că în discursul citat mai sus, Paul Surugiu o folosește când spune „m-a iubit ca și pe propriul fiu”, dar nu sesizează că puțin înainte face o cacofonie: „prin muzică cu”).

În exemplul pe care l-am dat mai sus nu mai e vorba de jurnaliști, ci de o vedetă din *showbiz*. Adevărul este că nici în presa scrisă, nici în cea audio-vizuală această greșeală nu s-a cronicizat (de obicei, ea apare, ca și în cazul de față, atunci când este reprodus discursul cuiva care nu este jurnalist). Dar caracterul endemic al acestei agresiuni asupra limbii literare ne determină să o semnalăm; la urma urmei, este vorba despre un atac la structura logică a limbii române și, prin consecință, la gândirea românilor. De curând am întâlnit tineri care nici nu înțeleg în ce constă greșeala, chiar dacă le este explicată cu tact și cu răbdare; pur și simplu, când au venit pe lume l-au găsit pe „ca și” deja instalat, li se pare firesc să-l folosească. De aceea, majoritatea tinerilor, inclusiv studenți, se exprimă cu dezinvoltură în felul următor: *o carte ca și cea din raft; înalt ca și bradul; el înainte, ca și ghid, iar noi după el, ca și vizitatori; ca și formă, lucrarea este bine prezentată; se poate socoti ca și răsplată* (cititorul va fi sesizat că m-am folosit de exemplificările găsite în DEX '98).

În limba română, expresia „ca și” este o alocuțiune adverbială cu sensul „la fel ca”; ori spunem „ca și...” ori spunem „la fel ca...” (de aceea este greșită expresia „la fel ca și”, care este o dublare, asemănătoare cu „tot la fel”). Astfel, noi am folosit-o corect cu câteva rânduri mai sus, când am scris: „ea apare, ca și în cazul de față, ...”; puteam să scriem, la fel de corect: „ea apare, *la fel ca* în cazul de față, ...”.

Pentru a vedea cum se folosesc corect cele două expresii sinonime – „la fel ca” și „ca și” – vom reproduce un pasaj din traducerea (nesemnată) a articolului „Istoria va fi mai blândă cu George W. Bush” semnat de Marc A. Thiessen (*Wall Street Journal*, 20 ianuarie 2009), publicată în *Adevărul*, 21.01.2009, p. 18): „Chiar dacă Bush a comis erori în perioada mandatului său, el a realizat, *ca și* Truman, un palmares de succese (...). *Ca și* Truman, la începutul Războiului Rece, Bush a stabilit direcția de mers a națiunii americane (...). *La fel ca* Truman în cazul Coreei, Bush a dus un război nepopular în Irak (...)”; este evident că cele două expresii sunt intersanjabile.

6. Dezacordul de gen în folosirea pronumelor și adjectivelor posesive

„Progresele Bulgariei în domeniul justiției și a luptei împotriva corupției sunt mai limitate...” (cu referire la Raportul Preliminar prezentat de Comisarul Uniunii Europene pentru Extindere, Olli Rehn, în ziua de 3 aprilie 2006). (Alexandra Andon, redactor - Radio România Actualități, Emisiunea „O zi într-o oră”, 04.04.2006, ora 18:57);

„Minutul 26 a partidei, scor zero la zero...” (Transmisie de la meciul de fotbal dintre Pandurii Târgu Jiu și Steaua București, din seara de 3 mai 2006.) (Ilie Dobre - Radio România Actualități, Emisiunea „Sport 100%”, 03.05.2006, ora 20:29);

„... Consilul de Securitate a Națiunilor Unite...” (Redactor - Radio România Actualități, „Radiojurnal”, 04.07.2006, ora 07:07).

„... minutul 24 a partidei Albania-Romania...” ; „... minutul 62 a partidei Albania-Romania...” ; „... sunt prezente 14 mii de spectatori” (Nicolae Soare - Radio România Actualități, Transmisia de la Tirana a meciului de fotbal Albania-România, 06.09.2006 - orele 21:00-22:45);

7. Dezacordul de gen în folosirea pronumelor de întărire

„... însăși Stolojan a afirmat că...” (declarație cu privire la o eventuală moțiune de cenzură înaintată de PSD în vara anului 2006) (Sorin Oprescu, senator PSD - Radio România Actualități, „Radiojurnal”, 19.05.2006, ora 16:01).

8. Dezacordul de număr în folosirea pronumelor și adjectivelor posesive

„Nu merită nota 10, întrucât sistemul bancar nu a fost capabil să anticipeze efectele crizei și nici pe cele ale normelor de creditare a Băncii Naționale (...), explică reprezentantul KTD Invest.” (Alexandra Tămășan, „Băncile încheie 2008 cu media 7,5”, în *Adevărul*, 24.12.2008, p. 44).

Din textul publicat de *Adevărul* rezultă că ar fi vorba de... „creditarea Băncii Naționale” (!), pentru că singurul substantiv feminin la singular care precede articolul posesiv „a” este „creditarea”. În realitate,

autorul textului a vrut să spună „pe cele ale normelor de creditare *ale* Băncii Naționale”, unde articolul posesiv se referă la „normele de creditare”, care sunt la feminin-plural.

Este clar că autorul textului a făcut un dezacord de număr. Dar nu e clar cine este autorul textului: ziarista de la *Adevărul*, Alexandra Tămășan, sau președintele societății de consultanță financiară KTD Invest, Iulian Panait? Dacă acesta a răspuns în scris la ancheta ziarului (practică foarte răspândită în presa românească), dezacordul îi aparține și nu face obiectul discuției noastre – responsabilitatea comunicățională a celor care sunt calificați (și plătiți) pentru a comunica în spațiul public. Ziaristei Alexandra Tămășan îi rămâne vina de a nu fi corectat textul trimis de reprezentantul KTD Invest sau, și mai grav, de a-l fi corectat... incorect.

„Noi am demarat procedurile de arestare ale lui Serghei Gorbunov...” (Liviu Naghi, purtătorul de cuvânt (!) al IPJ Brașov – Realitatea TV, 01.02.2009, ora 21:05).

9. Dezacordul de gen în folosirea numeralelor

„... s-au tras douăzeci și unu de salve de artilerie...” (relatare despre a 80-a aniversare a zilei de naștere a Reginei Elisabeta a II-a, 21 aprilie 2006) (Redactorul emisiunii - Radio România Actualități, Emisiunea „24 de ore”, 21.04.2006, ora 22:25);

„... doisprezece mii de oameni locuiesc în această zonă” (cu referire la zona afectată de explozia de la Cernobil din 1986). (Declarație tradusă în românește a unui reprezentant al organizației Green Peace.) (Traducătoarea - Radio România Actualități, 28.04.2006, ora 11:20);

„... americanii ar putea organiza și ei un concurs între cele cinzeci și una de state”. (Intr-o discuție cu Dan Manoliu despre ediția 2006 a concursului Eurovizion.) (Andrei Bartoș - Radio România Actualități, „Antena Top”, 01.06.2006, ora 15:22);

„... la București sunt douăzeci și una de grade” (*intro*-ul emisiunii „Radiojurnal”). (Redactorul emisiunii, Radio România Actualități, 05.06.2006, ora 16:00);

„... urmează un minut de cultură... și douăzeci și unu de secunde...” (Redactorul emisiunii - Radio România Actualități, „Matinal”, 14.07.2006, ora 08:50);

„La fața locului au sosit reprezentanți ai unui serviciu de descarcerare care trebuie să scoată cele douăzeci și unu de persoane...” (Redactor Cristina Tiță - Radio Europa FM, Emisiunea „Știrile Europa FM”, 12.08.2006, ora 11:00);

„Conflictul, care a început cu treizeci și unu de zile în urmă...” (cu referire la conflictul militar din sudul Libanului). (Redactor Cristina Tiță - Radio Europa FM, Emisiunea „Știrile Europa FM”, 12.08.2006, ora 13:00)

„... care a cauzat moartea a treizeci și unu de persoane”. (Redactorul emisiunii „Știri” - Radio România Actualități, 16.08.2006, ora 12:00);

„Explozii simultane la douăzeci și unu de bănci din sudul Thailandei.” (Redactor Ioana Mihalcea - Radio Europa FM, Emisiunea „Știrile Europa FM”, 31.08.2006, ora 11:05).

Formularea este făcută mai întâi în *chapeau*-ul emisiunii și este reluată, identic, spre sfârșitul acesteia, o dată cu difuzarea propriu-zisă a știrii. De altfel, ea fusese făcută în aceeași formă de redactorul Gheorghe Zafiu, care anunța „știrile care contează” de la ora 11.00. Aceste repetiții sunt dovezi ale faptului că greșeala nu este o simplă scăpare; acești jurnaliști nu sunt conștienți de greșeală.

„Revanșa a venit doisprezece minute mai târziu când a readus Italia în meci, cu o lovitură de cap superbă” (Mihai Ispas, „'Leul' Marco Materazzi”, *Pro Sport*, 10.07.2006, p. 14).

Când e vorba de acordul de gen între substantiv și numeralul cardinal, redactorii de la posturile de radio și televiziune românești au probleme cu numerele ce se referă la substanțivele de genul feminin sau de genul neutru, care la plural iau forma de feminin; cele mai frecvente sunt: „persoane”, „victime”, „zile”, „ore” și „minute” (ultimul îi terorizează în special pe redactorii emisiunilor sportive, care transmit în direct meciuri de fotbal). Se poate presupune că ar fi vorba de o „organizare mentală” care ar respinge acordul de gen, ceea ce ar fi grav, fiindcă ar însemna că limba română are o logică intrinsecă prea complicată pentru o mare parte a vorbitorilor ei nativi. Refuz această ipoteză, dar nu din „patriotism”, ci fiindcă deocamdată o consider speculativă. Avansează ipoteza că la mijloc este o *insuficientă experiență a lecturii*, care nu-l ajută pe cititorul de texte să „fotografieze” mai multe cuvinte dintr-o privire; fiind centrat doar pe un cuvânt, cititorul respectiv nu poate anticipa nici forma de feminin a substantivului care urmează unui numeral.

Cu ani în urmă am recomandat patronului unui canal de televiziune să dea indicația ca toate numerele să fie scrise pe prompter cu litere. Acum le-am recomanda tuturor canalelor de televiziune să ceară, la angajare, foaia matricolă cu notele la Limba și literatura română din clasele V-VIII, pentru că structurile lingvistice de bază atunci se fixează.

„... nimeni nu știe cum va arăta România peste șase luni sau peste doisprezece luni...” (Emil Boc, Prim-ministrul României, în conferința de presă de la Palatul Parlamentului din 2 februarie 2009, după întâlnirea cu partenerii sociali – Realitatea TV, transmisie directă, 02.02.2009, ora 22:39; reluată la Radio România Actualități, emisiunea „Antena partidelor parlamentare”, 03.02.2009, ora 20:21).

„România se pregătește să afle cât a câștigat din cei doisprezece mii de kilometri pătrați din suprafața de apă disputată...” (Crainicul emisiunii „Jurnal”, TV Antena 3, 03.02.2009, ora 01:09)

10. Conjugarea după persoană a unor verbe impersonale

„Pentru a ajunge pe stadion, suporterii vor trebui să treacă prin mai multe filtre...” (Despre măsurile de securitate luate de autoritățile locale de la Bistrița înaintea meciului de fotbal dintre Gloria Bistrița și Steaua București din 6 mai 2006.) (Crainicul emisiunii - Radio Europa FM, Emisiunea ”Știrile care contează”, 06.05.2006, ora 10:03);

„...românii vor trebui să înțeleagă că legea trebuie respectată și nu ocolită”. (*Declarație politică pe tema integrării europene* în ședința plenară a Parlamentului - 17 mai 2006, după Raportul de monitorizare a României și Bulgariei din 16 mai 2006) (Călin Popescu-Tăriceanu, Premierul României - Radio România Actualități, Transmisie de la Palatul Parlamentului, 17.05.2006, ora 11:35);

„... selecționarul proaspetei campioane mondiale a folosit cuvinte mari ca să descrie succesul elevilor lui: trebuiau să arate lumii calitatea fotbalului italian și au reușit.’...” (Mihai Ispas, „Lippi, încotro?”, *Pro Sport*, 11.07.2006, p. 14).

II. GREȘELI SEMANTICE

1. Contradicții logico-semantice (oximoroane)

„... cei mai mulți (pietoni) ignoră cu bună știință regulile de circulație.” (Comisar de la Direcția Circulație a IGP - Radio România Actualități, Rubrica de circulație rutieră, 03.04.06, ora 10:10);

„... negocieri care s-au soldat fără nici un rezultat” (Ștefan Nediu, corespondentul RRA la Podgorița / Muntenegru, cu privire la negocierile dintre conducerea Republicii Muntenegru și conducerea Federației Serbia-Muntenegru, într-un comentariu transmis cu prilejul scrutinului în vederea autonomiei din 21 mai 2006 - Radio România Actualități, „Radiojurnal”, 19.05.2006, ora 22:27).

2. Tautologii (pleonasme)

„... vom cofinanța împreună...” (cu referire la lucrările de modernizare a Stadionului Național - Complexul Sportiv „Lia Manoliu” din București). Marian Videanu (Primarul General al Capitalei - Radio Europa FM, Emisiunea „Știri pe scurt”, 14.04.2006, ora 07:32);

„... i s-a mulțumit pentru aportul adus la Propășirea Marii Britanii”. (relatare despre a 80-a aniversare a zilei de naștere a Reginei Elisabeta a II-a, 21 aprilie 2006). (Redactorul emisiunii - Radio România Actualități, Emisiunea „24 de ore”, 21.04.2006, ora 22:25);

„... asteroidul va putea fi vizibil din zonele...” (Redactorul emisiunii - Radio România Actualități, „Radiojurnal”, 02.07.2006, ora 22:05);

„Serviciul nu se poate suprapune peste celelalte instituții ale statului”. (Declarație făcută de fostul director al SRI după audierea sa în comisia de specialitate a Parlamentului, în celebrul caz Omar Haysam, prin care Timofte explică de ce SRI nu a continuat să-l supravegheze pe Haysam după eliberarea condiționată din închisoare.) (Radu Timofte, directorul demisionar al Serviciului Român de Informații - Radio România Actualități, Emisiunea „24 de ore”, 22.07.2006, ora 22:15).

„... să sperăm că nu se va mai repeta istoria meciului de la Constanța...” (cu referire la meciul România-Bulgaria din 2 septembrie (2-2), când echipa României a condus până în minutul 81 cu 2-0 și a primit două goluri în numai trei minute) (Nicolae Soare - RRA, Transmisia de la Tirana a meciului de fotbal Albania-România, 06.09.2006, ora 22:34).

3. Utilizarea unor cuvinte cu sens greșit

„... este un loc în care omul simte că intră în legătură cu transcendentalitatea” (cu referire la Sfântul Mormânt de la Ierusalim). (Remus Rădulescu - Radio România Actualități, „Viața religioasă”, 04.06.2006, ora 17:56).

Evident, autorul se referă la *transcendență*, nu la transcendentalitate - care înseamnă aproape opusul transcendenței: dacă transcendentul este *dincolo* de orice experiență posibilă, de limitele realității, fiind inaccesibil cunoașterii umane, transcendentalul este *dincoace* de experiența și cunoașterea umană. Termenul *transcendental*, propus de Immanuel Kant, se referă la ceea ce este adânc îngropat în subiect și îi conferă acestuia calitatea de subiect cunoscător, ceea ce este *a priori*, adică independent de orice experiență dar făcând posibilă experiența subiectului, cunoașterea lumii de către acesta.

„La Dijon nu au mai existat posibilități pentru a face gimnastică de performanță și am renunțat să mai antrenez. Am ales audiovizualul. Conduc Compartimentul de presă și comunicații al Primăriei din Dijon” (declarație a lui Adrian Goreac, fost antrenor al lotului olimpic de gimnastică feminină al României - după Bella Karoly și înainte de Octavian Belu -, care din 1990 trăiește în Franța - interviu nesemnlat, preluat din ziarul *Hunedoreanul* care apare la Deva, în *Gazeta Sporturilor*, 01.08.2006, p. 21);

„Poate ,bâlbele’ oficialului au fost cauzate de oboseala sau de marcanta vizită pe care a facut-o acum două zile la Sofia, ne-am gândit noi. ,Chifteluța’ însă s-a mai repetat o dată, spre amuzamentul publicului și spre jena reprezentanților Delegației Comisiei Europene”. (din articolul nesemnlat „Hello, Sofia!”, în care este relatată confuzia comisarului european pentru Justiție și Afaceri Interne, Franco Frattini, aflat la București la începutul lunii august 2006, care a vorbit în fața jurnaliștilor despre „aderarea Bulgariei la Uniunea Europeană” - *Jurnalul Național*, 02.08.2006, p. 17);

„Rezultatul a arătat că un astfel de sens costă între 0,5 și 0,7 milioane de lei” (!) – Ioan Inișconi, Viceprimarul Municipiului Deva („Bătălie politică în sensul giratoriu”, în *Gândul* din 03.08.2007, p. 4).

Ce poate înțelege un cititor care nu știe că e vorba de discuțiile în jurul cheltuielilor aprobate pentru amenajarea unui sens giratoriu în Deva? Ce poate avea în cap un viceprimar care se exprimă așa?

Vorbitorul a transformat o noțiune abstractă - „sens giratoriu” - într-o noțiune concretă - „locul în care o arteră de circulație rutieră este amenajată astfel încât să permită participanților la trafic să respecte regula sensului giratoriu”. În virtutea legii economicității, această simplificare lingvistică este practică pe scară largă de vorbitorii limbii române: aproape toți spun „sens giratoriu” locului amenajat în virtutea acestei reguli de circulație: „mergeți până la sensul giratoriu și acolo faceți la stânga...” (de altfel, și titlul articolului citat, „Bătălie politică în sensul giratoriu”, exprimă o astfel de simplificare). Dar viceprimarul Devei simplifică și expresia „sens giratoriu”, crezând că formularea „un astfel de sens” o acoperă semantic; așa ajunge la aberația lingvistică „un astfel de sens costă...” (în loc de „o astfel de amenajare costă...”).

Morala: când folosim o simplificare lingvistică nu trebuie să o mai simplificăm și noi, căci există riscul ca implicitul prezent în prima simplificare, care asigură înțelesul expresiei, să dispară în cea de-a doua simplificare. Așadar, *să evităm simplificarea simplificării!*

„Ziarele ,vechi’ sau ,serioase’ (...) ajung să vândă, la un loc, cam cât ,Libertatea’ (doar 28 la sută din totalul vânzărilor pe segmentul cotidienelor).” (Iulian Comanescu, „Marile schimbări din media în 2008”, în *Evenimentul zilei*, 27.12.2008, p. 6).

În limba română există două cuvinte care au aceeași formă la singular, dar care au funcții morfologice distincte: *adjectivul* „cotidian” - cu sensul de „zilnic”, și *substantivul* „cotidian” - cu sensul de „publicație cu apariție zilnică” sau „ziar”. Dacă la singular cele două cuvinte au aceeași formă lingvistică, la plural forma lor diferă: *adjectivul* *cotidiene* (ca în expresia „probleme cotidiene”) și *substantivul* *cotidiane* (ca în expresia „publicațiile periodice sunt de mai multe feluri: anuale, semestriale, trimestriale, lunare, săptămânale și cotidiane”). Așadar, formularea corectă este: „din totalul vânzărilor pe segmentul *cotidianelor*”.

„Șomajul ridicat în rândul tinerilor în timp ce, paradoxal, în multe sectoare, companiile au dificultăți în a găsi forță de muncă” (casetă la articolul „Sarkozy amână reforma învățământului francez”, semnat de Ana-Maria Vieru, în *Adevărul*, 23.01.2009, p. 14).

A se vedea explicația din cursul de Semiotică...

„... susținând că diferendul gazelor dintre Rusia și Ucraina (...) va cunoaște o nouă escaladare într-un viitor previzibil de timp” („Rusia poate oricând să taie gazul”, în *Adevărul*, 23.01.2009, p. 15).

Formularea aberantă „într-un viitor previzibil de timp” vine din combinarea inconștientă a expresiei „orizont de timp” cu expresia „viitor previzibil” - una dintre ele fiind probabil în textul inițial, după care s-a făcut traducerea (nesemnată). Corect: „într-un orizont de timp previzibil” sau „într-un viitor previzibil” (preferabilă când te adresezi unui număr foarte mare de vorbitori ai limbii române).

4. Asimilarea inadecvată a unor termeni străini în limba română

„... dar și alte mijloace mass media”. (Redactorul rubricii "Educație prin sport, sănătate și mișcare" - Radio România Actualități, emisiunea „Studio deschis”, 05.06.2006, ora 10:45);

„... alte mijloace media...” (Teodor Atanasiu, ministrul Apărării Naționale - Radio Europa FM, Emisiunea „Știrile Europa FM”, 10.08.2006, ora 01:05);

„... modul în care l-au perceput membrii Consiliului pe domnul Nețoiu, prin intermediul mijloacelor mass media...” (Doru Giugula, prim-vicepreședinte al Comisiei de Integritate Morală și Arbitraj a PSD, declarație de presă cu privire la excluderea din partid a lui Gigi Nețoiu - Antena 3, emisiunea „Știri”, 16.01.2009, ora 23:11)

„O addenda la scârba superioară este argumentul care spune: dacă nu am făcut asta acum 15-16 ani, acum ce rost mai are?” (Cristian Ghinea, cu referire la deconspirarea de către CNSAS, în vara anului 2006, a unor dosare de informatori ai fostei Securități - *Dilema*, nr. 133, 11-17.08.2006).

Ca și în cazul cuvântului *media* (= “mijloace”), provenit tot din limba latină, nici aici nu se respectă forma de plural. Dacă în primul caz declinarea cuvântului este *medium-media*, în cel de-al doilea ea este *addendum-addenda*. Autorul este conștient că folosește un latinism, dovadă faptul că îl scrie cu font italic, și o face, probabil, din „rațiuni de imagine” (imaginea unui intelectual autentic, a cărui cultură își întinde rădăcinile până în antichitatea romană). Dar pentru cunoscători, el ratează acest „obiectiv imagologic”: le dovedește că nu controlează limba latină nici în termeni generali (declinările se predau în primul an de studiu, adică în clasa a IX-a a liceelor teoretice, indiferent de profilul acestora, „realist” sau „umanist”); altfel spus, dovedește că o folosește „după ureche”.

„Unele firme au renunțat să-și mai facă reclamă la radio și tv, alegând varianta ad-hoc!” (subtitlu la articolul semnat de Simona Simionescu, „Reducerile de sărbători nu se văd la TV, ci doar în magazine”, *Gândul*, 11.12.2008, p. 16).

Din lectura articolului reiese că prin *ad-hoc*, autoarea înțelege „la fața locului”: „Companiile sunt mai prudente când vine vorba despre cheltuirea bugetelor de publicitate, trend care se va accentua în 2009. Aceasta nu înseamnă, însă, că din magazine lipsesc promoțiile...”. Or, expresia *ad hoc* vin din limba latină, unde înseamnă „pentru aceasta” (cu sensul literar de „expres”, „cu un scop bine determinat”).

Ca și în alte cazuri, expresia *ad hoc* este folosită de majoritatea vorbitorilor instruiți ai limbii române cu un sens denaturat, iar principala cauză este tocmai faptul că aceștia sunt „instruiți”, adică au trecut prin școală. Manualele de istorie după care li s-a predat și/sau după care au învățat zeci de promoții școlare în perioada 1949-1989 conțin câteva fraze referitoare la divanele *ad-hoc* din Moldova și Țara Românească, înființate cu un singur scop: votarea unirii celor două principate – unire care a avut loc la 24 ianuarie 1859. În contextul semantic dat de aceste fraze, expresia *ad hoc* poate avea și sensurile: „pe loc”, „urgent”, „improvizat”; în absența unei explicații etimologice venite din partea autorilor de manual sau din partea profesorilor, milioane de elevi care au făcut școala în cei 50 de ani au asimilat unul dintre aceste sensuri.

Aceeași soartă o are și expresia *eminamente*, folosită în manualele de istorie în legătură cu economia României înainte de cel de-al doilea război mondial: „România era o țară *eminamente* agricolă”. Din contextul semantic oferit de frazele de dinainte și de după această frază rezultă că România era o țară *exclusiv* agricolă. Probabil că un test lingvistic realizat pe eșantion național ar arăta că cca 80% dintre vorbitorii limbii române care utilizează expresia *eminamente* o folosesc cu sensul de *exclusiv*.

„... Comisia de cultură și mijloace de comunicare în mass-media...” – reprezentantul în Parlament al Uniunii Tătarilor din România (Radio România Actualități, emisiunea „Antena partidelor parlamentare”, 02.02.2009, ora 20:24)

Aici apare o situație lingvistică diferită de cele semnalate până acu: o situație în care sintagma „mass media” este folosită cu sensul de „mase”, „masă”, „cultură de masă”. Pentru prima dată am identificat această situație la mijlocul anilor '80, la un seminar cu o grupă de subingineri de la Facultatea de Autovehicule Rutiere a Universității din Brașov (cursuri serale). Un student a spus „comunicare în mass-media”, iar când l-am întrebat ce înțelege prin „mass-media” a spus: „media [aritmetică a] cunoștințelor dintr-o societate, nivelul de cunoaștere caracteristic culturii de masă, maselor populare”. Ca să vorbim în termeni rutieri, aici a avut loc nu o dublare, ci o triplare! E vorba de trei atribuiri de sens eronate, provenite din ignoranță: 1) vorbitorul nu știa că *media* este un plural și se traduce prin „mijloace”; 2) vorbitorul nu știa că termenul „cultură de masă” nu are legătură conceptuală cu cel de „mase populare” (singura legătură fiind un cuvânt care se pronunță la fel); 3) el confunda cultura (un concept calitativ) cu nivelul de cunoștințe (un concept cantitativ), de unde și ideea bizară a... mediei aritmetice.

III. GREȘELI SINTACTICE

„De la 19 la 19.30 vă invit să ascultați Radio România Actualități pentru a urmări cea mai importantă emisiune sportivă a zilei”. (Redactorul emisiunii - Radio România Actualități, Emisiunea „100% sport”, 04.04.2006, ora 19:04).

Corect: „vă invit să ascultați Radio România Actualități de la 19 la 19.30...”, căci invitația era adresată la ora 19.04, nu „de la 19 la 19.30”...

„Serviciul de presă al președinției de la Chișinău, cât și autoritățile nerecunoscute de la Tiraspol au anunțat că întrevederea va avea loc la Palatul Copiilor din Tiraspol.” (Luminița Bogdan, „Vladimir Voronin și-a dat întâlnire la Tiraspol cu Igor Smirnov”, în *Adevărul*, 24.12.2008, p. 12).

Autoarea folosește greșit formula „atât X, cât și Y”, căci nu scrie „*Atât* serviciul de presă al președinției de la Chișinău...”, dar scrie „*cât și* autoritățile nerecunoscute de la Tiraspol”. Celor care nu știu să utilizeze această „paradigmă lingvistică” (Ferdinand de Saussure), le recomandăm înlocuirea lui „cât” cu „precum”: „Serviciul de presă al președinției de la Chișinău, *precum și* autoritățile nerecunoscute de la Tiraspol au anunțat că...”.

IV. GREȘELI STILISTICE

Cacofonii

„Dar elementul cel mai interesant al Strategiei se află rezumat într-o singură frază, cu care documentul se autocalifică ca ceva făcut în grabă”. (Mark Constantinescu, „Turismul românesc, în luptă cu el însuși” - 7 plus, 15.08.2006, p. 7);

„Doresc să încep cu o remarcă care cred, totuși, că se impune”. (Călin Popescu Tăriceanu, Prim-ministrul României, intervenție politică dedicată prezentării Raportului comisarului UE pentru extindere, Olly Rehn, prin care

Uniunea Europeană a confirmat aderarea Bulgariei și României la 1 ianuarie 2007 - Radio România Actualități, Emisiunea „Obiectiv România”, 26.09.2006, ora 17:05).

„Dacă ar fi adevărat, activitatea sa s-ar încheia cu un gust amar, având în vedere înfrângerea în fața Norvegiei” (Adina Blaj, „Apus de soare la Națională!”, cu subtitlul „Pentru Huțupan și Amariei, meciul de azi cu Croația va fi ultimul în tricolor”, *Adevărul*, 13.12.2008, p. 21).

V. GREȘELI DATORATE IGNORANȚEI

Ignoranța cu privire la date istorice

„Cunoscutul sociolog Max Weber susține în revista *Newsweek* că Obama este foarte charismatic, iar acest lucru îi aduce un neobișnuit de mare avantaj politic”. (Viorica Marin, „Joe Biden este îngrijorat pentru Baraack Obama”, în *Adevărul*, 24.12.2008, p. 14).

Sociologul Max Weber nu avea cum să se refere la Barack Obama, din simplul motiv că între moartea celui dintâi și nașterea celui de-al doilea au trecut peste patru decenii: Weber a murit în 1920, iar Obama s-a născut în 1961. Singura presupunere plauzibilă care ar putea explica această enormitate este că Viorica Marin a tradus un text dintr-o limbă pe care nu o stăpânește, iar ignoranța ei cu privire la unul dintre cei mai mari sociologi din istorie nu a ajutat-o să corecteze eroarea strecurată în înțelegerea textului.

Așa se întâmplă când se întâlnesc incompetențele din mai multe domenii, e un caz banal. Dar nu e banal faptul că astfel de incompetenți ajung să fie angajați în redacțiile unor mari cotidiane, unde lucrează pentru dezinformarea publicului.
