

**DISCURSUL ELECTORAL  
ÎN LIMBA ROMÂNĂ ACTUALĂ**

**O ABORDARE COGNITIV-SEMANTICĂ**



**MONICA CEZARINA ILIE**

**DISCURSUL ELECTORAL  
ÎN LIMBA ROMÂNĂ ACTUALĂ  
O ABORDARE COGNITIV-SEMANTICĂ**



**EDITURA UNIVERSITARĂ  
București**

Colecția FILOLOGIE

Referenți științifici: Prof. univ. dr. Alexandru GAFTON  
Prof. univ. dr. Ștefan GĂITĂNARU  
Conf. univ. dr. Cosmin CĂPRIOARĂ

Redactor: Gheorghe Iovan  
Tehnoredactor: Ameluța Vișan  
Coperta: Monica Balaban

Editură recunoscută de Consiliul Național al Cercetării Științifice (C.N.C.S.) și inclusă de Consiliul Național de Atestare a Titlurilor, Diplomelor și Certificatelor Universitare (C.N.A.T.D.C.U.) în categoria editurilor de prestigiu recunoscut.

**Descrierea CIP a Bibliotecii Naționale a României**

**ILIE, MONICA CEZARINA**

**Discursul electoral în limba română actuală : o abordare cognitiv-semantică** / Monica Cezarina Ilie. - București : Editura Universitară, 2022

Conține bibliografie

ISBN 978-606-28-1406-9

81

DOI: (Digital Object Identifier): 10.5682/9786062814069

© Toate drepturile asupra acestei lucrări sunt rezervate, nicio parte din această lucrare nu poate fi copiată fără acordul Editurii Universitare

Copyright © 2022  
Editura Universitară  
Editor: Vasile Muscalu  
B-dul. N. Bălcescu nr. 27-33, Sector 1, București  
Tel.: 021.315.32.47  
www.editurauniversitara.ro  
e-mail: redactia@editurauniversitara.ro

Distribuție: tel.: 021.315.32.47 / 0745 200 718/ 0745 200 357  
comenzi@editurauniversitara.ro  
www.editurauniversitara.ro

## CUPRINS

**PREFAȚĂ (P. Gh. Bârlea) / 7**

**INTRODUCERE / 12**

1. Argument / 12
2. Obiectivele cercetării / 13
3. Campaniile discursive mediatizate / 14

### **CAPITOLUL I**

**Repere conceptuale / 19**

- 1.1. Comunicarea politică / 19
- 1.2. Opinia publică și structurile comunicaționale / 30
- 1.3. Polivalența conceptului de „discurs” / 36
  - 1.3.1. Argumentare și persuasiune / 36
  - 1.3.2. De la lingvistică la analiza discursului / 46
  - 1.3.3. Discursul politic și *mass-media* / 52

### **CAPITOLUL AL II-LEA**

**Bazele logico-lingvistice ale generării discursului / 62**

- 2.1. Repere ale teoriei enunțării / 62
- 2.2. Formațiunea discursivă / 69
- 2.3. Perspectiva semiolingvistică / 72
- 2.4. Impactul actelor de vorbire / 77

### **CAPITOLUL AL III-LEA**

**Analiza cognitiv-discursivă – între sintaxă și semantică / 82**

- 3.1. Analiza informatizată a discursului / 82
- 3.2. Analiza predicativă propozițională (APP) / 83
- 3.3. Analiza propozițională a discursului (APD) / 86
- 3.4. Analiza cognitiv-discursivă (ACD) / 89
- 3.5. Informatizarea analizelor: *Tropes* / 89

### **CAPITOLUL AL IV-LEA**

**Structuri pragmatice în discursul „prezidențialelor” din 2019 / 101**

- 4.1. Corpusul de texte / 101
- 4.2. Discursul candidaților / 105

- 4.2.1. Etapa precampaniei sau „*Am decis să...*” / 106
- 4.2.2. Turul întâi sau „rafalele” discursive / 130
- 4.2.3. Rezultatele primului tur și discursul de autodefinire / 160
- 4.2.4. Turul al doilea sau radicalizarea structurilor discursive / 161

**CONCLUZII / 171**

**BIBLIOGRAFIE / 176**

**ANEXĂ / 183**

## PREFAȚĂ

Petre Gheorghe Bârlea

Lucrarea propusă de Monica Cezarina Obagiu Ilie tratează o temă fertilă prin natura ei, căci discursul electoral, „specie” a discursului politic, oferă câmp nelimitat de analiză lingvistică și ideologică, în strânsă legătură una cu alta, din nenumărate perspective teoretice și prin aplicarea celor mai felurite grile practice. Noutatea demersului de față constă în aplicarea modelului analizei cognitiv-discursive – relativ bine cunoscut în domeniul filologic, în forma sa „tradițională” – într-o variantă inedită în spațiul românesc al cercetării de specialitate. Este vorba despre aplicarea instrumentalizată electronic, printr-un soft creat special pentru analiza discursului, și anume, prin Programul „Tropes”.

Desigur, autoarea pornește tot de la achizițiile mai vechi ale științelor cuvântului și capitolele de infrastructură teoretică – nu mai puțin de trei la număr, ca și cum s-ar fi temut că cititorii nu vor reuși să înțeleagă mecanismele de funcționare și interpretările oferite de acest program cibernetic – reprezintă incursiuni sintetizate și bine integrate în cunoscutele domenii moderne ale științelor cuvântului. Sunt prelucrate, în primul rând, datele pragmalingvisticii, prin adaptarea la materia de studiu de aici a contribuțiile unui precursor ca Émile Benveniste și ale fondatorului, John Langshaw Austin. Acestea sunt suprapuse unor principii ale generativismului lingvistic de tip chomskian și completate cu datele cognitivismului american și european (în versiunile școlilor de la Bruxelles și Geneva), apoi cu cele ale analizei discursului. De data aceasta, perspectiva este filosofică, deși termenii de referință rămân structurile verbale, de la cuvinte și sintagme-cheie, la enunțuri și fraze cu semnificații social-politice și cu ecouri conotative interpretabile în cheie pragmatică. Mai exact, în centrul acestor abordări se află cadrul de analiză practicat de Michel Foucault.

Toate acestea constituie, în demonstrația Monicăi Obagiu Ilie, baza pe care s-au construit grilele de analiză din care s-a născut Programul „Tropes”. Autorii lui, ca și autorii cărților de referință care i-au demonstrat eficiența sunt mai degrabă psiholingviști și sociolingviști, începând cu Rodolphe Ghiglione și elevii săi, dar materia de studiu rămâne aceeași: sistemul lexico-semantic, clasele și categoriile morfologice, structurile sintactice, cu baza lor logico-formală și, nu în ultimul rând, semnificațiile pragmatico-

stilistice extrase din acestea. Ca de obicei, când apare o metodă nouă de cercetare, ceea ce se schimbă în mod vizibil este în primul rând metalimbajul. Terminologia de specialitate creează impresia deplasării centrului de interes spre alte domenii ale cunoașterii umane, căci se vorbește despre „formațiuni discursive”, „universuri”, „aspect intradiscursiv” și „limbi interdiscursive”.

De fapt, programul cibernetic operează cu obișnuitele clase și categorii lexico-gramaticale pe care le codifică orice gramatică, fie ea descriptiv-normativă, structural-semantică, generativă sau pragmatico-discursivă: substantive, adjective, verbe, apoi singular-plural; trecut-prezent-viitor; activ-pasiv ș.a.m.d. Din analizele discursului deja clasicizat, în contextul evoluției rapide a științelor cuvântului (chiar dacă nu atât de rapidă ca evoluția ciberneticii) se reiau conceptele de „discurs enunțiativ”, „argumentativ vs descriptiv”, „dialogic vs narativ” ș.a.m.d.

Ceea ce aduce cu adevărat nou utilizarea softurilor IT în analiza discursului este cantitatea foarte mare de texte care pot fi despuiate într-un timp record. Practic, autoarea lucrării în discuție aici a folosit drept corpus de lucru nu mai puțin de 225 de texte-discurs de dimensiuni diferite, fără a mai pune la socoteală și reluările, citările trunchiate și, mai ales, comentariile gazetărești sau ale analiștilor politici.

Pe de altă parte, dacă softul este bine programat, *listele de cuvinte-cheie* și ierarhizările, grupările, conexiunile cu care operează computerul pe baza cuvintelor și sintagmelor respective pot da imagini neașteptate ale emițătorilor, în primul rând, dar și ale contextului social-politic care asigură generarea acestor discursuri, în al doilea rând. Desigur, toate operațiile pot fi făcute și cu mijloacele tradiționale. Un bun lingvist, dotat nu numai cu solide cunoștințe de gramatică și de stilistică, ci și cu răbdare benedictină, cum sunt atâția, nu are probleme să citească printre rânduri și să sintetizeze profilul emițătorului și reacțiile receptorilor în mod realist și convingător. Dar softurile computerelor fac mult mai repede aceste operațiuni, pe cantități mari de material lingvistic, deschizând fronturi largi de interpretare analistului uman.

Căci, la urma-urmelor și rezultatele oferite de programul „Tropes” sunt utile în măsura în care interpretarea finală aparține unei persoane care își folosește aptitudinile și capacitățile obișnuite, iar verdictul depinde de subiectivitate acestuia. Dar programul cibernetic te obligă să vezi aglomerarea de verbe de un anumit tip, de exemplu (de stare, de mișcarea, de reflexivitate etc.) și gruparea lor într-o anumită parte a „hărții” cognitive a discursului. Altfel spus, mașina influențează subiectivitatea și libertatea de gândire a omului.



De exemplu, cercetarea Monicăi Obagiu Ilie dovedește că, deși aparent atacurile lui Theodor Paleologu erau îndreptate împotriva Vioricăi Dăncilă, în realitate emițătorul era mai preocupat de personalitatea unor adversari care păreau de aceeași parte a baricadei cu el: Klaus Iohannis și Dan Barna. De asemenea, rămânând la aceleași scurte și puține discursuri ale autointitulatului „dascăl-eventual-președinte” Th. Paleologu, stilul livresc cu aluzii culturale la Antichitatea greco-latină este împănăt cu perifraze, cu definiții prin sinonimie și comparații revelatoare, cu propoziții subordonate de tip apozitiv explicativ, care dovedesc că emitentul respectivelor fraze nu avea încredere nici măcar în cultura micului său cerc de susținători, necum în aceea a publicul larg.

În analiza secvențelor de intradiscursivitate și interdiscursivitate, programul utilizat dovedește rapid și cu material lexico-semantic și morfosintactic bogat, ordonat în schemele vizuale prestabilite (în formă de stea, de romb, de piramidă etc.) că discursul protagoniștilor din etapa finală a alegerilor, *id est* Viorica Dăncilă și Klaus Iohannis, este construit oarecum simetric în oglindă, în sensul că fiecare își alege tema și stilul pe baza reperelor din activitatea celuilalt. Mai precis, nerealizările unuia devin realizările celuilalt, promisiunile unuia generează certitudinile celuilalt ș.a.m.d. În fapt, analiza „universurilor”, cum sunt numite în metalimbajul programului *Tropes* – reprezintă ceea ce noi numim „câmpuri semantice” sau doar câte o „familie de cuvinte” și probează realitatea tristă că nici candidații din primul tur al alegerilor și, din păcate, nici cei din turul final nu au avut cu adevărat un fundament ideologic clar conturat și o strategie de acțiune concretă și realistă. Despre o viziune convingătoare – nici vorbă! Schemele generale de *Tropes* scot în relief ceea ce știm cu toții: se vehiculează fie concepte generale, abstracțiuni de tipul „binele public”, „dezvoltare”, „progres” etc., fie domenii generale care continuă să se afle în grea suferință, indiferent de etapa campaniei și de măiestria discursului: „sănătate publică”, „sistemul de învățământ”, „rețeaua de comunicare”, „siguranța cetățeanului”.

Ceea ce face în plus acest program, când este bine mânuit de un cercetător, este să arate că toate aceste domenii, numite deseori printr-o sinecdocă de tipul „concret pentru abstract”, „partea pentru întreg”, „particularul pentru general”, se succed într-o ordine aleatorie. Graficele generale de programul „*Tropes*” dezvăluie mai mult automatisme retorice decât progrese reale în gândirea, căci înlănțuirea termenilor-cheie este haotică, lipsită total de coerență logico-sintactică. Astfel, se vorbește despre „bunăstare” și „siguranța cetățeanului”, despre „măriri de salarii și pensii”, dar așezarea în context a acestor deziderate concrete arată o totală lipsă de

ancorare în realitatea contextului social-politic și economic românesc, ca și absența vreunei urme de viziune generală și de strategie realistă concretă.

Statisticile oferite ilustrează obsesiile vorbitorilor, dar și incoerența gândirii lor, falsitatea imaginii pe care încearcă să și-o construiască. Pentru că asta face un asemenea program cibernetice, utilizat din perspectivă lingvistică: pune în lumină personalitatea vorbitorului, prin reliefaarea incongruențelor și fracturilor dintre materialul lexico-semantic și structurile logico-sintactice. Schemele grafice arată clar că nu există o trecere rațională de la general (obiective generale) la particular (obiective operaționale) și nici invers, de la necesități stringente, de extremă urgență, la obiective pe termen lung. Se vede clar cum nici un actor politic nu are curajul să-și asume măsuri concrete imediate, impopulare, dureroase, pe timpul mandatului său, dar care ar conduce – logic, legic, științific – spre beneficii fundamentale pentru întreaga societate românească, pe termen lung. Acel termen s-ar situa, bineînțeles, într-o altă legislatură, roadele și laurii reușitei ar fi culese de alți politicieni, poate din opoziția de astăzi, căci în politică sorții sunt foarte schimbători, iar decidenții de astăzi nu vor să ofere un asemenea cadou altora, indiferent cine ar fi aceștia (adică, nici chiar dacă ar fi vorba despre propriii lor urmași). Rezultatul unei asemenea gândiri este veșnica sacrificare a interesului public, al „binelui general” atât de frecvent clamat în discursurile electorale.

Analiza cognitivă semantico-discursivă arată cum „binele” ipotetic este plasat totdeauna într-un viitor nedefinit, așa cum o demonstrase Umberto Eco în textul despre discursul din societăților bazate pe conducere autoritară, pornind de la formulele de tip „*Ave, Caesar, imperator, morituri te salutant!*”

Așadar, analiza filologică a discursului poate să evidențieze gândirea reală și personalitatea veridică a emitentului, dar și situația generală a societății în care acesta se manifestă, dacă luăm în considerare ideea de „discursivitate” lansată de Michel Foucault. Este adevărat că, uneori, contribuțiile strict filologice se pierd în hățișul determinărilor sociologice, psihologice, istorice care definesc în mod normal discursul politic de orice fel, inclusiv pe cel electoral.

În lucrare există un capitol care pare mai degrabă potrivit pentru o analiză din domeniul științelor politice. Este vorba despre Cap. 1. *Repere conceptuale*, în care termenii operaționali sunt „comunicarea politică”, „opinie publică”, „argumentare și persuasiune” etc. Se vede clar aici că autoarea filolog a simțit nevoia să clarifice în primul rând pentru sine concepte care înglobează știința și arta cuvântului, dar care au fost apropiate de alte științe, termeni care conferă caracterul practic, aplicat, a ceea ce va deveni obiectivul central al cercetării – discursul politic-electoral. Lungi

considerații teoretice despre aceste concepte, cu citate din celebri filosofi, politologi, sociologici etc., au rostul de a arăta în ce măsură tot ce înseamnă organizarea social-politică se bazează pe cuvânt. De altfel, structurile comunicaționale puse în discuție vizează deseori forme subtile de manifestare a forței cuvintelor. De exemplu, vorbind despre argumentare și persuasiune în manipularea opiniei publice, autoarea arată că metafora nu are doar rolul de a orna o zicere – deși este foarte important și acest rol central –, ci reprezintă o formă de identificare și definire a unei realități. Dacă spunem că programul de măsuri prefigurat de candidații politici de diverse culori apare „încețoșat”, receptorii vor înțelege că obiectivele și promisiunile promotorilor se conturează vag, neconvingător, fără speranță în mai bine. De astfel, la un moment dat, vorbindu-se despre entimemă, ca formă a silogismului de tip aristotelic (& 1.3.1.), se arată că o metaforă suplinește ceea ce lipsește dintr-un raționament clasic integral – adică o premisă sau concluzia, concentrându-le, de fapt, în esență sa de asociere nedeclarată a două elemente ale realității definite metaforic.

În privința stilului lucrării, expunerea este clară și convingătoare, chiar și în capitolele de infrastructură teoretică, în care lungile referințe la diverși specialiști, din diverse domenii care au legătură cu analiza discursului, par foarte încărcate. Fraza este cel puțin corectă, dacă nu și plastic construită. Dezvoltarea ideilor este formulată pe un ton sobru, echilibrat, adaptat unei cercetări științifice de nivelul avansat.

Autoarea și-a atins scopul declarat: realizarea unei radiografii a societății românești actuale, prin prisma discursului electoral. Iar acest discurs pune în lumină maturitatea limbii române literare standard din etapa actuală a evoluției sale. Emițătorii structurilor discursive reușesc să-și exprime opiniile și intențiile, prin mânăuirea mai mult sau mai puțin abilă a resurselor lexico-semantice, gramaticale și pragmatico-stilistice ale limbii. Dar s-a obținut chiar ceva în plus: prin analiza cognitiv-semantică asistată de calculator, aceste discursuri pot reda mai mult decât și-ar fi dorit semnatarilor respectivelor texte. Interpretate din perspective multiple, ele probează absența viziunii și a competențelor manageriale chiar din faza premergătoare alegerii pe funcții de conducere. Altfel spus, asemenea analize au un rol social mai mare decât ar fi dispuși cei implicați în cursa pentru funcții publice să-l accepte.

Autoarea deschide și căi noi de cercetare, sugerând disponibilitățile de aplicare a metodei de analiză cognitiv-discursivă și pe alte tipuri de texte, precum și valorificarea rezultatelor astfel obținute în deciziile luate în viața publică românească.

# INTRODUCERE

## 1. Argument

Lucrarea de față este, după știința noastră, prima încercare în cercetarea românească din acest domeniu de analiză a discursului politic din perspectiva unui model digitalizat. Am ales ca temă discursul electoral – editat mediatic – al candidaților la alegerile prezidențiale din România, din noiembrie 2019. Corpusul rezultat cuprinde 225 de texte, culese din toate fazele procesului electoral, începând cu pre-campania și terminând cu ecurile de după turul al doilea.

Din perspectiva dimensiunii textuale, lucrarea se bazează pe cel mai mare corpus cercetat până astăzi la noi, grație controlului pe care îl permite analiza asistată de calculator.

În sensul acesta, cercetarea noastră a putut fi „globală”, adică nu s-a limitat la o abordare punctuală, precum funcționalismul, temele discutate, construcția imaginii candidaților etc. Altfel spus, demersul de față depășește toate încercările de analiză asistată electronic de până acum, fie și numai prin amploarea corpusului și prin diversitatea aspectelor discursive tratate: ideatică, pe de o parte, lingvistică (morfologică, sintactică, semantică, stilistică), pe de altă parte, cu necesare apeluri la situația statistică a structurilor analizate.

Modelul propus de noi, deja cu tradiție în alte țări, este cel al *analizei cognitiv-discursive* (Rodolphe Ghiglione, Christiane Kekenbosch și Agnès Landré, 1995), aplicat în versiune automatizată de către Pierre Molette și Agnès Landré, și îmbogățit, din rațiuni didactice și de cercetare, cu *analiza cronologică* pe baza *teoriei rafalelor și episoadelor* (Mathieu Brugidou, Pierre Le Quéau, 1995; 1999), cu analiza *stilului* (Patrick Charaudeau) și cu date ale *metodei statistice*. Programul rezultat se numește „Tropes” și a fost adaptat pentru textele din limba română de către Pierre Molette și Dan Caragea, la UEFISCDI (ultima versiune fiind 8.2 din 2015).

Originalitatea lucrării constă și în posibilitatea complexă de realizare a comparației discursurilor (de exemplu, Viorica Dăncilă *versus* Klaus Iohannis), de-a lungul întregii campanii, după un număr mare de criterii, care nu lasă loc interpretărilor subiective.

Deși, așa cum am afirmat, programul oferă doar datele pe care cercetătorul este obligat să le interpreteze, obiectivitatea cercetării crește enorm: doi cercetători, independenți unul de celălalt, analizând același corpus, vor ajunge la concluzii similare. Este cu neputință ca unul să vadă o temă mai importantă decât alta sau ca programul unuia să decidă că stilul unui candidat este enunțiativ, iar al altuia – argumentativ, dacă lucrurile nu stau chiar așa.

Acesta este și motivul pentru care sperăm ca cercetarea de la noi să se bazeze în viitor tot mai mult pe astfel de modele robuste, sprijinite de programe informatice.

## 2. Obiectivele cercetării

Când afirmăm că, după câte am reușit să ne documentăm noi, modelul digitalizat al analizei discursului nu a fost încă aplicat în cercetarea românească ne referim, evident, numai la lucrările din domeniul filologiei<sup>1</sup>.

Am ales ca temă discursul electoral editat mediatic al candidaților la alegerile prezidențiale din România, din noiembrie 2019, din trei motive: a) am fost impresionati (nu neapărat pozitiv, în principiu) de numărul mare de candidați înscriși în cursa prezidențială; aceștia au produs, firește, o mare cantitate de discursuri – vizibil mai multe decât programele reale de acțiune propuse în respectivele intervenții verbale; b) am sperat să găsim și o diversitate tipologică pe măsură, în ceea ce privește structurile discursive, „arsenalul” retoric-stilistic și tot ce înseamnă știința și arta cuvântului – obiectul ultim al interesului nostru; c) discursurile respective erau foarte proaspete (practic, simultane cu finalizarea documentării teoretice pentru lucrarea noastră; aceasta însemna că puteam descifra mai ușor contextul supralingvistic al mesajelor, puteam înțelege mai bine aluziile, ironiile și tot ce înseamnă elemente de subtext, metatext etc., adică ceea ce în pragmalingvistică se numește „context academic”, *id est*: suma cunoștințelor care facilitează fluxul comunicațional.

Din câte am putut cerceta, nu s-a scris încă nicio altă lucrare cu această temă, poate tocmai datorită faptului că s-a scurs prea puțin timp de la respectivul scrutin. Din păcate, nici așteptările noastre nu au fost într-

---

<sup>1</sup> O analiză comparabilă, oarecum, a realizat Daniela Gâfu, 2010. Dar perspectiva este preponderent sociologică, psihologică și politologică, nu lingvistică, iar corpusul de texte pe care se bazează este selectat din discursurile primului deceniu al secolului nostru, cu diferențe vizibile de mentalitate și de limbaj față de cele de acum. Pe de altă parte, pe atunci (chiar dacă a trecut doar un deceniu de „atunci”) încă nu se știa mare lucru despre programele de analiză informatizată, autoarea folosind softuri aflate la temelie programelor actuale.

totul satisfăcute de prefirarea materialului de studiu impresionant prin dimensiuni și prin actualitatea sa. Elementele dominante au fost afirmațiile generale, „susținute” deseori de lipsa aproape totală de viziune. În consecință, s-au lansat așa-zise programe practice de acțiune de tot inconsistente, nerealistice, neconvingătoare. În plan strict discursiv, agresivitatea și incoerența verbală au ținut loc de argumentare logică și de energia și eleganța verbală care ar fi trebuit să impresioneze auditoriul<sup>2</sup>.

În pofida tuturor acestor scăderi, discursul electoral românesc de la finalul celui de-al doilea deceniu al mileniului trei oferă modele de structurare lingvistică a mentalităților și realităților românești interesante, dacă acceptăm concepția lui M. Foucault despre *discurs*: acesta înseamnă ceea ce gândește, ceea ce înfăptuiește și ceea ce spune o comunitate umană, la un moment dat. De la acest mod de definire a conceptului central al temei noastre am pornit la drum în investigația de față.

### 3. Campaniile discursive mediatizate

Odată cu instalarea definitivă la putere a telecrației<sup>3</sup> și a presei online, campaniile electorale au devenit, mai întâi de toate, campanii discursive mediatizate, presa impunând cadrele de referință și relevanță, altfel spus, monitorizând discursul politic. Acest fenomen este cu atât mai semnificativ în fostele țări comuniste, datorită ponderii alegătorilor volatili și a efortului prin care trusturile de presă, alinate politic, doresc să o controleze.

În România, alegerile prezidențiale din anul 2019 au avut două tururi (10 și 24 noiembrie), în primul tur participând paisprezece candidați, dintre care opt nu au reușit să treacă de pragul de 3%. Cei mai mulți au avut parte de procente subunitare, motiv pentru care nici noi nu le-am acordat prea mult spațiu în analiză.

Din punctul de vedere al organizării compoziționale, am împărțit lucrarea în mai multe capitole, pe care socotim potrivit să le descriem pe scurt în rândurile următoare.

În primul capitol vom aborda *reperele conceptuale* ale acestei lucrări. Este vorba despre acele concepte care permit schițarea spațiului de referințe în care ne înscriem. Așadar, dacă ne-am figura spațiul ca o realitate

---

<sup>2</sup> Slaba calitate a conținutului și a expresiei discursului prezidențial nu a fost „întrecută” decât de încă mai recente discursuri din campania „localelor”, generate după încheierea cercetării noastre de fond. De data aceasta, nici măcar receptorii nu par să fi fost mai activi, căci criticile profesioniste și comentariile pertinente au fost cât se poate de sărace. În mod paradoxal însă, un electorat ce părea obosit de vorbe goale și prost întocmite s-a prezentat la urne într-un procent mai mare decât la alegerile precedente.

<sup>3</sup> Concept lansat de P. Charaudeau și R. Ghiglione, în 2005.

determinată de trei axe (x, y, z) corespunzătoare unei dezvoltări tridimensionale, atunci orice edificiu conceptual se va înscrie într-un sistem de trei coordonate. În cazul nostru, axele generatoare au fost *comunicarea politică, opinia publică și discursul*.

*Comunicarea politică* este o temă la modă în aceste timpuri și se referă la condițiile și tipurile comunicării în sfera politică. Față de alte epoci, se constată astăzi o dislocare a *mass-mediei* în centrul vieții sociale. Accesul la informație îi face pe oameni să fie tot mai dependenți de mijloacele de comunicare, care își asumă un rol nu doar de prelucrare și difuzare, ci și de control și condiționare a vieții sociale. Mai mult, societatea contemporană cere oamenilor să se implice în construcția democrației prin participare și alegere rațională. Însă legitimarea democrațiilor contemporane implică comunicarea, iar acest proces este pe deplin controlat. Vom demonstra acest lucru insistând asupra conceptului de „democrație deliberativă” și a rolului tot mai evident al *mass-mediei* în comunicare nu doar ca mijloc, ci și ca instanță de prelucrare și transformare a mesajului politic în bun public.

Al doilea reper conceptual este *opinia publică*. Este adesea percepută ca o realitate unitară, aglutinată, construită prin consens între indivizi. Funcția politică de bază a opiniei publice este însă definirea criteriilor de organizare și funcționare a societăților, fiind adesea o instanță de control pentru buna funcționare a statului. Și din perspectiva acestui concept, vom ajunge din nou la raportarea la *mass-media*, care face ca opinia publică să apară atât în procesul politic, cât și, prin sondaje, în controlul și autoreglarea acestuia. Astăzi, imaginea de monolit a opiniei publice a fost spulberată, auzindu-se tot mai des o multitudine de voci publice, ale mozaicului social.

*Discursul*, conceptul cel mai legat de tema noastră, va fi studiat, mai întâi, din perspectiva argumentării și persuasiunii. Vom încerca o succintă prezentare retorică a teoriei argumentării, de la Aristotel la Perelman. Ca act de comunicare, argumentarea este înțeleasă ca mesaj pe care oratorul intenționează să-l transmită publicului, urmărind să-i câștige adeziunea. Firește, este vorba despre credințe, și nu despre evidențe. Arta de a seduce prin cuvânt ține atât de personalitatea celui care vorbește, cât și de expresivitatea discursului său. Argumentarea înseamnă în cele din urmă persuasiune, convingere, atât rațională, cât și emoțională. Valoarea argumentării constă în logica după care sunt structurate argumentele, în cunoștințele pe care se bazează, în autoritățile la care se recurge și, evident, în datele care sunt folosite drept probe. Mergând mai departe, ajungem la seducție și la mecanismele care pun în evidență *pathosul*. În acest fel, argumentația și discursul se reunesc într-un act pasional de cucerire a publicului. Nu interesează sentimentele oratorului ca persoană, ci doar acelea pe care reușește să le trezească în public. În sfârșit, vom discuta tot

aici și *ethosul*, altfel spus reputația oratorului, formată din calitățile, curajul și credibilitatea acestuia. În lucrarea noastră, relația dintre orator și publicul său este o relație de putere, controlată politic. Secțiunea se încheie cu câteva reflecții asupra persuasiunii și a faptului că studiul discursului, din perspectivă retorică, implică o analiză a acestuia în trei dimensiuni: dialectică, etică și estetică.

A doua parte a secțiunii dedicate discursului schimbă perspectiva retorică cu una lingvistică și se intitulează *De la lingvistică la analiza discursului*. În considerațiile noastre, ne oprim la E. Benveniste, la conceptul său din 1970, și anume, la aparatul de enunțare formală. Vom trece apoi prin teoriile lui Michel Pêcheux (1975) și Jean-Jacques Courtine (1981), pentru a ajunge la Michel Foucault (1969), primul teoretician care a fundamentat din multiple perspective noțiunea de „enunț”.

În ultima secțiune a subcapitolului dedicat discursului, vom aborda, pentru o mai bună clarificare, *discursul politic electoral și mass-media*. Discursul politic electoral are, ca primă caracteristică, un set de trei elemente: captarea atenției („aplauzele de întâmpinare”), atacul și apărarea. O a doua este apelul constant la emoționalitatea publicului. A treia caracteristică ține de buna defnire a conceptelor utilizate pentru a nu genera echivoci. Lupta pentru semnificații (Ce înseamnă democrația?) este cel mai bun exemplu. În fine, a patra caracteristică constă în faptul că discursul este direcționat și intenționat. Ne vom ocupa apoi, mai în detaliu, de *mass-media* în viața noastră de toate zilele, din perspectiva discursivă: tratamentul știrilor, intervențiile în campaniile electorale, personalizarea politicii, spectacolul politic etc. Un ultim aspect: mediatizarea, adică transformarea comunicațională a politicului prin intermediul *mass-mediei*, care nu mai este doar o tehnologie de difuzare, ci un mecanism complex de producție și control cu ajutorul cuvintelor și al imaginilor.

Capitolul al doilea al lucrării are în vedere prezentarea principalelor teorii care au fost absorbite în modelul nostru teoretic descris în capitolul următor. O tranziție bruscă spre prezentarea modelului, fără o descriere a preocupărilor anterioare, ni s-a părut insuficientă.

Prima secțiune va fi dedicată *teoriei enunțării*, întrucât problema înțelegerii enunțului și a condiționărilor sale trebuie să fie avută în vedere de abordările interpretative. Vom relua, așadar, conceptele de „*enunț/enunțare*”, sprijinindu-ne pe teoriile unor specialiști cum ar fi Benveniste (relația *eu-tu*), apoi Bahtin și Pêcheux, la care enunțarea depinde de factori sociali și istorici.

Al doilea concept este „*formațiunea discursivă*”, analizat după Foucault și Pêcheux, întrucât acesta ne conduce spre relațiile pe care le putem stabili între discurs și ideologiile subiacente. Ajungem astfel la



„intradiscurs” și „intrediscurs”, în analiza spațiului discursiv, cu observații preluate din Courtine sau D. Maingueneau.

Al treilea subcapitol, dedicat *teoriei semiolingvistice*, scoate în evidență o serie de caracteristici ale subiectului mai ales din perspectivă socială. Teoreticianul la care facem cel mai des referire este P. Charaudeau, întrucât pe lucrările acestuia se bazează și teoria stilurilor, adoptată în modelul nostru analitic. „Contractul comunicațional” (un alt concept fundamental) depinde de trei componente specifice actului de limbaj: nivelul situațional, nivelul comunicațional și nivelul discursiv. Pentru explicarea contractului comunicațional, Patrick Charaudeau are în vedere contractul de comunicare cu informații *mass-media*.

În sfârșit, în secțiunea a patra vom aborda *teoria actelor de vorbire*. Am procedat aici la o oarecare revizuire a conceptelor lui Austin și Searle, pe care le-am adaptat teoriei lui Daniel Vanderveken, din punct de vedere strict teoretic. În practica analitică, vom privilegia analiza unor acte de vorbire precum *critica* și *promisiunea*, frecvent întâlnite în discursul politico-electoral.

Capitolul al treilea va fi dedicat *analizei cognitiv-discursive* propriu-zise, pe temeiul căreia vom cerceta discursul candidaților la alegerile prezidențiale din 2019. Este vorba despre un model propus de Rodolphe Ghiglione, Christiane Kekenbosch și Agnès Landré, în 1995, care are avantajul de a fi fost automatizat în programul „Tropes”, instrument indispensabil analizei noastre.

Analiza cognitiv-discursivă își propune să găsească o unitate cognitivă pentru tratamentul informației primite de receptor și o unitate sintactică aptă să facă posibilă decuparea propozițională a discursului receptat de acesta. La baza acestui model analitic stau două dezvoltări anterioare: *analiza predicativă propozițională* (Kintsch și van Dijk, 1978) și *analiza propozițională a discursului* (Ghiglione și colab., 1991), pe care le vom prezenta în datele lor esențiale.

Vom detalia apoi *informatizarea modelelor analitice*, altfel spus, programul „Tropes”, care permite o analiză morfosintactică, semantică și stilistică a corpusurilor. Cele mai importante funcționalități pentru lucrarea noastră sunt *scenariul* (în terminologia autorilor, clasificarea semantică și ierarhică a referințelor), *relațiile* dintre acestea, *repartiția* lor în discurs, studiul verbelor împărțite în *factive*, *stative* și *reflexive* (verbe care exprimă activități cognitive, afective, volitive etc.), al pronomelor personale (îndeosebi persoana I, în alternanțele de tipul „eu-noi-voi”), al modalizatorilor (adverbe) și al conectorilor. În sfârșit, vom lua în discuție decizia programului asupra *stilului* discursiv (enuțiativ, descriptiv, narativ și argumentativ, conform teoriei lui Charaudeau).

Capitolul al patrulea este partea de contribuție strict originală a lucrării noastre, întrucât este consacrată punctual textelor produse în limbajul politic electoral, cu ocazia alegerilor prezidențiale din anul 2019. Mai întâi, vom aborda problematica selectării corpusului (condițiile de construcție, operații, organizare). Textele mediatice preluate de pe Web au fost colectate în dosare personale, atribuite fiecărui candidat, și împărțite în patru categorii, conform cronologiei alegerilor: a) precampanie; b) turul I; c) rezultate; d) turul II.

Partea a doua a acestui capitol cuprinde analiza discursului candidaților în cele patru momente ale evoluției alegerilor. Am pornit de la premisa că schimbările de forțe petrecute de la o etapă la alta în confruntarea candidaților (respectiv, a partidelor politice) au impus reorganizări interne la nivel discursiv: reconfigurări de „ținte” (umane și tematice), cu așteptate schimbări de vocabular și de ton, cu radicalizarea unor poziții și abandonarea altora etc. În faza de pre-campanie vom analiza discursul celor paisprezece candidați, în turul I vom restrânge analiza (invers proporțional cu sporirea complexității fiecărui tratament) la cei șase candidați care au reușit să treacă pragul de 3%, la restul neputându-se corela impactul discursiv cu răspunsul alegătorilor la numărarea voturilor. În sfârșit, după o scurtă prezentare a declarațiilor candidaților la aflarea rezultatului din primul tur, vom rezerva ultima secțiune analizei comparate a discursului candidaților din turul al doilea.

Lucrarea se va încheia cu unele *Concluzii*, urmate de *Bibliografie* (cărți și articole științifice), precum și de lista articolelor folosite în analiză, repartizate, conform dosarelor, pe fiecare candidat.

Cu speranța că am reușit să realizăm o lucrare destul de originală în partea de aplicare a programului informatic pe texte recente și că vom putea jalona o manieră fertilă de analiză automată a discursului politic în limba română, diferită față de încercările și de realizările de valoare de până acum<sup>4</sup>, așteptăm de la cei în drept observațiile care se vor impune, fără îndoială, indispensabile la început de drum.

---

<sup>4</sup> Lucrarea lingvistei Rodica Zafiu, *Limbaj și politică*, București, 2007, rămâne un model de analiză a structurilor verbale prin care se construiește discursul politic în limba română, din perspectivă diacronică și sincronică.

# CAPITOLUL I

## REPERE CONCEPTUALE

### 1.1. Comunicarea politică

Ca mai toate conceptele cu care operăm în domeniul vast al științelor umane și sociale, „comunicarea politică” este deopotrivă un termen evident, dar și obscur. Evident, pentru că îl putem folosi intuitiv, fără să simțim nevoia unei explicații sau a căutării înțelesului său în dicționare. Obscur, pentru că nu îl putem defini decât tautologic: comunicarea politică este comunicarea care se manifestă în sfera politică. În plus, cei familiarizați cu domeniul ar putea scoate în evidență o pleoră de semnificații în funcție de diferitele contexte de folosire, precum și fundamentul său profund interdisciplinar.

Într-o introducere în acest nou domeniu de cercetare, Brian McNair arată că dificultatea elaborării unei definiții universal acceptate provine din faptul că ambii termeni ai sintagmei – „comunicare” și „politică” – „sunt deschiși spre o diversitate de definiții, mai mult sau mai puțin cuprinzătoare”. (McNair, 1995, p. 16). La rândul său, Dominique Wolton arată că din juxtapunerea a două concepte definite ambiguu „nu poate rezulta decât ceva incert” (Wolton, 1995, *apud* Briciu, 2017, p. 8).

Vom observa mai întâi că atât „comunicare”, cât și „politică”, termenii pe care se sprijină „comunicarea politică”, pot fi raportați la ideea de „comunitate”. După cum se știe, „comunitate” și „comunicare” își au originea în cuvântul latinesc: *communis* („comun”) care, la rândul său, este înțeles ca o contopire de două cuvinte: *cum* („împreună”) și *munis* („obligație”) sau *cum* („împreună”) și *unus* („unu”), ceea ce explică temeiul apartenenței la o comunitate: sensul unității și solidarității, conferit de colectivitate, împreună cu obligațiile și responsabilitățile impuse de aceasta. John Dewey a scos în evidență legătura care unește acești trei termeni: „comun”, „comunitate”, „comunicare”.

*„Mulți oameni trăiesc într-o comunitate pe temeiul lucrurilor pe care le au în comun, iar comunicarea este forma prin care reușesc să stăpânească lucrurile pe care le au în comun. Ceea ce trebuie să aibă în comun pentru a forma o comunitate sau o societate sunt obiectele,*

*crediințele și aspirațiile, cunoștințele, în fine, o înțelegere comună.*” (Dewey, 1916, p. 1-2)

Viața în comunitate implică, în primul rând, intenția comună, clar exprimată verbal și comportamental, de înfăptuire a unor acțiuni comune; în al doilea rând, trebuie să existe un larg set de idei, credințe, judecăți care ne apar ca diverse și contradictorii. Politica nu ne oferă doar soluții de coordonare și cooperare, ci și soluții de control și de aplanare a conflictelor. David Miller enumeră trei elemente care pun în evidență legătura profundă dintre politică și comunicare: persuasiunea, negocierea și mecanismul luării deciziilor. Pentru a ajunge la mecanismul luării deciziei colective, este nevoie să-i putem convinge pe ceilalți și să putem negocia cerințele celor implicați. Astfel, comunicarea devine un mijloc esențial, mediator, de a face ca politica să se înfăptuiască. (cf. Miller, 1987, 390)

În sintagma „comunicare politică”, „politica”, sub formă adjectivală, este atribuită comunicării, altfel spus, avem de-a face cu un anume tip de comunicare, studiată preponderent de către specialiștii în comunicare. Alteori i se atribuie comunicării un rol instrumental în universul politicii. Comunicarea politică este înțeleasă ca o tehnică în activități precum „marketingul politic”. Este neîndoios o perspectivă falsă, care confundă comunicarea politică cu politicile de comunicare și care vizează comunicarea strategică cu un public de alegători considerați, în esență, consumatori.

Există, firește, și alte interpretări care pot fi amintite. De exemplu, comunicarea politică poate fi asociată formelor discursive, în înțeles foucaultian, adică țesăturii de semnificații generate de conceperea puterii ca fapt eminentemente rațional.

În fine, o altă formă, complet diferită, are în vedere comunicarea politică asociată unui proces prin care subiecții își construiesc normele după care să se desfășoare viața în comunitate.

Chiar dacă se poate argumenta în favoarea unei anumite autonomii a comunicării și a politicii, suntem nevoiți să acceptăm că există ceva care unește cele două sfere conceptuale, ambele având în vedere aspecte legate de viața în comun, de comunitatea umană, de putere, conflict și schimbare.

A gândi comunicarea politică în epoca actuală înseamnă să avem în vedere comunicarea așa cum s-a dezvoltat aceasta în secolul trecut, devenind, preponderent, o comunicare mass-mediatică. Această retrospectivă nu poate fi făcută fără să ne referim și la schimbările profunde, structurale, petrecute mai ales în ultimii douăzeci de ani ai secolului trecut.

Nici comunicarea și nici politica nu pot fi înțelese în afara a ceea ce le unește: comunicarea politică sau ceea ce Jay Blumer și Dennis Kanvanagh numesc „mediul societal al comunicării politice” (Blumer; Kanvanagh,