

*velarizarea prin z (dz), velarizarea prin [t], [d], [n], [r], velarizarea prin [t], velarizarea prin [r], fenomene de hipercorectitudine, durificarea lui [r], grupuri de consoane și alte fenomene în domeniul consonantismului.*

În concluzie, evidențiem că lucrarea autoarei Luminița Drugă se constituie într-un studiu riguros, privind dezvoltarea limbii române literare din prima jumătate a secolului al XVII-lea. Elementele de noutate constau în rafinamentul lingvistic, în eleganța expunerii și a abordării *Cazaniei* lui Varlaam.

În anul Varlaam și nu numai, prezenta lucrare devine o sursă vie de cunoaștere a fenomenelor lingvistice din perspectivă atât diacronică, cât și sincronică, prin faptul că sunt oferite modele de analiză a textului *Cazaniei* (vezi și vol. II). Munca pe text, extragerea și interpretarea asiduă a faptelor lingvistice, din punct de vedere fonetic (în volumul I), morfologic și lexical (volumul al II-lea) reprezintă modele de abordare temeinică a limbii române literare.

Semnalăm că nu mulți autori procedează într-o manieră asemănătoare; majoritatea doar extrag texte pe care le propun analizei lingvistice, fără a oferi modele de analiză<sup>1</sup> a acestora.

Mihaela Buzatu

Facultatea de Litere, Universitatea din Bacău  
România

**Stelian DUMISTRĂCEL, Limbajul publicistic românesc din perspectiva stilurilor funcționale**, Iași, Institutul European, 2006, 278 p.

Cartea cercetătorului ieșean Stelian Dumistrăcel, reputat specialist în domeniul cercetării limbii (cu preocupări diverse: de la dialectologie și antropologie culturală până la discurs jurnalistic) și profesor universitar apreciat, reprezintă o lucrare de referință de care vor trebui să țină seama cei interesați de stilistica funcțională în general și, mai ales, cei interesați de specificul limbajului publicistic.

Lucrarea, compusă din trei părți, are ca punct de plecare cercetarea unei probleme generale de pragmatică a comunicării, și anume analiza interacțiunii dintre emițător și destinatar în cadrul discursului public, atenția fiind îndreptată, cu precădere, asupra elementelor de construcție prin care se urmărește și se realizează *feedback*-ul. În acest sens, obiectul investigației l-a constituit prezența, în limbajul publicistic, a enunțurilor aparținând discursului repetat, pornindu-se, așadar, de la conceptul coșerian de „discurs repetat” (în continuare: DR), reprezentat de tot ceea ce este, în vorbirea unei comunități, expresie mai mult sau mai puțin fixă (citate celebre, expresii și locuțiuni, clișee etc.).

De altfel, se poate aprecia că, în momentul de față, ideile lui E. Coșeriu referitoare la DR au fost dezvoltate de Stelian Dumistrăcel sub cel puțin trei aspecte, evidențiate în preocupări vizând: [a] clasificarea speciilor din sfera DR; [b] stabilirea tipurilor de modificare a enunțurilor aparținând DR; [c] analiza efectelor stilistice și din sfera pragmaticii generate de modificarea acestor enunțuri.

În prima parte a lucrării, intitulată *În căutarea funcției relevante*, Stelian Dumistrăcel se ocupă de identificarea unei funcții specifice limbajului publicistic. Respectând principiul tradiției (recomandat în cercetare de Eugeniu Coșeriu), autorul revine la fondatori (în mai multe rânduri), pentru început recuperând *faticul* în accepțiunea sa originală, adică reevaluând conceptul „phatic communion” așa cum apare acesta la antropologul Bronislaw Malinowski (drept manifestare complexă pe plan social a interacțiunii lingvistice, ceea ce reprezintă, în fond, intenția de a menține sentimentul comunității, al solidarității) și corelându-l apoi cu funcția de apel a

<sup>1</sup> Să se vadă în acest sens și o altă lucrare a autoarei Luminița Drugă: *Limba română literară veche. Repere de analiză*, Editura EduSoft, Bacău, 2006.

limbajului, adică a semnului întrebuițat într-un act lingvistic concret (determinată de Karl Bühler). Concluzia care se impune este că „*textul jurnalistic se resimte de atracția instituirii unei ,comuniuni fatice’ sui-generis, ale cărei manifestări textuale pot fi atribuite unei funcții ,fatice’ ca o componentă a funcției ,de apel’ a discursului, de factură manipulative, orientată, dincolo de instaurarea empatiei, spre seducerea și chiar incitarea directă a receptorului*” (p. 30).

O altă contribuție remarcabilă pe care o descoperim aici este originala re-proiectare, cu caracter de sinteză, a structurii stilurilor funcționale. În delimitarea acestora, cercetătorul pornește de la distincțiile operate de trei iluștri înaintași: Aristotel, Ion Heliade Rădulescu și Karl Bühler. Rezultă, în baza relației dintre „funcții” (după Bühler – denotarea, manifestarea și apelul), „uzuri” (după Aristotel – uzul științific, cel poetic și cel practic), respectiv „limbi” (după Heliade Rădulescu – „limba științei sau a duhului”, „limba inimii sau a sentimentului” și „limba politiciii”), doar trei stiluri funcționale: stilul tehnico-științific, stilul beletristic (prezente în toate clasificările de până acum și acceptate de toți specialiștii) și *stilul comunicării publice și private*. După o serie de distincții (după diverse criterii: raporturile dintre emițător și receptor, faticitatea, tipul enunțării), Stelian Dumitrăcel determină și poziția limbajului publicistic, ca specie a discursului public, acesta, la rândul-i, fiind subgen al stilului comunicării publice și private literare. Ca aplicație pentru conceptul de registru, specialistul ieșean tratează limbajul epistolar, după care abordează, într-o secțiune aparte, problema „*antecesoarelor orale și ,populare’ ale stilurilor și limbajelor literare*”.

Partea a doua, „*Faticitatea*” în acțiune, cuprinde analize referitoare la modul în care enunțurile aparținând discursului repetat sunt convocate în titlurile din presă (din perspectiva unui „contract de comunicare” pe fond de empatie, seducție și incitare) și destructurate / restructurate după regulile „figurilor de construcție” formulate de Quintilian și cunoscute sub numele de „quadripartita ratio” (*adiectio, detractio, immutatio și transmutatio*) – pentru prima dată aplicate, de Stelian Dumitrăcel, la problemele frazeologiei. Materialul discutat, prezentat după respectivele figuri de (re)construcție, este doar o selecție, întrucât, așa cum precizează însuși autorul, în prefață, această lucrare se află în raport de complementaritate (și dependență) cu (de) o altă carte, apărută între timp, *Discursul repetat în textul jurnalistic. Tentația instituirii comuniunii fatice prin mass-media* (Editura Universității „Al. I. Cuza”, 2006).

Cea de-a treia parte, cea mai întinsă, sub numele *Limbajul publicistic din perspectiva contractului de comunicare. Radiografii*, adună o serie de contribuții ale autorului vizând, în special, unele greșeli (sau, cum eufemistic le numește Stelian Dumitrăcel, „câteva categorii de fapte deviate”) a căror pernicioasă stăruință poate fi constatată în exprimarea orală și/sau scrisă a jurnaliștilor contemporani. Dintre acestea, amintim tratarea lor în secțiuni precum: *Avataruri ale pronunției și ale scrierii (Germana în suferință, Scrierea „emailată”, Sedilele autorității etc.)*, *Deictice pseudoperformante și interferențe ale registrelor (În luptă cu „deci”, „Haideți” moderator etc.)*, *Sub semnul modelului și al clișeului*, și una intitulată *Mozaic de actualitate (Vișadevie, Urbi et orbi, Eleva România etc.)*, capitolul încheindu-se cu „deziderate și avantaje ale respectării clauzelor unui contract”. Comentariile sunt deosebit de pertinente (vezi, de pildă, paginile dedicate abaterilor de la norma „limbii exemplare” din pronunțarea unor oameni de televiziune, care nu puteau scăpa urechii unui dialectolog), delectând prin ironia fină ce le străbate și (de ce nu?) printr-o anumită savoare stilistică pe care nu mulți cercetători o posedă.

Rod al unor preocupări de mai bine de un deceniu, cartea profesorului ieșean se adresează nu doar lingviștilor, ci și studenților de la jurnalism sau jurnaliștilor practicanți care pot descoperi aici principii și elemente-cheie privind „patria” lor, adică limba română, cu determinarea ulterioară a limbajului publicistic.

Cristinel Munteanu  
*Universitatea „Constantin Brâncoveanu” Pitești, Filiala Brăila  
România*