CZU: 81’42:070
ORCID: 0000-0002-0413-6461
DOI: 10.5281/zenodo.3419596

Ana FERAFONTOV
Universitatea de Stat din Moldova
(Chișinău)

EXPRESIVITATEA LIMBAJULUI ÎN PAMFLETUL PUBLICISTIC

Language expressivity of pamphlet

Abstract: Pamphlet discourse is composed of a series of expressive means that generate different meanings and lead to the overall message configuration. Irony is the basic element of pamphlet, outlining the author’s attitude toward the speaking subject and influencing the publicist’s attitude. Stylistic markers, oral elements, stylistic devices, word games are means of increasing the pamphletexpressivity.
Keywords: pamphlet, expressiveness, vocabulary, strong language, register, irony, sarcasm, stylistic devices, stylistic markers.

Rezumat: Discursul pamfletar se compune dintr-o serie de mijloace expresive, care generează semnificații și conduc la configurarea semnificației generale a mesajului. Ironia este elementul de bază al pamfletului, exteriorizând atitudinea autorului față de subiectul abordat și influențând atitudinea publicului. De asemenea, mărcile stilistice, elementele oralității, figurile de stil, jocurile de cuvinte constituie mijloace de sporire a expresivității în discursul pamfletar.
Cuvinte-cheie: pamflet, expresivitate, lexic, limbaj violent, registru, ironie, sarcasm, figuri de stil, mărci stilistice.

Pamfletul este o specie hibridă, aflată la granița dintre literatură și jurnalism, care „stigmatizează anumite tare morale, concepții politice retrograde, negative, aspecte ale realității sociale, trăsături de caracter ale unei persoane etc. Pamfletului îi este caracteristică violența verbală, satira, caricatura, sarcasmul; el nu explică, nu demonstrează, ci acuză, valoarea sa dându-i-o tăria convingerii, temperamentul pasional.” [1]. Devenind treptat un instrument tot mai mult utilizat în lupta politică și cucerind tot mai mult spațiul publicistic, pamfletul acumulează un șir de mijloace care îi sporesc expresivitatea, în scopul atragerii și menținerii atenției publicului.

În spațiul occidental se vehiculează ipoteza declinului pamfletului, existând opinia că în contextul minimizării violenței și al „civilizării” câmpului politic, pamfletul nu mai constituie un instrument esențial în competiția politică. De exemplu, Ch. Le Bart afirmă că „pamfletul nu mai este în vogă” („le pamphlet est passé de mode”), subliniind rarefierea acestei specii („la raréfaction du pamphlet”) [6]. De asemenea, C. Passard afirmă că „declinul genului pamfletar … pare a se confirma”[7].

BDD-A30397 © 2019 Academia de Științe a Moldovei
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.143 (2026-11-18 21:58:15 UTC)

În spațiul românesc pamfletul cunoaște o răspândire considerabilă în perioada actuală, fiind practicat de către publicişti precum: Mircea Dinescu, Andrei Pleşu, Cristian Tudor Popescu, Lelia Munteanu, Tudor Octavian, Alex Ștefănescu, Doru Bușcu ș.a. În Republica Moldova această specie publicistică se leagă în special de numele lui Constantin Tănase şi Viorel Mihail.

Având în vedere că presa cultivă emoția, este evident că expresivitatea reprezintă o trăsătură de bază a pamfletului, care îi asigură conectarea cu publicul şi „supraviețuirea" în spațiul publicistic. Fiind o specie publicistică de opinie, pamfletul trebuie să fie atractiv, plin de expresivitate şi elemente inovative, întrucât urmărește să convingă, să atragă de partea emițătorului, să influențeze atitudinea receptorului față de anumite situații sau persoane. Pamfletarii mânuiesc un şir de mijloace prin care urmăresc să amplifice expresivitatea discursului, pentru a surprinde publicul, a-l sensibiliza şi a-i cuceri adeziunea.

Pentru a urmări manifestarea expresivității în pamflet, am ales cinci texte reprezentative: Lelia Munteanu (*Regina Angliei, la masă cu Prințul Haosului. Onoruri şi huiduieli,* martie 2018) – L.M., Tudor Octavian (*Cei care îşi iubesc sărăcia,* 2012) – T.O., Constantin Tănase (*Pisica rusească papă şoareci românești,* 2009) – C.T., Mircea Dinescu (*La schi cu taica Iohannis,* martie 2018) – M.D., Doru Bușcu (*În paharul lui Juncker stă, tăcut, un nou lidér,* martie 2018) – D.B. Criteriile care au stat la baza selectării textelor a fost actualitatea acestora şi varietatea mijloacelor de sporire a expresivității.

Elementul de bază al pamfletului îl constituie *ironia*, care generează ambiguitate şi confuzie, ce stârnesc râsul. Ironizarea situațiilor negative nu produce emoții negative receptorului, ci dimpotrivă, urmărește să binedispună, să facă haz de necaz [3], după cum observăm şi în exemplul ce urmează:

„Consiliul European ... cu un *aparat birocratic perfect*, capabil să satisfacă orice *capriciu european* ..." (D.B) – în special cuvântul „perfect" stârnește umorul, întrucât se afirmă inversul: într-o instituție de așa nivel nu ar trebui să existe niciun fel de birocrație, cu atât mai mult „perfectă". De asemenea, ironia rezultată din sintagma „capabil să satisfacă orice capriciu european" are rolul de a-i plasa în ridicol pe „capricioşii" europeni, care sunt obişnuiți ca totul să corespundă celor mai înalte standarde.

În unele contexte ironia trece în *sarcasm*, căpătând un accent răutăcios, care nu doar stârnește umorul, dar constituie un atac direct. În acest sens este relevant exemplul următor: „Azi nici vulturii nu mai pot zbura, că s-au îngrăşat, stau «la sol» şi prind muște" (C.T.) – enunț sarcastic prin care sunt atacați liderii politici şi oamenii de cultură care altădată stăteau fermi pentru dreptate, apărând onoarea şi valorile patriei, iar acum s-au complăcut în compromis şi nu mai au vigoarea de altădată, de aceea nu le rămâne decât să se ocupe de lucruri minore.

Printre mijloacele de augmentare a forței expresive textuale se numără utilizarea mărcilor oralității şi a figurilor de stil (în special a metaforei).

Mai întâi de toate, trebuie să menționăm că, pe lângă limbajul standard, pamfletele conțin numeroase mărci stilistice, care le conferă o expresivitate sporită:

BDD-A30397 © 2019 Academia de Științe a Moldovei
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.143 (2026-11-18 21:58:15 UTC)

– *Cuvinte familiare*: *belea* (nevoie, năpastă), *naiba* (dracul), *lihnit (de foame), ifos* (mândrie excesivă), *june* (și *înv*., tânăr), *spălățel* (cu aspect și ținută îngrijită), *spăsit* (smerit), *gurist* (solist vocal), *ochelarist* (persoană care poartă ochelari), *a catadicsi* (a găsi de cuviință);

– *Cuvinte și expresii populare*: *boccie* (cu trăsături grosolane, urâte), *obidă* (întristare adâncă, durere sufletească), *taică* (tată), *musai* (neapărat), *ăl* (acela), *doftor* (doctor), *vraci* (medic), *opăreală* (iritație a pielii), *geaba* (degeaba), *de-aia* (de aceea), *a zice în dodii* (a vorbi fără șir), *a lăsa de izbelişte* (a lăsa la voia întâmplării, fără supraveghere), *pantalonii în vine* (lăsați mai jos de talie);

– *Argouri*: *meclă* (față), *a cobzări* (a avea contact sexual);

– *Regionalisme*: *bojdeucă* (casă țărănească mică, sărăcăcioasă), *a coborî cu hârzobul din cer* (a fi superior altora, privilegiat);

– *Jargoane*: *ciumățică* (maladie cu transmitere sexuală);

– *Ocazionalisme*: *pesedist* (membru al Partidului Social-Democrat), *adjunctivită* („boala" de a fi adjunct).

Cuvintele familiare, cuvintele populare, argourile și regionalismele, alături de alte elemente ale oralității, stabilesc un contact între emițător și receptor, deoarece prin acestea pamfletarul se plasează la același nivel cu publicul și permite o „comunicare" mai familiară. Totodată, mărcile stilistice menționate, în special ocazionalismele, contribuie la originalitatea textului, constituind un element de noutate.

De asemenea, merită menționate *incidentele metatextuale*, care indică asupra prezenței emițătorului în discurs: „Au coborât cu hârzobul din cer, *ce să mai spunem*?" (M.D.), „Să profităm, *zic*." (D.B.), „*asta spun*, că nu există întotdeauna soluții care ameliorează", „*vorba ceea*" (T.O). Prin intermediul acestor construcții, emițătorul stabilește și menține legătura cu receptorul, se plasează la același nivel cu receptorul, devine mai convingător și personalizează discursul.

Un rol important în maximizarea expresivității în cadrul pamfletelor îl au *figurile de stil*, care inundă genul pamfletar și contribuie la configurarea originală a sensurilor. În mod special în limbajul pamfletar apare metafora, care plasticizează mesajul, exercitând mai multe funcții – conativă, expresivă, sarcastică. În lucrarea *Ipostaze ale metaforei în discursul media* [2], cercetătoarea A. Bârîcă demonstrează că, printre strategiile verbale de atingere a obiectivelor în presă, metafora jurnalistică ocupă un loc central. Metafora este un mijloc eficient de sporire a expresivității limbajului în textul publicistic. „Marele avantaj al metaforei constă în faptul că este una dintre cele mai puternice «imagini lingvistice ale lumii», un mijloc necesar de surprindere şi concretizare a realităţii, dar şi de însuşire de noi cunoştinţe pe care investigarea acesteia ne permite să le căpătăm." [8] Metaforele prezente în pamflete au rolul de a frapa cititorul, surprinzând prin noutatea asociației și complexitatea construcției, după cum vedem din exemplele ce urmează:

„Prințul Haosului" (L.M.) – domină tot textul și îl presupune pe prințul Arabiei Saudite, Mohammad bin Salman, care este prezentat ca prinț „al haosului" din motivul lipsei sale de cunoștințe și experiență în domeniul conducerii, care încearcă să facă pace și ordine în țară, dar de fapt generează un haos în țară și în relațiile cu alte țări;

BDD-A30397 © 2019 Academia de Științe a Moldovei
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.143 (2026-11-18 21:58:15 UTC)

„Arabia Saudită e o acvilă cu ouă de aur” (L.M.) – pune în evidență valoarea relațiilor dintre Marea Britanie și Arabia Saudită: pentru Marea Britanie parteneriatul cu Arabia Saudită este foarte avantajos, motiv pentru care este gata să accepte unele „neplăceri” legate de acest parteneriat; „Frâiele regatului” (L.M.) – metafora autorității în persoana prințului Mohammad bin Salman, care a preluat controlul în vederea schimbării parcursului țării; „Piscurile politice ale lumii” – presupune funcțiile înalte la nivelul Uniunii Europene, spre care tinde președintele României Klaus Iohannis; „Zoaiele generozității” (D.B.) – ține de acceptarea de către Occident a servilismului exagerat al românilor și de tendința lor de a intra în voie marilor puteri.

O trăsătură definitorie a limbajului pamfletului, care îi asigură expresivitatea este violența limbajului – pamfletele abundă în *lexeme cu tentă negativă.* Ele descriu situații, persoane, împrejurări, realități: calic, chinuit, desfrâu, infecție, jegos, mizerie, necăjit, odios, pacoste, paupertate, prost, sordid. Lexemele cu sens negativ care se referă la persoane, denigrându-le și distrugându-le imaginea au fost clasificate de R. Cesereanu în nouă registre [4]. În textele cercetate am identificat mai multe exemple care se încadrează în această clasificare, după cum urmează:

1) registrul subuman: *prost, paria, declasat, pacoste, asocial, calic, boccie, cretin, imbecil* – urmărește subumanizarea celui incriminat prin raportarea sa la un statut diferit de cel omenesc;

2) registrul igienizant: *infecție cronicizată, pacient, ciumat, lepros* – îl cataloghează pe incriminat drept un bolnav, un impur, care trebuie izolat de societate;

3) registrul infracțional: *criminal de război, golan, intelectual falit* – atribuie incriminatului un statut decăzut și ridică infracțiunea la nivel instituțional;

4) registrul bestiar: *acvilă cu ouă de aur, purcel mistreț, bou, juncan* – urmărește animalizarea adversarului pentru a-l discredita și denigra;

5) registrul religios: *bond* – incriminatul este considerat un eretic;

6) registrul funebru: *Iohannis ar muri bogat, Voronin, ajuns la profundă senectute* – atacă atât senectutea incriminatului, cât și existența acestuia;

7) registrul xenofob și rasist: *skinhead, românofob, naționalist, unionist, anticomunist, antirus* – atacă convingerile politice ale incriminatului.

Deseori pamfletarii sunt acuzați de exces de agresivitate în exprimare, lipsind în acest fel cititorul de dreptul la opinie. Evident, mass-media trebuie să furnizeze modele de exprimare, pentru a cultiva o limbă corectă în cadrul societății, dar considerăm că lexemele cu tentă negativă menționate nu împiedică cultivarea unei exprimări corecte în rândul cititorilor, ci dimpotrivă, au efect pozitiv, întrucât sporesc expresivitatea, prin aceasta menținând atenția cititorului și surprinzându-l permanent.

Discursul pamfletar se caracterizează prin expresivitate pronunțată grație mijloacelor care îl compun. Ironia, sarcasmul, lexemele cu tentă negativă, figurile de stil, mărcile stilistice sunt doar câteva din procedeele utilizate de pamfletari pentru a-și atinge scopul. Pamfletarii valorifică diferite instrumente de maximizare a expresivității, de multe ori pentru a exagera anumite lucruri, urmărind sporirea impactului asupra publicului. În articolul *Les mutations du pamphlet dans la France contemporaine* autorii conchid că pamfletul exagerează prezentul cu scopul de a încerca în mod disperat să împiedice ca mâine acesta să se adeverească [5].

BDD-A30397 © 2019 Academia de Științe a Moldovei
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.143 (2026-11-18 21:58:15 UTC)

Referinţe bibliografice:

1. ANGHELESCU, Mircea. ş.a. *Dicţionar de terminologie literară*. Bucureşti: Ed. Ştiinţifică, 1970. 348 p.

2. BĂRÎCĂ, Aura. *Ipostaze ale metaforei în discursul media*. Rezumat al tezei de doctorat. Disponibil: http://doctorate.ulbsibiu.ro/wp-content/uploads/REZ-ROM-BARICA.pdf. Accesat: 12.09.2018.

3. BEJINARIU, Laura-Elena. *Analiza discursului mediatic. Ironia ochilor în „3,14" din „Dilema veche"*. http://www.dstoica.ro/wp-content/uploads/2014/01/IroniaDilema.pdf. Accesat: 12.11.2018.

4. CESEREANU, Ruxandra. Imaginarul violent al românilor. În: *România literară*, 2002, nr. 12. Disponibil: http://www.romlit.ro/index.pl/imaginarul_violent_al_romnilor. Accesat: 23.01.2019.

5. HASTINGS, Michel. ş.a. Les mutations du pamphlet dans la France contemporaine. În: *Mots. Les langages du politique*, 91/2009, p. 5-17. Disponibil: http://journals.openedition.org/mots/19159. Accesat: 23.01.2019.

6. LE BART, Charles. Le pamphlet politique aujourd'hui. Une catégorie honteuse? In: *Mots. Les languages du politique*, 2009, nr. 91, p. 67-81.

7. PASSARD, Cédric. Le pamphlet meurt-il de liberté? In: *Mots. Les languages du politique*, 2009, nr. 91, p.19-33.

8. SERRAC, Halil. *Metafora şi compararea în textul publicistic. Concepte şi abordări fundamentale*. Disponibil: https://ibn.idsi.md/sites/default/files/imag_file/Metafora%20si%20compararea%20in%20textul%20publicistic_Concepte%20si%20abordari%20fundamentale.pdf. Accesat: 10.09.2018.

BDD-A30397 © 2019 Academia de Ştiinţe a Moldovei
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.143 (2026-11-18 21:58:15 UTC)