STRATEGII ARGUMENTATIVE

Maria ALEXANDRESCU, lector asociat
Universitatea „Al. I. Cuza”, Iaşi
Loredana-Aurelia ALEXANDRESCU, profesor de limba şi literatura română, grad didactic I
Liceul Tehnologic de Mecatronică şi Automatizări, Iaşi

Argumentative strategies. *Our approach aims to present arguments from a logical and pragmatic perspective, to illustrate the types of arguments (facts-based agendas, arguments based on examples, arguments based on authority, arguments based on analogy) and to address the argumentative strategies.The argumentation requires an effective presentation that would impresses the audience's conscience by guiding the spirit in a certain way, by inserting the elements of agreement into a framework that will make them significant and give them their place.The argumentative finality is ensured by the interpenetration of three levels of order that can prefigure the discursive performance of the argumentation: the order (the argument is built on its syntactic dimension);the ideative order (the discourse understood as a system of meanings that move the whole problem conveyed);the rhetorical order (argumentative discourse understood as a system of means by which the expressiveness and the beauty of the ideas are ensured).*

În prezent, investigaţiile asupra argumentării sunt în plină expansiune, acestea fiind determinate de importanţa comunicării şi discursivităţii şi, implicit, de facilităţile oferite de mijloacele de comunicare în masă (televiziunea). Amploarea tot mai mare a cercetătorilor asupra argumentării, afirmă Sălăvăstru, îşi are originea în două lucrări care plasează argumentarea în vecinătatea logicii[1]. Prima lucrare, *La nouvelle rhétorique. Traité de l'argumentation*[2], este rodul observaţiilor şi investigaţiilor empirice ale lui Chaïm Perelman şi ale Luciei Olbrechts-Tyteca, în baza cercetării unor modele de argumentare prezente în dezbaterile filosofice, juridice, politice în vederea sistematizării tipurilor de argumente. A doua lucrare, *The Uses of Argument*, semnată de Stephen Toulmin, este o construcţie reflexiv-teoretică ce propune un model analitico-deductiv al argumentării. Dacă prima lucrare ne pune la dispoziţie un inventar al argumentelor ce ţin de conţinutul argumentării, a doua lucrare are ca rezultat descrierea unei tehnici de argumentare ce ţine de forma argumentării. Aceasta din urmă este pusă la dispoziţie pentru a utiliza diferitele tipuri de argumente, fiind apoi identificate cu unele raţionamente (S. Morris Engel). Astfel, temeiurile sunt denumite premise, iar punctul de vedere apărat este denumit concluzie.

Mai mult, apropierea de înţelesul tradiţional al logicii, în optica lui Sălăvăstru, are ca scop „analiza şi critica gândirii” sau critica raţionamentului.

În prezent, argumentarea nu mai poate fi înțeleasă ca o relaţie punctiformă între producerea unor

[1]Constantin Sălăvăstru, *Teoria şi practica argumentării*, Editura Polirom, Iaşi, 2003, pp. 23-24.
[2]Cartea a fost tradusă în limba română de Aurelia Stoica şi apărută la Editura Universităţii „Alexandru Ioan Cuza” Iaşi în cadrul Colecţiei CICERO, colecţie coordonată de Constantin Sălăvăstru.

BDD-A32457 © 2019 Universitatea de Stat „Bogdan Petriceicu Hasdeu” din Cahul
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.75 (2026-10-30 05:57:08 UTC)

probe de către locutor şi asumarea unor teze (dacă probele o susţin temeinic) de către interlocutor, ci mai degrabă ca o activitate discursivă, ce se numeşte discurs argumentativ, care este desfăşurată fie în forma monologală, fie cea dialogală[1], prezentând „atât o componentă etică, cât şi una a eficacităţii”[2].

Definirea argumentării

În *Dicţionarul enciclopedic de pragmatică*, *argumentarea*[3] desemnează „un ansamblu de dispozitive şi strategii discursive utilizate de un locutor cu scopul de a-şi convinge auditoriul”[4]. Aspectele specifice argumentării sunt considerate ca efecte de discurs şi nu sunt asociate niciodată unor proprietăţi ale limbilor naturale.

Pentru Perelman şi Olbrechts-Tyteca, argumentarea înseamnă „studiul tehnicilor discursive ce permit producerea adeziunii la tezele prezentate”[5], subliniind faptul că valoarea principală nu este informaţia, ci comunicarea acesteia, adică forţa cu care elementele de probă acţionează asupra interlocutorului. Cu alte cuvinte, o prezentare eficace, care impresionează conştiinţa auditorilor, este esenţială în argumentarea care vizează să orienteze spiritul într-un anumit fel, să insereze elemente de acord într-un cadru care să le facă semnificative şi să le confere locul ce le revine[6].

Luminiţa Hoarţă Cărăuşu este de părere că a argumenta nu se confundă niciodată cu a demonstra adevărul unei aserţiuni şi nici cu indicarea caracterului valid al unui raţionament[7]. Cercetătoarea consideră că prezenţa obligatorie a unei concluzii şi grija de a orienta destinatarul către o anumită concluzie sunt trăsături comune ale argumentării şi demonstraţiei, dar asemănările se opresc aici, deoarece concluzia unei relaţii argumentative nu este niciodată definitivă şi eficace pentru un destinatar.

Argumentarea ca practică socială se înscrie într-o situaţie de comunicare care impune „o miză socială, o problematică pertinent circumscrisă, o poziţionare a interlocutorilor şi o alegere pertinentă a actelor de limbaj”[8].

Constantin Sălăvăstru defineşte argumentarea ca o organizare de propoziţii cu ajutorul raţionamentelor în vederea întemeierii altei propoziţii pentru a convinge interlocutorul cu privire la caracterul adevărat sau fals al acestei propoziţii[9]. Însă, un vorbitor produce un text argumentativ nu numai în scopul de a-i convinge pe alţii, ci pentru a se convinge pe sine însuşi ori pe unul sau mai mulţi interlocutori, de validitatea unei teze proprii sau a altora”[10]. Deci, argumentarea este un dialog între interlocutori care prezintă dovezi pentru sau împotriva unei teze. Ea este o relaţie între un argument (sau mai multe) şi o concluzie. Astfel, unul susţine o teză în faţa celuilalt şi aduce argumente pentru a-l convinge pe acesta din urmă de adevărul tezei.

Pentru ca o argumentare să fie convingătoare, e bine să aibă în vedere acordul[11] asupra tezei (o argumentare poate fi enunţată doar dacă interlocutorii sunt de acord cu teza produsă), corectitudinea logică a tehnicilor de argumentare şi adecvarea faptică a conţinutului de idei. Teza argumentării se construieşte pornind de la temeiul argumentării: fundament care asigură legătura suficientă şi necesară dintre temei şi teză[12].

Finalitatea argumentativă este asigurată prin coroborarea a trei niveluri de ordine ce pot prefigura, împreună, performanţa discursivă a argumentării: *ordinea semnică* (discurs înţeles ca sistem de semne şi reguli de combinare secvenţială a lor, argumentarea se construieşte pe dimensiunea ei sintactică); *ordinea*

[1] Constantin Sălăvăstru, *Teoria şi practica argumentării,* Editura Polirom, Iaşi, 2003, p. 27.
[2]Philippe Breton, *Convinge fără să manipulezi. Să învăţăm să argumentăm*, Traducere de Evagrina Dîrţu, Institutul European, Iaşi, 2009, p. 23.
[3] *Argumentarea* este un termen comun mai multor ştiinţe umaniste, cu partucularizări de la o ştiinţă la alta.
[4]Jacques Moeschler, Anne Reboul, *Dicţionar enciclopedic de pragmatică*, Coordonarea traducerii de Carmen Vlad, Liana Pop, Editura Echinox, Cluj, 1999, p. 80.
[5]*Chaïm* Perelman, Lucie Olbrechts-Tyteca, *Tratat de argumentare. Noua retorică*, Traducere şi indecşi de Aurelia Stoica, Prefaţă de Michel Meyer, Editura Universităţii „Alexandru Iona Cuza”, Iaşi, 2012, p. 105.
[6]*Chaïm* Perelman, Lucie Olbrechts-Tyteca, *Tratat de argumentare. Noua retorică*, Traducere şi indecşi de Aurelia Stoica, Prefaţă de Michel Meyer, Editura Universităţii „Alexandru Iona Cuza”, Iaşi, 2012, p. 179.
[7]Luminiţa Hoarţă Cărăuşu, *Teorii şi practici ale comunicării*, Editura Cermi, Iaşi, 2008, p. 351.
[8]Daniela Rovenţa-Frumuşani, *Analiza discursului. Ipoteze şi ipostaze*, Editura Tritonic, Bucureşti, 2012, p. 98.
[9] Constantin Sălăvăstru, *Teoria şi practica argumentării,* Editura Polirom, Iaşi, 2003, p. 13.
[10]Vincenzo Lo Cascio, *Gramatica argumentării. Strategii şi structuri*, Traducere: Doina Condrea-Derer, Alina-Gabriela Sauciuc, Editura Meteora Press, Bucureşti, 2002, p. 47.
[11]Constantin Sălăvăstru, *Raţionalitate şi discurs. Perspective logico-semiotice asupra retoricii*, Editura Didactică şi Pedagogică, Bucureşti, 1996, p. 285.
[12]Constantin Sălăvăstru, *Teoria şi practica argumentării*, Editura Polirom, Iaşi, 2003, p. 74.

BDD-A32457 © 2019 Universitatea de Stat „Bogdan Petriceicu Hasdeu” din Cahul
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.75 (2026-10-30 05:57:08 UTC)

ideatică (discursul înţeles ca sistem de sensuri care pun în mişcare întreaga problematică vehiculată); *ordinea retorică*[1] (discurs argumentativ înţeles ca sistem de mijloace prin care se asigură expresivitatea şi frumuseţea ideilor).

Discursul argumentativ este un discurs finalist, structurat în propoziţii sau teze ce constituie un raţionament şi traduc direct sau indirect poziţia locutorului pentru a obţine modificarea/ schimbarea universului epistemic al interlocutorului[2]. În continuare, autoarea vorbeşte despre *strategia argumentativă, eficienţa unei argumentări, forţa argumentelor*. Plecând de la teoria jocurilor, Rovenţa-Frumuşani defineşte strategia ca ansamblu de reguli ce guvernează comportamentul jucătorului în orice situaţie de joc posibilă, presupunând un scop, reguli (de evaluare a situaţiilor realizate şi de determinare a mutărilor următoare), precum şi o succesiune de alegeri ce traduc *un plan*[3]. Astfel, *scopul* strategiei la nivel argumentativ este reprezentat de persuasiune (prezentare convingătoare a elementelor informative alese), în sensul de a reuşi să crească intensitatea de adeziune a auditorilor la tezele prezentate astfel încât să creeze o înclinaţie către acţiune a acestora[4].

Mai amintim şi faptul că discursul instituie trei tipuri de operaţii sau strategii: funcţia de schematizare (construieşte modelul situaţiei, adică reconstruirea cognitivă a lumii reale sau fictive); funcţia de justificare (introduce chestiunea retorică a argumentelor şi probelor, precum şi problema strategiilor discursive de tipul: *constatare, definiţie, ipoteză, întrebare, respingere a cauzei, dezmințire, analogie, opoziţie)* şi funcţia de organizare, care infrastructurează sintagmatica discursului şi îi asigură coerenţa, nivel la care acţionează regulile de coerenţă sau bună formare textuală[5] (repetiţia, progresia, non-contradicţia şi relaţia), precum şi operatorii de ordonare *logico-retorici*: ,,mai întâi”, ,,în plus”, ,,în sfârşit”, ,,în primul rând”, conectori argumentativi: ,,deoarece”, ,,deci”, ,,prin urmare”, ,,de altfel”, ,,dar”, ,,chiar”, ,,totuşi”.

Așadar, discursul argumentativ este subiacent tuturor tipurilor: prezent în narativ prin ordonare (centrat pe desfăşurarea temporală), în descriptiv prin valorizare (organizat spaţial, paradigmatic), în injonctiv prin componenta persuasiune (incitând la acţiune)”[6].

De la argumentare la persuadare

Merită amintit şi faptul că pasiunea recentă pentru studiul argumentării coincide cu reactualizarea retoricii, ştiinţa persuasiunii[7]. Astfel, argumentarea este o acţiune care urmăreşte îndeplinirea unui scop, acela de a convinge interlocutorul. În susţinerea argumentelor, de foarte multe ori, principalul scop al locutorului este acela de a-l convinge pe destinatar ,,cu orice preţ”: în această situaţie, el poate produce, voit, false argumentări, având la bază fracturarea mecanismelor care le compun şi a condiţiilor de bună derulare a unui discurs argumentativ[8].

Tipuri de argumente.

În literatura de specialitate sunt identificate mai multe tipuri de argumente. Pe lângă argumentul bazat pe autoritate, numit şi *argumentum ad verecundiam*, mai există şi argumente bazate pe fapte şi pe exemple[9]. Faptul este asociat cu un decupaj al realităţii, iar într-o argumentare aducem ca probă mărturia faptului. Mai în toate domeniile în care se înfiripă o argumentare se recurge la fapte conform principiului universalităţii. **Agumentarea bazată pe fapte** este influenţată de mai mulţi factori, cum ar fi[10]: *domeniul* argumentării (există domenii în care sunt mai eficiente argumentele bazate pe fapte, există altele în care argumentele bazate pe valori sunt mai productive, dar şi exemplele sau autorităţile au o forţă de influenţare şi mai mare); *natura auditoriului* (masele sunt atrase de ceea ce este concret şi la îndemâna observaţiilor curente); *canalele* prin care se pune în scenă sau se transmite argumentarea sunt astăzi tot mai perfecţionate, astfel încât pot aduce în atenţia interlocutorilor faptele cele mai diverse.

[1]Constantin Sălăvăstru, *Teoria şi practica argumentării*, Editura Polirom, Iaşi, 2003, p. 29.
[2]Daniela Rovenţa-Frumuşani, *Argumentarea. Modele şi strategii*, Editura All, Bucureşti, 2000, p. 112.
[3]Daniela Rovenţa-Frumuşani, *Argumentarea. Modele şi strategii*, Editura All, Bucureşti, 2000, p. 112.
[4]Chaïm Perelman, Lucie Olbrechts-Tyteca, *Tratat de argumentare. Noua retorică*, Traducere şi indecşi de Aurelia Stoica, Prefaţă de Michel Meyer, Editura Universităţii ,,Alexandru Iona Cuza”, Iaşi, 2012, p. 62.
[5]Jean-Blaise Grize, ,,Le point de vue de la logique naturelle: démontrer, prouver, argumenter” în *L'argumentation aujourd'hui. Position théoriques en confrontation*, (eds.) Marianne Doury et Sophie Moirand, Presses Sorbonne Nouvelle, Paris, 2004, pp. 35-43.
[6] Daniela Rovenţa-Frumuşani, *Argumentarea. Modele şi strategii*, Editura All, Bucureşti, 2000, p. 27.
[7]Luminița Hoarță Cărăușu, *Teorii şi practici ale argumentării*, Editura Cermi, Iaşi, 2008, p. 351.
[8]Alexandru Savitescu, *Tehnici de persuasiune în discursul mediatic*, teză de doctorat (rezumatul tezei) (conducător științific: Maria Carpov), Iași, 2008, p. 203.
[9]Constantin Sălăvăstru, *Teoria şi practica argumentării,* Editura Polirom, Iaşi, 2003, pp. 167-180.
[10]Constantin Sălăvăstru, *Teoria şi practica argumentării,* Editura Polirom, Iaşi, 2003, p. 162.

BDD-A32457 © 2019 Universitatea de Stat „Bogdan Petriceicu Hasdeu” din Cahul
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.75 (2026-10-30 05:57:08 UTC)

Televiziunea ne face părtaşi la fapte şi acţiuni care ar rămâne în afara cunoaşterii noastre; *trăirea afectivă* în legătură cu ceea ce se întâmplă în realitatea înconjurătoare sau în imaginaţia celui care construieşte o lume ficţională a faptelor. Prin aceasta, faptul are şi un *efect persuasiv*, nu numai convingător. Un alt principiu de eficienţă argumentativă susţine ca faptele aduse ca probe trebuie să fie coroborate între ele şi să fie relevante.

Argumentele bazate pe exemple au rolul şi funcţionalitatea unei reguli[1]. Exemplele sau ilustrările convingătoare sunt aduse în discuţie ca puncte de plecare ale generalizărilor. În acest sens, sunt amintite mai multe criterii de eficienţă: îmbinate cu alte tipuri de argumente şi asumate în proceduri argumentative diferite; să aibă o forţă mai mare decât generalizarea la care ele sunt puse să contribuie. La acestea mai adăugăm: adaptarea la auditoriu (un exemplu care nu interesează auditoriul este irelevant ca probă a argumentării), coroborarea exemplelor între ele (dacă exemplele care se aduc sunt contradictorii, atunci niciunul dintre ele nu-şi va putea îndeplini funcţia argumentativă), autenticitatea (exemplele trebuie să lase impresia că se petrec aievea în faţa auditorului).

Argumentele se pot baza şi pe autoritate, tehnică des întâlnită în discursul televizual, poate şi datorită faptului că este uşor de folosit şi prezintă rezultate finale. Autoritatea poate fi privită ca o persoană cu o competenţă recunoscută într-un anumit domeniu al cunoaşterii omeneşti[2], adică să aibă competenţă în domeniul vizat; competenţă care să fie recunoscută de celălalt. Pentru cercetătorul ieşean, a utiliza un argument bazat pe autoritate înseamnă ,,a considera enunţurile cuiva drept argumente (temeiuri) care pot justifica, prin ele însele şi prin faptul lor, că sunt cunoscute, susţinerea sau respingerea unei teze” [3].

În opinia Silviei Săvulescu, argumentul de autoritate reprezintă ,,modul de argumentare care constă în invocarea, în sprijinul unei poziţii, afirmaţii etc., a unei instanţe învestite cu autoritate, prestigiu în opinia comună”[4]. Utilizate ca argumente de autoritate, în interiorul discursurilor analizate, citatele conferă autoritate, ,,prin apelarea la competenţele celorlalţi, de la care luăm anumite cunoştinţe ca fiind adevărate”[5].

Argumentul autorităţii[6] utilizează acte sau judecăţi ale unei persoane sau ale unui grup de persoane drept mijloc de probă în favoarea unei teze.

Proverbul, folosit în discursul televizual ca *argument al autorităţii*, apare ,,ca o expresie

impersonală şi de mare vechime (din bătrâni), înzestrată cu autoritate şi purtătoare de înţelepciune, ce exprimă <fructul experienţei popoarelor>”[7], sugerând o normă[8]. Astfel, proverbul, inserat nemodificat în interviul televizual, implicând şi nonverbalul în prezentarea sa (recursul la gest), contribuie la sporirea forţei persuasive a acestuia, datorită caracterului său sentenţios[9].

Literatura de specialitate evidenţiază mai multe temeiuri de invocare a autorităţii. Unul ţine de limitele cunoaşterii individuale. Altul ţine de probarea prin recurgerea la autoritate care vine din discrepanţa dintre real şi ideal. În acest sens, cercetătorul ieşean[10] identifică o serie de exigenţe. O primă exigenţă ţine de imperativul de a evita atitudinile extreme în apelul la autoritate: orice individ care argumentează trebuie să recunoască *limitele domeniului propriu de competenţă, dar şi limitele domeniului de competenţă a celuilalt şi să utilizeze spiritul critic pentru identificarea unor situaţii în care e raţional să se facă apel la autoritate*. O a doua exigenţă include *apelul la autoritatea persoanei care este eficient dacă persoana este invocată atunci când argumentarea are loc în domeniul pentru care respectivei persoane i se recunoaşte competenţa*. O a treia exigenţă face *apel la autoritatea persoanei care trebuie să ţină seama de dinamismul condiţiilor pentru care autoritatea s-a manifestat în această calitate.* O ultimă exigenţă este dată de faptul că *autoritatea invocată trebuie să satisfacă cerinţa unui consens minimal în legătură cu afirmaţiile sale.*

---

[1]Chaïm Perelman, Lucie Olbrechts-Tyteca, *Tratat de argumentare. Noua retorică*, Traducere şi indecşi de Aurelia Stoica, Prefaţă de Michel Meyer, Editura Universităţii ,,Alexandru Ioan Cuza”, Iaşi, 2012, p. 427.
[2]Constantin Sălăvăstru, *Teoria şi practica argumentării,* Editura Polirom, Iaşi, 2003, p. 173.
[3] Constantin Sălăvăstru, *Teoria şi practica argumentării*, Editura Polirom, Iaşi, 2003, p. 175.
[4] Silvia Săvulescu, *Retorică şi teoria argumentării*, Editura Comunicare. ro, Bucureşti, 2004, p. 143.
[5] Constantin Sălăvăstru, *Teoria şi practica argumentării*, Editura Polirom, Iaşi, 2003, p. 173.
[6]Chaïm Perelman, Lucie Olbrechts-Tyteca, *Tratat de argumentare. Noua retorică*, Traducere şi indecşi de Aurelia Stoica, Prefaţă de Michel Meyer, Editura Universităţii ,,Alexandru Iona Cuza”, Iaşi, 2012, p. 373.
[7] Mihai Pop, Pavel Ruxăndoiu, *Folclor literar românesc*, Editura Didactică şi Pedagogică, Bucureşti, 1978, p. 242.
[8] *Chaïm* Perelman, Lucie Olbrechts-Tyteca, *Tratat de argumentare. Noua retorică*, Traducere şi indecşi de Aurelia Stoica, Prefaţă de Michel Meyer, Editura Universităţii ,,Alexandru Ioan Cuza”, Iaşi, 2012, p. 207.
[9] Adriana Stoichiţoiu Ichim, ,,Strategii persuasive în discursul publicitar” (II), în *Limbă şi literatură*, vol. III-IV, Bucureşti, 1997, p. 47.
[10]Constantin Sălăvăstru, *Teoria şi practica argumentării,* Editura Polirom, Iaşi, 2003, p. 176.

BDD-A32457 © 2019 Universitatea de Stat „Bogdan Petriceicu Hasdeu” din Cahul
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.75 (2026-10-30 05:57:08 UTC)

Referitor la autoritatea persoanei, adesea este invocată autoritatea valorii. Unele valori sunt constitutive domeniului, altele sunt generale. Există valori care definesc dominanta discursului ştiinţific (adevăr, eroare, deductibilitate, verificare), valori care definesc domeniul moral (dreptate, lege, pedeapsă), valori prin care se individualizează domeniul religios (credinţă, smerenie, iertare, mărturisire), valori care angajează domeniul politic (egalitate, democraţie, drepturile omului). Astfel de valori sunt adesea invocate şi devin, prin prestigiul lor, argumente bazate pe autoritate. Valoarea se fixează în timp, este rezultatul consensului general, este rezultatul experienţei cognitive şi acţionale a generaţiei. Pentru a depăşi anumite obstacole, este indicat să se apeleze la competenţele celorlalţi, invocând în primă instanţă autoritatea persoanei.

Un alt tip de argumente este cel bazat pe analogie[1]. Aceasta reprezintă, din punct de vedere cognitiv, un principiu fundamental al înţelegerii (prin proiecţia reperelor familiare asupra unor situaţii noi) şi al creativităţii (prin imaginea noului pornind de la datele existente). Astfel, analogia argumentativă are o componentă explicativă - invită la înţelegerea a ceea ce este necunoscut prin apel la ce e cunoscut, familiar - şi conduce la o concluzie (adesea implicită), subordonând explicaţia persuasiunii.

BDD-A32457 © 2019 Universitatea de Stat „Bogdan Petriceicu Hasdeu” din Cahul
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.75 (2026-10-30 05:57:08 UTC)