Discursul religios ca discurs hegemonic

Daniela OBREJA RĂDUCĂNESCU

As an argumentative-discoursive form, the religious sermons involve two types of attitudes in the inter-confessional communication: the ecumenical communication i.e. regarding the conciliation of the religious cults, and the hegemonic attitude, which supposes the approach of a strategy that should ensure the supremacy to a certain cult in favour of others. This process has been existing for thousands of years, ever since Man was born. The Supreme God i.e. the Divinity, the Absolute and so forth are attributed universal values: Goodness, Truth and Beauty, everything not belonging to this ideal entity belonging to the opposite categories. The hegemonic discourse is specifically built, comprising, antithetically, dogmatic contents, while the techniques that are used involve different representation systems of the disjunctive discourse. Our aim is that of identifying and underlining the values of such techniques and strategies that are specific to the hegemonic religious discourse, the material to work upon being a blog web page concerning the orthodox cult.

Discursul religios este o formă de comunicare la nivel instituţional, motiv pentru care acesta se înscrie în aria discursurilor ideologice, deoarece reprezintă o comunicare de masă nu numai a pietăţii, ci şi a întregii arhitecturi a existenţei umane, fundamentată dogmatic şi experiată liturgic. La nivelul intelectului uman, ideologia reprezintă modul propriu de a privi şi înţelege realitatea, în timp ce la nivel instituţional ideologia reprezintă promovarea unor convingeri, scopuri şi idei specifice unei culturi sau unui grup social. În această direcţie, întregul organism care susţine şi promovează ideologia îndeplineşte şapte funcţii (Fiske, 2003: 100 ş.u.):

1. Funcţia de *articulare* a principalelor direcţii ale consensului cultural instituit referitor la natura realităţii;
2. Funcţia de *implicare a membrilor* unei culturi în sistemele de valori ale acesteia, prin cultivarea şi punerea lor în practică;
3. Funcţia de *explicare, interpretare, justificare şi celebrare* a faptelor reprezentanţilor respectivei culturi;
4. Funcţia de *asigurare a culturii*, în totalitatea ei, de adecvare practică la această lume prin afirmarea şi confirmarea ideologiilor şi mitologiilor ei, într-o manieră activă de angajare cu lumea practică;

BDD-A73 © 2010 Editura Universităţii „Alexandru Ioan Cuza”
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 22:59:31 UTC)

5. Funcţia de *expunere* a oricărei inadecvări practice a sensului culturii, care poate rezulta din condiţiile în schimbare ale lumii exterioare sau din presiunile din interiorul culturii pentru o reorientare în favoarea unei noi poziţii ideologice;

6. Funcţia de *convingere a audienţei* asupra faptului că statutul şi identitatea persoanelor sînt garantate de cultură;

7. Funcţia de *transmitere a ideii* de apartenenţă la cultură.

Cele şapte funcţii stau la baza *discursului identitar* (Neamţu, 2008: 21) al unei confesiuni, fiind diferit de discursul hegemonic, pe care îl vom defini în cele ce urmează. Conceptul de *hegemonie*, introdus pentru prima data în literatura de specialitate de către Antonio Gramsci (1891-1937), presupune rolul puterii culturale în menţinerea *status quo*-ului, sau a ideologiei dominante. În istorie, hegemonia a cunoscut două modalităţi de menţinere: prima a fost aceea a violenţei fizice, urmată apoi de cea a puterii la nivel intelectual. Astăzi, violenţa fizică este un fenomen izolat şi combătut de societăţile moderne şi democratice. La nivelul societăţii, atitudinea hegemonică aparţine: poliţiei, armatei şi grupărilor militare, care exercită autoritar puterea pentru menţinerea barierelor sociale, şi, nu în ultimul rînd, şcolii, mass-mediei şi bisericii, care induc o atitudine de acceptare a ordinii dominante prin instituirea hegemoniei sau dominaţiei ideologice a unui anume tip de ordine socială.

În literatura de specialitate contemporană, noţiunea de *discurs hegemonic* devine un atribut al politicului, definită fiind ca discurs al puterii, reprezentînd un set de sloganuri prin care este promovată capacitatea intelectuală şi personalitatea unui pretendent la un scaun mai sus decît cel pe care se află deja, imagine care se doreşte a fi diferită de cea a contracandidaţilor.

În cele ce urmează vom aborda aspectul hegemonic al discursului religios, ca una din formele pe care acesta le poate îmbrăca în unele împrejurări interconfesionale, sau ca o atitudine izolată a unor membri ai Bisericii Ortodoxe. Deşi ar exista riscul ca această abordare să fie privită cu suspiciune şi considerată a fi subiectivă, totuşi noţiunea de discurs religios ca discurs hegemonic deja există în literatura teologică, fiind considerată ca o formă de expresie a atitudinii Bisericii faţă de unele probleme ce ţin de spiritualitatea şi dogmatica ortodoxă. Alături de formele de discurs religios precum *pareneza, omilia, predica tematică, prelegerea religioasă, lecţia de religie*, toate forme ale *catehezei creştine*, se pune astăzi şi problema unui dialog interconfesional numit *dialog ecumenic*, dar şi a unui *discurs hegemonic*, atunci cînd morala creştină impune exprimarea propriului punct de vedere asupra unor inconvenienţe care lezează imaginea Bisericii.

La nivelul discursului religios, hegemonia apare atunci cînd este accentuată tentaţia puterii ideologice a confesiunii în raport cu celelalte, prin marcarea distincţiei *ortodox-eretic*. Prin această atitudine, discursul religios încetează a mai fi doar un discurs identitar, sugerînd „pretenţia de monopol asupra adevărului” (Neamţu, 2008: 21), prin discreditarea celorlalte confesiuni.

În linii mari, discursul religios, ca discurs ideologic identitar, este unul argumentativ prin excelenţă, deoarece presupune implicarea mai multor persoane,

BDD-A73 © 2010 Editura Universităţii „Alexandru Ioan Cuza”
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 22:59:31 UTC)

dintre care un iniţiator şi cel puţin doi receptori ai demersului de influenţare a acestora. De cele mai multe ori, sursa mesajului transmis şi recepţionat este considerată a fi Divinitatea. Prelatul este doar emiţătorul acestui mesaj (cf. Cărăuşu, 1999, 2004). În acelaşi timp, prelatul are o triplă ipostaziere în cultul religios: simbol al Divinităţii, mesager al lui Hristos şi discipol (Dumas, 2000: 182 ş.u.).

Ca formă, discursul religios este unul instituţionalizat, normat şi normativ. Între prelat şi auditoriul său schimbul de roluri nu există, sau, dacă există, intervenţia receptorului este minimalizată. Din acest punct de vedere am putea identifica discursul religios ca o argumentare fără interlocutor, sau cu interlocutor pasiv. Macrodiscursul, ca formă complexă de expunere, aparţine oratorului, iar microdiscursul – dacă există - aparţine auditoriului. Discursul religios este o argumentare complexă, deoarece opinia este susţinută nu de unul, ci de cel puţin două argumente, fie acestea în raport de coordonare sau de subordonare- caz în care argumentarea este una ramificată. Interacţiunea prelat-auditoriu reliefează comportamente diferite, motivate de statutul diferit al predicatorului faţă de ascultătorii săi. Comportamente asemănătoare, sau parţial asemănătoare, au doar discipolii, motivate de egalitatea şanselor propuse de acelaşi statut pe care îl au. Indicatorii, sau taxemele locurilor interacţionale îşi găsesc expresie atît în codul verbal, reprezentaţional, cît şi în cele nonverbale, prezentaţionale: proxemică, postură, mimogestică etc. (Vâlcu, 2003). Deşi specializat, deosebit de alte forme discursive, cel religios îndeplineşte aceleaşi funcţii în argumentare: cea *explicativă* şi cea *acreditivă* (Dospinescu, 1998).

Acreditarea aserţiilor expuse de prelat în discursul său este condiţionată de modalizarea în exprimare. Puterea de convingere aparţine nu expresiei verbale, ci modalităţii nonverbale de a prezenta mesajul propriu-zis. Dacă informaţia este cuprinsă în cuvintele şi conceptele implicate în discursul verbal, forţa de convingere este subsumată codurilor reprezentaţionale (cărţi, picturi, fotografii) şi a celor prezentaţionale (voce, faţă, trup, cf. Fiske, 2009). Dintre fazele argumentării, cea mai importantă este argumentarea propriu-zisă, în care codurile specifice comunicării interacţionează în scopul reliefării opiniei, a argumentelor pro sau contra, a regulii generale din care izvorăsc aceste argumente, a surselor care validează aceste argumente, a calificatorului care marchează necesitatea, probabilitatea sau obligativitatea veridicităţii sau nonveridicităţii unei aserţii şi a rezervei care poate conduce la o concluzie eronată sau diferită decît cea propusă (Lo Cascio, 2002: 62).

Discursul religios hegemonic prezintă unele particularităţi la nivelul argumentării. În acest punct oratorul încetează a mai focaliza pe receptor, în încercarea de a-l convinge şi a-i obţine adeziunea la confesiune, vizînd în special discreditarea celorlalte culte religioase. Este un conflict doctrinar în care se urmăreşte recunoaşterea de către receptor a monopolului asupra adevărului teologic. Dacă atitudinea ecumenică vizează concilierea tuturor credinţelor lumii, atitudinea hegemonică dezvoltă o continuă stare conflictuală între bisericile

BDD-A73 © 2010 Editura Universităţii „Alexandru Ioan Cuza”
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 22:59:31 UTC)

diferitelor confesiuni. Acest conflict este de natură ideologică, dogmele, ritualurile, simbolurile, persoanele, timpul, spaţiul sau entitatea absolută fiind toate diferite de la o religie la alta. Aceste diferenţe sînt similare unui joc de puzzle, să presupunem aşa, în care fiecare piesă reprezintă o formă de expresie a practicilor ritualice, a dogmelor, a valorilor spirituale şi a instituţiilor asociate credinţei. Marile religii ale lumii au perceput Divinitatea într-un mod propriu, astfel încît fiecare aşa-numită ideologie religioasă şi-a dezvoltat o arhitectură proprie, rezultînd astfel o diversitate în unitate şi o unitate în diversitate. Puzzelul fiecărei ideologii religioase are propriile culori, propriile figuri şi propriile simboluri, care nu se regăsesc la celelalte. Deşi elementele componente ale fiecărui „joc de puzzle" sînt atît de diferite şi de diverse, ele încearcă să redea chipul aceleiaşi puteri spirituale absolute, numită Dumnezeu. Cei care se angajează să construiască jocul, nu-l pot însă duce pînă la capăt dacă nu îi cunosc regulile. Un amator trebuie mai întîi iniţiat, iar apoi implicat în ritualizarea propriu-zisă. Dacă cei care se adună pentru ritualizarea jocului nu se supun toţi aceloraşi norme şi etape de lucru şi nu sînt de acord cu reprezentările date decupajelor care compun Unitatea, aceasta nu va putea fi redată sau reactualizată. Fiecare va încerca să-şi promoveze propriul joc în faţa celorlalte, fapt care conduce la o atitudine hegemonică.

La nivel de strategie argumentativă, discursul religios hegemonic implică exprimarea în favoarea propriei opinii şi în contra opiniei străine, de aceea argumentele sînt pro şi contra, susţinute şi validate prin apelul permanent la sursă. Atitudinea hegemonică la nivelul discursului religios, este manifestată atît oral cît şi scris. Forţa persuasivă a argumentelor este marcată în exprimarea orală de gestică, mimică şi paraverbal. În discursul religios hegemonic scris, persuasivitatea este marcată de iconicitate. Iată de exemplu în *Scrisoare atonită de protest,* în care mesajul devine persuasiv din antet:



apar două imagini foto reprezentînd cele două biserici creştine, Ortodoxă şi Catolică, marcate fiind spaţiul liturgic şi persoana săvîrşitoare. Raportul disjunctiv dintre cele două biserici, considerate iniţial a fi într-o conciliere spirituală şi liturgică, este marcat de o emblemă în formă sferică, care circumscrie harta lumii între două rînduri ce compun sintagma *ECUMENISMUL erezia ereziilor*. Globalizarea acestei atitudini anti-ecumenice este relevantă, datorită semnificaţiei simbolurilor reprezentate în emblemă: harta lumii şi forma sferică a emblemei. Notarea cu litere mari a noţiunii de *ecumenism* contrastează cu notarea cu litere mici a repetiţiei lexicale *erezia ereziilor,* cu valoare stilistică de superlativ absolut.

BDD-A73 © 2010 Editura Universităţii „Alexandru Ioan Cuza"
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 22:59:31 UTC)

Tot un raport antagonic apare şi în postura fizică a reprezentanţilor celor două biserici: Papa ţine mîinile unite, în semn de pace, faţa zîmbitoare, iar privirea orientată în sus, în timp ce P.S. Hristodul ţine în mîna dreaptă toiagul păstoririi - simbolul puterii spirituale -, mimica serioasă, iar privirea orientată în jos.

Textul subdiacent imaginii aparţine unei grupări a Bisericii Ortodoxe, aşa numiţii *stilişti* sau credincioşi de rit vechi, intitulat *Scrisoare athonită de protest*, cu un subtitlu notat în paranteze: „urmează mesajul de supunere şi respect faţă de Patriarhia Ecumenică". Tema discursului scris este marcată negativ. Ideea generală este aceea că singura biserică deţinătoare a adevărului absolut este Ortodoxia, iar ceea este în afara ei este erezie şi apostazie. Tema este marcată şi în epifonemul paralel textului propriu-zis al discursului hegemonic: *Nu vă faceţi răspunzători de sîngele mucenicilor vărsat pentru dreapta-credinţă!* Figura de stil îndeplineşte aici funcţia persuasivă, prin aceea că exclamă scurt şi concis subiectul dezvoltat în tot textul, ca o consecinţă a întregului comentariu din macrodiscurs. Altă figură retorică, cu funcţie persuasivă, şi care domină în construirea discursului, este antiteza, împletită cu analogia. Valorilor universale, Binele, Adevărul şi Frumosul, li se subscriu *virtutea, oaia, grîul*, prezentate antitetic cu *viciul, lupul, neghina*. Aceste strategii de marcare a celor două confesiuni într-un raport disjunctiv, prin analogie cu noţiuni incluse în categoria valorilor universale şi, respectiv, a nonvalorilor, au un puternic impact persuasiv asupra receptorului, mai ales atunci cînd autoritatea sursei din care este extras argumentul se bucură de recunoaşterea întregii comunităţi religioase: *Sfîntul Chiril al Ierusalimului-Cateheze*. Citatele, din Sfîntul Chiril, prezentate paralel textului, fac parte tot din categoria strategiilor persuasive (Hoarţă-Cărăuşu, 2008: 394), prin aceea că ele induc o stare specifică asupra receptorului.

Macrodiscursul hegemonic are o arhitectură specifică, prezentînd gradual argumentele care să susţină monopolul Bisericii Ortodoxe (*credinţa Sfinţilor Părinţi, sfinţenia Bisericii Noastre, imaculata credinţă ortodoxă, moştenirea noastră dogmatică*). Strategiile argumentative constau în primă fază, în asigurarea propriei imagini, prin apelul la *legea* în baza căreia se invocă autoritatea (*scrierile sfinte, învăţăturile Sfinţilor Părinţi, deciziile sinoadelor ecumenice, slujbele zilnice*), la *renumele* celor care au format tradiţia şi care au fost *martorii* (Movilă, 1996) investirii Bisericii Ortodoxe ca *Biserică Una, Sfîntă, Sobornicească şi Apostolească* (*părintele nostru Grigore Palama, Sfinţii Mucenici din Sfîntul Munte, Sfîntul Mucenic Cozma I*). Tot în scopul asigurării poziţiei hegemonice, figurile de gîndire, precum *ocupaţia* sau *deliberaţia*[1] au un puternic efect convingător: *păzim moştenirea noastră dogmatică precum lumina ochilor, o întărim; ne temem să tăcem; datoria noastră cîntăreşte greu în conştiinţa noastră*.

[1] *Ocupaţia* constă în a preveni sau a anticipa o obiecţie ce ar putea fi făcută sau care ar putea permite adăugarea unui nou argument la cele deja existente; *deliberaţia* constă în simularea punerii în discuţie a unei hotărîri sau a unei decizii aproape irevocabile, pentru a scoate în evidenţă raţiunile şi motivele proprii oratorului. Vezi Pierre Fontanier, *Figurile limbajului*, tr. Antonia Constantinescu, Editura Univers, Bucureşti, 1977.

BDD-A73 © 2010 Editura Universităţii „Alexandru Ioan Cuza"
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 22:59:31 UTC)

După prezentarea faptelor care au condus la acest manifest şi asigurarea universalităţii şi acreditării propriei ideologii, sînt prezentate gradual argumentele discreditării confesiunii catolice. Primul raţionament argumentativ este cel al *enumerării părţilor* (Movilă, 1996: 25), prin care sînt prezentate aspecte negative din activitatea misionară a Bisericii Catolice, în opoziţie cu Biserica Ortodoxă: *Apusul este presărat cu o serie de instituţii şi decizii anticreştine, cum ar fi cruciadele, „Sfînta" inchiziţie, vînzarea de sclavi şi colonizarea.[…] Toate acestea sînt consecinţa deviaţiilor Romei de la Ortodoxie.* Antecedentele sînt folosite ca argumente contra, care discreditează în consecinţă tabăra adversă. În scop persuasiv sînt notate citate, care au valoarea de sursă acreditată a argumentelor expuse, din sfinţi teologi ai Ortodoxiei. Fiecare argument contra este validat de un citat patristic care, în Ortodoxie, devine regula generală a creştinilor. Apoi, mărcile discreditării sînt urmate de o construcţie deliberativă, cu valoare de sentinţă a celor expuse anterior: *Iată de ce este atît de important să protejăm moralitatea Ortodoxiei […]*.

Ca mărci lingvistice ale discreditării, cu rol persuasiv, sînt construcţii precum: *ereziile papistă şi protestantă, cei care se des-creştinează, mărturia sa falsă, false uniri, noi schisme, boala lor spirituală*, terminologie marcată negativ din punct de vedere semantic şi prezentată antitetic cu mărci ale acreditării: *singura credinţă în Hristos, singura speranţă a europenilor, modalitatea prin care poate fi vindecată*. Instrumente sintactice cu rol persuasiv sînt negaţia: *nu se dirijează pe sine în a renunţa la învăţături eretice*; *În nici un caz, dialogurile cu heterodocşii nu ar trebui însoţite de rugăciuni în comun […]*, sau construcţiile marcate emfatic, cu intonaţie imperativă: *Este imperativ să asigurăm …; În afară de aceasta … ; Mai mult …*; *Dar în nici un caz …*.

Formula generală a arhitecturii discursului religios hegemonic, din exemplul selectat de pe site-ul http://eresulcatolic.50webs.com/scrisoareprotest.html, se reduce la următoarea formulă: opinia/marca discreditării, argumentul contra, sursa care validează argumentul (*Romano-catolicii sînt în imposibilitatea de a se despletici de deciziile luate anterior de, conform lor, Conciliile Ecumenice – infailibilitatea, puterea seculară a papei […].*), raţionament aşezat în disjuncţie cu formula: argument pro, opinie/marcă a acreditării, sursă (*Aşadar, din dragoste pentru Ortodoxie, dar cu durere pentru unitatea creştină, şi avînd în vedere păstrarea curată a ortodoxiei de orice inovaţie, proclamăm peste tot ce s-a hotărît în Extraordinara Dubla Sfîntă Întrunire […].*). Se observă o topică inversă în construirea raţionamentelor specifice acreditării sau discreditării. Fenomenul are tot funcţie persuasivă, încercînd să impresioneze receptorul prin evidenţierea opoziţiei *pietate-trufie, ortodoxie-erezie, iubire-ură*.

Discursul religios hegemonic este un discurs specific dialogurilor interconfesionale, generatoare, de cele mai multe ori, de situaţii de conflict, atît la nivel doctrinar, cît şi comunicaţional. Încercările de conciliere se reduc la eşec, deoarece Tradiţia şi Canoanele specifice fiecărei confesiuni nu permit comuniune şi consens în totalitate în ritual. Persuasiunea perlocuţionară se materializează în

BDD-A73 © 2010 Editura Universităţii „Alexandru Ioan Cuza"
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 22:59:31 UTC)

acţiuni de repulsie şi chiar de violenţă a discipolilor Ortodoxiei faţă de adepţii altor confesiuni, ne referim aici la creştinii practicanţi, nu la prelaţii Bisericii Ortodoxe. Aceste efecte sînt considerate erori în persuadare, deoarece nu o atitudine violentă se aşteaptă din partea receptorilor, ci un efort intelectual de evitare a situaţiilor conflictuale şi a apostaziei, prin urmărirea şi respectarea Canoanelor propriei confesiuni. Efectele secundare ale unor postări similare pe pagini de internet au condus la crearea unor dialoguri între cititori, dialoguri polemice care au ajuns de la ironie la imprecaţii[2].

Bibliografie

Surse:

http://eresulcatolic.50webs.com/scrisoareprotest.html

http://laurentiudumitru.ro/blog/2009/06/07/noua-marturisire-de-credinta-impotriva-ecumenismului/

Lucrări de referinţă:

Cmeciu, Camelia Mihaela, 2005, *Strategii persuasive în discursul politic*, Editura Universitas XXI, Iaşi

Dorogan, Maria, 1995, *Curs de elocinţă*, Editura Arc, Chişinău

Dospinescu, V., 1998, *Semiotică şi discurs didactic*, Editura Didactică şi Pedagogică, Bucureşti

Fiske, John, 2003, *Introducere în ştiinţele comunicării*, traducere Monica Mitarcă, Polirom, Iaşi

[2] ***UmbraSerii :***

Date: June 14, 2009 @ 6:03 pm

@danubius

Danubius pui de naparca, abia ma abtin sa-ti adresez cuvintele pe care la meriti. Eu inteleg ca esti un semidoct, dar nu pricep de ce strigi asta in gura mare …

daca taceai filozof ramaneai …

Cine crezi ca are nevoie de comentariile tale copiate din cliseele mai vechi sau mai noi? Vrei sa fii "political correct"? N-ai decat, dar cauta-ti blogul potrivit. Cine lupta sa urmeze calea dreapta nu are cum sa fie "correct" la unison cu mamona si slugile lui.

Buna initiativa a celor din Grecia, pacat ca nu au incercat (sau poate n-au reusit) o coalizare si cu alte biserici ortodoxe surori.

danubius :

Date: June 14, 2009 @ 7:26 pm

calea drapta e a voastra, a Domnului e orice cale. cati oameni sînt atatea cai spre El sînt. Nu exista cale dreapta, ci reguli omenesti. adevarul e o persoana Iisus, restul adevaruri. dar si pe El si pe ele le cautam in permanenta. mereu sîntem mai aproape ori mai departe de ele. semidoct, nu cred. sînt doctor in teologie

BDD-A73 © 2010 Editura Universităţii „Alexandru Ioan Cuza"
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 22:59:31 UTC)

Fontanier, Pierre, 1997, *Figurile limbajului*, traducere Antonia Constantinescu, Editura Univers, Bucureşti
Hoarţă Cărăuşu, Luminiţa, 1999, *Lingvistică pragmatică*, Editura Cermi, Iaşi
Hoarţă Cărăuşu, Luminiţa, 2004, *Pragmalingvistică. Concepte şi taxinomii*, Editura Cermi, Iaşi
Hoarţă Cărăuşu, Luminiţa, 2008, *Teorii şi practici ale comunicării*, Editura Cermi, Iaşi
Larson, Charles U., 2003, *Persuasiunea. Receptare şi responsabilitate*, traducere Odette Arhip, Editura Polirom, Iaşi
Lo Cascio, Vincenzo, 2002, *Gramatica argumentării. Strategii şi structuri*, traducere Doina Condrea- Derer şi Alina-Gabriela Sauciuc, Meteora Press, Bucureşti
Movilă, Mitu, 1996, *Retorică – curs*, Editura Fundaţiei Chemarea, Iaşi
Neamţu, Mihail, *Antiteze*, în „Canonul şi vestitorul Ortodoxiei", nr. 6/45, iunie 2008, p. 21
Rovenţa-Frumuşani, Daniela, 1994, *Introducere în teoria argumentării,* Editura Universităţii din Bucureşti
Rovenţa-Frumuşani, Daniela, 1995, *Semiotica discursului ştiinţific*, Bucuresti, Editura Ştiinţifică
Rovenţa-Frumuşani, Daniela, 1999, *Semiotică, societate, cultură*, Editura Institutului European, Iaşi
Rovenţa-Frumuşani, Daniela, 2000, *Argumentarea. Modele şi strategii*, Editura All, Bucureşti
Ştefănescu, Loara, 2007, *Retorica argumentării în discursul politic contemporan,* Editura Universităţii din Bucureşti
Vâlcu, Angelica, 2003, *Funcţionarea discursului specializat*, Editura "Ştefan Lupaşcu", Iaşi

BDD-A73 © 2010 Editura Universităţii „Alexandru Ioan Cuza"
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 22:59:31 UTC)