EXISTĂ UN STIL PUBLICISTIC?

Ioana VID
(Universitatea de Vest din Timişoara)

În secolul al XIX-lea, în cultura noastră a înflorit studiul şi practica retoricii, care urmăreau cultivarea unor bune deprinderi de utilizare a limbii în raport cu un anumit scop. Se răspândeşte acum concepţia antică a celor trei stiluri: înalt, mediu şi umil, dar se şi deosebesc mai multe modalităţi de utilizare a limbii, pe domenii de activitate socio-culturală (bisericesc, oratoric, literar etc.). Trebuie precizat însă că asemenea departajări au avut un caracter nesistematic şi că nu au fost urmate de studierea atentă a stilurilor respective[1].

O abordare ştiinţifică a chestiunii s-a produs abia în secolul al XX-lea, adică relativ târziu dacă avem în vedere existenţa efectivă mult mai veche a stilurilor noi, dar destul de promptă dacă ne gândim la momentul constituirii stilisticii ca disciplină. Cel căruia îi datorăm prima clasificare a stilurilor româneşti din perspectiva orientărilor moderne ale stilisticii a fost Iorgu Iordan, în 1954[2]. Acesta a afirmat existenţa a şase stiluri: literar (sau artistic), ştiinţific (şi tehnic), publicistic, oficial, oratoric şi familiar. Autorul acestei clasificări precizează că, în vreme ce primele cinci sunt cu precădere scrise, ultimul este mai ales oral.

[1] Cf. Ileana Oancea, *Istoria stilisticii româneşti*, Bucureşti, Editura Ştiinţifică şi Enciclopedică, 1988.
[2] Iorgu Iordan, *Stilistica limbii române*, Bucureşti, Editura Ştiinţifică şi Enciclopedică, 1965.

BDD-V1916 © 2005 Editura Universităţii de Vest
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-15 01:52:55 UTC)

Chestiunea este reluată la scurt timp de Coteanu, care acceptă trei stiluri considerate „fundamentale“: stilul literaturii artistice, stilul ştiinţific şi stilul administrativ. Cum se vede, este negată existenţa stilului publicistic, concepţie căreia i s-au raliat mulţi alţi stilisticieni români, dar care a avut parte şi de contestări. Coteanu îşi precizează punctul de vedere, detaliind modelul stilistic enunţat anterior, prin admiterea mai multor niveluri de generalizare, al căror număr creşte de la patru la cinci. Cea mai completă schemă elaborată de acest autor datează din 1973[3]; în această schemă se porneşte de la sistemul general al limbii, numit de autor diasistem, pentru că el străbate toate manifestările sale concrete. Diasistemul are, pe o treaptă imediat inferioară, două câmpuri de concretizare, numite limbaj cultivat şi limbaj popular. La rândul lor, acestea se concretizează, pe un nivel şi mai coborât, în limbajul artistic şi în mai multe limbaje nonartistice. Cel de-al patrulea nivel este rezervat varietăţilor prin care se concretizează nivelul al treilea. Mai exact, limbajul artistic poate lua fie forma poeziei, fie pe cea a prozei, pe când limbajele nonartistice se relevă ca limbaj standard şi ca o succesiune nedeterminată de limbaje ştiinţifice, al căror număr este raportabil la acela al disciplinelor corespunzătoare.

Paul Miclău[4] propune trei criterii de delimitare a stilurilor: criteriul socio-cultural, criteriul informaţional şi criteriul structural. Criteriul socio-cultural are în vedere apartenenţa socială a vorbitorilor care folosesc anumite procedee lingvistice în funcţie de nevoile şi de gradul lor de cultură. Potrivit acestui criteriu, se disting două mari grupuri de stiluri: stilurile limbii neliterare şi stilurile limbii literare. Primele se folosesc de către vorbitorii necultivaţi; în grupul stilurilor neliterare, cele mai răspândite sunt stilul familiar, stilul vulgar şi stilul argotic. Stilurile limbii literare se clasifică în două mari grupuri: cel al stilurilor limbii literare neartistice şi cel al limbii beletristice, despărţite prin rolul lor (în comunicarea obişnuită respectiv în comunicarea estetică). Din grupul celor neartistice fac parte: stilul conversaţiei îngrijite, stilul publicistic, stilul juridico-administrativ şi stilul tehnico-ştiinţific. După criteriul informaţional, stilurile sunt: spontane (familiar şi cel vulgar) şi stiluri nespontane. Conform criteriului structural, stilurile se împart în două mari grupuri: cel al stilurilor neîngrijite şi cel al stilurilor îngrijite.

[3] Ion Coteanu, *Stilistica funcţională a limbii române,* Bucureşti, Editura Academiei, 1973.
[4] Paul Miclău, *Stilurile limbii*, în *Tratat de lingvistică generală*, sub redacţia lui Al. Graur, S. Stati, Lucia Wald, Bucureşti, 1971.

BDD-V1916 © 2005 Editura Universităţii de Vest
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-15 01:52:55 UTC)

Relativ apropiată de viziunea lui Coteanu este concepția lui Maneca. Pe baza unor riguroase investigații statistice, el admite existența următoarelor stiluri în româna contemporană: artistic, ştiințific şi colocvial. Cel dintâi are ca subdiviziuni: poezia, proza şi publicistica, pe când formele stilului colocvial sunt monologul şi dialogul.

Lidia Sfârlea[5] distinge două variante fundamentale ale limbii române literare, şi anume, varianta oficială şi cea neoficială. Prima cuprinde o subvariantă administrativă şi una ştiințifică, pe când cea de-a doua se divide într-o subvariantă artistică (incluzând proza şi poezia) şi alta, neartistică, în componența căreia intră exprimarea familiară, cea telegrafică, cea epistolară şi cea biblică. Aşa cum se vede, autoarea menționată nu admite existența unui stil publicistic ori a unei variante corespunzătoare acestuia.

O versiune mai simplificată a schemei lui Coteanu propune Flora Şuteu[6] care deduce din diasisem o variantă cultivată şi una necultivată, fiecare dintre acestea comportând o varietate solemnă (adică nespontană, controlată), o varietate standard, în cadrul căreia s-ar produce osmoza între vorbirea academică şi cea populară. O obsevație care se impune este aceea că, spre deosebire de alte limbi de cultură europene, româna nu cunoaşte, în realitate, o asemenea componentă standard, deşi ar fi foarte bine dacă lucrurile ar sta altfel. Vorbitorul nostru are un comportament lingvistic extrem de diferențiat, el fiind nevoit să-şi adapteze modul de exprimare atât la interlocutori, cât şi la diversele situații de comunicare, oscilând astfel nedorit între vorbirea populară, cea literară, argotică etc.

Tot printr-un model de tip arborescent gândeşte structura stilistică a limbii române literare şi Paula Diaconescu[7]. Autoarea este de părere că limba (adică diasistemul din modelele anterioare) este utilizată în două variante fundamentale, şi anume cea populară şi cea cultă sau literară. Ambele pot fi exprimate oral sau scris. Varianta cultă, cea care interesează aici, cunoaşte, în ipostaza ei orală, un stil oratoric, iar în ipostaza scrisă stilurile artistic, ştiințific, administrativ şi publicistic.

---

[5] Lidia Sfârlea, *Stilul şi obiectul stilisticii. Câteva opinii*, CL, XVI, 1971, nr. 1.
[6] Flora Şuteu, Elisabeta Şoşa, *Dicționar ortografic al limbii române*, Bucureşti, Editura Vestala, 1994.
[7] Paula Diaconescu, *Structura stilistică a limbii române. Stilurile funcționale ale limbii române literare moderne*, în SCL, 1974, nr. 3.

BDD-V1916 © 2005 Editura Universității de Vest
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-15 01:52:55 UTC)

Dumitru Irimia face o clasificare personală, combinând factorii lingvistici cu cei extralingvistici. În opinia sa, aspectul cult al limbajului scris dezvoltă patru stiluri funcționale: științific, beletristic, puiblicistic şi juridico-administrativ.

După ce am încheiat trecerea în revistă a principalelor concepții privind structura stilistică a limbii noastre literare, putem observa că numărul stilurilor variază de la un autor la altul, ca şi locul lor în ierarhiile elaborate. Doar două stiluri apar constant în toate clasificările luate în considerare, şi anume stilul artistic şi cel științific[8]. Stilul administrativ este deseori subordonat celui științific, iar cel publicistic (care constituie obiectul cercetării noastre) este considerat uneori o varietate a celui beletristic atunci când nu a fost de-a dreptul contestat pe considerentul că, în acest caz, se apelează la mijloace de expresie împrumutate din alte stiluri cu existență indubitabilă (artistic, științific, administrativ).

Înțeleasă în sensul cel mai general, limba literară este instrumentul prin care se concretizează, există şi se transmite cultura unei națiuni. De aceea, ea mai poartă numele de limbă de cultură sau de limbă a culturii. Necesitatea de a distinge, în cadrul ei, mai multe variante a pornit, desigur, de la o realitate indiscutabilă, adică de la evidența că aceste variante există într-adevăr. Chestiunea se complică însă în momentul în care ne propunem să aflăm care este rațiunea de a fi a acestor variante, numite *stiluri* sau, cu un termen ce ni se pare mai adecvat, *limbaje*. Pe o poziție similară se situează şi Iorgu Iordan, care preferă pe *limbaj* lui *stil* şi Ion Coteanu, care renunță la *stil* în favoarea lui *limbaj*. Ambii autori invocă în sprijinul lor faptul că termenul *stil* ar trebui rezervat pentru denumirea modului personal în care un scriitor sau un om de cultură îşi exprimă ideile şi sentimentele.

Utilizarea termenului *limbaj* are şi un alt avantaj, şi anume pe acela de a retroceda termenului *stil* dreptul de a reveni la destinația sa originară, antică. Am arătat că şi la noi teoria celor trei stiluri s-a bucurat în secolul al XIX-lea de trecere; ea a fost reluată, cu scopul declarat de a fi reactualizată, de către Ivănescu[9]. Această teorie afirmă existența a trei registre de exprimare, şi anume: stilul înalt sau sublim, stilul mediu sau temperat şi stilul simplu, vulgar sau umil. A cunoaşte realitatea unor asemenea registre stilistice nu reprezintă o contestare a existenței limbajelor funcționale amintite anterior, ci o complinire a acestora.

[8]Cf. Al. Andriescu*, Stil şi limbaj*, Iaşi, Editura Junimea, 1977.
[9] Gh. Ivănescu, *Istoria limbii române,* Iaşi, Editura Junimea, 1980.

BDD-V1916 © 2005 Editura Universităţii de Vest
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-15 01:52:55 UTC)

Afirmația trebuie înțeleasă în sensul că, teoretic, dar, așa cum se va vedea, şi practic, fiecare dintre limbajele funcționale comportă cele trei registre menționate. De pildă, în cadrul limbajului ştiințific, este rațional să admitem că pot fi deosebite o variantă academică, prezentă în tratatele de specialitate, o variantă neutră, identificabilă în prelegerile universitare şi o variantă de popularizare, specifică articolelor de propagare a cunoştințelor ştiințifice. Etajări similare pot fi imaginate şi chiar constatate şi în cadrul celorlalte limbaje funcționale ale limbii române literare.

În opinia noastră, aceste limbaje sunt în număr de cinci: artistic, ştiințific, administrativ-juridic, publicistic şi religios. Dacă admitem că fiecare comportă trei niveluri stilistice înseamnă că, în ansamblu, româna literară posedă douăsprezece asemenea niveluri, de unde rezultă că cel care o utilizează are la dispoziție un larg şi complex evantai al modalităților de exprimare, adecvat scopurilor comunicării. Utilizatorului nu-i rămâne decât s-o adapteze la receptor. În condițiile în care cele trei stiluri sunt invariabile (cel puțin din antichitate până în prezent), înseamnă că variabilitatea inventarului este determinată de mobilitatea limbajelor, care au evoluat, s-au modificat, au dispărut şi s-au constituit într-un ritm propriu fiecărei culturi.

De exemplu, până în secolul al XIX-lea s-a vorbit despre un limbaj bisericesc, specific cărților de cult, comentariilor asupra acestora, predicilor şi, în general, tuturor manifestărilor lingvistice cu caracter religios. Ulterior, când rolul prioritar al religiei în viața noastră spirituală a început să fie concurat de direcții laice, cum sunt arta ori ştiința, importanța limbajului în discuție a început să scadă, astfel încât învățații secolului al XX-lea nu l-au mai luat în considerare, aceasta şi din motive ideologice, după 1989 stilul său a început să intereseze tot mai mult şi caracteristicile lui să fie investigate atât sincronic cât şi diacronic. Astăzi, când religia şi-a redobândit rolul şi locul cuvenite, existența acestui limbaj începe să fie din nou admisă.

În concluzie, admitem existența stilului publicistic şi ne vom ocupa, în continuare de caracteristicile sale.

Stilul publicistic a cunoscut o evoluție spectaculoasă, ritmul său de schimbare fiind, fără îndoială, cel mai accelerat față de cel al altor stiluri. Aceasta este şi explicația faptului că presa reprezintă un veritabil laborator, în care se experimentează şi se verifică inovațiile lingvistice, adică împrumuturile şi cuvintele derivate sau compuse pe teren românesc. O mare parte a neologismelor

BDD-V1916 © 2005 Editura Universității de Vest
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-15 01:52:55 UTC)

care nu sunt de strictă specialitate au pătruns în limbă prin intermediul presei. Nu este mai puțin adevărat că această permeabilitate pronunțată față de inovația lingvistică a condus şi la multe abuzuri, îndeosebi neologice, pe care Ion Luca Caragiale, de exemplu, le-a ridiculizat în scrierile sale.

Funcțiile presei determină categoric şi modalitățile la care ea recurge. Se poate confirma că principalele funcții ale presei sunt comunicarea şi persuadarea. Funcția comunicativă se realizează, în primul rând, grație caracterului său referențial deosebit de pronunțat. Am putea spune că limbajul presei este centrat pe realizarea funcției referențiale. Referentul său principal este chiar viața socială cu toată varietatea şi complexitatea ei. Necesitatea de a-l informa pe cititor şi pe ascultător, cât mai rapid şi cât mai corect este dublată de o alta, şi anume de necesitatea de a-l influența într-atât încât să-şi modifice ideile, opiniile, comportamentul, în conformitate cu intențiile, dorințele şi interesele grupului al cărui purtător de opinie este ziaristul.

Funcția referențială este dublată de funcția persuasivă care se bazează pe expresivitate şi pe creativitate, ceea ce înseamnă accentuarea în limbaj a relației dintre partenerii actului comunicativ: emițătorul sau enunțiatorul cu funcția expresivă şi receptorul sau destinatarul cu funcția conativă, după schema lui Roman Jackobson. Expresivitatea reprezintă pătrunderea, în grade diferite şi în maniere diferite, a emițătorului în mesaj şi, mai ales, exprimarea atitudinii sale de aprobare, de respingere față de conținutul mesajului propriu, în aşa fel încât, să poată provoca şi în receptor aceeaşi atitudine. Evident că efectul va fi cu atât mai puternic şi, deci, cu atât mai eficient, cu cât puterea de convingere este mai mare. Şi nu este deloc o întâmplare că printre factorii de persuasiune, alături de argumente, fapte, exemple, un rol deosebit revine punerii în text a acestora, textualizării lor, ceea ce înseamnă importanța limbajului în actul de persuasiune.

Într-adevăr poți fi mai convingător sau mai puțin convingător şi prin felul cum te exprimi. Modul de exprimare este influențat şi de receptor, de apartenența socială, culturală, politică a acestuia. A şti cui te adresezi este vital în jurnalistică, pentru că numai astfel vei putea să-ți adaptezi discursul la destinatar, să-i laşi acestuia impresia că i te adresezi în mod special lui şi numai lui, că el este cel vizat de mesajul tău şi, într-un fel, favorizat de modul în care este redactat.

Conativitatea rezidă tocmai din orientarea mesajului către destinatar, cooptarea acestuia în mesaj, ca un veritabil „personaj“ al acestuia.

BDD-V1916 © 2005 Editura Universităţii de Vest
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-15 01:52:55 UTC)

Stilul publicistic are un puternic caracter dialogic, în subtextul său atunci când această particularitate nu apare explicit la suprafața lui. Stilul jurnalistic este canalul prin care pătrund în limbă influențele care marchează profilul limbajului oral dominat de spontaneitate şi de relaxarea normelor lingvistice.

Jurnalistul intră în contact cu cele mai diferite domenii de activitate, care se concretizează prin acțiuni/evenimente specifice (care vor deveni texte în media) şi prin limbaje specifice. Cititorul ziarului/magazinului (ascultătorul radio-jurnalului) nu este obligat să fie jurist, chimist, medic, biolog, finanțist sau psiholog în acelaşi timp. De unde, rezultă necesitatea ca „jargonul" fiecărei profesiuni să fie tradus într-un limbaj accesibil, la fel, limbajul străzii, argoul. Ceea ce nu înseamnă că în textul publicistic nu pot să apară, când este nevoie, termeni de specialitate sau termeni aparținând argoului. Cititorul nu aşteaptă o metaforă în locul unei informații. De exemplu, enunțul: „La miting a participat o mare de oameni", conține o metaforă al cărei conținut informațional este incert. În schimb, enunțul: „La miting au participat 3000 de oameni", conține o informație. De aici nu rezultă că folosirea metaforelor sau a altor tropi este interzisă în textul jurnalistic.

Situată între cele două stiluri (stilul artistic şi cel ştiințific) exprimarea jurnalistică împrumută din valențele expresive ale celui dintâi şi din rigoarea rece a limbajului ştiințific, de foarte multe ori, îmbinându-le.

Este de notat că noțiunea de stil jurnalistic este destul de vagă, şi datorită extensiei corelațiilor sale date de diversitatea cvasi-nelimitată a situațiilor reale pe care la reflectă media. Mărcii personalității autorului textului i se adaugă aceea a diferențelor dintre media. Din această perspectivă, există un stil de agenție, unul de televiziune, un stil radiofonic, un stil al presei tipărite, toate aceste variante având numeroase puncte de interferență. Două aserțiuni par a întruni consensul:

1. Stilul jurnalistic este o derivare (unii o numesc degradare) a stilului literar;

2. Există o anumită uniformizare stilistică care derivă din standardizarea produsului/textului mediatizat. Accentul se mută de la personalitatea semnatarului, la conținutul mesajului, de la cum se spune, la ce se spune.

Rigorile deadline-ului, ale limitelor de spațiu/timp şi existența publicului heteroclit impun drept calități ale stilului publicistic: concizia, varietatea (care decurge în primul rând din varietatea realității; aceasta impune varietatea lexicală şi de exprimare), accesabilitatea, claritatea, acuratețea.

BDD-V1916 © 2005 Editura Universităţii de Vest
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-15 01:52:55 UTC)