Uliana GĂINĂ

SIMBOLURI VERBALE ȘI NONVERBALE ÎN DISCURSUL POLITIC ACTUAL

Comunicarea stă la baza creării, menținerii și dezvoltării structurilor sociale, între care se stabilește un echilibru generator de energie, creație și dezvoltare a societății.

Toate relațiile între guvernanți și guvernați sunt caracterizate prin existența unui flux al informațiilor și al mesajelor, acestea dau structură și sens tuturor relațiilor politice.

Discursul politic reprezintă un proces complex de comunicare, constând într-un schimb masiv de informații, adevărate sau false, de opinii și comentarii, rezonabile sau pasionale, transmise pe căi și prin mijloace variate și cu participarea unor diverse grupuri sociale. Acesta este un mod de utilizare a limbii și limbajelor și ridică statutul celui care îl produce, statut dobândit nu doar prin funcția pe care o deține protagonistul, dar și prin manevrarea iscusită a cuvintelor, el ajungând să fie în final conducătorul unor alegători. Cuvintele, simbolurile, imaginile alese pentru a-l promova pe arena politică trebuie să înfățișeze un om simplu, care nu e preocupat de popularitatea sa. „Arma omului politic este de „a vorbi simplu fără a da impresia că, de fapt, vorbește mult" (Camelia Cmeciu, *Strategii persuasive în discursul politic*, Iași, 2005, p. 63).

Folosirea simbolurilor – lingvistice sau nelingvistice – constituie o tehnică frecventă și eficientă în discursul politic, urmărind manipularea emoțională a publicului.

Simbolurile apar pentru a susține sau a contracara idei, programe, acțiuni etc., iar sensul lor depinde de perspectiva spectrului politic din care sunt transmise mesajele. Termeni cu o deosebită valoare simbolică precum *democrație, adevăr, bine, valori, solidaritate, viitor, interes național, dreptate* etc. apar în majoritatea discursurilor ținute de actorii politici. Se mizează pe cuvinte, imagini care să reprezinte aspirația întregului popor. Spre exemplu: „Vom ține cont de lecțiile trecutului, dar trebuie să privim în *viitor* pentru

BDD-A20628 © 2008 Revista „Limba Română"
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.31 (2026-11-28 16:13:23 UTC)

a construi viitorul european, democratic și *prosper* al Republicii Moldova" (Serafim Urecheanu, internet, Centrul de Presă al AMN).

Și dacă tot ne referim la simbolurile politice, ar fi cazul să menționăm aici și brandul Republicii Moldova, imaginea pe care politicienii doresc să o promoveze peste hotare. La 21 martie 2006 MEPO (Moldova Export Promotion Agency) a înaintat un proiect în vederea realizării acestui scop, dar rezultatele sunt destul de modeste. În primul rând, simbolul vizual ce reprezintă țara este unul abstract și poate fi interpretat în numeroase moduri, iar sloganul este banal, fiind punctul cel mai slab al brandului propus: *Moldova. Discover us*, la fel ca și

- Macedonia. Discover us.
- Mongolia. Discover us.
- Montserrat. Discover us.
- Morocco. Discover us.



Lista ar putea continua, dar nu asta interesează, ci relația stabilită între acest slogan și imaginea țării noastre. Încercarea de a demonstra că acest *Discover us* se potrivește anume Moldovei într-o măsură mai mare decât celorlalte țări enumerate mai sus nu este pertinentă.

Acest exemplu demonstrează importanța simbolurilor politice care influențează imaginea țării noastre peste hotare sau a partidelor politice.

Discursul politic este conceput astfel încât să convingă și să placă, în același timp, publicului receptor. Pornind de la aceste cerințe, se recurge adesea la formulele retorice, din care face parte și sloganul, reprezentând niște cuvinte-șoc, de multe ori expresii-șablon. Sloganul este o formulă concisă și frapantă, ușor de repetat, polemică și cel mai adesea anonimă, destinată să incite masele atât prin stilul său, cât și prin elementul autojustificator, emoțional / pasional și rațional pe care-l comportă. Sloganele sunt atât politice, având menirea să înlocuiască întregul program al partidului sau al candidatului, cât și apolitice, spre exemplu: *Sprite! Urmează-ți setea!, Romtelecom – unește distanța!* etc.

Sloganul politic este un text alcătuit din fraze și cuvinte scurte și putem afirma că este cel mai inteligibil text al unui partid sau al unui candidat. El este simplificarea supremă – fraza care spune dacă nu totul, măcar esențialul în câteva cuvinte simple.

Pe lângă cele menționate mai sus, sloganul întrunește preocupările de actualitate și orice scrutin din Republica Moldova demonstrează acest fapt. Să analizăm, spre exemplu, campania electorală din 2007, referindu-ne doar la câteva partide politice (PCRM, AMN, PL, PDM, PNL, PDSM). Dominanta discursivă a sloganelor acestor partide se realizează astfel:

BDD-A20628 © 2008 Revista „Limba Română"
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.31 (2026-11-28 16:13:23 UTC)

1. orientarea spre *viitor*:

PCRM – *Este cu un pas **înainte**!*
AMN – *Susțineți un **viitor** luminat de soare pentru Moldova!*
PL – *Schimbarea spre bine de la Partidul Liberal **vine***!
PDM – *Să oferim țării **un viitor**!*
PNL – *Votați pentru **viitorul** european al Republicii Moldova!*

2. dorința de *integrare în Europa*:

PL – *Un primar tânăr – o capitală **europeană**!*
PDM – *Să aducem **Europa** în satele noastre!*
PNL – *Votați pentru viitorul **european** al Republicii Moldova!*

3. opțiunea pentru *schimbare*, pentru a aduce ceva *nou*:

AMN – *Venim să facem **schimbarea în bine**!*
PL – ***Schimbarea spre bine** de la Partidul Liberal vine!*
PDSM – *PDSM aduce **schimbarea**!*
*Suntem o echipă **nouă**!*

4. oferirea a ceva mai *bun*, promisiunea de a face bine:

AMN – *Venim să facem schimbarea în **bine**!*
*Împreună pentru o viață mai **bună**!*
*Șapte pași spre o viață mai **bună**!*

5. chemarea la *coparticipare, la colaborare* prin utilizarea adverbului *împreună*:

AMN – ***Împreună** pentru o viață mai bună!*
PDSM – ***Împreună** vom învinge!*

Și tot aici am putea plasa și adresarea populară „Fraților” din sloganele partidului PNL, care, de asemenea, cere o implicare din partea cetățenilor, receptorilor și contează pe o relație strânsă dintre candidați și alegători:

*Ne-au mințit cei roșii, gata, **Fraților**, votați Săgeata!*

Încă o caracteristică a acestui partid este opoziția rău – bine, pe care sunt construite sloganele.

Tehnica de bază în alcătuirea sloganelor se ghidează de *simbolurile grafice ale partidelor*, mizându-se pe puterea de sugestie a semnelor iconice bine cunoscute. Simbolul PNL, *săgeata*, este opus celui comunist – *secera*, iar simbolul cromatic-politic *roșu*, care reprezintă partidul comuniștilor, este asociat cu minciuna. Antiteza simbolică *săgeată – seceră* sugerează schimbarea, trecerea de la vechi la nou:

*Ați votat **Secera,** gata, Fraților, votați **Săgeata**!*

BDD-A20628 © 2008 Revista „Limba Română”
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.31 (2026-11-28 16:13:23 UTC)

Alte exemple:

AMN – *Numai cu **Soarele** vom ieşi din întuneric!*
*Susţineţi un viitor luminat de **soare** pentru Moldova!*

PL – *Votaţi **omul** liberal!*

PDM – *Votaţi **trei trandafiri**!*

PNL – ***Săgeata liberală** bate secera comunistă!*
***Săgeata liberală** – direcţie europeană!*

PDSM – *Istoria alege I.A. **trandafirul**!*

Aceste simboluri sociale exprimate lingvistic predomină în sloganul electoral pentru a reda preocuparea faţă de realitatea înconjurătoare, pentru a arăta grija faţă de a situaţia actuală în care se află ţara şi, în fine, pentru a atrage alegătorii.

Orice partid, candidat independent, atunci când intră pe arena politică cu scopul de a participa la anumite alegeri, trebuie să-şi înfăţişeze platforma electorală, un program ce conţine ofertele electorale şi constituie un suport pentru cunoaşterea concurenţilor şi a obiectivelor propuse de ei.

Dacă vom analiza platformele electorale din orice scrutin din Republica Moldova, vom vedea că, în pofida faptului că sunt foarte multe, ele nu prea diferă una de alta.

Limbajul programelor politice se caracterizează printr-o înaltă frecvenţă a *formulelor comune*, de iniţiere, prin care se aduc la cunoştinţă obiectivele stabilite, strategiile de viitor şi altele. Spre exemplu, majoritatea textelor-program încep cu: *voi face, voi opta, noi vom lupta, noi vom realiza* etc.

Textul politic este, de multe ori, o montare de şabloane şi formule standard şi se caracterizează prin prezenţa trăsăturilor limbajului de lemn. Intenţia unui asemenea limbaj este nu de a da vreo informaţie obiectivă, ci, din contra, de a ascunde, de a masca adevărata realitate, oferind receptorului doar nişte iluzii, nişte pseudoinformaţii.

În discursul politic interesant este felul în care limbajul influenţează deciziile politice, amorţeşte simţurile, deghizează intenţii şi maschează aspectul financiar al companiilor electorale etc. Putem deci afirma că discursul, nu în ultimul rând cel politic, este cel mai frumos mod de a-i manipula pe oameni.

Conducător şt. dr. hab.
conf. univ. Irina CONDREA

BDD-A20628 © 2008 Revista „Limba Română”
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.31 (2026-11-28 16:13:23 UTC)