PERSUASIVENESS IN THE JOURNALISTIC DISCOURSE

Sorin-Gheorghe Suciu, Assist. Prof., PhD, Sapientia University of Tîrgu Mureș

Abstract: Our paper tries to enlighten the steps of the classical discourse in Florentin Țuca's article – "Ora exactă din sportul românesc" ("The Exact Time in the Romanian Sports") – in order to reveal the way in which the persuasion works in the mass media and to point out the negative side of the problem, the danger of manipulation. Thus, we tried to demonstrate the way in which the figures of thought and speech are contributing to the leading of the reader on the path to the author's goal. The author of the discourse combines the three technical characteristics of persuasiveness which define the classical discourse's rhetoric.

Keywords: rhetoric, journalism, terminology, metaphor, discourse

De ce nu CTP?

Precizăm, pentru început, faptul că această lucrare a reprezentat, la un moment dat, o temă la unul din seminariile de masterat („Semiotica discursului literar") ale UPM Târgu-Mureș. Tema era, de fapt, axată pe discursul jurnalistic al lui Cristian Tudor Popescu, însă, am decis a alege un alt articol,[1] nu din vreun pueril spirit de frondă şi nici din cauza acelei uşoare antipatii pe care o resimțeam la adresa unui om devenit, cu bună ştiinţă, „brand". Până şi ideea de a prezenta o fiinţă umană drept „marcă înregistrată" este una care-ţi poate da fiori reci pe şira spinării, în cazul în care ai fost receptiv la avertismentele lui George Orwell.[2] Genul de discurs al CTP-ului, plin de sarcasm la adresa reprezentanţilor unei societăţi, tarate, e drept, de secole de obedienţă ce au dus la naşterea unui proverb cu specific local de tipul „capul plecat sabia nu-l taie", poate duce la adormirea indignării publice care se vede, astfel, răzbunată printr-un delegat, mai mult sau mai puţin legitim, în funcţie de cum îl percepe fiecare. Recunoaștem, pe de altă parte, faptul că, de multe ori, am empatizat cu ieşirile respectivului jurnalist. De asemenea, nu contestăm valoarea CTP-ului, ea este una autentică deoarece vine din lectura aplicată ce i-a permis a accesa mare parte a „bibliotecii universale"[3] şi din formaţia sa de bază, ce i-a ordonat gândirea logică. Totuşi, „ilogicul", pus în faţa logicii pozitiviste, este expresia vieţii care-şi vădeşte dreptul la existenţă şi nu prea ţine el cont de barierele artificial impuse, pe care le asaltează permanent. De aici şi conştiinţa nefericită a omului de azi, dacă ar fi să trecem, fie și pentru o clipită, în registrul filosofiei fondaniene.

Pe de altă parte, din cercetările recente rezultă o corelaţie interesantă, şi deloc neglijabilă, între rolul jurnalistului şi modurile de exercitare a puterii şi controlului. Regizorul Sidney Lumet expune, în 1976,[4] modul în care un post de televiziune exploatează, cinic, setea de absolut a telespectatorilor, sete ostoită, cu linguriţa, prin intermediul unui proroc modern, fost prezentator TV. Puţin mai recent, în 1987, câţiva cercetători britanici avertizau asupra

[1] Florentin Țuca, *Ora exactă în sportul românesc,* în „Dilema veche", București, nr. 324, 29 aprilie-5 mai , 2010, disponibil la http://dilemaveche.ro/sectiune/tilc-show/articol/ora-exacta-din-sportul-romanesc, accesat la 04.10.2014.
[2] George Orwell, *O mie nouă sute optzeci şi patru,* Editura Polirom, Iaşi, 2002.
[3] Vezi Pierre Bayard, *Cum vorbim despre cărţile pe care nu le-am citit,* Editura Polirom, Iaşi, 2008.
[4] Sidney Lumet (director), Paddy Chayefski (writer), *Network,* MGM/ UA, USA, 1976.

BDD-A22306 © 2014 "Petru Maior" University Press
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 23:10:02 UTC)

pericolului reprezentat de către noul jurnalism şi, în special, de noii jurnalişti ce se constituie într-o elită deviantă care asigură, prin promovarea unui comportament articulat, funcţionarea tuturor domeniilor organizate ale societăţii. Un alt cercetător, americanul David Barsamian,[5] se referă la jurnalişti ca „stenografi ai puterii", identificând elemente prin care schiţează un model tip „pudel – stăpân", aflat la polul opus al clasicului jurnalist, „câine de pază al societăţii", luptător neobosit contra abuzurilor, nedreptăţilor şi a corupţiei. Bine, CTP nu prea pare a avea profil de pudel, dar...

Revenind la articolul ce reprezintă materialul de lucru al acestei analize, vom remarca faptul că, asemenea CTP-ului, Valentin Ţuca nu este scriitor de formaţie, ci provine din lumea dreptului corporatist, fiind Managing Partner la firma de avocatură Ţuca Zbârcea & Asociaţii. Este, de asemenea membru fondator şi Secretar General al Camerei de Comerţ Româno-Franceze. Creionul nu-i tremură în mână, scriind, astfel, pentru diferite publicaţii precum „Ziarul financiar" sau „Dilema veche". Articolul de faţă a apărut în aceasta din urmă şi relevă un alt paralelism cu CTP: dragostea pentru sportul alb (la care subscriem şi noi, cu un dram de nostalgie) şi aversiunea faţă de mitocănie şi derizoriu. Motivaţia acestei lucrări constă şi în a arăta o altă voce, mai puţin auzită, însă la fel de pertinentă, care foloseşte repertoriul retoric în discursul jurnalistic oferind, astfel, un prilej de comparaţie.

„Nu mai zic nimic"

Ipoteza de lucru ce a pus în mişcare această analiză se axează pe metaforele folosite de Florentin Ţuca în articolul său, cu precădere cea centrală, a „cucului ce dă ora exactă în sportul românesc" şi care reprezintă placa turnantă ce instituie antiteza dintre două lumi. Aceste metafore conduc cititorul către acea *peroratio* specifică avocaturii, „*nu mai zic nimic...*", echivalentă cu latinescul *Q. E. D.* şi britanicul *I rest my case*.[6] Astfel, vom încerca a demonstra modul în care figurile de construcţie şi cele de gândire contribuie la punerea cititorului pe direcţia dorită de către autorul discursului, care foloseşte îmbinarea celor trei moduri ale persuasiunii, definitorii pentru retorica discursului clasic (jurnalistic în cazul acesta). De asemenea, după cum am subliniat anterior, o paralelă cu felul în care un alt jurnalist tratează problemele societăţii româneşti prin apelul la retorica discursului, va fi facilitată şi va oferi, sperăm, un punct de sprijin pentru o perspectivă asupra jurnalismului din România contemporană.

Instrumente de lucru

Metafora este una din figurile stilistice şi retorice de gândire, mai mult decât ceea ce credea Quintilian, adică „brevior est similitudo"[7] („este o comparaţie mai scurtă"). De fapt, multe dintre metafore sunt rezultatul unor comparaţii clare: „Cînd întîlnim în poezia barocă expresii ca marea vieţii, buze de coral sau scaieţii necazurilor etc., putem urmări exact succesiunile de idei care l-au dus pe autor la aceste metafore."[8] Problema care se pune, de fapt, este aceea a ajungerii la „metafora vie" a lui Paul Ricoeur, cel care afirmă: „Metafora este, prin excelenţă, tropul prin asemănare".[9] Asemănarea acţionează în patru timpi: *deviaţia, substituţia, selecţia* şi *similitudinea*. Fiind un fenomen al discursului, o atribuire textuală aparte, insolită, o inedită schimbare de sens, metafora se întemeiază pe relaţii interne (intralingvistice), neavând în vedere decât substanţa limbajului, relaţiile de sens,

[5] David Barsamian, *Stenographers of Power: Media and Propaganda*, Common Courage Press, Monroe, ME, USA, 1992, pp. 34-56.
[6] Vezi, la finalul lucrării, schema retoricii discursului analizat.
[7] Quintilian *apud* Wolfgang Kayser, *Opera literară. O introducere în ştiinţa literaturii,* Editura Univers, Bucureşti, 1968, p. 184.
[8] W. Kayser, op. cit., p. 184.
[9] Paul Ricoeur *Metafora vie*, Editura Univers, Bucureşti, 1984, p. 271.

BDD-A22306 © 2014 "Petru Maior" University Press
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 23:10:02 UTC)

nedeterminată de ordinea contextuală a referentului: „Nu ar exista metaforă dacă nu ar fi resimţită o deviaţie între sensul figurat al unui cuvânt şi izotopia contextului”.[10] Mai mult de atât, pentru ca o metaforă să fie „vie”, să permită apariţia imaginii, să convingă, Ricoeur consideră că ea trebuie să se preteze unei triple devieri ori puneri în relief: în raport cu contextul referenţial şi cu textul însuşi, la care se adaugă raportul intracontextual. Prin urmare, graniţa dintre comparaţie şi metaforă este una fluidă, fapt ce se poate observa destul de clar în rândurile articolului a cărui analiză este prezentată în lucrarea de faţă.

Ethos, pathos şi *logos* reprezintă cele trei caracteristici tehnice ale persuasiunii într-un discurs, aşa cum au fost teoretizate de către Aristotel, în *Ars Rethorica*.[11] Atributul tehnic prezintă două aspecte. Astfel, în primul rând, persuasiunea trebuie să se bazeze pe o metodă, ceea ce ne arată faptul că trebuie să cunoaştem motivele pentru care unele elemente sunt sau nu convingătoare. Prin urmare, persuasiunea „cu metodă” se bazează pe analiza atentă a ceea ce înseamnă a fi convingător. În al doilea rând, mijloacele de persuadare trebuiesc livrate de către autorul discursului însuşi, pe când elementele preexistente (jurăminte, mărturii, etc.) sunt non-tehnice de vreme ce nu pot fi influenţate de către cel ce pregăteşte un discurs.

După Aristotel, un discurs constă în trei elemente: autorul, subiectul discursului şi receptorul. Se pare că acesta este motivul pentru care există trei moduri de persuadare în retorică, de găsit fie în caracterul autorului discursului, fie în dispoziţia auditoriului ori în valoarea intrinsecă a argumentaţiei. În momentul în care toate acestea conlucrează în armonie oratorul este desăvârşit.

Ethosul constă în folosirea de către autorul discursului a credibilităţii sale, dobândite de-a lungul timpului, în vederea atingerii scopurilor pentru care a fost pregătit discursul. În cazul în care autorul este credibil, persuasiunea va fi atinsă prin faptul că audienţa va fi predispusă a da credit celor spuse de către acesta, lucru deosebit de important în cazul problemelor neclare, unde nu există informaţie exactă şi este loc de interpretare. Dar, se întreabă Aristotel, cum poate deveni credibil un autor de discurs? Tot el răspunde, credibilitatea autorului constând în afişarea unei inteligenţe practice (*phronesis*), a bunei credinţe şi a virtuţii. Lipsa totală a acestora va determina reacţii adverse în cadrul audienţei; prezenţa phronesisului fără afişarea bunei credinţe şi a virtuţii va duce la neîncrederea audienţei în ceea ce priveşte scopurile reale ale autorului; iar lipsa bunei credinţe va duce, de asemenea, la neîncredere, auditoriul fiind determinat să creadă că autorul nu dă direcţia cea mai bună de urmat, cu toate că o cunoaşte. Trebuie subliniat faptul că autorul discursului va obţine aceste efecte prin ceea ce el spune, sau scrie (în cazul jurnalisticii). El nu trebuie să fie neapărat un om virtuos, Aristotel fiind de părere că, dimpotrivă, caracterul bun al oratorului nu aduce niciun aport în eficientizarea mijloacelor tehnice ale persuasiunii.

Pathosul constă în faptul că un bun autor de discursuri trebuie să instituie starea dorită în rândul audienţei, deoarece emoţiile pot influenţa, în mod pozitiv ori negativ, judecăţile. De exemplu, un judecător aflat într-o bună dispoziţie poate judeca în mod favorabil un delict minor, pe când unuia aflat într-o stare de iritare, acelaşi delict îi va părea mai grav şi va acţiona în consecinţă, printr-o pedeapsă mai aspră aplicată contravenientului. Dar, cum poate fi indusă auditoriului o stare emoţională potrivită cu scopurile oratorului? Aristotel pledează pentru o cunoaştere în amănunt a tuturor emoţiilor umane şi pentru aplicarea acestor cunoştinţe în pregătirea discursului.

[10] *Ibidem.*
[11] Rapp, Christof, “Aristotle's Rhetoric”, *The Stanford Encyclopedia of Philosophy* (Spring 2010 Edition), Edward N. Zalta (ed.), URL = http://plato.stanford.edu/archives/spr2010/entries/aristotle-rhetoric/, accesat la 04.10.2014.

BDD-A22306 © 2014 “Petru Maior” University Press
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 23:10:02 UTC)

Logosul presupune convingerea audienţei prin evidenţa raţional - logică a argumentelor prezentate. Pentru Aristotel erau două tipuri de demonstraţii: inductive şi deductive. Demonstraţia inductivă constă în pornirea de la individual către universal.

Antiteza (Fr, *antithese* > Gr. *antithesis* = opoziţie) este o figură de stil care constă în proiectarea a două elemente sau entităţi în antonimie, în panoul central al unei poeme, al unei opere, în general, astfel încât să se pună reciproc mai bine în lumină. Prin antiteză se reliefează mai adânc opoziţia dintre două personaje, situaţii, idei sau concepte, fapte, etc. Antiteza este un procedeu folosit cu predilecţie de către romantici. De exemplu, poemele eminesciene sunt concepute în planuri sau tablouri antitetice: planul teluric şi cel celest în *Luceafărul*, planul istoriei de aur a neamului şi planul prezentului epigonic, în *Epigonii* etc.

Sportul alb maculat de „Sport.ro"

Articolul lui Valentin Ţuca, *Ora exactă din sportul românesc*,[12] a apărut în numărul 324 (29 aprilie – 5 mai 2010) din „Dilema veche" şi este structurat pe două secţiuni, plasate în antiteză printr-o reuşită metaforă ce relevă carenţe majore ale televiziunii de sport din România, televiziune ce reflectă, din raţiuni economice ce ţin de rating, aspectele deplorabile ale faunei ce mişună prin preajma sportului românesc muribund şi care a devenit un fel de talmeş-balmeş, denumit generic „Liga Cuiva", expresie a unui context mai larg, reprezentat de întreaga societate de la noi.

Discursul face parte din categoria *jurnalismului de opinie*, după tipologia lui Claude–Jean Bertrand,[13] caracterizat prin faptul că urmăreşte doar să convingă, nu să informeze, astfel încât proprietatea factuală poate fi, şi este, în unele cazuri, neglijată. Stilul jurnalistic/ publicistic[14] a apărut din mai vechile şi specializatele stiluri funcţionale, *beletristic*, *juridico-administrativ* şi *ştiinţific*, fiind o expresie a unui mod de gândire cu un efect de structurare a mesajelor ce se întinde pe trei trepte stilistice, *idiostil* (stil individual), *stil funcţional* (limbaj special şi specializat) şi *stil general al limbii* (stilul limbii comune).

Titlul articolului face parte din categoria titlurilor adnotative, promiţându-ne un excurs pe marginea unei teme de larg interes public, o radiografie a stării sportului românesc. Asta, la o primă vedere. Odată cu intrarea în miezul problemei, ne dăm seama că, de fapt, ora exactă reprezintă un termen ambiguu, sensul dominant al acestuia fiind dat de înţelegerea metaforei „cucului", placa turnantă a articolului.

Pe de altă parte, publicul ţintă vizat de către autor se încadrează în segmentul de mijloc şi de elită al societăţii noastre, având în vedere faptul că „Dilema veche" este un săptămânal nu tocmai accesibil publicului tabloidizat al zilelor noastre, cu un tiraj mediu de 50.000 de exemplare, la momentul apariţiei articolului. Canalul de transmitere este şi unul electronic, cu 1060 de vizualizări ale respectivului articol, până în momentul de faţă. Ba mai mult, tenisul este, la rândul său, un sport elitist, având în vedere costurile mari pe care le implică formarea unui jucător competitiv. Acest aspect este cu atât mai important în România deoarece infrastructura de la noi este ca şi inexistentă şi multe talente se pierd pe drum, în cazul în care nu au o susţinere financiară puternică din partea părinţilor.

Intrând în temă, se poate afirma faptul că articolul prezintă toate etapele discursului clasic: *exordium, presentatio, naratio, confirmatio, refutatio* şi *peroratio*, unele dintre ele mai greu de delimitat, având în vedere că este construit pe două planuri, relevate de către cele două subtitluri interferente, *Tenis punct sport* şi *Sport punct România*, subtitluri ce duc

[12] Anexa: http://www.dilemaveche.ro/sectiune/tilc-show/articol/ora-exacta-din-sportul-romanesc
[13] C. -J. Bertrand (coord.), *O introducere în presa scrisă şi vorbită*, Editura Polirom, Iaşi, 2001.
[14] Bălănescu, Olga, *Limbaje de specialitate*, Editura Universităţii, Bucureşti, 2003, disponibil la http://ebooks.unibuc.ro/filologie/olga/1.htm, accesat la 01.09.2014.

BDD-A22306 © 2014 "Petru Maior" University Press
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 23:10:02 UTC)

cititorul spre canalul românesc de televiziune „Sport.ro”, pretextul acestui discurs (*exordium*). Primul dintre acestea porneşte cu o afirmaţie ce nu lasă loc de interpretare: „Tenisul este (un) sport” (*presentatio*). Discursul se încheagă în jurul subiectului ce suportă o serie de comparaţii la limita metaforei, menite a convinge cititorul de justeţea opiniilor lui Florentin Ţuca.

Astfel, terenul de tenis devine un dreptunghi magic, care îmbină caracteristicile ringului de box cu cele ale tablei de şah, sugerând rezistenţa, combinată cu inteligenţa şi anticiparea, într-o primă fază. Seria de comparaţii continuă cu fileul ce devine chintesenţa fair-playului iar tuşele sunt ferite, parcă prin minune, de contaminarea cu simulările specifice fotbalului, de exemplu. Enumerarea se încheie cu metafora terenului de tenis, „curte interioară a unei case boiereşti vechi, înspre care dau şi balcoanele gazdelor, şi ale oaspeţilor.” Continuând seria de comparaţii, care merg în paralel cu etapele din primul paragraf, ajungem la jucătorul de tenis, Roger Federer, de exemplu. El nu este un semizeu, ci un om normal, aluzia aceasta devenind evidentă, odată ce cititorul ajunge în partea a doua a discursului, atunci când este relevat fenomenul răsturnării planului valorilor în România.

Ca elemente de construcţie, din punct de vedere stilistic, avem, până în acest moment al discursului, enumeraţia, care duce la acumularea de capital în contul deschis de către autorul discursului. Concluzia spre care este condus cititorul este una clară, mai ales că autorul îşi afirmă afinitatea pentru un sport ce poate fi, şi chiar este, educativ pentru tânăra generaţie (*naratio, confirmatio*).

Şi iată-ne ajunşi la punctul de turnură ce dă măsura întregii construcţii discursive a lui Florentin Ţuca, construcţie plecată dintr-o fractură frustrantă ce apare de nicăieri şi întrerupe o trăire în afara timpului, o detaşare prilejuită de vizionarea unui meci de tenis. Apare „cucul orei exacte din sport**...**” Cele trei puncte de suspensie le-am reliefat deoarece ele reflectă un fapt important: starea de stupefacţie a omului lovit în moalele capului de prostia fără margini a unor realizatori de programe dintr-o televiziune cu program sportiv de pe la noi (televiziune pe care am amintit-o, de altfel, anterior). Asta ca să folosim un eufemism, deoarece acele puncte de suspensie pot arăta mult mai mult... şi chiar arată, sublimat, în partea a doua a discursului.

Acuma, găselniţa lui Florentin Ţuca, metafora „cucului” ce dă ora exactă în sportul românesc, poate fi mai bine înţeleasă, de către cei ce nu au trăit sentimentul, dacă ne gândim la reclamele care întrerup un film de calitate, care ne ţine cu sufletul la gură, doar pentru a ni se băga pe gât diferite produse/ branduri, mai mult sau mai puţin dezirabile, însă, fără excepţie, la fel de binevenite în chiar acel moment precum soacra atotştiutoare paraşutată la masa norei, tocmai când aceasta se pregăteşte pentru o cină romantică. Sărmana pasăre, pe lângă faptul că dă ora exactă din lăuntrul vechilor orologii, este şi un simbol dual, ca toate simbolurile, de altfel, de vestitor al bunăstării ori a necazului. Se pare, totuşi, că rolul de rău augur predomină în lumea atributelor pe care imaginaţia populară le-a investit în jocul imaginar-poetic al semnificaţiilor şi valorilor ce i s-au atribuit cucului, într-o varietate de situaţii, de altfel greu de epuizat. Dimpotrivă, acest motiv pare şi astăzi prolific, rezultat a ceea ce Mihai Coman, unul dintre exegeţii acestui univers, percepea a fi „ca o structură deschisă […] un mod de funcţionare dictat de intenţionalitatea imediată a emiţătorului”.[15] Ca dovadă, ne prezintă un fragment de cântec, posibil necoagulat dar, totuşi, semnificativ: „Bată-te păcatul, cuce,/ Că n-ai unde-a mă mai duce,/ Ţi-am cerut să ies din ţară,/ Tu mi-ai dat viaţă amară/ Praful drumului te-nece,/ Că n-am cu cine-mi petrece,/ Praful drumului te-nghită/ Că

[15] Mihai Coman, *Mitologie populară românească*, Editura Minerva, Bucureşti, 1988, p. 57.

BDD-A22306 © 2014 “Petru Maior” University Press
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 23:10:02 UTC)

mi-ai luat pe cea iubită,/ Cea iubită nesortită/ Pe la străini rătăcită, cuce!"[16] Acea intenţionalitate imediată a emiţătorului discursului pe care îl analizăm aici devine, astfel, evidentă, metafora cucului constituind placa lui turnantă.

Şi acum, să observăm ce a vestit „cucul orei exacte din sport". Partea a doua a discursului pleacă de la interpretabilul subtitlu, *Sport punct România*, şi are ca piesă centrală „Liga Cuiva" (*presentatio*), un nume generic pentru o lume a sportului tarată de incultură şi de proasta înţelegere a libertăţii. Antiteza, pe ideea căreia este construit discursul, ne relevă reversul primei părţi, vag idealizate. Acum ne este prezentat, într-o paralelă perfect întreţinută de către autor, un teren ce pare de fotbal dar este unul de wrestling, „sport" al luptei regizate pentru audienţă, pus în opoziţie cu nobila artă a pugilatului. Terenul nu mai aduce, sub nicio formă, cu acea casă boierească unde gazdele şi oaspeţii respiră acelaşi aer nepoluat. Sunt evocate, de asemenea, invectivele galeriilor ce se păruiesc în piaţa centrală a urbei. Metonimia îşi face simţită prezenţa, o geantă Louis Vuitton (Oare de ce această marcă? O întrebare retorică, desigur) devenind însăşi corupţia din fotbalul românesc, în particular, şi din societatea românească, în general. Enumerarea continuă cu acel mut care „trage pe nas nişte prafuri de slăbit, direct de pe tatuajul înveninat al consoartei" (de remarcat epitetul foarte reuşit, ca de altfel întreaga imagine pe care o evocă citatul anterior) şi acumulează capital, de această dată negativ, ce dă apă la moara autorului discursului. Nu este uitat nici Gigi Becali, „proaspătul descălecat din Maybach" şi falsa lui cucernicie. Terminologia folosită este una ce conţine elemente fotbalistice şi de televiziune (*intercalări, verticalizări, simulări, faulturi, imagine caleidoscopică*). Totul culminează cu un intertext cu opera lui Marin Preda, memorabila „Fierărie a lui Iocan" fiind asimilată studioului TV, unde se dezbate „meciul meciurilor", meciul analiştilor cu impresarii şi al finanţatorilor cu preşedinţii. Protagoniştii acestui meci, cei ce practică în „Liga Cuiva", sunt gratulaţi cu o serie de epitete („opiniile lor competente", „piepturile umflate", „analizele pedante") care induc cititorului o stare de lehamite la adresa falselor valori vehiculate în emisiunile de televiziune (*naratio, confirmatio*).

Concluzia la care ajungem, împreună cu Valentin Ţuca, e musai, vorba lui, să o redăm integral: „Poa' să crape toată zgura Roland-Garros-ului şi să se umfle într-o haldă fierbinte care să-i sufoce şi pe Nadal, şi pe Federer laolaltă. Când ora s-a făcut exactă, timpul încremeneşte-n loc, iar noi tre' să ne ridicăm în picioare şi, ochi şi urechi la baghetele acestor semizei dirijori, tre' să cântăm imnul naţional al sportului românesc" (*refutatio*). Iată cum, ironic, prestatorii din „Liga Cuiva" devin adevăraţi semizei în comparaţie cu normalii jucători de tenis, autorul relevând durerosul fenomen al răsturnării planului valorilor de pe la noi.

Şi, iată-ne, ajunşi la finalul discursului, final ce culminează cu acea *peroratio,* amintită în ipoteza acestei lucrări, care vine după un post-scriptum relevator al unei stări de fapt încetăţenite în televiziunile noastre sportive, şi anume difuzarea de programe de o calitate submediocră, în care se „caftesc" câţiva „îmbuibaţi" pentru titluri îndoielnice precum „Greul Bucureştiului" sau „Arde Iaşiul" etc., în detrimentul sportului de calitate.

Pe de altă parte, cele trei instrumente retorice care determină atingerea persuasiunii au fost folosite de către autor în mod echilibrat. Chiar dacă ethosul extradiscursiv nu pare a avea întinderea şi, mai ales, dramatismul caracteristic CTP-ului, nu ne îndoim de faptul că el există şi la Valentin Ţuca. Ethosul discursiv implicit, pe de altă parte, se bazează pe persoana retorică, construită, în cazul acesta, prin stilul caracterizat de fraze lungi, cu enumerări ce acumulează capital valorificat printr-o metaforă de efect, ce basculează lumea vag idealizată

[16] *Ibidem.*

BDD-A22306 © 2014 "Petru Maior" University Press
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 23:10:02 UTC)

din prima parte a discursului către antiteza ei. Emoţiile sunt, de asemenea, prezente: „priveam încântat”, „mie unuia îmi place”, „ **...**”.

Posibile contraargumente

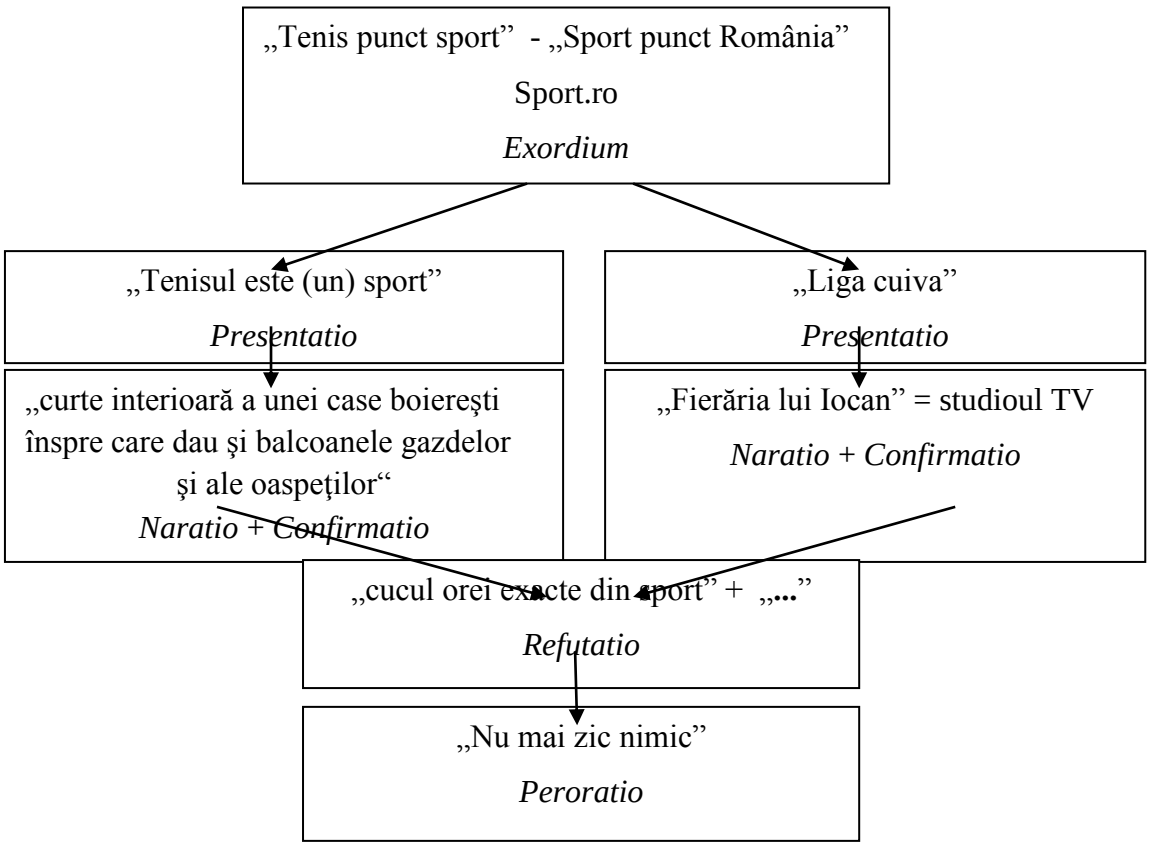
Lucrarea de faţă poate părea, într-un fel, prea subiectivă, fiind concentrată pe susţinerea punctului de vedere al autorului. Ar fi fost utilă o lectură mai amănunţită a articolelor publicate de către Valentin Ţuca, având în vedere că expunerea sa media este mult mai puţin întinsă decât a jurnaliştilor de profesie. Pe de altă parte, este chestionabilă şi poziţia autorului, poziţie ce se subînţelege din discursul său, faţă de acest adevărat fenomen social reprezentat de către fotbal. Trebuie menţionat faptul că pentru tinerii din păturile joase ale societăţii este una dintre puţinele modalităţi de a ieşi din mizerie, de a-şi ajuta familiile şi de a trăi un vis frumos. Că, de cele mai multe ori, visul se transformă în coşmar, datorită lipsei de educaţie a acestora, combinată cu lipsa de scrupule a impresarilor/ samsari şi a mass-mediei, asta e o altă poveste.

De asemenea, este posibilă sancţionarea ponderii mai reduse a figurilor retorice, faţă de cele stilistice, fapt ce ar putea duce la concluzia că avem de-a face cu o analiză stilistică. Totuşi, reperele ce dau direcţia de mers sunt cele ale instrumentarului retoric, elementele stilistice reprezentând condimentele necesare unui meniu complet.

Balanţa

Concluzionând, analiza elementelor discursive din articolul *Ora exactă în sportul românesc,* analiză efectuată cu ajutorul conceptelor retoricii, prezentate în secţiunea „Instrumente de lucru”, a demonstrat ipoteza noastră, şi anume că metaforele alese, laolaltă cu figurile retorice, plasează cititorul pe făgaşul dorit de către autorul discursului jurnalistic. Faptul că s-a constituit o petiţie împotriva politicii de programe a postului de televiziune „Sport.ro” poate aduce încă un argument solid - extradiscursiv - în acest sens.

Schema retoricii discursului



BDD-A22306 © 2014 “Petru Maior” University Press
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 23:10:02 UTC)

Bibliografie

1. Barsamian, David, *Stenographers of Power: Media and Propaganda*, Common Courage Press, Monroe, ME, USA, 1992.
2. Bălănescu, Olga, *Limbaje de specialitate*, Editura Universității, București, 2003, disponibil la http://ebooks.unibuc.ro/filologie/olga/index.htm, accesat la 04.10.2014.
3. Bertrand, Claude-Jean (coord.), *O introducere în presa scrisă şi vorbită*, Editura Polirom, Iaşi.
4. Coman, Mihai *Mitologie populară românească*, Editura Minerva, 1988.
5. Kayser, Wolfgang, *Opera literară. O introducere în ştiinţa literaturii*, Editura Univers, Bucureşti, 1968.
6. Lumet, Sidney (director), Chayefski, Paddy (writer), *Network*, MGM/ UA, USA,1976.
7. Rapp, Christof, "Aristotle's Rhetoric", *The Stanford Encyclopedia of Philosophy*, (Spring 2010 Edition, Edward N. Zalta (ed.), URL = http://plato.stanford.edu/archives/spr2010/entries/aristotle-rhetoric/, accesat la 04.10.2014.
8. Ricoeur, Paul, *Metafora vie*, Editura Univers, Bucureşti, 1984.
9. Țuca, Florentin, *Ora exactă în sportul românesc,* în „Dilema veche", București, nr. 324, 29 aprilie-5 mai, 2010, disponibil la http://dilemaveche.ro/sectiune/tilc-show/articol/ora-exacta-din-sportul-romanesc, accesat la 04.10.2014.

BDD-A22306 © 2014 "Petru Maior" University Press
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 23:10:02 UTC)