DISCURSUL IMAGOLOGIC SAU DISCURS DESPRE CELĂLALT

Elisaveta IOVU, doctorandă
Universitatea de Stat „Dimitrie Cantemir”, Chișinău

Abstract. *In this article I intend to communicate about the different types of Speech, especially the Speech about the Other which is studied by Imagology. It is proposed a series of definitions of the concept elaborated by some Romanian and universal theorists. The other types of discourse that outline the imagological discourse, namely, the identity discourse, the religious discourse, the institutionalized discourse, the discourse of the otherness are also reviewed. Imagological discourse involves forms of manifestation resulting in discourse of xenophobia, xenophilia and xenomania.*

La etapa actuală, termenul *discurs* a căpătat amploare atât în reviste de profil, cât și în diferite studii și cercetări. Acesta apare în sintagme precum: „discurs literar, „discurs identitar”, „discurs religios”, „discurs mental”, „discurs critic”, „discurs romantic”, „discurs instituționalizat”, „discursul alterității” sau „discurs imagologic”. În funcție de domeniul de cercetare, cuvântul cheie *discurs* comportă semnificații diferite, despre care voi specifica în cadrul acestei cercetări, însă mă voi opri cu precădere asupra discursului imagologic.

Cunoaștem cu toții ce înseamnă un discurs (cuvântare publică în care o persoană vorbește în fața altor persoane), sau a unui discurs literar (tratare în scris a unui subiect de natură literară), însă discursul despre care se vorbește în studiile literare recente, manifestă o altă semnificație. De domeniul discursului s-au preocupat cercetători ca: Michel Foucault (1969) sau Teun Van Dijk (1985, 1997, 2007, 2014) etc., unde evidențiază în cercetările lor, importanța studierii acestuia la nivelurile tuturor structurilor sociale.

La definirea acestui concept au participat cercetători din diferite arealuri lingvistice. În *Dicționarul de teorie literară* al teoreticianului literar, Aliona Grati, discursul (fr *discours,* lat *discursus* - *„alergare încoace și încolo”)*, pe lângă definițiile de bază, mai reprezintă și „expresia, forma operei literare, tehnicile folosite de narator pentru redarea evenimentelor și conținutului”[1] sau „procesul de mediere prin care se comunică, tehnicile folosite pentru redarea acestor evenimente” [2].

Aliona Grati susține că acest concept „discurs” este unul cheie în opera lui Foucault, „*Arheologia cunoașterii*” (1969), unde desemnează „o formă de exprimare în care „se produce lingvistic o coerență de sens” și prin care se impune o anumită „ordine a lucrurilor” [3]. Datorită faptului că acest termen este legat de practica socială, și asociat cu practica discursivă (științele și puterea politică), discursul, tocmai cu acest sens este utilizat pe larg în studiile culturale, dar în special în domeniul imagologiei.

Michel Foucault, istoric și filosof francez propune două definiții ale discursului în dependență de nivelurile la care se ridică acesta. La primul nivel discursul reprezintă „un set reglementat de fapte lingvistice”, iar la alt nivel „un set ordonat de fapte polemice şi strategice”[4]. Cercetătorul are în vedere că un discurs trebuie să fie adevărat, care „vehiculează, propulsează prin sine efecte de putere”. Filosoful francez susține în continuare că oamenii sunt dirijați, conduși și influențați de puterea discursului adevărat, care cuprinde totalitatea regulilor de drept și de putere, mecanismelor de putere sau efectele de adevăr. „Noi suntem judecați, condamnați, clasificați, ni se impun sarcini, suntem sortiți unui anumit fel de a trăi și unui anumit fel de a muri în funcție de discursurile adevărate, care poartă cu ele efecte specifice de putere”[5].

Teun Van Dijk, un cercetător olandez, la fel ca și Foucault, observă o contribuție de nestăvilit a discursului în societate, urmărind funcțiile acestuia: de transmitere a unei ideologii, de putere, de control asupra puterii, de denigrare, de informare etc. Prin urmare, cercetătorul subliniază modul în care reprezentările grupului dau formă ideologiilor, odată ce procesele de identificare socială au loc, în fundal, în sânul reprezentărilor sociale pe care le numim ideologii, prin care inspirația socială pentru o teorie a structurii ideologice trebuie căutată în proprietățile de bază ale propriului grup social[6]. Discursul în

[1] GRATI, A. *Dicționar de teorie literară*. *1001 de concepte operaționale și instrumente de analiză a textului literar*. Chișinău: Editura Arc, 2018, p. 141
[2] *Ibidem*, p. 141
[3] *Idem*
[4] FOUCAULT, M. *Truth and Juridical Forms.* În *Power*. *Essential Works of Foucault*, 1954-1984. New York: The New Press, 2000, p. 791
[5] *Ibidem*, p. 41
[6] VAN DIJK, T. *Discourse, ideology and context*. În *Folia Linguistica*, XXX/1-2, 2001, pp. 11-40, p. 14

BDD-A32462 © 2019 Universitatea de Stat „Bogdan Petriceicu Hasdeu” din Cahul
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.34 (2026-11-14 00:06:20 UTC)

viziunea lui „are rolul de a configura structura identitară a subiectului cunoaşterii, care nu există, practic, în mod generic, abstract şi abstras, adică în afara identităţii lor discursive, care le modelează modul de a fi, construcţia interioară şi dinamica dialogului lor cu alteritatea” [1]. Din spusele cercetătorului, deducem că în producerea unui discurs un rol hotărâtor îl au structurile identitare ceea ce duce nemijlocit la apariția „discursului identitar”.

Cercetătorul olandez mai are în vedere că orice relație de putere din societate, așa cum sunt exprimate dintre părinți – copii, superiori – subordonați, poliție – cetățeni, la un moment dat pot genera niște efecte negative exercitate de abuzul de putere, numindu-le „inegalități sociale”[2]. Aceste inegalități sunt interpretate prin prisma unor mijloace de transmitere a informației (mass-media, radiou, televizor etc) și comportă diferite scopuri (de manipulare, de transmitere a unor stereotipuri, propagarea unei ideologii, denigrarea unei personalități, culturi etc.).

După cum observăm, discursul, în viziunea cercetătorului olandez, poate crea la un moment dat probleme sociale, poate avea un impact mare/mic asupra societății și culturii, poate fi ideologic și reprezintă o formă de acțiune socială[3]. Din acest considerent, Teun Van Dijk propune o analiză a Discursului Critic prin analiza problemelor micro și macro din societate, ceea ce prevede puterea ca un control asupra cetățenilor, inegalitatea de gen, discursul politic, discursul media, etnocentrismul, antisemitismul, naționalismul și rasismul.

Discursul, fiind o manifestare verbală sau după cum menționează Mills un „grup individualizabil de enunţuri"[4] ale unei persoane în care se transmite o informație unui grup de persoane, urmărind și scopuri diferite. Ca domeniu de cercetare, acesta a apărut după anii ’90, în urma apariției unor mișcări, procese ca: decolonizarea, Mișcarea Drepturilor Civile sau Mișcarea Femeilor. De la apariția acestuia ca domeniu de cercetare, întâlnim un șir de tipuri de discursuri, cum ar fi: discursul critic, discursul identitar, discursul religios, discursul alterității, discursul imagologic. În continuare vom caracteriza specificitatea fiecărui tip de discurs, dar și contribuția lor în conturarea într-un final al discursului imagologic.

Discursul critic. Acest tip de discurs reprezintă o formă de manifestare în care prevede aspecte legate de asimetriile de putere, manipulare, exploatare și inechități structurale în diferite domenii. Datorită faptului că anii ’90 erau bine definiți prin problemele lor persistente ale opresiunii, injustiției și inegalității, era necesar de creat un domeniu care să analizeze urgent aceste forme de manifestate într-o societate, create de discursul critic. Astfel apare *analiza discursului critic*, care a apărut din necesitatea de a analiza discursurile despre Celălalt (migrantul, refugiatul și alte minorități care sufereau în urma unor prejudecăți, stereotipuri, discriminare și rasism, sau faptul că femeile erau dominate de bărbați, violența etc.). Toate aceste probleme cereau urgent de a fi analizate, ceea ce a determinat apariția unei noi sfere de cercetare și anume *analiza discursului critic*.

Analiza discursului critic este o abordare interdisciplinară a studiului discursului, sau pur și simplu analizează vorbirea orală și textul scris, care consideră limba ca o formă de practică socială. Cercetătorii care lucrează în domeniul analizei discursului critic susțin, în general, că practica socială și practica lingvistică se constituie una pe alta și se axează pe investigarea modului în care relațiile de putere ale societății sunt stabilite și întărite prin utilizarea limbajului. Acest tip de limbaj subliniază unele aspecte care sunt legate de problemele de putere, manipulare sau exploatare. Susținătorii analizei discursului au o altă viziune asupra literaturii, pentru ei „literatura nu este un fenomen estetic, reflectând indirect realitatea și pretinzând că o cunoaște, dar numai un laborator pentru studierea imaginilor, un rezervor din care derivă imaginile celuilalt”[5].

Teun A. van Dijk vorbește și despre „analiza discursului socio-politic”, care reprezintă un domeniu de studiu complex și multidisciplinar, dar încă în curs de dezvoltare. Analiza discursului critic dorește să cunoască ce structură, strategii sau alte proprietăți are textul, vorbirea, interacțiunea verbală și evenimentele comunicative. Discursul critic este adresat în cazurile când grupurile dominatoare sunt convingătoare, în sensul că această dominare este ceva natural și legitim.

Discursul identitar reprezintă orice tratare în scris sau orală a unei informații de orice natură

[1] *Ibidem*, p. 33
[2] VAN DIJK, T. *Principles of critical discourse analysis*. În *Discourse and Society*. London: Newbury Park and New Delhi, vol. 4 (2), pp. 249-283, p. 250
[3] VAN DIJK, T. *What is a Discourse*. În *Handbook of Discourse Analysis*. 4 vols. London: Academic Press, 1985, pp.352-371, p. 353
[4] MILLS, S. *Discourse.* London: Routledge, 1997, p. 6
[5] ТРЫКОВ В.П. *Имагология и имагопоэтика* // Знание. Понимание. Умение. 2015, № 3, pp. 120–129, p. 125

BDD-A32462 © 2019 Universitatea de Stat „Bogdan Petriceicu Hasdeu” din Cahul
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.34 (2026-11-14 00:06:20 UTC)

asupra unei personae / culturi străine sau asupra propriei personae / națiuni / culturi, în care este afirmată cel mai mult identitatea poporului care produce imagini. Sintagma este întâlnită pe larg în cercetările recente (exemplu: „*Alegorie națională” în discursul identitar românesc*, Alex Goldiș; „*Discursul identitar al romanului latino-american*”, 2014, Cătălin Constantinescu etc).

Gheorghe Lașcu, cercetător roman susține că discursul identitar reflectă străinul, pe „celălalt”, care face parte din imaginarul social, iar „delimitarea față de alteritate permite grupului să-și afirme propria identitate”[1]. Din cele expuse subînțelegem ideea că discursul identitar nu face altceva decât să ajute la formarea discursului imagologic, deoarece acesta prevede identificarea/analiza unei identități în comparație cu o altă cultură/națiune (străină).

Discursul alterității. Sintagma este întâlnită pe larg la Iulian Boldea care o substituie deseori prin „discursul despre celălalt” și constată că acesta nu este unul echidistant sau neutral, de o obiectivitate absolută, dar din contra „reprezentările alterităţii trebuie să îşi asume şi amprenta eticii, şi implicaţiile ideologice, dar şi unele tendinţe de politizare oarecum inevitabile, chiar dacă indezirabile” [2]. Cercetătorul român constată pe bună dreptate că orice autor de discurs despre Celălalt, trebuie să se documenteze minuțios asupra unei alterități, susținând ideea că „o cercetare imagologică cu sorţi de izbândă, în plan ştiinţific, de eficienţă metodologică şi etică presupune o documentare minuţioasă, riguroasă şi atentă la nuanţe, respectul faţă de valorile, reprezentările şi opţiunile alteritate, onestitate a cercetării şi asumare în totalitate a unor opţiuni metodologice în strictă concordanţă cu subiectul investigaţiei” [3].

În viziunea lui Boldea, discursul este creat pe baza comunicări și pe fundamentele cunoașterii, ceea ce determină o cercetare interdisciplinară în cadrul imagologiei. Cercetătorul susține că tocmai „interesul pentru investigaţiile imagologice interdisciplinare se axează pe discursul despre Celălalt, discurs construit atât pe temeiuri gnoseologice, cât şi pe mecanisme comunicaţionale, vizându-se atât derularea unor resorturi mentale, cât şi angrenarea lor în context social, cultural sau istoric”[4]. Cercetătorul român explică în continuare că „lectura lucidă a discursului alterităţii implică, pe de o parte, apelul la un sistem de referinţe bine delimitat şi, pe de alta, recursul la contextualizarea istorică şi culturală, într-un spaţiu cu un desen intertextual şi intercultural fluctuant, ambiguu şi paradoxal, adesea contradictoriu şi ilogic”[5].

Discursul, fiind intemeiat pe conceptul de putere, după cum susține Foucault, va prevedea întotdeauna un element al comparației dintre hegemon și subaltern, dintre o forță superioară față de una inferioară. Datorită faptului că oamenii aparțin unei rase diferite unei credințe diferite, unei discipline și unor condiții de viață diferite, acesta va reflecta dominarea unei puteri asupra alteia, a unei țări civilizate asupra uneia necivilizate. Din acest considerent discursul alterității apare pentru a analiza o cultură/națiune străină cu scopul de a demonstra superioritatea sau inferioritatea acesteia.

Discursul religios. Discursul religios este un tip de discurs instituționalizat, deoarece este reprezentat de o instituție, cum ar fi Biserica. Acest tip de discurs este unul specializat în care domină aspectul religios.

Ca discurs instituționalizat, susține Daniela Obreja Rădulescu, cel religios se raportează la șapte funcții care asigură popularizarea direcțiilor ale activității creștine: funcția de articulare a principalelor direcții specific activității misionare sau catehetice a Bisericii; funcția de implicare a membrilor Bisericii în sistemul de valori ale acesteia, prin activități practice; funcția de explicare, interpretare, justificare și celebrare a faptelor reprezentanților bisericii; funcția de asigurare a continuității misionarismului creștin, prin reactualizarea mesajului biblic la nevoile societății; funcția de expunere a oricărei inadecvări practice din comunitatea bisericească, inadecvare ce poate rezulta din schimbările lumii exterioare sau din presiunile din interiorul comunității bisericești, care urmăresc o reorientare în favoarea unei noi poziții ideologice; funcția de convingere a credincioșilor asupra statului și rolului pe care îl au ca *mădulare ale Bisericii*; funcția de transmitere a ideii de apartenență și convertire la creștinism[6].

Discursul religios îmbracă diferite forme de manifestare, de la comunicări în grupuri restrânse sau în masă, până la dialog dintre persoanele bisericii și enoriași. Pornind de la orientarea strategică a

[1] LAȘCU, G. *Imagologia literară comparată. Câteva repere teoretice şi metodologice*. Online citat [17.04.2019]. – Disponibil pe: http://phantasma.lett.ubbcluj.ro/?p=2782
[2] BOLDEA, I. *Imagologie, globalism şi interculturalitate*. În volumul *European integration between tradition and modernity congress*. Editura Universității „Petru Maiior”, Vol.5, 2013, pp. 789-801, p. 800
[3] *Ibidem,* p. 800
[4] *Idem*
[5] *Idem*
[6] RĂDUCĂNESCU, Daniela Obreja. *Discursul religios - discurs specializat*. p. 3

BDD-A32462 © 2019 Universitatea de Stat „Bogdan Petriceicu Hasdeu” din Cahul
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.34 (2026-11-14 00:06:20 UTC)

discursului religios spre formarea valorilor spirituale asupra persoanei umane, la nivelul comunicării religioase se ține cont de întrumarea și formarea acestora ca cetățeni credincioși ai comunității date. Aici predomină forma discursului xenofob, datorită faptului că autorul discursului va aprecia și va considera religia lui superioară celui descris, străinului, cum este cazul occidentului față de „musulmani”. Această formă de xenofobie de anti-islamism este adoptată pe larg în discursurile „creștinilor”, „Occidentalilor”.

Discursul imagologic. Sintagma este utilizată pe larg la cercetătorul roman, Lucian Jora, unde încearcă prin definiția sa să explice totodată și cum se formează acesta. Cercetătorul menționează: „reprezentarea socială sau reprezentarea colectivă este element constitutiv al unui concept esențial, conștiința colectivă, elaborată de Durkheim pornind de la interacțiunea contextuală a diverselor fenomene psihosociale prin care se coagulează mituri și ideologii. La baza conștiinței colective stau experiențele comune, numitorul comun al tuturor indivizilor și nu experiențele tipic individuale. La un moment dat memoria istorică va încorpora aceste experiențe colective, le va mitiza, iar anumiți ideologi vor filtra și retransmite comunităților propria viziune despre experiența comună în baza căreia se va construi discursul imagologic al reprezentării (mai mult sau mai puțin convingător, mai mult sau mai puțin acceptat)”[1].

Pentru Joep Leerssen, comparatist olandez, discursul imagologic se reperează pe discursul alterității, deoarece orice națiune este unică prin felul ei de a fi, comportă trăsături și caracteristici diferite, ceea ce o diferențiază de celelalte națiuni. Din acest considerent în viziunea comparatistului „discursul ridică în mod implicit o pretenție de referențialitate vis-à-vis de realitatea empirică, spunându-ne că națiunea X are un set de caracteristici Y”[2]. Însă Leerssen accentuează în continuare ideea de valabilitate a discursului, susținând următoarele: „dar valabilitatea efectivă este că afirmația referențialității nu este a imagologiei de a verifica sau de a falsifica. Referința imagologiei este una textuală și intertextuală” [3].

Zrinka Blažević, profesor / cercetător la Universitatea din Zagreb (Croația), definește discursul „ca o practică constitutivă”, reperată pe „contextele socio-istorice și socio-culturale, în timp ce metodologia lor insistă pe o analiză tridimensională interdependentă a discursului pe nivele textuale, intertextuale și contextuale” [4]. Iar datorită faptului că cel mai adesea un discurs apare cu scopul de a scoate în evidență stereotipuri, clișee, etnotipuri despre o națiune sau alta, Maria João Simões susține că tocmai discursul a apărut pentru a „transmite sensuri negative”[5].

Discursul imagologic cunoaște trei forme de manifestare: *xenofilie, xenofobie* și *xenomanie*. Pornind de la aceste manifestări apare discursul xenofilului, în care autorul transmite fără a critica, informații despre o persoană/ cultură/ națiune străină; discursul xenofobului are in vedere transmiterea de către autor în discursul său temerea, disprețul față de tot ce reprezintă străinul; iar în discursul xenomanului apare o dragoste/pasiune nebună pentru tot ce este străin.

La etapa actuală, discursul a devenit o formă de reprezentare a analizelor, lucrărilor la majoritatea din cercetătorii domeniului imagologic. Printre cei care au reprezentat discursuri imagologice la nivel teoretic sunt Michel Foucault, Teun A. van Dijk, Edward Said, Gayatri Spivak sau Homi Bhabha, iar la nivel practic sunt: Waldemar Zacharasiewicz, Małgorzata Świderska, **Clemens Ruthner**, Felix Girke, Zrinka Blažević etc.

În concluzie susținem faptul că discursul imagologic cuprinde în general celelalte tipuri de discurs, fie identitar, alterității (despre Celălalt) sau religios etc., și acesta presupune manifestări în care o anumită cultură/națiune străină are un șir de trăsături diferite de cultura/națiunea din care face parte autorul discursului. Autorul, prin discursul său tinde să informeze, să transmită unele stereotipuri, clișee, involuntar sau cu scopuri bine urmărite. Discursul imagologic se produce prin formele de xenofilie, xenomanie sau cel mai adesea, xenofobie.

---

[1] JORA, L. *Imagologie și memorie istorică colectivă în diplomația culturală*. În Revista Științe Politice Relații Internaționale, XI, 2, pp. 5–16, București, 2014, p. 7

[2] LEERSSEN, Joep. *Imagology: History and Method*. În *Imagology: The Cultural Construction and Literary Representation of National Characters, A Critical Survey,* Amsterdam: Rodopi, 2007, p. 27

[3] *Ibidem*, p. 27

[4] Blažević, Z. 2012. *Imagining Historical Imagology: Possibilities and Perspectives of Transdisciplinary / Translational Epistemology*. In: *Imagologie heute: Ergebnisse, Herausforderungen, Perspektiven/Imagology Today: Achievements, Challenges, Perspectives*. Vol. 10. Bonn: Bouvier: pp. 101–113, p. 108

[5] SIMÕE, M. J. *Imagotipos literarios: processos de (des)configuração na Imagologia Literaria*. Centro de Literatura Portuguesa, CLP – Universidade de Coimbra, 2007, pp. 9-53, p. 34

BDD-A32462 © 2019 Universitatea de Stat „Bogdan Petriceicu Hasdeu” din Cahul
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.34 (2026-11-14 00:06:20 UTC)