Distorsionarea ethosului locutorului în discursul politic televizual românesc

Steluța COCULESCU

1. Preliminarii

Demersul nostru se înscrie în metoda *analizei argumentației în discurs*, care exploatează elemente retorice şi pragmatice, pentru a examina modul în care interacționează un locutor şi destinatarul său, exercitând o influență reciprocă unul asupra celuilalt, prin intermediul producțiilor lor discursive. Vom lua în seamă dispozitivul de enunțare şi dinamica interacțională pentru a studia eficacitatea cuvântului în dimensiunile sale instituționale, sociale, culturale. Din această perspectivă, vom studia rolul ethosului în exercitarea unei influențe asupra auditorului, mai precis, vom vedea în ce măsură un discurs conflictual poate distorsiona ethosul unui orator, pentru a-l împiedica să obțină beneficiul de imagine proiectat. Poziția noastră teoretică se înscrie în perspectiva pragma-lingvistică, mai precis în tendințele franceze ale analizei discursului, care propune studierea limbii ca instrument de comunicare într-un context care o determină.

2. Discursul conflictual

Relația transmisă în procesul comunicării poate fi armonioasă sau conflictuală, în funcție de interesele şi scopurile fiecărui participant la actul comunicării. Atunci când un locutor se înscrie la cuvânt, el poate viza crearea unei relații armonioase cu interlocutorul său sau, din contra, el poate vorbi pentru *a se distinge* de interlocutor ori pentru *a-l domina* sau *a-l exclude*. Opțiunea pentru discursul conflictual înseamnă declanşarea războiului verbal, atacarea interlocutorului transformat în adversar. Dacă prin discursul său locutorul caută să se *plaseze* nu numai în spațiul discursiv, dar şi în societate, atacatorul său caută să îl *de-plaseze*, forțându-l să ocupe un alt loc decât cel dorit. Uli Windisch (1987: 23) numeşte *discurs conflictual* o realitate discursivă sau acea parte a realității discursive care este traversată de un conflict. Autorul consideră că un discurs conflictual este discursul unei singure persoane, al unei singure părți care declanşează un conflict; aceasta interpelează o persoană devenită enunțiator prin producerea unui discurs anterior şi o atacă, ca urmare a dezacordului sau a divergențelor de opinie dintre ei. Persoana interpelată devine adversar; dar ea va putea răspunde ulterior, iar discursul său de răspuns va constitui un alt discurs conflictual. Toate aceste intervenții se constituie în tot atâtea discursuri conflictuale. Fiecare discurs conflictual se compune dintr-un ansamblu de *enunțuri conflictuale*, în timp ce un *conflict discursiv* presupune confruntarea a cel puțin două persoane, deci a două discursuri: un atac şi cel puțin un răspuns. Chiar dacă discursul conflictual este discursul unei singure persoane care devine enunțiator şi locutor în acelaşi timp, el este „traversat" de alte

BDD-V355 © 2009 Editura Alfa
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.77 (2026-11-18 09:12:42 UTC)

discursuri, anterioare sau contemporane, provenind din surse enunțiative diferite. În el se manifestă *dialogismul* constitutiv al oricărui discurs, la care face referire şi D. Maingueneau, când introduce conceptul de *interdiscurs*[1]. Obiectul discursului conflictual este adversarul, pe care locutorul îl prezintă într-o manieră negativă, întorcând în negativ discursul anterior al acestuia; discursul conflictual, opunându-se altui discurs, este de fapt un contra-discurs,

> pentru că activitatea principală a autorului unui discurs conflictual constă în a relua, în propriul său discurs, discursul adversarului său pentru a-l respinge, a-l nega, a-l refuta, a-l descalifica (Windisch 1987: 29).

Obiectivele autorului discursului conflictual sunt: (1) să combată tezele şi ideile adversarului, (2) să obțină triumful propriilor teze şi idei, (3) să obțină adeziunea publicului, martor al conflictului, la propriile teze şi idei. În mod evident construit pe negativul discursului adversarului, discursul conflictual este adresat unui public-țintă martor, altul decât adversarul; de aceea, autorul discursului conflictual, prin contra-discursul pe care îl produce, caută să atace atât discursul advers, cât şi adversarul, care în această etapă nu răspunde. Pentru a reuşi, pune în scenă strategii care să confere discursului său spectacularul, caracterul teatral, uneori ludic, pentru a atrage publicul şi a-l seduce. Astfel, el distorsionează întreaga activitate discursivă a adversarului: *neagă*, *descalifică*, *respinge*, *deformează*, *refutează*, *reformulează* sau chiar *destructurează discursul advers* şi, în consecință, *personalitatea adversarului*. Aceste operații de natură discursivă traduc de fapt o luptă pentru putere, pentru instalarea unor raporturi ierarhice de inegalitate. Autorul discursului conflictual caută să deformeze imaginea adversarului, să îl domine, obligându-l astfel să ocupe o poziție inferioară. U. Windisch numeşte discursul negat *discurs manipulat*, iar discursul care îl neagă, *discurs manipulant*. Noi vom prefera denumirea de *discurs-sursă* pentru discursul manipulat şi *discurs-agent* pentru discursul manipulant (DS vs DA). De asemenea vom numi *orator* (O) pe autorul discursului-sursă, cel care îşi construieşte imaginea de sine prin discurs, şi *agent al distorsionării* (AD), pe autorul discursului conflictual care distruge imaginea de sine a oratorului. Ceea ce ne va interesa nu este manipularea, nici schimbarea percepției publicului asupra discursului-sursă (DS) în urma intervenției discursului-agent (DA), ci modalitățile de acțiune a *agentului* asupra *sursei*, prin distorsionarea sensurilor discursului acesteia.

Ipoteza pe care ne propunem să o demonstrăm este că, prin distorsionarea *discursului-sursă*, autorul discursului conflictual, deci *agentul*, vizează de fapt distorsionarea imaginii adversarului, devenit astfel, în mod evident, ținta atacurilor sale.

3. *Ethos*, *logos*, *pathos*, componente ale persuasiunii

Pentru Aristotel, cele trei probe generate de discurs sunt: *ethosul*, *pathosul* şi *logosul*. Proba prin *ethos* exprimă calitățile legate de persoana oratorului, de imaginea pe care acesta o dă despre el însuşi, pe tot parcursul actului discursiv. El

[1] Având proprietatea de a intra în relații cu alte discursuri, orice discurs face deci parte din *interdiscurs*. D. Maingueneau (1983) îl defineşte, în sens larg, ca ansamblul unităților discursive format din discursuri anterioare de acelaşi gen, sau discursuri contemporane de gen diferit, cu care un anumit discurs intră în relații, implicite sau explicite.

BDD-V355 © 2009 Editura Alfa
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.77 (2026-11-18 09:12:42 UTC)

trebuie să se demonstreze ca fiind cinstit, competent, sever sau binevoitor, agresiv sau conciliant, după caz. Proba prin *pathos* mobilizează sentimentele şi pasiunile auditorului, pe care oratorul şi-a propus să le activeze în timpul discursului său: exaltare, admirație, milă, revoltă, indignare etc. Aceste două probe au un caracter subiectiv şi depind de participanții şi de contextul actului argumentativ. A treia probă, *logosul*, este argumentația în sensul logic, fără pasiune; ea este obiectivă şi nu depinde de circumstanțele şi cadrul participativ al comunicării. Prin apropierea dintre cele două teorii, retorica şi pragmatica, *ethosul*, ca probă logică ținând de imaginea locutorului/orator[2], fundamentată pe procese de ordin cognitiv, inferențial, poate fi redat prin două căi: fie prin *tematizarea subiectului care enunță*, căci orice subiect poate fi tematizat, devenind parte explicită a conținutului în propoziția[3] cuprinsă în argument, fie prin *efectul „direct"*, în absența tematizării, pe care subiectul/locutorul îl exercită asupra destinatarului, efect al personalității sale ilustrate prin discurs. Neavând o formă propozițională, informația asupra caracterului oratorului, astfel transmisă, nu se supune probei prin condițiile de adevăr tipice propozițiilor, nici evaluărilor specifice forței argumentative. Mai mult, abordarea pragmatico-retorică permite îmbogățirea observației şi analizei prin recuperarea informațiilor „contextuale" obținute prin canale non-verbale: gesturile, privirile, expresia feței, tonul vocii. Astfel, fără a evoca explicit proprietățile de caracter ale locutorului/orator, discursul acestuia stă mărturie, putând creşte sau scădea gradul de încredere acordat lui de către destinatar. Cele trei probe, *logos*, *ethos*, *pathos*, trebuie să fie în echilibru pentru a vorbi de argumentare; când dezechilibrul se produce în defavoarea logosului, deci a logicii interne a discursului, a probei obiective, favorizându-se probele subiective, contextuale, argumentația se transformă în manipulare.

3.1. Ethos prealabil, ethos discursiv

Observând funcționarea probei prin ethos, vom constata existența unui *ethos discursiv*, manifestat prin discurs, şi a unui *ethos prediscursiv* sau *prealabil*, care trimite la imaginea socială a oratorului şi care preexistă discursului. În momentul când ia cuvântul, oratorul are deja o imagine publică obținută din ansamblul discursurilor şi acțiunilor sale publice; el ştie de regulă care sunt elementele constitutive ale acestei imagini, pentru că le-a construit conştient pe tot parcursul activității sale publice, în aşa fel încât să corespundă aşteptărilor publicului. De aceea, orice luare de cuvânt se sprijină pe un *ethos prealabil*, iar oratorul se vede constrâns să confirme de fiecare dată această imagine. Prin discurs, oratorul îşi completează şi reîmprospătează propria imagine ori de câte ori iese în public, şi asta conform unui proiect propriu de a crea adeziunea (față de ideile sale) unui public cât mai larg. Pentru a putea trezi admirația publicului, ethosul emanat de orator trebuie să corespundă reprezentărilor colective asupra valorilor pozitive şi să producă

[2] *Locutorul* este subiectul care vorbeşte, în perspectivă pragmatico-enunțiativă; el devine *orator* când îl abordăm din perspectivă retorică.

[3] *Propoziția* este un concept din domeniul semantic şi se referă la o predicație care poare fi verificată prin raportarea la *adevărat/fals*; ea se deosebeşte de frază, unitate de analiză sintactică, verificată prin raportul *corect/incorect*.

BDD-V355 © 2009 Editura Alfa
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.77 (2026-11-18 09:12:42 UTC)

impresia adaptată circumstanțelor. *Doxa*, cunoştinţele prealabile ale publicului asupra caracterului oratorului, intervin mai ales când este vorba despre o personalitate publică şi politică recunoscută, cum ar fi de exemplu preşedintele țării. Orice om politic este cunoscut datorită mediei (presă, radio, televiziune), rumorii publice, sau este asociat imaginii partidului pe care îl reprezintă. Ideea prealabilă despre orator şi cea construită prin discurs, pentru a fi recunoscute de către public drept pozitive şi legitime, trebuie deci să corespundă reprezentărilor acestuia, care sunt stereotipuri. De aceea, oratorul îşi adaptează neîncetat imaginea despre sine schemelor colective pe care le atribuie publicului-țintă, atât prin ceea ce spune, *ethosul vorbit*, dar şi prin ceea ce arată prin modul în care spune, *ethosul arătat.*

3.2. Ethos discursiv, ethos instituțional

Ethosul, ca eficacitate a cuvântului obținută prin autoritatea oratorului, abordat retoric, pragmatic sau sociologic, poate fi considerat printr-o dublă perspectivă: *interacțională*, conform căreia eficacitatea discursului prin imaginea de sine a oratorului nu se poate realiza decât în cadrul schimbului; *instituțională*, conform căreia schimbul nu se poate disocia de pozițiile ocupate de participanți în spațiul discursiv (politic, mediatic, literar etc.) în interiorul căruia evoluează.

> Când e vorba nu doar de fapte, ci de opinii şi mai ales de aprecieri, nu numai persoana oratorului, dar şi funcția pe care o exercită, rolul pe care şi-l asumă, influențează fără tăgadă modul în care auditorul îi primeşte discursul (Perelman 1977: 111).

Cuvintele lui Perelman ne indică două direcții complementare de a provoca adeziunea publicului: prin importanța funcției oratorului, a rolului pe care şi-l asumă prin exercitarea funcției şi de asemenea prin calitatea discursului său, care trebuie să țină în echilibru cei trei poli: *ethos – logos – pathos*. Pragmatica contemporană consideră că puterea cuvintelor derivă din adecvarea funcției sociale a oratorului şi a discursului său. Un discurs nu poate avea autoritate dacă nu este pronunțat de persoana legitimă, într-o situație legitimă, în fața receptorilor legitimi. Credibilitatea oratorului depinde şi de stabilitatea şi consecvența cu care îşi transmite aceeaşi imagine pozitivă. Eventualele modificări ale caracterului oratorului, percepute de auditor, pot afecta această credibilitate; de aceea este important ca discursul să fie sprijinit de un element instituțional, care conferă mai multă stabilitate şi protejează imaginea de anumite devieri sau derapaje comportamentale. În consecință, ethosul nu este nici numai instituțional (extern), nici numai discursiv (intern). Ethosul discursiv nu poate fi separat de poziția instituțională a oratorului, iar fenomenul interlocutiv nu poate fi separat de interacțiunea socială care îl determină. Influențele ethosului discursiv şi ale ethosului instituțional sunt deci reciproce.

4. Distorsionarea ethosului oratorului

4.1. Caracteristicile emisiunii „Sinteza zilei”

„Sinteza zilei” este o emisiune de dezbatere produsă de Antena 3, canal de televiziune specializat în ştiri, scopul principal fiind informarea publicului telespectator. Explicarea evenimentelor, crearea de convingeri, persuadarea şi

BDD-V355 © 2009 Editura Alfa
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.77 (2026-11-18 09:12:42 UTC)

atragerea publicului prin adevărate spectacole verbale sunt tot atâtea scopuri mai mult sau mai puțin explicite ale instanței de enunțare televizuală. Corpusul pe care vom aplica analiza este emisiunea din 31 iulie 2008.

Cadrul participativ al locutorilor din platou cuprinde formatul de producere şi formatul de receptare a enunțului televizual. *Formatul de producere* este constituit din *moderatorul* emisiunii, Mihai Gâdea (MG), care reprezintă interesele publicului telespectator, în numele căruia pune întrebări, şi *invitații* săi din această seară: invitatul permanent Ion Cristoiu (IC), care traduce pe înțelesul publicului explicațiile privind natura şi consecințele evenimentelor dezbătute, şi analistul Valentin Stan (VS), invitatul-expert care furnizează explicațiile teoretice necesare înțelegerii evenimentelor. Explicațiile sunt însoțite de evaluări personale, majoritar negative, şi care trec din domeniul opiniei (*bine/rău*) în domeniile semantic (*adevărat/fals*) şi logic (*corect/incorect*). *Formatul de receptare* a enunțului cuprinde atât *preşedintele*, Traian Băsescu (TB), care este frecvent interpelat pe măsură ce i se interpretează discursul şi acțiunile, cât şi *publicul telespectator*, de fapt ținta reală a instanței televizuale.

Cadrul spațio-temporal este mereu acelaşi. Emisiunea se desfăşoară în studioul de televiziune şi durează o oră. Spațiul este organizat conform scopului: invitații şi moderatorul stau aşezați, toți de aceeaşi parte a mesei, ceea ce sugerează relațiile neconflictuale dintre ei. *Scopul* dialogului argumentativ din platou este de a zădărnici efortul preşedintelui de a-şi crea un ethos favorabil, distorsionându-i discursul, faptele, întreaga imagine. Instanța televizuală îşi propune să extragă publicul influenței politice prezidențiale, pentru a-l orienta spre zona de influență a opoziției. *Tema emisiunii* o constituie vizita la Roma din ziua respectivă a şefului statului, preşedintele Traian Băsescu, şi întâlnirea acestuia cu premierul Berlusconi, pentru a analiza măsurile întreprinse de statul italian în vederea gestionării problemelor create de imigranții români de etnie rromă. *Formatul comunicațional* al emisiunii presupune construirea în comun de către moderator şi invitați a unui dialog argumentativ, pentru a da răspuns unei întrebări declanşatoare a unei argumentații în situație de problemă: *Vizita preşedintelui la Roma a fost un succes sau un eşec?* Toți participanții din platou sunt de acord să susțină şi să demonstreze că vizita a fost un eşec. Ei pleacă de la aceeaşi premisă, şi anume că acțiunile preşedintelui nu corespund standardelor profesionale şi exigențelor europene şi internaționale, că singura motivație care îl animă este propaganda electorală şi construirea unei imagini de sine care să placă electoratului. Discursul construit în comun în studio parazitează discursul prezidențial, falsificându-i fiecare cuvânt, pentru a-i compromite strategia de imagine şi a i-o distorsiona. Vom încerca să demonstrăm în cele ce urmează că distorsionarea ethosului oratorului care produce discursul-sursă se realizează fie prin mărci lingvistice discrete, fie prin strategii discursive puse în practică de agentul distorsionării, în discursul său agent.

4.2. Mărcile discrete prin care se exprimă distorsionarea ethosului oratorului

Indicatorii lingvistici care permit identificarea acțiunii de distorsionare a DS se regăsesc în primul rând la nivelul lexical şi cuprind elemente care nu se regăsesc în DS, dar apar ca evaluatori negativi în DA.

BDD-V355 © 2009 Editura Alfa
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.77 (2026-11-18 09:12:42 UTC)

A) Termeni noi introduşi în DA, pentru a devaloriza DS: termenul „mieluşel” (9)[4] adresat de IC, aparent pozitiv, este de fapt o evaluare negativă a comportamentului preşedintelui TB, care trebuia să fie mai dur şi neînduplecat faţă de Berlusconi. Termenul „poştaş” (17), adresat tot de IC, devalorizează acţiunea lui TB de a înmâna un document ministrului de interne italian. Expresia „a bifat prezența acolo, lângă Berlusconi” (20) distorsionează percepția unei acțiuni prezidențiale de reprezentare a patriei şi poporului, înlocuind-o cu o acțiune neresponsabilă, inutilă şi neinstituțională. În acelaşi registru al distorsionării, MG introduce verbul „vorbeşte” (20), pentru ca apoi IC să îl folosească ca instrument de atac şi devalorizare a acțiunii preşedintelui (21):

(1) **20. MG**: Da’ măcar faptul că *a bifat prezența acolo, lângă Berlusconi*, contează? Contează în… ne-a spus atunci acolo când a fost întrebat că *vorbeşte cu Berlusconi*, acum a ieşit şi public, cu toate că ceea ce *a vorbit* public nu a rezolvat nimic…
21. IC: Am o rugăminte: nu există în relațiile internaționale, dl Stan cunoaşte problema, „am vorbit” – asta există în Ferentari sau în Piața Amzei care e totuși o piață superioară Ferentariului, nu se vorbeşte cu şefii statelor străine, cu Iuşcenko, cu Putin, cu Bush, cu Sarkozy sau cu Berlusconi, nu se vorbeşte, acolo, fiecare îşi urmăreşte interesul, da’ ducându-se la Roma, domnul preşedinte – eu fără să apreciez pozitiv sau negativ – n-a făcut decât să-i întărească poziția lui Berlusconi, da? din punctul ăsta de vedere, deci eu nu văd nicio schimbare, încă o dată mă întreb, de ce s-a dus?

În intervenția sa, IC comentează şi descalifică acțiunile lui TB, care ar fi trebuit să contribuie la construcția imaginii unui preşedinte competent.

B) Termeni preluați de DA din DS: verbul „am vorbit”, segment de discurs raportat, care nu aparține limbajului diplomatic, ci cartierelor bucureştene; folosind acest verb, TB demonstrează că nu foloseşte instrumente de exprimare adecvate, conforme cu standardele instituției prezidențiale pe care o reprezintă; „mă coruptule”, deşi nu aparține DA, este o expresie lipită ca o etichetă pe imaginea de luptător anti-corupție a lui TB, imagine trecută în derizoriu prin atribuirea acestei expresii. Ca pretins evaluator al integrității clasei politice româneşti, dacă ar fi fost egal cu el însuşi, TB i-ar fi adresat şi lui SB această expresie.

C) Expresii care introduc evaluări negative ale acțiunii prezidențiale: întrebarea „de ce s-a dus acolo?” conduce la analiza scopului vizitei: astfel, interesele preşedintelui României şi ale premierului italian fiind divergente, declarația finală ar fi trebuit să exprime un acord prin concesii reciproce; dar acceptând şi chiar întărind poziția lui SB, TB nu face decât să marcheze propriul eşec.

D) Apelative depreciative: „ăla” este domnul prezent pe ecran, de fapt preşedintele TB:

(2) **34. VS**: Cum cine? Ăla! uite ăla!
35. MG: Domnu’ ăla!
36. VS: Nu ştiu, domnule! De care domn vorbiți dumneavoastră?
37. IC: Să le spunem telespectatorilor, îl dă pe ecran, nu…
38. VS: Ăla, ştiți dumneavoastră la cine arăt…

[4] Cifrele din paranteză reprezintă numărul intervenției din corpusul transcris.

BDD-V355 © 2009 Editura Alfa
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.77 (2026-11-18 09:12:42 UTC)

„Băiatul ăsta" (34), „Băiatul ăsta e preşedintele" (46), „tăticul vostru" (62), „Ce-ai făcut, mă? Ce-ai făcut mă, nulitate umană?" (87), „acest băiat care frecventează bordeluri, după propria declaraţie" (95), „mă Băsescule" (167) sunt apelative depreciative şi au ca scop distrugerea ethosului discursiv şi prediscursiv al preşedintelui, care este oratorul discursului-sursă din corpusul nostru. Prin folosirea acestor apelative depreciative, VS, agentul care distorsionează imaginea prezidenţială, îşi propune să disocieze imaginea individului TB de imaginea instituţională specifică unui preşedinte. Deci avem în faţă o persoană oarecare, *un domn*, *un băiat*, pe *ăla*, care e o *nulitate umană*, şi nu o personalitate politică de cel mai înalt nivel de reprezentare a poporului român. „Băi, cine v-a adunat pe voi în fruntea statului, băi?" (222) vine să întărească incompatibilitatea ethosului personal cu imaginea instituţiei prezidenţiale.

E) Explicarea sensului unui cuvânt, pentru a descalifica oratorul DS: preluarea unui termen din DS pentru a-l devaloriza: *non-paper*.

(3) **107. VS**: […] Atunci când cetăţenii unui stat au probleme într-o ţară europeană, membră a Uniunii Europene, eu, şeful statului român – pentru a nu lua o poziţie în favoarea cetăţenilor români – folosesc o formulă de comunicare care nici măcar nu e omologată ca un canal diplomatic, în anumite diplomaţii şi care înseamnă neangajare, neasumare a poziţiei şi trimit acest... *acest jeg de hârtie, că asta e*...
108. MG: Înţeleg că este o poziţie neasumată…
109. VS: *Atenţie, un jeg de hârtie, unui ministru*! E ca şi cum eu v-aş trimite acum pe dumneavoastră să discutaţi detaliile acestei emisiuni… cu cine vreţi? cu Costel Argint? Ce este aia? Deci omul ăsta are o funcţie supremă în stat, el nu dă…

Deci *non-paper* este *un jeg de hârtie* transmis de *omul ăsta* care *are o funcţie supremă în stat*; vedem cum termenul *non-paper*, aparţinând DS, este distorsionat faţă de sensul dorit de TB, pe baza unor argumente logice care fac DA credibil, prin demonstraţia logică şi documentată a autorului.

F) Creaţii lexicale în DA, prin repetarea structurii unui termen din DS: termenul *non-paper*, trecut în negativ şi apoi în derizoriu, oferă pe parcursul emisiunii o structură lexicală care este apoi multiplicată: *non* + *substantiv*, obţinându-se derivaţi care semnifică devalorizarea a tot ceea ce face şi spune preşedintele: „non-preşedinte" (178), „non-publicitate", „non-concluzii" (195), „îngrijorare non-reală" (196).

(4) **197. MG**: Şi ne exprimăm o *îngrijorare non-reală* pentru că trăim într-o *non-ţară* şi discutăm cu nişte *non-politicieni*, unde este un *non-sens*! Publicitate.

(5) **239. MG**: Şi eu am o îngrijorare care, de fapt, nu există. Tocmai din cauza asta vă doresc un *non-noapte bună*, pentru că avem o *non-viaţă într-o non-ţară, cu non-conducători, cu non-lideri*. *Non* este de fapt sensul vieţii noastre. *Un nonsens*. Noapte bună!

4.3. Strategii discursive ale distorsionării ethosului oratorului

Strategiile discursive de distorsionare a unui discurs şi a imaginii oratorului reprezintă abordări superioare mărcilor discrete; în timp ce mărcile lucrează la nivel local, strategiile se plasează la nivelul global al discursului oratorului. Strategiile de distorsionare prin discreditarea ethosului oratorului încorporează ansamblul discursului acestuia. Menţionăm următoarele strategii:

BDD-V355 © 2009 Editura Alfa
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.77 (2026-11-18 09:12:42 UTC)

4.3.1. Discursul raportat direct sau citarea

Această strategie presupune evocarea de către un locutor a unui citat dintr-un discurs diferit de al său, de regulă exterior aceluia vizat de conflictul discursiv, pe care îl integrează în propriul discurs în scopul folosirii lui în bătălia verbală. De obicei, citarea unui discurs anterior are valoare de autoritate legitimă, care vine să întărească discursul locutorului şi să distrugă teza adversarului. În corpusul nostru, identificăm o strategie prin citatul unei autorități nelegitimate; comparația introdusă de agentul distorsionării, VS, pentru distorsionarea ethosului preşedintelui, are ca scop respingerea discursului prezidențial în aceeaşi măsură ca respingerea discursului propagandei comuniste:

(6) **47. MG**: A căutat să rezolve problema, dar, din câte am văzut, italienii n-au schimbat mai nimic.
48. VS: Fix nimic. Vă spun eu ce a căutat acolo. Dați-mi Congresul XII. Să le arătam la oameni ce a căutat acolo.
49. MG: Al PCR?
50. VS: Nu ştiu, domnule, ia vedeți al cui o fi. Că zicea dl Cristoiu că-l aplaudă prea multă lume, ia să vedem cum a fost organizată vizita. Hai băgați acolo… (imagini congres). Ascultați acolo. Nu vi l-am dat degeaba; ascultați ce-a căutat acolo!
51. Voce: „În politică, tovarăşi, când te afli la putere, una din sarcinile primordiale în relațiile externe este să-ți măreşti numărul prietenilor, să-ți micşorezi numărul adversarilor şi să neutralizezi o bună parte din cei care ți-au fost adversari; or, dacă luăm în ansamblu de când tovarăşul poartă răspunderea partidului şi statului, o să vedem consecvențe în această direcție; dacă la sfârşitul anului, dacă facem o analiză, dacă au crescut sau nu prietenii României, vedem pe planetă că ei au crescut. Au crescut enorm!”.
52. VS: Bravo, domnule preşedinte! Acuma, că ați aflat de ce s-a dus domnul preşedinte la Roma, domnule Gâdea… ca să crească prietenii României, da?

Agent al distorsionării imaginii prezidențiale, VS introduce în emisiune imagini cu sonor dintr-o emisiune televizată de ştiri din epoca comunistă. Ideologia comunistă, ilegitimată, şi limbajul de lemn care exprimă cultul personalității sunt elemente folosite de VS pentru a slăbi poziția oratorului discursului-sursă, a actualului preşedinte TB. Activitatea de descalificare constă în a asimila discursul-sursă unui discurs respins deja de publicul-martor. Mai mult decât atât, citarea asimilează comportamentul lui TB cu acela al fostului dictator: nu numai în ceea ce priveşte lipsa eficienței acțiunilor în plan extern şi tendințele dictatoriale, dar şi în atitudinea de sprijin şi laudă necondiționată pe care anumite instanțe media o manifestă față de preşedinte. Un alt exemplu de discurs raportat direct este citarea prin reluarea transmisiunii a discursului prezidențial ținut la Roma.

(7) **133. VS**: Ascultați aici:
134. (Băsescu): „Printre lucrurile extrem de concrete discutate astăzi, dincolo de cooperarea economică, în discuțiile pe care le-am avut, am exprimat o îngrijorare pe care nu o consideram reală, dar este generată de un anumit mediu…”.
135. VS: Cum? Ce a făcut? Pe conferința de presă? Ăsta e şi analfabet! A exprimat o îngrijorare care… păi dacă nu există şi e ireală, cum ai putut să o exprimi, Băsescule? Daca îngrijorarea nu-i reală… Tu vrei să faci sluj în fața lui Berlusconi, pe securitatea cetățenilor români? Vrei în acelaşi timp să câştigi puncte în țară, măi băiatule! Şi nu ştii cum să faci; ți se împleticeşte limba în gură şi spui cretinisme! Cum adică? […]

BDD-V355 © 2009 Editura Alfa
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.77 (2026-11-18 09:12:42 UTC)

(8) **141. VS**: Şi să vedeţi ce spune de fapt… ce spune el este că toată preocuparea opiniei publice din această ţară, de fapt, este o aberaţie: nouă ni se pare ca se întâmplă ceva!
142. IC: Dl Gâdea, dom'le… eu sunt foarte supărat – dar nu real – pe dvs.! (*râsete*)
143. MG: I-a trimis un bileţel reporterului de la această emisiune…
144. VS: Care nu există.
145. MG: Care nu există!
146. VS: Adică mortul viu din lada goală, de sub scara fără trepte!
147. IC: Poate a greşit, domnule…
148. VS: Stai să vedem că greşeşte întruna, stai:
149. (Băsescu): „…şi pe care românii ar putea să o aibe [sic!], că în Italia există cetăţeni români discriminaţi".
150. VS: Auzi! Impresia pe care nici măcar nu o avem! Am putea să o avem! Domnule Gâdea! Deci am putea avea impresia, când de fapt măsurile sunt foarte OK, ia ascultă aici:
151. (Băsescu): „Ne-am convins în discuţii că guvernul italian a luat măsuri de securitate pentru protejarea propriilor cetăţeni, că aceste măsuri nu au fost îndreptate împotriva cetăţenilor români".
152. VS: Ia zi, domnule Gâdea, nu sunt îndreptate împotriva cetăţenilor români, care cetăţeni români e [sic!] cetăţeni europeni, şi cetăţenii europeni acum suferă discriminare… Vă arăt eu acum pe documente cât îmi daţi dumneavoastră pe emisiunea asta de trei parale, în care n-am timp nici să mor.

4.3.2. Strategia excluderii prin distorsionare

Discursul dialogal al moderatorului şi al invitaţilor săi din platou, discurs „secund", discurs-agent care distorsionează discursul oratorului – considerat discurs primar – formează un interdiscurs străbătut de polemică. În această situaţie ar fi posibile două strategii*: integrarea*, deci asimilarea semantică a discursului advers, criticându-i doar pretenţia de monopol asupra adevărului, sau *excluderea*, deci respingerea universului semantic advers ca fiind incompatibil cu adevărul. Având în vedere miza discursului televizual al acestei emisiuni, distorsionarea ethosului prezidenţial, se preferă excluderea şi se demonstrează incompatibilitatea discursului-sursă cu adevărul. Încorporând vocea şi imaginea preşedintelui în componentele verbală şi vizuală ale enunţului televizual, AD (agentul distorsionării) interpretează semantic discursul-sursă pentru a-l descalifica. Discursul-agent propune o lectură peiorativă a discursului-sursă, pentru a-l trece apoi în negativ şi a-l respinge ca incompatibil cu autoritatea unei instituţii prezidenţiale. Această strategie de citare pentru excludere vizează de fapt descalificarea nu numai a enunţului prezidenţial, dar şi a persoanei preşedintelui. Sublinierea neconcordanţei universului semantic al discursului prezidenţial cu adevărul, trecerea acestui discurs în derizoriu, se asociază cu tehnica prezentării agentului distorsionării ca expert în analiza politică. De aceea, alte citate de autoritate din legislaţia europeană sau tehnica diplomatică internaţională vin să structureze un ethos al agentului distorsionării ca expert credibil, capabil să orienteze opinia publică. Pe măsură ce se distorsionează imaginea preşedintelui, întorcând miza de credibilitate spre incredibilitate, se edifică o imagine a agentului distorsionării bazată pe autenticitate, informare, competenţă, toate acestea trimiţând la ethosul locutorului-agent. Proba prin logos a discursului prezidenţial este distrusă şi ea, prin demonstraţia şi evidenţierea absurdului; astfel discursul-sursă este atacat din trei puncte de vedere: al structurii sale logice,

BDD-V355 © 2009 Editura Alfa
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.77 (2026-11-18 09:12:42 UTC)

corect/incorect; al raportului său cu realitatea, *adevărat/fals*; al adecvării sale la obiectivul urmărit, *eficient/ineficient*.

De-construcția ethosului președintelui nu este decât o primă etapă a activității discursive din platou; această de-construcție este simultană cu re-construcția unei imagini în negativ, pentru a oferi publicului telespectator un alt produs, o altă imagine, în scopul declarat de a-l sustrage manipulării prezidențiale. Discursul și contra-discursul, puse față în față prin tehnici discursive specifice, se fac în beneficiul publicului-martor; de altfel, publicul este prezent în discursul conflictual din platou, fiind de multe ori direct interpelat de participanții la dezbatere. Distingem în repertoriul invitaților din platou evocarea a două categorii de public:

- Publicul fidel, susținător necondiționat al acțiunilor președintelui:

(9) **62. VS**: E, toți iubitorii de Băsescu, cum au auzit, ăia de ne dau nouă mesaje pe forum să ne împușcăm, suntem niște nenorociți, că-i apărăm pe țigani. Deci, *v*-a explicat tăticul *vostru, dragi imbecili care sunteți rasiști și tâmpiți* pe forum, *tăticul vostru v*-a explicat că el nu face diferența între țigani și români. Adică între *voi* și ei, adică între noi și *voi*, adică între cetățeni români, *dragii mei*, pentru că *suntem toți* cetățeni ai acestei țări. Numai că dl Băsescu nu se oprește aici. Mai spune ce? D-aia l-a trimis poporul român în această înaltă demnitate. *Și ceea ce spune acum e de un dramatism feroce, niciun șef de stat nu și-a putut permite într-o democrație nici măcar, iată, consolidată să facă afirmații de o asemenea gravitate*. Și ajungem imediat și la non-paper. Ia să vedem ce spune, domnule Gâdea, șeful statului; adică în ce măsură și când vă va apăra pe dumneavoastră statul român.

În acest exemplu, interpelarea unei categorii a publicului în registrul insultelor este urmată de o altă strategie a distorsionării, și anume *demascarea*. În ciuda pretenției președintelui de a i se recunoaște acțiunea de sprijinire a cauzei cetățenilor români, demonstrația anunțată va dovedi contrariul.

Strategia demascării presupune dezvăluirea în fața publicului a intențiilor nemărturisite sau a faptelor nerecunoscute de către adversar, ocultate cu bună știință de către acesta, pentru salvarea imaginii sale. Ceea ce pentru orator, deci în discursul-sursă, este o imagine reală, pentru agentul distorsionării, deci în discursul-agent, este fals; ceea ce pentru TB, ca președinte, este dovada unui ethos prezidențial pentru agentul distorsionării este un element ce se cere demascat; iar ceea ce se demonstrează în urma demascării se consideră distorsionare de către autorul discursului-sursă, oratorul, în cazul nostru președintele.

- Publicul indecis, pe care AD îl incită să fie împotriva președintelui:

(10) **21. IC**: …Domnu', să fie așa o declarație cu o poziție din care eu să înțeleg că părțile nu s-au înțeles, că a fost o discuție foarte dură, măcar atâta să fi spus, *stimați telespectatori, care vă uitați la noi din România și nu sunteți în concediu*, a fost o discuție dură, că așa sună câte un comunicat…

(11) **56. VS**: E suficient! Ne-am lămurit! Domnu' Gâdea, s-au făcut câteva afirmații acolo și ceea ce mă interesează pe mine și *trebuie să vă intereseze și pe dumneavoastră* este următorul lucru: consecințele, *dragi telespectatori*, a ceea ce *ați* văzut aici înseamnă ce? Că de acum încolo, oriunde *veți merge*, nu contează *că sunteți* de etnie rromă, chineză, neo-zeelandeză, olandeză, română, papuașă etc., *cetățeni români*, oriunde *mergeți* în Europa sau pe mapamond…

BDD-V355 © 2009 Editura Alfa
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.77 (2026-11-18 09:12:42 UTC)

(12) **167. VS**: …*Dragi telespectatori*, atenție, președintele la sfârșitul conferinței de presă, ca să-și facă și el, după ce l-a luat la mișto Berlusconi și a măturat cu el pe jos, ca să dea totuși o tentă de băiat adevărat, pentru presa română mai ales, zice: dom'le, nu suntem de acord cu toate măsurile luate de guvern. Care măsuri, mă Băsescule, că nu sunt destule cișmele în Roma? Ai vrut să bei apă și n-ai găsit cișmea? La ce măsuri te referi? Crezi că cu treaba asta anulezi ce ai spus, că măsurile guvernului italian sunt OK? Hai să le arătăm românilor dacă sunt OK măsurile astea. Da?

5. Concluzii

Atât oratorul, cât și agentul distorsionării discursului său beneficiază de ethosul instituțional: instituția prezidențială oferă cadrul instituțional discursului lui TB, instituția mediatică oferă cadrul instituțional discursului construit în platoul de televiziune; amândouă discursurile au legitimitatea instituțiilor pe care le reprezintă.

Dialogul instituit în platou între agentul distorsionării și orator este asimetric: discursul-sursă nu apare decât evocat, raportat de agentul distorsionării. El este pasiv, suportă intervenția părții adverse fără a putea răspunde și nici contracara atacurile. De fapt, discursul prezidențial este tratat ca un text pe care se face o analiză din perspective variate: a *ethosului*, credibilitatea oratorului fiind descalificată; a *logosului*, discursul fiind evaluat ca *incorect* în cadrul raportului *corect/incorect*, ca *fals* în cadrul raportului *adevărat/fals*, ca *ineficient* în cadrul raportului *eficient/ineficient*; a *pathosului*: apelul permanent la publicul telespectator căruia i se oferă un adevărat spectacol verbal, în vederea declanșării sentimentelor de nemulțumire, de revoltă chiar, de totală dezaprobare față de acțiunea prezidențială. Captarea publicului se face prin apelul la spectacular.

Bibliografie

Amossi 1999: Ruth Amossi, *Images de soi dans le discours*, Paris, Delachaux et Niestlé.

Charaudeau 1997: Patrick Charaudeau, *Le discours d'information médiatique*, Paris, INA/Nathan.

Charaudeau 2005: Patrick Charaudeau, *Le discours politique. Les masques du pouvoir*, Paris, Vuibert.

Coculescu 2004: Steluța Coculescu, *Stratégies de communication: coopération et polémique dans le débat télévisuel*, Ploiești, Editura Universității din Ploiești.

Jost 1998: François Jost, *Quand y a-t-il énonciation télévisuelle?*, în J. Bourdon et F. Jost (dir.), *Penser la télévision*, Paris, Nathan.

Lochard, Soulages 1998: Guy Lochard, Jean-Claude Soulages, *La communication télévisuelle*, Paris, Armand Collin.

Maingueneau 1983: Dominique Maingueneau, *Sémantique de la polémique*, Lausanne, L'Âge d'Homme.

Perelman 1977: Chaïm Perelman, L'empire rhétorique, Paris, Vrin.

Windisch 1987: Uli Windisch, *Le K.O. verbal. La communication conflictuelle*, Paris, L'Âge d'Homme.

BDD-V355 © 2009 Editura Alfa
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.77 (2026-11-18 09:12:42 UTC)

La distorsion de l'ethos du locuteur dans le discours politique télévisuel roumain

Le discours politique transmis par le débat télévisuel devient l'instrument de la *distorsion*, qui signifie *déformation*; c'est l'un des effets pervers de la communication télévisuelle, malgré sa prétention à l'objectivité. L'auteur s'est arrêté sur le discours politique transmis par la télévision, tout en envisageant une stratégie discursive utilisée pour influencer le public: la preuve par l'ethos. A partir d'un document authentique de débat télévisuel, on a démontré comment l'image du locuteur-orateur, son ethos, peut être déformée par l'adversaire, lorsque les intérêts politiques les placent dans des positions adverses, de conflit. L'analyse s'inscrit dans la pragmatique du discours et applique les recherches les plus récentes dans le domaine de la rhétorique.

Ploieşti, România

BDD-V355 © 2009 Editura Alfa
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.216.77 (2026-11-18 09:12:42 UTC)