

## **PERSUASIVENESS IN THE JOURNALISTIC DISCOURSE**

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

*Abstract: Our paper tries to enlighten the steps of the classical discourse in Florentin Ţuca'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 Tîrgu-Mureş. Tema era, de fapt, axată pe discursul jurnalistic al lui Cristian Tudor Popescu, însă, am decis a alege un alt articol,<sup>1</sup> nu din vreun pueril spirit de frondă şi nici din cauza acelei uşoare antipatii pe care o resimţeam 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.<sup>2</sup> 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, răzburată printr-un delegat, mai mult sau mai puţin legitim, în funcţie de cum îl percepe fiecare. Recunoaştem, 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”<sup>3</sup> şi din formaţia sa de bază, ce i-a ordonat gândirea logică. Totuşi, „ilogicul”, pus în faţa logicii pozitivistice, 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 şi 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,<sup>4</sup> 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

<sup>1</sup> Florentin Ţuca, *Ora exactă în sportul românesc*, în „Dilema veche”, Bucureşti, 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.

<sup>2</sup> George Orwell, *O mie nouă sute optzeci şi patru*, Editura Polirom, Iaşi, 2002.

<sup>3</sup> Vezi Pierre Bayard, *Cum vorbim despre cărţile pe care nu le-am citit*, Editura Polirom, Iaşi, 2008.

<sup>4</sup> Sidney Lumet (director), Paddy Chayefski (writer), *Network*, MGM/ UA, USA, 1976.

pericolului reprezentat de către noul jurnalism și, în special, de noii jurnaliști ce se constituie într-o elită deviantă care asigură, prin promovarea unui comportament articulat, funcționarea tuturor domeniilor organizate ale societății. Un alt cercetător, americanul David Barsamian,<sup>5</sup> se referă la jurnaliști ca „stenografi ai puterii”, identificând elemente prin care schițează un model tip „pudel – stăpân”, aflat la polul opus al clasicului jurnalist, „câine de pază al societății”, luptător neobosit contra abuzurilor, nedreptăților și a corupției. 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 Țuca nu este scriitor de formație, ci provine din lumea dreptului corporatist, fiind Managing Partner la firma de avocatură Țuca Zbârcea & Asociații. Este, de asemenea membru fondator și Secretar General al Camerei de Comerț Româno-Franceze. Creionul nu-i tremură în mână, scriind, astfel, pentru diferite publicații precum „Ziarul financiar” sau „Dilema veche”. Articolul de față a apărut în aceasta din urmă și relevă un alt paralelism cu CTP: dragostea pentru sportul alb (la care subscriem și noi, cu un dram de nostalgie) și aversiunea față de mitocănie și derizoriu. Motivația acestei lucrări constă și în a arăta o altă voce, mai puțin auzită, însă la fel de pertinentă, care folosește repertoriul retoric în discursul jurnalistic oferind, astfel, un prilej de comparație.

#### „Nu mai zic nimic”

Ipoteza de lucru ce a pus în mișcare această analiză se axează pe metaforele folosite de Florentin Țuca în articolul său, cu precădere cea centrală, a „cucului ce dă ora exactă în sportul românesc” și 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.* și britanicul *I rest my case*.<sup>6</sup> Astfel, vom încerca a demonstra modul în care figurile de construcție și cele de gândire contribuie la punerea cititorului pe direcția dorită de către autorul discursului, care folosește îmbinarea celor trei moduri ale persuasiunii, definatorii 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 societății românești prin apelul la retorica discursului, va fi facilitată și va oferi, sperăm, un punct de sprijin pentru o perspectivă asupra jurnalismului din România contemporană.

#### Instrumente de lucru

*Metafora* este una din figurile stilistice și retorice de gândire, mai mult decât ceea ce credea Quintilian, adică „*brevior est similitudo*”<sup>7</sup> („este o comparație mai scurtă”). De fapt, multe dintre metafore sunt rezultatul unor comparații clare: „Cînd întîlnim în poezia barocă expresii ca marea vieții, buze de coral sau scaieții necazurilor etc., putem urmări exact succesiunile de idei care l-au dus pe autor la aceste metafore.”<sup>8</sup> Problema care se pune, de fapt, este aceea a ajungerii la „metafora vie” a lui Paul Ricoeur, cel care afirmă: „Metafora este, prin excelență, tropul prin asemănare”.<sup>9</sup> Asemănarea acționează în patru timpi: *deviația*, *substituția*, *selecția* și *similitudinea*. Fiind un fenomen al discursului, o atribuire textuală aparte, insolită, o inedită schimbare de sens, metafora se întemeiază pe relații interne (intringvistice), neavând în vedere decât substanța limbajului, relațiile de sens,

<sup>5</sup> David Barsamian, *Stenographers of Power: Media and Propaganda*, Common Courage Press, Monroe, ME, USA, 1992, pp. 34-56.

<sup>6</sup> Vezi, la finalul lucrării, schema retoricii discursului analizat.

<sup>7</sup> Quintilian *apud* Wolfgang Kayser, *Opera literară. O introducere în știința literaturii*, Editura Univers, București, 1968, p. 184.

<sup>8</sup> W. Kayser, *op. cit.*, p. 184.

<sup>9</sup> Paul Ricoeur *Metafora vie*, Editura Univers, București, 1984, p. 271.

nedeterminată de ordinea contextuală a referentului: „Nu ar exista metaforă dacă nu ar fi resimțită o deviație între sensul figurat al unui cuvânt și izotopia contextului”.<sup>10</sup> Mai mult de atât, pentru ca o metaforă să fie „vie”, să permită apariția imaginii, să convingă, Ricoeur consideră că ea trebuie să se preteze unei triple devieri ori puneri în relief: în raport cu contextul referențial și cu textul însuși, la care se adaugă raportul intracontextual. Prin urmare, granița dintre comparație și metaforă este una fluidă, fapt ce se poate observa destul de clar în rândurile articolului a cărui analiză este prezentată în lucrarea de față.

*Ethos*, *pathos* și *logos* reprezintă cele trei caracteristici tehnice ale persuasiunii într-un discurs, așa cum au fost teoretizate de către Aristotel, în *Ars Rethorica*.<sup>11</sup> 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 cunoaștem 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 însuși, pe când elementele preexistente (jurăminte, mărturii, etc.) sunt non-tehnice de vreme ce nu pot fi influențate de către cel ce pregătește un discurs.

După Aristotel, un discurs constă în trei elemente: autorul, subiectul discursului și 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 dispoziția auditoriului ori în valoarea intrinsecă a argumentației. În momentul în care toate acestea conlucrează în armonie oratorul este desăvârșit.

*Ethosul* constă în folosirea de către autorul discursului a credibilității 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 audiența va fi predispusă a da credit celor spuse de către acesta, lucru deosebit de important în cazul problemelor neclare, unde nu există informație exactă și este loc de interpretare. Dar, se întrebă Aristotel, cum poate deveni credibil un autor de discurs? Tot el răspunde, credibilitatea autorului constând în afișarea unei inteligențe practice (*phronesis*), a bunei credințe și a virtuții. Lipsa totală a acestora va determina reacții adverse în cadrul audienței; prezența *phronesisului* fără afișarea bunei credințe și a virtuții va duce la neîncrederea audienței în ceea ce privește scopurile reale ale autorului; iar lipsa bunei credințe va duce, de asemenea, la neîncredere, auditoriul fiind determinat să creadă că autorul nu dă direcția cea mai bună de urmat, cu toate că o cunoaște. Trebuie subliniat faptul că autorul discursului va obține 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 audienței, deoarece emoțiile pot influența, în mod pozitiv ori negativ, judecățile. De exemplu, un judecător aflat într-o bună dispoziție poate judeca în mod favorabil un delict minor, pe când unuia aflat într-o stare de iritare, același delict îi va părea mai grav și va acționa în consecință, printr-o pedeapsă mai aspră aplicată contravenientului. Dar, cum poate fi indusă auditoriului o stare emoțională potrivită cu scopurile oratorului? Aristotel pledează pentru o cunoaștere în amănunt a tuturor emoțiilor umane și pentru aplicarea acestor cunoștințe în pregătirea discursului.

<sup>10</sup> *Ibidem*.

<sup>11</sup> 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.

*Logosul* presupune convingerea audienței prin evidența rațional - logică a argumentelor prezentate. Pentru Aristotel erau două tipuri de demonstrații: inductive și deductive. Demonstrația inductivă constă în pornirea de la individual către universal.

*Antiteza* (Fr, *antithese* > Gr. *antithesis* = opoziție) este o figură de stil care constă în proiectarea a două elemente sau entități 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 opoziția dintre două personaje, situații, idei sau concepte, fapte, etc. Antiteza este un procedeu folosit cu predilecție de către romantici. De exemplu, poemele eminesciene sunt concepute în planuri sau tablouri antitetice: planul teluric și cel celest în *Luceafărul*, planul istoriei de aur a neamului și planul prezentului epigonic, în *Epigonii* etc.

### **Sportul alb maculat de „Sport.ro”**

Articolul lui Valentin Țuca, *Ora exactă din sportul românesc*,<sup>12</sup> a apărut în numărul 324 (29 aprilie – 5 mai 2010) din „Dilema veche” și este structurat pe două secțiuni, plasate în antiteză printr-o reușită metaforă ce relevă carențe majore ale televiziunii de sport din România, televiziune ce reflectă, din rațiuni economice ce țin de rating, aspectele deplorabile ale faunei ce mișună prin preajma sportului românesc muribund și care a devenit un fel de talmeș-balmeș, 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,<sup>13</sup> caracterizat prin faptul că urmărește doar să convingă, nu să informeze, astfel încât proprietatea factuală poate fi, și este, în unele cazuri, neglijată. Stilul jurnalistic/publicistic<sup>14</sup> a apărut din mai vechile și specializatele stiluri funcționale, *beletristic*, *juridico-administrativ* și *științific*, 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 funcțional* (limbaj special și specializat) și *stil general al limbii* (stilul limbii comune).

Titlul articolului face parte din categoria titlurilor adnotative, promițându-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 înțelegerea metaforei „cucului”, placa turnantă a articolului.

Pe de altă parte, publicul țintă vizat de către autor se încadrează în segmentul de mijloc și de elită al societății 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 apariției articolului. Canalul de transmitere este și unul electronic, cu 1060 de vizualizări ale respectivului articol, până în momentul de față. 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 și inexistentă și multe talente se pierd pe drum, în cazul în care nu au o susținere financiară puternică din partea părinților.

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

<sup>12</sup> Anexa: <http://www.dilemaveche.ro/sectiune/tilc-show/articol/ora-exacta-din-sportul-romanesc>

<sup>13</sup> C. -J. Bertrand (coord.), *O introducere în presa scrisă și vorbită*, Editura Polirom, Iași, 2001.

<sup>14</sup> Bălănescu, Olga, *Limbaje de specialitate*, Editura Universității, București, 2003, disponibil la <http://ebooks.unibuc.ro/filologie/olga/1.htm>, accesat la 01.09.2014.

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

Astfel, terenul de tenis devine un dreptunghi magic, care îmbină caracteristicile ringului de box cu cele ale tablei de șah, sugerând rezistența, combinată cu inteligența și anticiparea, într-o primă fază. Seria de comparații continuă cu fileul ce devine chintesența fair-playului iar tușele 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 boierești vechi, înspre care dau și balcoanele gazdelor, și ale oaspeților.” Continuând seria de comparații, 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 construcție, din punct de vedere stilistic, avem, până în acest moment al discursului, enumerația, 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 își afirmă afinitatea pentru un sport ce poate fi, și chiar este, educativ pentru tânăra generație (*naratio, confirmatio*).

Și iată-ne ajunși la punctul de turnură ce dă măsura întregii construcții discursive a lui Florentin Țuca, construcție plecată dintr-o fractură frustrantă ce apare de nicăieri și întrerupe o trăire în afara timpului, o detașare 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 stupefacție 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... și chiar arată, sublimat, în partea a doua a discursului.

Acuma, găselnița lui Florentin Țuca, metafora „cucului” ce dă ora exactă în sportul românesc, poate fi mai bine înțeleasă, de către cei ce nu au trăit sentimentul, dacă ne gândim la reclamele care întrerup un film de calitate, care ne ține cu sufletul la gură, doar pentru a ni se băga pe gât diferite produse/ branduri, mai mult sau mai puțin dezirabile, însă, fără excepție, la fel de binevenite în chiar acel moment precum soacra atotștiutoare parașutată la masa norei, tocmai când aceasta se pregătește pentru o cină romantică. Sărmana pasăre, pe lângă faptul că dă ora exactă din lăuntru vechilor orologii, este și un simbol dual, ca toate simbolurile, de altfel, de vestitor al bunăstării ori a necazului. Se pare, totuși, că rolul de rău augur predomină în lumea atributelor pe care imaginația populară le-a investit în jocul imaginar-poetic al semnificațiilor și valorilor ce i s-au atribuit cucului, într-o varietate de situații, de altfel greu de epuizat. Dimpotrivă, acest motiv pare și astăzi prolific, rezultat a ceea ce Mihai Coman, unul dintre exegeții acestui univers, percepea a fi „ca o structură deschisă [...] un mod de funcționare dictat de intenționalitatea imediată a emițătorului”.<sup>15</sup> Ca dovadă, ne prezintă un fragment de cântec, posibil necoagulat dar, totuși, semnificativ: „Bată-te păcatul, cuce,/ Că n-ai unde-a mă mai duce,/ Ți-am cerut să ies din țară,/ Tu mi-ai dat viață amară/ Praful drumului te-nece,/ Că n-am cu cine-mi petrece,/ Praful drumului te-nghită/ Că

<sup>15</sup> Mihai Coman, *Mitologie populară românească*, Editura Minerva, București, 1988, p. 57.

mi-ai luat pe cea iubită,/ Cea iubită nesortită/ Pe la străini rătăcită, cuce!”<sup>16</sup> Acea intenționalitate imediată a emițătorului discursului pe care îl analizăm aici devine, astfel, evidentă, metafora cucului constituind placa lui turnantă.

Și acum, să observăm ce a vestit „cucul orei exacte din sport”. Partea a doua a discursului pleacă de la interpretabilul subtitlu, *Sport punct România*, și are ca piesă centrală „Liga Cuiva” (*presentatio*), un nume generic pentru o lume a sportului tarată de incultură și de proasta înțelegere a libertății. Antiteza, pe ideea căreia este construit discursul, ne relevă reversul primei părți, vag idealizate. Acum ne este prezentat, într-o paralelă perfect întreținută de către autor, un teren ce pare de fotbal dar este unul de wrestling, „sport” al luptei regizate pentru audiență, pus în opoziție cu nobila artă a pugilatului. Terenul nu mai aduce, sub nicio formă, cu acea casă boierească unde gazdele și oaspeții respiră același aer nepoluat. Sunt evocate, de asemenea, invectivele galeriilor ce se păruiesc în piața centrală a urbei. Metonimia își face simțită prezența, o geantă Louis Vuitton (Oare de ce această marcă? O întrebare retorică, desigur) devenind însăși corupția din fotbalul românesc, în particular, și din societatea românească, în general. Enumerarea continuă cu acel mut care „trage pe nas niște prafuri de slăbit, direct de pe tatuajul înveninat al consoartei” (de remarcat epitetul foarte reușit, ca de altfel întreaga imagine pe care o evocă citatul anterior) și acumulează capital, de această dată negativ, ce dă apă la moara autorului discursului. Nu este uitat nici Gigi Becali, „proaspătul descălecat din Maybach” și falsa lui cucernicie. Terminologia folosită este una ce conține elemente fotbalistice și 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 analiștilor cu impresarii și al finanțatorilor cu președinții. Protagonistii acestui meci, cei ce practică în „Liga Cuiva”, sunt gratulați 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 Țuca, e musai, vorba lui, să o redăm integral: „Poa’ să crape toată zgura Roland-Garros-ului și să se umfle într-o haldă fierbinte care să-i sufoce și pe Nadal, și pe Federer laolaltă. Când ora s-a făcut exactă, timpul încremenește-n loc, iar noi tre’ să ne ridicăm în picioare și, ochi și urechi la baghetele acestor semizeci dirijori, tre’ să cântăm imnul național al sportului românesc” (*refutatio*). Iată cum, ironic, prestatorii din „Liga Cuiva” devin adevărați semizeci în comparație cu normalii jucători de tenis, autorul relevând durerosul fenomen al răsturnării planului valorilor de pe la noi.

Și, iată-ne, ajunși la finalul discursului, final ce culminează cu acea *peroratio*, amintită în ipoteza acestei lucrări, care vine după un post-scriptum relevant al unei stări de fapt încetățenite în televiziunile noastre sportive, și anume difuzarea de programe de o calitate submediocră, în care se „caftesc” câțiva „îmbuibați” pentru titluri îndoielnice precum „Greul Bucureștiului” sau „Arde Iașiul” 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 și, mai ales, dramatismul caracteristic CTP-ului, nu ne îndoim de faptul că el există și la Valentin Țuca. 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

<sup>16</sup> *Ibidem*.

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

### Posibile contraargumente

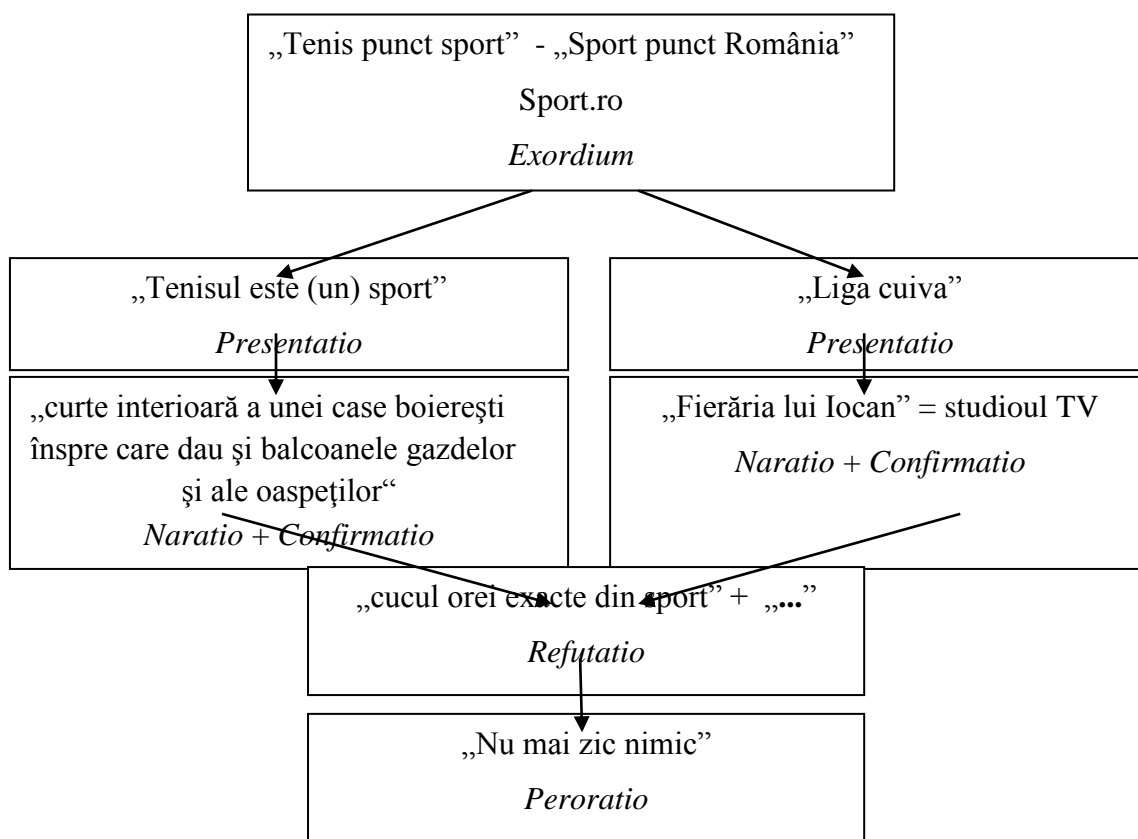
Lucrarea de față poate părea, într-un fel, prea subiectivă, fiind concentrată pe susținerea punctului de vedere al autorului. Ar fi fost utilă o lectură mai amănunțită a articolelor publicate de către Valentin Țuca, având în vedere că expunerea sa media este mult mai puțin întinsă decât a jurnaliștilor de profesie. Pe de altă parte, este chestionabilă și poziția autorului, poziție ce se subînțelege din discursul său, față de acest adevărat fenomen social reprezentat de către fotbal. Trebuie menționat faptul că pentru tinerii din păturile joase ale societății este una dintre puținele modalități de a ieși din mizerie, de a-și ajuta familiile și de a trăi un vis frumos. Că, de cele mai multe ori, visul se transformă în coșmar, datorită lipsei de educație a acestora, combinată cu lipsa de scrupule a impresarilor/ samsari și a mass-mediei, asta e o altă poveste.

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

### Balanța

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

### Schema retoricii discursului



**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 și vorbită*, Editura Polirom, Iași.
4. Coman, Mihai *Mitologie populară românească*, Editura Minerva, 1988.
5. Kayser, Wolfgang, *Opera literară. O introducere în știința literaturii*, Editura Univers, București, 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, București, 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.