

Modalități de persuadare și efectul perlocuționar în discursul politic

ANABELLA-GLORIA NICULESCU-GORPIN

Institutul de Lingvistică

„Iorgu Jordan – Al. Rosetti” București

Discursul politic este o componentă esențială a limbajului începutului de secol 21. Democratizarea înregistrată în majoritatea statelor europene în ultimul deceniu a făcut ca limbajul să devină principala armă de atac al adversarului politic.

În articolul de față am analizat, dintr-o perspectivă lingvistică, un corpus alcătuit din douăzeci și opt de discursuri rostite în timpul campaniei electorale pentru președinție din 2000 de Ion Iliescu și C. V. Tudor, pe de o parte, și de Al Gore și G. W. Bush, pe de altă parte. Această comparație s-a născut din dorința de a vedea dacă în discursurile analizate există elemente comune între cele două campanii electorale, dacă modalitățile de persuadare folosite de candidați sunt similare.

1. Considerații teoretice

Analiza pe care am întreprins-o are două componente: am încercat să văd care sunt elementele discursive care au dus la persuasiune și pe baza acestora și a teoriei Relevanței (Sperber și Wilson, 1986) am analizat efectul perlocuționar, componentă a oricărui act de vorbire.

Efectul (sau actul) perlocuționar poate fi definit ca „(...) efectele pe care le produc asupra receptorului enunțurile cu o anumită forță ilocuționară.”¹ Efectul perlocuționar poate fi *eficient* sau *ineficient*. Ambele efecte perlocuționare pot fi definite prin prisma intențiilor vorbitorului: *efectul perlocuționar eficient* este efectul pe care vorbitorul vrea să-l aibă asupra ascultătorului, în timp ce în cazul *efectului perlocuționar inefficient* intențiile vorbitorului nu se materializează.

Este adevărat că efectele perlocuționare nu au marcatori expliciți în structura enunțului, motiv pentru care această dimensiune a oricărui act de vorbire nu a fost studiată în profunzime până acum. Articolul de față nu-și propune o analiză exhaustivă a efectului perlocuționar din mai multe motive: în primul rând, o astfel de analiză este interdisciplinară, presupunând atât elemente lingvistice, cât și din domenii cum ar fi psihologia sau sociologia; în al doilea rând, ar fi fost necesară și o muncă de teren care s-ar fi putut concretiza în chestionare sau sondaje de opinie. Pentru a afla ce efect are un anumit discurs politic asupra auditorului, o astfel de practică ar fi fost mai mult decât binevenită. Totuși, acest lucru a fost imposibil pentru că în momentul în care a fost scris prezentul articol alegerile prezidențiale avuseseră loc cu mai bine de doi ani în urmă: un sondaj după atâta timp nu ar fi fost relevant, pentru că rezultatele campaniei erau cunoscute și ar fi influențat răspunsurile intervievaților.

Din aceste motive, analiza de față este pur lingvistică. Candidații la președinție folosesc limbajul pentru a-și convinge auditoriul să-i voteze. Astfel, în cazul în care un candidat obține un număr mare de voturi, în cazul în care este ales, se poate afirma că efectul perlocuționar a fost unul eficient. În caz contrar, avem de a face cu un efect perlocuționar inefficient.

Ne putem întreba ce face ca un discurs, chiar și un discurs politic, să aibă un efect perlocuționar eficient. Răspunsul, în cazul de față, este: un mesaj relevant. În articolul de față, „un fenomen este relevant pentru un individ dacă și numai dacă una sau mai multe

supoziții pe care fenomenul le face să se manifeste sunt relevante pentru individ”². Sperber și Wilson (1986) consideră că un act de comunicare ostensiv-inferențial are loc atunci când un vorbitor face vizibilă unui auditoriu intenția sa de a aduce la cunoștința acestuia o nouă informație.³ Comunicarea ostensiv-inferențială nu poate avea loc în absența atenției. Același lucru este adevărat și în cazul discursurilor politice. Ascultătorii trebuie să fie atenți la stimulii ostensivi și la intențiile vorbitorului din proprie inițiativă. Un astfel de stimul trebuie să dezvăluie intențiile vorbitorului și asta se întâmplă pentru că stimulii ostensivi garantează relevanța. Emițând mesaje, vorbitorii fac apel la atenția auditorului, și astfel sugerează că discursurile lor sunt relevante, că merită atenția receptorilor.

Un act ostensiv de comunicare reprezintă un apel la atenția ascultătorilor. Astfel, auditorul are dreptul să creadă că ceea ce li se comunică prin intermediul stimulului ostensiv este relevant pentru ei, sau că cel puțin emițătorul consideră asta. Receptorii nu doar speră că mesajul este relevant, ci au așteptări precise legate de relevanța mesajului. Comunicarea ostensiv-inferențială implică faptul că emițătorii comunică ascultătorilor relevanța stimulilor, ceea ce înseamnă că un act de comunicare ostensivă comunică o prezumție de relevanță.

Conform aceleași teorii, un mesaj este relevant, și astfel procesat de un receptor, dacă și numai dacă efortul depus de ascultător la procesarea mesajului este cât mai mic posibil. Fiind un factor negativ, relevanța unui mesaj este mai scăzută atunci când efortul de procesare este mai ridicat decât se așteaptă ascultătorul.

În lumina considerentelor teoretice prezentate, principiul relevanței poate fi definit astfel: „Orice act de comunicare ostensivă comunică prezumția propriei sale relevanțe optime.”⁴

Pentru a analiza efectele pe care le au discursurile politice asupra ascultătorilor, am folosit principiul relevanței și teoria comunicării ostensiv-inferențiale pentru următoarele motive:

- (1) Candidații la președinție trebuie să atragă atenția auditoriului asupra intențiilor lor informative și acest lucru se realizează pe baza stimulilor ostensivi;
- (2) Ascultătorii se așteaptă ca vorbitorii / candidații să comunice numai informații relevante;
- (3) Ascultătorii se așteaptă ca procesarea mesajelor să implice un nivel scăzut de efort și să ducă la modificări importante ale mediului lor cognitiv, adică se fie relevante;
- (4) Candidații își folosesc discursurile ca stimuli ostensivi și astfel comunicarea devine ostensiv-inferențială;
- (5) Atât vorbitorii, cât și ascultătorii vor să obțină o comunicare reală; este adevărat că politicienii încearcă să persuadeze, dar asta se leagă de modul în care își structurează discursurile, nu de intențiile lor informative; candidații nu vor să-și informeze ascultătorii că încearcă să le schimbe opțiunile politice; persuasiunea poate fi considerată o intenție ascunsă, care totuși este cunoscută în mod reciproc;
- (6) Ascultătorii se așteaptă ca uneori comunicarea să nu fie relevantă, dar pot să își imagineze că mesajul a fost de fapt relevant, dar că vorbitorul nu a fost relevant într-un mod optim; alteori, pot fi convinși că mesajul în sine a fost irelevant;
- (7) De obicei, alegătorii îi votează pe acei candidați care prezintă în discursurile și în campaniile lor o informație relevantă;
- (8) În campaniile electorale, mesajele relevante sunt în primul rând acelea care conțin informații ce fac ascultătorii să se încreadă într-un anumit candidat, mesaje care

oferă soluții la problemele curente, soluții care vor aduce schimbări și îmbunătățiri în viețile ascultătorilor.

În cele ce urmează am analizat modalitățile de persuasiune de care se folosesc cei patru candidați, C.V. Tudor, Ion Iliescu, Al Gore și G.W. Bush pentru a-și atinge scopul: acela de a fi aleși. Analiza este pe de o parte o analiză tematică, iar pe de altă parte, aplicând analiza dezvoltată de Teun van Dijk în articolul „Discourse analysis as ideology analysis” am încercat să văd în ce mod discursurile celor patru candidați încorporează ideologii.

2. Analiza tematică a discursurilor politice

Discursurile politice sunt structurate în jurul a două tipuri de teme: pozitive și negative. De obicei, candidații se folosesc de teme pozitive pentru a-și sublinia propriul program, modul în care vor rezolva problemele curente cu care se confruntă țara, de un limbaj negativ pentru a se referi la contracandidații lor sau la cei aflați la putere în acel moment. Astfel, o dihotomie *Eu/Noi* vs. *El/Ei* se poate observa în orice discurs politic.

Este interesant faptul că unii dintre candidați aleg să-și structureze discursurile numai pe baza unui limbaj și a unor teme negative. Acest fapt poate avea două explicații: în primul rând, folosirea unor termeni negativi creează o imagine grotescă a contracandidaților și astfel alegătorii au o singură alternativă, de a nu vota pentru aceștia și de a-l alege pe cel care a avut curajul să demaște răul; în al doilea rând, o analiză mai profundă, poate dezvălui că un candidat care se folosește numai de teme negative nu are de fapt nici un fel de program electoral. De obicei, acei candidați care nu au nici o șansă folosesc cu preponderență mijloace negative în discursurile lor.

Țin să precizez că citatele nu vor fi numeroase, nu pentru că nu s-ar regăsi în discursurile analizate, ci din economie de spațiu.

Analizând corpusul, se poate observa că C.V. Tudor își structurează discursurile în jurul unor teme negative, teme care vor fi ilustrate în cele ce urmează prin citate.

Sărăcia, Degradare și Crima în România

„Țara Reală e pântecul femeii care a început să-și vândă pruncii, încă înainte de a-i naște /.../ pe când copiii astfel comercializați se duc la o moarte sigură, în băncile de organe ale bogătaşilor lumii.” [Tudor: 345]

„Asta nu înseamnă că nu se moare în România! Ba se moare /.../ în cele mai îngrozitoare feluri. Am în vedere /.../ crimele și sinuciderile. Niciodată în istoria României, nu s-au produs atât de multe omoruri pe an și nu și-au pus capăt zilelor atâția semenii de-ai noștri!” [Tudor: 347]

„/.../ buruienile care le fac românilor viața insuportabilă: sărăcia, mizeria, anarhia mafia.” [Tudor: 367]

Mafia politică și mediatică

„Acesta este unul dintre motivele pentru care Mafia Politică și juridică implicată în exportul de copii, de unde scoate profituri financiare de ordinul miliardelor de dolari /.../” [Tudor: 346]

„Deviza mea este: Jos Mafia! Sus Patria!” [Tudor: 346]

„/.../ dar Mafia a prăduit chiar în aceste zile de toamnă, 280 de milioane de dolari pe o așa-zisă tehnică medicală străină, de mâna a doua? /.../ că Mafia Țigănească face ravagii și e ocrotită, pe față, de unele autorități!” [Tudor: 369]

Aceste două teme negative sunt recurente în discursurile lui Tudor și se combină cu altele care fac referire la contracandidații lui, în special la Ion Iliescu și la cei aflați la putere în acel moment.

Cei aflați la guvernare

„Timp de 4 ani actuala Putere n-a suflat nici o vorbă despre Pactul Ribbentrop-Molotov, dimpotrivă l-a ratificat și ea, în iunie 1997, la Neptun. Timp de 4 ani, Regimul Constantinescu n-a îndrăznit să spună nimic despre Tezaurul României /.../” [Tudor: 353]

„Actuala campanie politică începe cu mortul pe masă. Acesta nu este altul decât <cadavrul politic> Emil Constantinescu, principalul vinovat de dezastru Țării, mercenarul care a fost sfătuit, nu demult, să-și facă harakiri. România este condusă, pe față, de femeia-komisar Zoe Petre.” [Tudor: 359]

Caracterizarea contracandidaților politici

„Nu mă tem de nici unul dintre contracandidații mei, care se împart în două categorii: activiști de partid și contabili.” [Tudor: 359]

„În privința candidaturii dvs. iarăși s-a comis o fărâdelege: dvs. pretindeți că n-ați avut un singur mandat prezidențial, 1992 – 1996. Eroare gravă!” [Tudor:383]

„Și toate acestea pentru ce? Pentru orgoliul maladiv al unui ateu de 71 de ani, care și-a pus în cap să devină, pentru a treia oară, președintele unei Țări /.../? “ [Tudor: 390]

Aceste teme negative stau la baza discursurilor lui Tudor din campania electorală 2000. Elemente sintactice, semantice, pragmatice și structuri retorice sunt folosite pentru a le complica.

Unele dintre temele exemplificate sunt prezente și în discursurile lui Ion Iliescu, dar există diferențe în ceea ce privește modul lor de articulare: discursurile lui Tudor sunt lungi, pline de digresiuni, în timp ce tonul lui Ion Iliescu este mult mai calm, mai puțin agresiv și mai pacificator, discursurile sale fiind mai scurte și la obiect. Când acuză, o face într-un mod impersonal, atacurile sale fiind îndreptate împotriva celor aflați la putere și a contracandidatului său, C.V. Tudor, însă numele acestuia nu apare niciodată în discursurile analizate.

Degradarea, sărăcirea țării și a poporului român

„ /.../ România celor care muncesc din greu, dar pentru care sărăcia, disperarea și nesiguranța constituie nefericita răsplată a trudei lor.” [Iliescu, Discursul de acceptare a candidaturii, „Aproape de oameni, împreună cu ei”, 5.10.2000]

„ /.../ câteva măsuri de combatere a sărăciei extreme.” [Iliescu, Discursul de acceptare a candidaturii, „Aproape de oameni, împreună cu ei”, 5.10.2000]

„ Înțeleg greutățile și fenomenele negative cu care vă confrunțați. /.../ Știu că drogurile, violența, alcoolul, prostituția sunt capcane /.../” [Iliescu, „Mesajul către tineri...”, 4.12.2000]

Cei aflați la guvernare

„ Acum când a sosit vremea bilanțului, asistăm la un spectacol jalnic al lașității și al fugii de răspundere, al ascunderii în spatele <tehnocraților>. /.../ întrucât cei în care și-au pus speranța i-au înșelat, s-au dovedit incapabili să-și onoreze promisiunile. /.../ Reprezentanții coaliției care guvernează România din 1996 au făcut prea mul rău țării și oamenilor pentru a mai avea autoritatea morală de a cere încrederea oamenilor.” [Iliescu, Discursul de acceptare a candidaturii, „Aproape de oameni, împreună cu ei”, 5.10.2000]

„Eșecurile sistematice ale actualei guvernări în a combate corupția, crima organizată, violența, precum și politizarea excesivă a actului administrativ, folosirea funcției publice ca răsplată pentru clientela politică au avut drept rezultat o erodare a autorității statului.” [Iliescu, Discursul de acceptare a candidaturii, „Aproape de oameni, împreună cu ei”, 5.10.2000]

Contracandidații săi – C.V. Tudor

Aceasta este ultima temă negativă prezentă în discursurile lui Ion Iliescu și apare numai în cel de-al doilea tur al alegerilor, când singurul contracandidat a fost C.V.Tudor. În primul tur, în discursurile analizate, Ion Iliescu nu a folosit nici un element negativ cu referire la contracandidații săi.

„Aș dori să nu transformăm această campanie electorală într-un prilej de răfuieți și într-o luptă orbă cu adversarii.” [Iliescu, Discursul de acceptare a candidaturii, „Aproape de oameni, împreună cu ei”, 5.10.2000]

Totuși, după primul tur, atacurile sale au devenit mai vizibile, dar impersonale.

„Se înșală cei care cred că putem găsi soluții la probleme noastre /.../ în trecutul totalitar sau prin sloganuri extremiste, xenofobe /.../” [Iliescu, „Declarația...”, 26.11.2000]

„/.../ s-au născut și dezvoltat mișcări extremiste, xenofobe și antisemite, ale căror discurs fals patriotic, demagogic și profund nesincer, constituie o gravă amenințare la adresa democrației /.../” [Ion Iliescu, „Mesajul către tineri...”, 4.12.2000]

Citatele de mai sus relevă diferențele dintre cei doi candidați. Tudor folosește un adevărat arsenal negativ, sinonimia negativă fiind excesivă. Este adevărat că este un excelent orator, dar își folosește calitățile într-o direcție proastă. Persuasiunea poate fi atinsă prin folosirea unui limbaj negativ referitor la contracandidați, dar utilizarea exclusivă a acestuia, a unor cuvinte de multe ori morbide („**cadavrul politic**” **Emil Constantinescu**”), imensul paragraf despre traficul ilicit de organe cu care își deschide discursul de acceptare a candidaturii sunt destul de înspăimântătoare, fiind pe placul unui număr redus de alegători. În plus, temele pozitive sunt doar pretexte pentru a reintroduce dimensiunea negativă a discursurilor sale. Atacurile lui directe subliniază faptul că programul său electoral este inexistent. Cu toate acestea, puterea lui oratorică i-a făcut pe câțiva să-l urmeze.

În discursurile lui Ion Iliescu temele negative, atunci când apar, sunt doar o pârghie care îi dă posibilitatea de a-și prezenta propriul program.

Într-o țară cu o lungă tradiție democratică, precum America, discursurile politice sunt mult mai elaborate, mai sofisticate și din această cauză reprezintă adevărate piese retorice, și astfel de persuasiune. Campania electorală pentru președinție din anul 2000 a fost o confruntare decentă între Al Gore, Vice Președintele Americii la acea dată, și G.W.Bush, reprezentantul Partidului Democrat

Discursurile lor diferă mult de cele ale candidaților români, pentru că fiecare dintre ele (uneori două sau mai multe discursuri) sunt structurate pe o anumită temă din programul electoral, teme identice pentru cei doi candidați și care sunt legate de aspectele economice, culturale, de mediu.

Și în ceea ce privește folosirea unor teme negative diferențele sunt clare: în timp ce în discursurile lui Tudor elementele negative sunt prezente la tot pasul, iar Ion Iliescu folosește același metode, deși destul de rar, în discursurile celor doi candidați americani aceste teme apar sub o formă foarte interesantă. În acea perioadă, America trecea printr-o explozie economică, astfel încât nici unul dintre candidați nu putea să facă referire la sărăcie. Reprezentând puterea, Al Gore folosește un limbaj negativ când își compară propriul program cu cel al contracandidatului său, dar cuvintele sale nu sunt atât de dure ca cele ale lui Tudor. Alegătorii americani erau conștienți de faptul că sub administrația Clinton-Gore, America fusese înfloritoare. Astfel, G.W.Bush trebuia să distrugă realizările contracandidatului său, atacurile sale fiind mai directe, dar totuși politicoase.

În discursurile americane analizate, elementele negative se structurează în jurul unei singure teme:

Limbajul negativ este folosit numai pentru a sublinia diferențele dintre cele două programe

“This administration had its moments. They had their chance. They have not lead. /.../ But this administration - during eight years of increasing need – did nothing. /.../ And now they come

asking for another chance, another shoot”. [George W. Bush, Discursul de acceptare a candidaturii, 3.08.2000]

“ /.../ he has called a < risky scheme> over and over again. /.../ If my opponent had been there at the moon launch, it would have been a < risky rocket scheme>. If he’d been there when Edison was testing the light bulb, it would have been a <risky anti-candle scheme./.../” [George W. Bush, Discursul de acceptare a candidaturii, 3.08.2000]

“The secretary of energy has admitted that the Clinton – Gore administration was <caught napping> when fuel prices began to rise and it has taken an election to make them up. /.../ on the Clinton – Gore match, Saddam Hussein’s Iraq has become a major supplier of oil to America. /.../ several weeks ago, just weeks before the elections, Vice President Gore called for releasing oil from America’s Strategic Petroleum Reserve. [G.W. Bush, “ Remarks on Energy, Pontiac, Michigan, 13.10.2000]

Atacurile directe ale lui G.W.Bush au două cauze: trebuie să arate diferențele dintre cele două programe politice și să distorsioneze guvernarea politică, ceea ce reprezintă prima funcție a oricărei noi ideologii. Astfel, pentru a câștiga, Bush trebuie să sublinieze punctele slabe ale ordinii politice existente în acel moment.

Al Gore este mai puțin incisiv în atacurile sale.

“The other side believes it’s OK to spend more than the entire surplus and hope the economy does better than anyone expects. /.../” [Al Gore, “The BIG CHOICE: Prosperity for All”, 30.10.2000]

“My opponent gives in to the powerful interests. /.../ My opponent’s idea of environmental protection is protecting the big polluters, and putting them in charge of our environmental laws./.../ Governor Bush has not made this pledge./.../ Now, Governor Bush has a different approach. /.../ He also wants to take that trillion dollars out of Social Security for a campaign promise to younger workers – even though he has no way to pay for it and even though he’s promised the same trillion dollars to seniors to pay today’s benefits. Talk about fuzzy math” [Al Gore, The BIG CHOICE: Prosperity for All”, 30.10.2000]

Deși folosesc un limbaj negativ, candidații americani aduc argumente logice, de bun simț sau chiar științifice care să le susțină atacurile. Discursurile lor sunt tematice, mult mai bine organizate decât cele ale lui Tudor sau Iliescu. Datorită modului în care campania americană are loc, candidații trebuie să vorbească despre aceeași temă în mai multe state și de aceea temele și limbajul folosit se repetă, părând a fi redundante. Din potrivă, discursurile candidaților români sunt generale, aceștia nu exemplifică și nu argumentează.

Discursurile politice nu se structurează numai pe teme negative. Temele pozitive sunt un mijloc folosit de candidați pentru a-și prezenta propriul program. Un limbaj pozitiv este ceea ce îi face interesați pe alegători: vor să afle ceea ce le oferă candidații, pentru că știu care sunt punctele slabe ale guvernării în care trăiesc și, de cele mai multe ori, știu care sunt neajunsurile unui anumit candidat. Ascultătorii sunt interesați de soluțiile propuse și, de obicei, votează pentru cele care par realizabile.

Folosind numai elemente negative, un candidat exclude o mare parte din grupul său („In-group”). Consecința, ca și în cazul lui C.V. Tudor, este că alegătorii nu-l votează pentru că discursurile lui se adresează unui număr mic de alegători, cei care l-ar urma necondiționat. Pe de altă parte, includerea tuturor alegătorilor, sublinierea soluțiilor prezentate în discursuri, accentuarea aspectelor pozitive ale propriului program conduc la succes. Acest lucru s-a întâmplat în cazul lui Ion Iliescu.

În America, ambii candidați au folosit un limbaj pozitiv, au propus soluții și au vorbit în numele tuturor. Astfel, se naște o întrebare: dacă ambii candidați au utilizat aceleași mijloace, aceleași teme și ceea ce i-a diferențiat au fost soluțiile care le-au

propus, fiecare dintre ei având argumente solide, cine a persuadat mai mult? Se pare că ambii candidați au fost la fel de persuasivi, ceea ce este susținut și de modul în care s-au încheiat alegerile în America: Curtea Supremă a decis învingătorul.

În cele ce urmează am prezentat temele pozitive întâlnite în corpusul analizat. Surprinzător, câteva teme pozitive apar și în discursurile lui C.V. Tudor:

Țara, România Mare

„Așa arată Țara noastră REALĂ” [Tudor: 345]

„/.../ fiindcă eu am harta României Mari in tiparul genetic /..” [Tudor: 350]

„Cercetați rezervația arheologică a limbii române și veți vedea că cele mai importante cuvinte – **Patrie, Popor, Țară, Biserică, Armată, Pâine, Muiere, Soț, Făt, Frate, Soră, Sănătate**, - și însuși gloriosul cuvânt **Dumnezeu** /.../ vin direct din limba latină” [Tudor: 351]

„Avem de a face cu două unicate, fiecare în felul său: Țara e unică sub soare /.../ iar Poporul e absolut genial.” [Tudor: 352]

„Accelerarea fenomenului istoric și ireversibil de unificare, pe cale pașnică, cu Basarabia și Bucovina, străvechi teritorii românești, la care nu vom renunța niciodată” [Tudor: 358]

Trecut și istoria românilor: exemplul de urmat

„/.../ când cel care avea să devină Mareșalul Antonescu a adresat Armatei un ordin care se așează lângă cele mai importante documente din Istoria Poporului Român, alături de <**pohta cea pohtit-o**> Mihai Viteazul și de Proclamația de la Padeș a lui Tudor Vladimirescu: <**Ostași, vă ordon: treceți Prutul!**>” [Tudor: 350]

Mihai Eminescu, poet național. Alți poeți români și personalități internaționale

„/.../ ci niște palide copii ale basmelor <**Fetița cu chibrituri**> și <**Rățușca cea urâtă**>. /.../ Conte de Salaberry îi observa pe strămoșii noștri /.../ Mareșalul german Moltke scria ceva asemănător /.../ Italianul de Gerando notează /.../ un francez pe nume Marmier /.../ “[Tudor: 348]

„În încheiere dați-mi voie să mă gândesc tot la Poetul Național /.../ iată cât de profetic și actual sună vorbele sale.” [Tudor: 360]

„< **Votul e mai puternic decât sabia!**> spunea președintele Abraham Lincoln” [Tudor: 374]

Propria sa imagine, prezentată în comparație cu imagini biblice

„Eu cu acest Înger al Morții vreau să mă lupt!” /.../ Am să mă lupt cu Îngerul Morții tot astfel cum s-a luptat Iacov cu îngerul Vieții.” [Tudor: 347]

„/.../ dar, în orice caz, mai hotărât decât toți adversarii mei să-mi dau viața pentru Patrie.” [Tudor: 355]

„Începe Epoca Vadim, de Dreptate, Prosperitate și Reconciliere Națională!” [Tudor: 361]

„Răstignirea lui Isus a durat șase ore. Răstignirea mea, un umil slujitorului al Mântuitorului durează de șase ani.” [Tudor: 392]

Acestea sunt temele pozitive prezente în discursurile lui Tudor. Dar dacă cineva îndepărtează vălul creat de folosirea unui număr mare de figuri retorice, de tonul său ridicat, în urmă nu mai rămâne aproape nimic. Este adevărat că menționează problemele cu care se confrunta România, dar în afară de cuvinte mari, nu oferă nici o soluție viabilă. Discursurile sale sunt lipsite de conținut: pe lângă cele 50 de puncte enunțate în discursul său de acceptare a candidaturii, Tudor nu le oferă nimic alegătorilor. Politica și discursurile sale sunt clasificate ca extremiste și naționaliste, pentru că, chiar și atunci când vorbește despre rezolvarea unor probleme, modul în care se exprimă instigă la violență.

Din contră, discursurile lui Iliescu sunt mult mai pe înțeles, alegătorii pot să întrezărească soluțiile pe care le propune. Temele pozitive prezente în discursurile sale sunt legate de rezolvarea problemelor curente, și Ion Iliescu își definește prioritățile încă de la început:

- „Prioritățile majorității românilor sunt:
- **relansarea economiei;**
 - **combaterea sărăciei și a șomajului;**
 - **întărirea autorităților statului și a instituțiilor sale;**
 - **combaterea corupției;**
 - **integrarea demnă în Uniunea Europeană și în NATO;/.../**
- Acestea sunt prioritățile Programului meu electoral și ale acțiunii mele ca viitor șef al statului. Numai astfel deviza campaniei mele electorale - <**Aproape de oameni, împreună cu ei**> are sens și capătă conținut.” [Ion Iliescu, Discursul de acceptare a candidaturii, 5.10.2000]

Temele pozitive prezente în discursurile lui Ion Iliescu sunt:

Relansarea economiei românești

„Vom construi o economie de piață funcțională, bazată pe concurența loială, pe eficiență /.../” [Ion Iliescu, Discursul de acceptare a candidaturii, 5.10.2000]

„Relansarea economică pe termen scurt impune dezvoltarea întreprinderilor mici și mijlocii. /.../ Un obiectiv strategic vital îl constituie refacerea și dezvoltarea agriculturii românești.” [Ion Iliescu, Discursul de acceptare a candidaturii, 5.10.2000]

Lupta împotriva sărăciei

„Voi propune viitorului Parlament și viitorului guvern câteva măsuri de combatere a sărăciei extreme pentru ajutorarea familiilor cu mulți copii și a celor monoparentale. /.../ Sistemul de protecție socială va deveni coloana vertebrală a solidarității naționale” [Ion Iliescu, Discursul de acceptare a candidaturii, 5.10.2000]

Modernizarea sistemului educațional și a celui sanitar

„Nu putem accepta ca educația, sănătatea, cercetarea și cultura să fie considerate simple mărfuri, supuse regulilor pieței. Fără un acces legal al tuturor cetățenilor la aceste bunuri esențiale, națiunea română își va pierde coeziunea și va rata din nou dezvoltarea.” [Ion Iliescu, Discursul de acceptare a candidaturii, 5.10.2000]

Întărirea autorității statale și instituționale

„Voi încuraja și voi sprijini noua guvernare în eforturile ei de a accelera **reforma instituțiilor statului și a administrației**, pentru a fi puse exclusiv în slujba cetățeanului. Voi veghea ca Justiția și toți cei cu atribuții în domeniu să își facă datoria, să se angajeze într-o luptă decisivă pentru combaterea celui mai grav flagel al acestei perioade, /.../ **corupția și birocratia paralizantă** din aparatul de stat.” [Ion Iliescu, Discursul de acceptare a candidaturii, 5.10.2000]

Propria sa imagine

„Viața mea a fost pusă întotdeauna în slujba oamenilor. /.../ Mă angajez solemn să fiu un președinte al tuturor românilor.” [Ion Iliescu, Discursul de acceptare a candidaturii, 5.10.2000]

„Ca președinte al României voi veghea ca problemele dumneavoastră cele mai importante: educația de calitate, locuri de muncă, locuințe sociale, siguranță, combaterea violenței, a traficului de droguri, a prostituției să devină priorități ale Guvernului și Parlamentului.” [Ion Iliescu, „Mesajul către tineri ...” 4.12.2000]

Ultimul citat este un exemplu elocvent care marchează diferența dintre discursurile lui C.V.Tudor și cele ale lui Ion Iliescu. Tudor folosește multe cuvinte, digresiuni, exemple, astfel încât ideea de bază pare că se pierde printre rânduri. Ion Iliescu utilizează numai cuvinte cheie, relevante pentru auditoriu, astfel încât efectul perlocuționar se materializează în persuasiune.

Am arătat că în cazul temelor negative, în discursurile celor doi candidați americani limbajul negativ se concretizează într-o singură temă comună. Același lucru se întâmplă

și în cazul temelor pozitive: ambii candidați folosesc aceleași teme pozitive atunci când vorbesc despre propria lor imagine, despre propriul lor program electoral:

Reducerea fiscalității și politicile economice

“Today, I am setting out, in black and white, the goals for the future of America’s economy. /.../ I will make sure the resources are there to invest in our families and build a more prosperous future. /.../ Next, we will double the number of families with saving over \$ 50,000 with new, tax – free way to save for retirement. /.../ let’s cut taxes for the people who have the hardest time paying taxes and saving for the future.” [Al Gore – “Prosperity for America’s Families, 6.09.2000]

Pe de altă parte, G. W. Bush afirmă:

“I will use this moment of opportunity to bring common sense and fairness to the tax code. /.../ every family, every farmer, and small business person should be free to pass on their life’s work to those they have. So we will abolish the death tax. /.../ no one in America should have to pay more than a third of their income to the federal government. So we will reduce tax rates for everyone, in every bracket. /.../ Now is the time to reform the tax code and share some of the surplus with the people who pay the bills.” [G. W. Bush, Discursul de acceptare a candidaturii, 3.08.2000]

Sistemul social și de sănătate

“We will save and strengthen Social Security and Medicare – not only for this generation, but the generations to come. /.../ We will find new medicines and new cures – not just for cancer, but for everything for diabetes to HIV/AIDS” [Al Gore, Discursul de acceptare a candidaturii, 17.08.2000]

“We will strengthen Social Security and Medicare for the greatest generation, and for generations to come. Medicare does more than meet the needs of our elderly, it reflects the values of our society. [Al Gore, Discursul de acceptare a candidaturii, 17.08.2000]

“/.../ in the state of Texas /.../ we’ve got one of the most advanced patient’s bill of rights /.../ It says that you can’t gag a doctor. A doctor can advice you. The HMO, the insurance company can’t gag the doctor from giving you advice. And this particular bill allows patients to choose a doctor, their own doctor, if they want to, /.../ we’re one of the first states that said you can sue an HMO for denying your proper coverage.” [George W. Bush - Final Debate]

Reforma sistemului educațional

“I propose the creation of a new 21st century Teacher Corps – open to talented people across the country. If college Students agree to spent four years teaching in a school that needs their help, we’ll give them up to \$10,000 each to pay for tuition. For those already in college who agree to become teachers in the schools that need them, we should help them pay back their student loans./.../ Teaching is one of America’s most important professions./.../ we should pay pure teachers like professionals and reward good teaching. [Al Gore, 5.05.2000]

“/.../ I support a Teacher Liability Act at the federal level, that says if a teacher of principal upholds reasonable standards of classroom discipline, they can’t be sued./.../ First of all, vouchers are up to states. If you want to do a voucher program in Missouri, fine. See, I strongly believe in a local control of schools. /.../ I’ve said to the extent we spend federal money on disadvantaged children, we want the school to show us whether or not the children are learning. /.../ I believe strongly in a teacher protection act, like I mentioned. I hear from teachers all the time about the lawsuits and the threats, respect in the classroom. Part of it’s because you can’t – you can’t control the classroom. You can’t have a consequence for somebody without fear of getting sued under federal laws. So, I’m going to ask the Congress to pass a Teacher Protection Act. So I believe in flexibility.” [George W. Bush - Final Debate]

Mediul înconjurător și sursele de energie

“On the issue on the environment, I’ve never given up, I’ve never backed down, and I never will./.../ We must reverse the silent, rising of global warming.” [Al Gore – Discursul de acceptare a candidaturii, 17.08.2000]

“We have a chance to create and sell to the world the new technologies that will give us a healthier, stronger, more prosperous planet – like clever car that can go 80 miles per gallon./.../ Last week, I called all the oil companies to behave more responsibly. /.../” [Al Gore – 29.10.2000]

“/.../we will stil depend on fossil fuels./.../ Our nation is rich in natural gas./.../ Natural gas is a clean-burning fuel /.../ I will work for international environmental policy that is fair and reasonable. /.../ I support the Low-Income Energy Assistance Program /.../ We will create a Home Heating Oil Reserve to prevent shortages in the future /.../ Energy security will be a priority of my foreign policy. [G. W. Bush – “ Remarks on Energy”, Pontiac, Michigan, 13.10.2000]

Violența, drogurile, statutul social al tinerilor în America

“I will launch a sweeping anti-crime strategy to make our families safe and secure. I will intensify the battle against crime, drug, and disorder in our communities. We are putting 100,000 new community police officers on the street, all across this country /.../” [Al Gore, Atlanta, Ga., 2.05.2000]

“Children without fathers in neighborhoods where gangs seem like friendship, where drugs promise pace, and where sex, sadly, seems like the closest thing to belonging. /.../ On the other side of the wall are poverty, and prison, addiction and despair. And, my fellow, Americans, we must tear that wall. “ [G. W. Bush, “Discursul de acceptare a candidaturii”, 3.08.2000]

Politica în Orientul Mijociu

“I will keep America’s defenses strong. I will make sure our armed forces continue to be the best - equipped, best - trained, and best - led in the entire world. /.../ We must always have the will to defend our enduring interests – from Europe to the Middle East, to Japan and Korea. We must strengthen our partnership with Africa, Latin America, and the rest of the developing world.” [Al Gore, “Discursul de acceptare a candidaturii”, 17.08.2000]

“Saddam Hussein still is a threat in the Middle East. Our coalition against Saddam is unraveling.” [G. W Bush, in “Final Debate”]

3. Analiza discursului – analiză a ideologiei

Discursurile politice încorporează mesaje ideologice, politice, economice și sociale. Candidații își structurează discursurile pentru a-și accentua propriile ideologii. Toate nivelele discursului sunt implicate în atingerea persuasiunii. Van Dijk consideră că discursul poate lua forma unei analize a ideologiei, și delimitează șapte nivele de analiză: structurile de suprafață, sintaxa, lexicul, semantica locală, semantica globală, structurile schematice și structurile retorice⁵.

În discursurile analizate, cele mai importante nivele sunt cel sintactic, cel lexical și cel retoric și de aceea mă voi opri aici numai asupra acestora.

Topica, pasivul, negația sunt instrumente sintactice care pot contribui la atingerea persuasiunii. Lungimea propozițiilor este și ea importantă: frazele lungi, cu multe subordonate pot duce la o diminuare a atenției ascultătorului care se poate plictisi, crezând că vorbind prea mult, un candidat nu spune de fapt nimic. Propozițiile scurte, coordonate captează atenția auditoriului, mesajul fiind ușor de detectat și astfel relevant.

Și la acest nivel se observă o diferență între discursurile celor doi candidați români: Tudor folosește fraze lungi, pline de paralelisme, cu numeroase digresii. Încercând să-și demonstreze vastele cunoștințele, mesajul lui este lipsit de claritate, pentru că discursul său este prea greoi, conținând prea multă informație, deseori irelevantă pentru ascultător.

De vreme ce discursurile sale sunt structurate pe teme negative, negația are și ea un rol decisiv. Dar, în mod surprinzător, Tudor folosește negația nu numai pentru a se referi

la „Celălalt”, dar și atunci când face trimitere la el însuși, folosind cuvinte precum „singurul”, excluzându-și astfel contracandidații:

„ /.../ vă vorbește singurul dintre candidații viabili la președinție care **NU** a condus nimic în această Țară și **NU** poate fi acuzat că a contribuit la tragedia ei” [C. V. Tudor, p. 365]

Uneori, folosește afirmații negative pentru a crea dihotomia *Noi/Eu vs. Ei*:

„ România nu are nevoie de un președinte de paie, înconjurat de tot felul de marionete – ea are nevoie de un om justițiar, care să redea Poporului Român bucuria de a trăi” [C.V. Tudor, p. 365]

Pasivizarea și topica nu sunt prezente ca modalități de structurare a discursurilor lui C.V. Tudor.

Și la acest nivel se poate observa o diferență între Tudor și contracandidatul său. Ion Iliescu utilizează propoziții scurte, coordonate paratactic. Negația este aproape inexistentă și, uneori, topica se schimbă pentru a sublinia cuvinte cheie. În citatul următor, adverbul „acum” este mutat în poziție inițială și, împreună cu forma negativă a verbului, accentuează nevoia urgentă de a-l vota pe el, și nu pe contracandidatul său (la care nu face nici o referire directă), pentru a preîntâmpina un dezastru:

„Acum trebuie acționat cu hotărâre pentru a schimba viața românilor.

Acum este nevoie de oameni cu o viziune clară pentru a nu distruge ceea ce s-a clădit cu sacrificii.

Acum trebuie să acționăm rapid pentru a nu mai avea timp de pierdut.

Acum este nevoie de patriotism, de adevăratul patriotism.” [Ion Iliescu, „Scrisoare către români”, 5. 12.2000]

Ca și la nivelul analizei tematicе, și la nivel sintactic se observă prezența aceluiași elemente în discursurile lui G. W. Bush și Al Gore. Frazele lor sunt uneori scurte și concise (atunci când afirmă idei de bază ale programului politic) alteori ample, însoțite de multe subordonate (când aduc argumente). Topica este cea fixă, iar negația este rar folosită pentru a se face referire la „Celălalt”. Pasivizarea, ca modalitate de persuasiune este inexistentă.

“To all the families in America who have to struggle to afford the right education and the skyrocketing cost of prescription drugs – I want you to know this: I’ve taken on the powerful forces” [Al Gore, Discursul de acceptare a candidaturii, 17.08.2000]

“Governor Bush has not made this pledge.” [Al Gore, “ The Big Choice: Prosperity”, 30.10.2000]

“They had their moment. They had not lead. We will.” [G.W. Bush, “Discursul de acceptare a candidaturii”, 3.08.2000] – crearea dihotomiei *Noi vs. Ei*

Unul dintre cele mai interesant nivele ale discursurilor politice analizate este nivelul lexical. Candidații trebuie să aleagă cuvintele care reproduc cel mai bine mesajul lor. Eufemismul reprezintă o armă puternică la care fac apel candidații atunci când se referă la contracandidații lor. De vreme ce discursurile analizate se bazează pe teme pozitive și negative, vocabularul folosit se poate defini cu ajutorul aceleași dihotomii.

Am încercat să surprind frecvența cu care anumite cuvinte apar în discursurile analizate, și să surprind modul în care aceste cuvinte subliniază mesajul ideologic și contribuie la persuasiune.

În discursurile lui C.V. Tudor, următoarele cuvinte sau expresii negative au o frecvență foarte mare⁶: „*mafia*” (13), „*jaf*” (8), „*crimă organizată*” (6), „*venetici*” (7), „*Jos Mafia*” (6), „*hoți*” (4), „*fraudă electorală*” (2), „*spirit malefic*” (2). Alte cuvinte și sintagme din aceeași sferă lexicală sunt: „*criminali*, *matrapazlăcuri*, *vinovați de dezastrul țării*,

mafioți care au ticăloșit România, canalii, răufăcători, complot extrem, unealtă a trădării, boicot mârșav (T.V.R.), cadavru politic, mercenari, faliment de partid și de stat, mari gangsteri, furate alegeri, fraudă a alegerilor demenți, arsenalul diabolic al mârșaviilor, experți în intoxicări, forțele răului, bande politico - propagandiste, tâlhării, crime, etc.”

Este evident din cele câteva exemple date, că lexicul din discursurile lui Tudor este în cea mai mare parte negativ, câmpurile semantice din care fac parte fiind: „*hoți și comportamentul acestora*”, „*cuvinte negative care rezultă din caracterizarea României ca o țară săracă, disperată, un fel de no man’s land*”. Apelând la un asemenea arsenal negativ, C.V.Tudor nu persuadează. Limbajul lui este adesea abuziv, atacurile lui sunt prea directe și pot fi considerate calomnioase. Acest lucru arată că, pentru a-și atinge scopurile, s-ar putea folosi de orice mijloace, îndepărtând astfel o parte din alegători.

Lexicul pozitiv este mult mai puțin reprezentat în discursurile lui Tudor și se referă fie la el însuși, fie la partidul său: „*România Mare*”(11), „*Țara*”(9), „*patria*”(7), „*justițiar*”, „*voi salva*” (5). Uneori, chiar și cuvintele pozitive sunt prea agresive, iar cantitatea imensă de vocabular negativ anulează efectul acestora. Imaginile negative pe care le conturează acest tip de limbaj, au făcut, poate, pe unii alegători să considere comportamentul acestui candidat ca anormal, și să nu voteze pentru el. Astfel, chiar și la nivel lexical, încercarea lui C.V.Tudor de a persuadea a fost sortită eșecului.

Și de această dată situația este contrară în cazul discursurilor lui Ion Iliescu. Vocabularul său este mai mult pozitiv („*deminat națională*”(5), „*protecție socială*”(5), „*modernizare*”(3), „*speranța*”(3), „*credința*”(3), „*soluții*” (3), „*prosperitate*”(2), „*autoritate*”, „*învingători*”), cuvintele negative fiind un bun pretext pentru a formula soluții la problemele curente („*sărăcia*”(6), „*violența*” (4), „*somaj*”(4), „*extremism*” (3), „*xenofob*” (3), „*antisemit*”(3), „*ură*”). Discursurile lui Ion Iliescu sunt pozitive, dau speranțe ascultătorilor, creează o anumită stare de încredere și astfel, Iliescu reușește să persuadeze. Oamenii știau tot ce Tudor susținea că se întâmpla în România. Știau că duc o viață grea, știau că cei aflați la guvernare i-au dezamăgit. Și mai știau ce poate să facă Ion Iliescu pentru că-l mai votaseră și altă dată. Dar erau îngroziți de posibilitatea unei conduceri extremiste. Singurele cuvinte negative prezente în discursul lui Iliescu sunt cele referitoare la contracandidatul său și, după cum am mai arătat, nu se face referire directă la acesta în nici unul dintre discursurile analizate.

Dincolo de ocean, în discursurile lui Al Gore și G.W.Bush utilizarea unor cuvinte pozitive și negative se dovedește a fi aproape identică: „*crisis*”(4/3⁷), „*drugs*” (4/5), „*weapons*” (3/4), „*guns*” (3/2), „*limits*” (2/2), „*fail*”(2/1), „*terror*”(3/0), „*risky*”(0/3), „*dangerous*” (0/3) – lexic negativ; „*tax cut*” (16/6), „*choice*” (15/4), „*god*”(11/8), „*prosperity*” (5/7), „*chance*”(6/4), „*wealth*”(4/6), „*opportunity*”(3/2), „*economic boom*” (0/2) – lexic pozitiv.

Candidații americani folosesc un lexic negativ, dar neagresiv și numai când se referă la contracandidat. Un discurs politic care să nu conțină nici un cuvânt negativ este imposibil, pentru că, atunci când se propune o nouă ideologie, o nouă putere politică, ca în cazul lui G.W.Bush, distorsionarea puterii aflate în acel moment la guvernare este o necesitate pentru a fi atinsă persuasiunea.

Ceea ce este interesant în cazul discursurilor americane este faptul că ambii candidați folosesc aproape la fel de frecvent cuvinte precum „*chance*”, „*right choice*”, „*the American people*”, programele ambilor candidați par a fi valide, și astfel, paradoxal,

alegătorii i-au votat aproape în mod egal, ceea ce duce la concluzia că ambii politicieni au reușit să persuadeze la fel de mult.

Ultimul nivel analizat în articolul de față este nivelul retoric, foarte bine reprezentat mai ales în discursurile lui C.V.Tudor. Analiza retorică poate avea loc atât la nivel formal – cele mai importante figuri retorice fiind paralelismul sintactic, anadiploza, epanadiploza, repetiția sintactică, folosirea negației, antiteza ca modalitate de structurare a unui discurs, cât și la cel semantic – metafora, metonimia, comparația semantică, repetiția semantică etc. Toate acestea reprezintă o armă puternică în mâinile unui bun orator și pot contribui la persuasiune.

Pentru a accentua o anumită informație, politicienii folosesc, de obicei, paralelismul anaforic. Acest lucru se poate observa în discursurile lui Tudor, adevărate capodopere retorice. Chiar dacă știe cum să creeze o structură retorică perfectă, în care de multe ori folosește figuri de stil – discutate mai jos – nu reușește să persuadeze, acest fapt datorându-se frecvenței ridicate de teme și cuvinte negative.

„/.../ a transunerii în viață a Imnului „*Deșteaptă-te române!*” iar *românii s-au deșteptat*”.
[Tudor, 372, sublinierea mea] – anadiploză

„/.../ I-a făcut *pe ciocoi vechi* să-și dea mâna *cu ciocoi noi* /.../” [Tudor: 373, sublinierea mea]
– epanadiploză și un chiasm complicat, în care numai categoria sintactică este repetată (predicatul), dar lexicalizată diferit – „a face” și „a da mâna” ;

Și exemplele ar putea continua *ad infinitum*. O altă caracteristică sintactico-retorică prezentă în discursurile lui C.V. Tudor este translatarea unor propoziții sau fraze, uneori fără nici o modificare, dintr-un discurs într-altul. De obicei, aceste propoziții se referă la „Celălalt”, dar cuvintele cheie care îi definesc programul suferă același proces. Aceasta este o figură retorică importantă pentru că prin repetarea aceluiași cuvinte, mesajul devine recurent și astfel poate fi atinsă persuasiunea. În unele cazuri acest lucru se întâmplă, pentru că, deși nu a învins în alegerile din 2000, C.V.Tudor a fost totuși votat poate că de cei care s-au recunoscut ca membrii ai grupului desemnat de Tudor și partidul său, și care au avut o ideologie social-politică asemănătoare vorbitorului:

„/.../ de a astupa ferestrele ca să nu vadă copiii că s-a crăpat de ziuă și să nu ceară de mâncare.”
[Tudor: 367]

„/.../ și mamele astupă ferestrele cu ziare sau cârpe, ca să nu vadă pruncii că s-a făcut lumină afară și să nu ceară de mâncare /.../” [Tudor: 374]

Prezența întrebărilor retorice în discursurile lui Tudor are două cauze: pe de o parte se creează senzația unui dialog fictiv cu Ion Iliescu, de vreme ce nici o dezbatere finală nu a avut loc între cei doi; pe de altă parte, întrebările retorice subliniază o anumită informație sau temă. Deși întrebările retorice nu așteaptă răspuns, C.V.Tudor își răspunde, uneori, singur:

„Dar între 1990 și 1992 cine a fost președintele României? /.../ Cine ne asigură pe noi că, dacă îl veți obține, nu veți schimba Constituția pentru a mai câștiga și alte mandate, eventual o domnie pe viață? Unde scrie că numai dvs. puteți conduce Țara asta?” [Tudor: 383]

La nivelul figurilor retorice sintactice, discursurile lui Ion Iliescu se diferențiază din nou de cele ale contracandidatului său: sunt mult mai scurte și accentuează informațiile importante. Discursul său de acceptare a candidaturii începe cu o repetiție anaforică care creează un paralelism sintactic, folosit pentru a capta atenția ascultătorilor, adresându-se tuturor, incluzându-i în programul său:

„*Mulțumesc* celor *care* au susținut astăzi candidatura mea /.../

Mulțumesc tuturor membrilor, militanților și simpatizanților P.D.S.R./.../ *care* /.../

Mulțumesc reprezentanților PUR și PSDR /.../*care* /.../

Mulțumesc celor peste un milion de cetățeni *care* /.” [Iliescu, „Aproape de oameni, împreună cu ei”, Discursul de acceptare a candidaturii, 5.10.2000, sublinierea mea] – repetiție a structurii sintactice: propoziție principală + propoziție relativă;

Aceeași structură retorico-sintactică apare în majoritatea discursurilor lui Iliescu. Aceste figuri retorice stau la baza oricărui discurs politic pentru că structurează informația astfel încât ascultătorii să poată urmări mai ușor ideea principală. Astfel, aceleași structuri retorice (paralelism sintactic, antiteză etc.) sunt prezente și în discursurile lui Al. Gore și G.W.Bush:

“*Let’s help* families pay for child care, health care and long-term care.

Let’s make up to \$ 10,000 of college tuition tax deductible /.../

Let’s offer families a new, tax-free way to save and build a bigger nest egg for your retirement/.../ [Al Gore, “Responsible Choices on the Economy”, 28.09.2000 sublinierea mea] – paralelism sintactic anaforic; incluziune prin folosirea expresiei “*let’s*”

“*This administration had its moment.*

They had their chance. They have not led. We will.

This generation was given the gift of the best education in American history. Yet we do not share that gift with everyone./.../

And still *this administration* continues on the same old path with the same old programs – while millions are trapped in schools where violence is common and learning is rare.

This administration had its chance. They have not led. We will.

America has a strong economy and a surplus./.../

“But *this administration* – during eight years of increasing need – did nothing. /.../” [G.W.Bush – “Discursul de acceptare a candidaturii”, sublinierea mea] – antiteză *We* vs. *They*, repetiție, paralelism sintactic anaforic;

Într-un discurs politic, figuri de stil precum metafora, metonimia, comparația sau epitetul ar părea mai mult decât ciudate și asta pentru că ar putea conduce la neînțelegerea mesajului și ar viola comunicarea. În discursurile analizate, cu excepția lui C.V.Tudor, ceilalți candidați par să fie conștienți de acest lucru, nefolosind astfel de mijloace specifice poeziei sau literaturii în genere, de teamă să nu creeze ambiguități. Tudor folosește atât metafore, cât și comparații atunci când se autocaracterizează sau își prezintă partidul. Sintagme de genul „<cadavrul politic> „Emil Constantinescu” sau „președinte de paie” pot fi cu greu considerate adevărate imagini metaforice, singurul lor scop fiind acela de a denigra.

Analiza corpusului a demonstrat că temele pozitive, un limbaj pozitiv încorporează ideologii într-un mod care duce la persuasiune.

4. Efectul perlocuționar și principiul relevanței

După cum am arătat, aricolul de față își propune să analizeze, dintr-o perspectivă lingvistică și pe baza teoriei Relevanței, efectul perlocuționar pe care le-au avut discursurile rostite de C. V. Tudor, Ion Iliescu, G. W. Bush și Al Gore. Un act de comunicare ostesiv-inferențială presupune ca vorbitorii să comunice, în primul rând, faptul că mesajul pe care vor să-l transmită auditorului este relevant. Pentru realizarea unei comunicări optime, vorbitorii trebuie să exprime informația cea mai relevantă, cea care ar implica cel mai scăzut nivel de procesare din partea ascultătorilor. Astfel, alegătorii se așteaptă ca politicienii să emită numai mesaje relevante.

Candidații trebuie să atragă atenția ascultătorilor, și acest fapt se materializează prin stimulul ostensivi, care, în cazul discursurilor politice, sunt reprezentați de informația

legată de soluțiile pe care candidații le propun problemelor cu care se confruntă electoratul în acel moment. Dacă ascultătorii descoperă că informația nu are nici o relevanță pentru ei, își pierd atenția și, în cele din urmă, nu mai votează un astfel de candidat. Astfel, alegătorii se așteaptă ca mesajul să nu implice un efort mare în momentul procesării. Dacă discursurile politice pe care le aud nu aduc nici un fel de informație nouă, le consideră irelevante și nu le mai procesează.

În lumina presupunerilor de mai sus, singura intenție comunicativă a unui candidat la președinție este aceea de a-și prezenta programul electoral, soluțiile pe care le are pentru problemele alegătorilor. Astfel, candidații îi aleg pe acei politicieni care prezintă o informație relevantă.

Efectul pe care îl are un act de comunicare ostensiv-inferențială asupra auditorului este efectul perlocuționar – eficient sau ineficient, după cum au fost definite la începutul articolului.

Se poate observa că în cazul discursurilor politice analizate, ambele efecte perlocuționare au fost obținute. În România, alegerile prezidențiale din 2000 au avut loc în două tururi. În primul tur, discursurile lui Ion Iliescu și C.V.Tudor au dus la un efect perlocuționar eficient pentru că ambii candidați au obținut un număr de voturi care le-a asigurat prezența în cel de al doilea tur de scrutin.

Efectul perlocuționar al unei campanii electorale nu este dat exclusiv de discursurile politice, dar și de contextul social. Cu toate acestea, discursurile analizate au fost un element esențial în obținerea unui efect perlocuționar eficient. În cazul lui Ion Iliescu, efectul perlocuționar a fost cel intenționat. Discursurile sale conțin informații relevante și duc la efecte contextuale⁸ mari. Pentru a le procesa, ascultătorii nu trebuie să depună un efort prea mare. Astfel, discursurile lui Ion Iliescu sunt relevante. Pe de altă parte, folosirea excesivă a unor teme și cuvinte negative, a unor structuri retorice complicate au făcut ca discursurile lui C.V.Tudor să aibă un efect perlocuționar ineficient, fiind irelevante. În cazul său, în afară de discursurile sale, contextul social a avut un rol important. Astfel, Tudor este cunoscut ca un extremist de dreapta, un xenofob și un antisemit. După cum am demonstrat în analiza de mai sus, discursurile sale sunt adevărate exemple de discursuri extremiste și, în afară de asta, discursurile lui sunt foarte lungi, ascultătorii plictisindu-se. Irelevanța în cazul discursurilor lui Tudor este dată și de existența unui limbaj excesiv de negativ: vorbește numai despre cei aflați la guvernare în acel moment, despre eșecurile lor, despre mafie, despre condițiile mizere în care trăiau românii; încearcă să-și denigreze principalul contracandidat, și nu o face numai referindu-se la capacitatea acestuia de a conduce, ci se referă și la viața lui personală. Discursurile sale sunt un exemplu elocvent de demagogie. Pentru a procesa un astfel de discurs, efortul necesar ar fi fost prea mare pentru că, pe de o parte mesajul este prea agresiv, iar pe de altă parte nu conține nici un fel de informație nouă. Tudor nu prezintă nici un stimul ostensiv prin discursurile sale, pentru că informația prezentată nu declanșează nici un efect contextual, nu aduce nici o schimbare în mediul cognitiv al ascultătorului.

Campania americană este și ea interesantă pentru studiul efectului perlocuționar. Ca și în România, campania prezidențială este și ea organizată în două tururi, însă numai cel de-al doilea implică participarea efectivă a populației, pentru că în primul tur numai membrii partidelor desemnează candidații la președinție. Contextul social este și în acest caz important. America înregistra o creștere economică datorită guvernării Clinton-Gore, dar G.W.Bush, continuând drumul tatălui său, și fiind guvernator al statului Texas, reprezenta un adevărat adversar politic.

Analiza lingvistică a arătat că ambii candidați au folosit aceleași modalități de persuasiune: discursurile lor s-au bazat pe aceleași teme pozitive, excluzând astfel un

limbaj negativ care ar fi făcut alegătorii să nu proceseze informația. Informația pe care o aduc discursurile lor este relevantă, pentru că modifică mediul cognitiv al ascultătorilor. Discursurile lor conțin atât informație nouă, cât și veche, deci merită să fie procesate. Atenția alegătorilor este răsplătită, pentru că ambii candidați vorbesc de soluții referitoare la problemele americanilor, singurul element care îi diferențiază pe candidați fiind modul de rezolvare a acestor probleme.

Dar dacă Al Gore și G. E. Bush au folosit aceleași arme, înseamnă că ambii au atins același nivel de persuasiune. Astfel, efectele perlocuționare pe care le-au obținut sunt aceleași: eficiente. Această afirmație se verifică dacă se ia în calcul rezultatul alegerilor: atât Al Gore, cât și G.W. Bush au avut același număr de voturi, decizia finală aparținând Curții Supreme. Astfel, în cazul acestei campanii electorale, decizia finală nu a fost a alegătorilor, ci a legii care nu are nici o legătură cu persuasiunea sau cu efectul perlocuționar produs de discursurile politice ale celor doi politicieni americani.

Este mai mult decât evident că, în cazul discursurilor politice, există o strânsă legătură între persuasiune și efectul perlocuționar: persuasiunea duce la un efect perlocuționar eficient care ia forma voturilor în momentul unei campanii prezidențiale. Totuși, această relație este unidirecțională: în absența persuasiunii, efectul perlocuționar obținut se întoarce împotriva politicianului.

NOTE:

¹ D.S.L., p. 361, Ed. Științifică, București, 1997

² Sperber D. and Wilson: *Relevance: Communication and Cognition*, p. 52, Cambridge: CUP, 1986; (traducerea mea)

³ Sperber D. and Wilson: *Relevance: Communication and Cognition*, p.54 Cambridge; CUP, 1986; (traducerea mea)

⁴ Sperber D. and Wilson: *Relevance: Communication and Cognition*, Cambridge; CUP, 1986; (traducerea mea)

⁵ Vezi, van Dijk, Teun A: *Discourse Analysis as Ideology Analysis*. în 'Language and Peace', ed. Schäffner. Ch. and Wenden, Anita L., Dartmouth, 1995:17-37

⁶ Cifrele din paranteză arată de câte ori apare cuvântul în cauză în textele analizate

⁷ Prima cifră arată frecvența cuvântului în discursurile lui Gore, cea de a doua în discursurile lui Bush

⁸ Vezi Sperber D. and Wilson: *Relevance: Communication and Cognition*, Cambridge: CUP, 1986;

Bibliografie

I. Surse primare

1. Bush, George W.: *Discursul de acceptare a candidaturii*, 3.08. 2000; www.thegreenpapers.com;
2. Bush, George W.: *Remarks on Energy*, 13.10.2000; www.thegreenpapers.com;
3. Bush, George W.: *No Child Left Behind*, 2.09.1999; www.thegreenpapers.com;
4. Bush, George W.: *Our Debt of Honor*, Manchester, New Hampshire, 10.11.1999, www.thegreenpapers.com;
5. Bush, George W.: *A tax Cut with a Purpose*, 1.12.1999; www.thegreenpapers.com;
6. Bush, George W.: *Bush for President Announcement*, 12.06.1999; www.thegreenpapers.com;
7. Gore, Al: *Discursul de acceptare a candidaturii*, 17.09.2000; www.thegreenpapers.com;
8. Gore, Al: *Al Gore's Economic Plan – Prosperity for America's Families*, 6.09.2000; www.thegreenpapers.com;
9. Al, Gore: *Responsible Choices on The Economy*, 28.09.2000; www.thegreenpapers.com;
10. Al, Gore: *Responsible Choices on Energy and the Environment*; 29.09.2000; www.thegreenpapers.com;

11. Al, Gore, *The Big Choice: Prosperity for All*, 30.10.2000; www.thegreenpapers.com;
12. Gore, Al: *The Big Choice: Cutting Taxes for Families*, 31.10.2000; www.thegreenpapers.com;
13. Gore, Al: Lanssing, 5.05.2000; www.thegreenpapers.com;
14. Gore, Al: Atlanta, 2.05.2000; www.thegreenpapers.com
15. Final Debate; www.thegreenpapers.com
16. Iliescu, Ion: *Aproape de oameni, împreună cu ei*, Discursul de acceptare a candidaturii, 5.10.2000;
17. Iliescu, Ion: *Declarația Domnului Ion Iliescu*, 26.11.2000;
18. Iliescu, Ion: *Mesajul către Tineri al domnului Ion Iliescu*, 4.12.2000;
19. Iliescu, Ion: *Scrisoare către români*, 5.12.2000;
20. Tudor, C. V.: *Români vă ordon: treceți veacul!*, Discursul de acceptare a candidaturii, 30.09.2000; în C. V. Tudor, *Discursuri*, p. 344–361; ed. Fundația România Mare, 2001
21. Tudor, C. V.: *Se pune la cale cea mai mare fraudă electorală din Europa*; 27.10.2000; în C. V. Tudor, *Discursuri*, p. 365–366; ed. Fundația România Mare, 2001
22. Tudor, C. V.: *Jos Mafia! Sus Patria!* 28.10.2000; în C. V. Tudor, *Discursuri*, p. 366 – 367; ed. Fundația România Mare, 2001
23. Tudor, C. V.: *Momentul Adevărului*, 31.10.2000; în C. V. Tudor, *Discursuri*, p.367 – 368; ed. Fundația România Mare, 2001
24. Tudor, C. V.: *Nu mai un român poate și trebuie să conducă România*; 1.11.2000; în C. V. Tudor, *Discursuri*, p. 368 – 369; ed. Fundația România Mare, 2001
25. Tudor, C. V.: *Am o mână de fier și o inimă de aur...*; 20.11.2000; în C. V. Tudor, *Discursuri*, p.371 – 372; ed. Fundația România Mare, 2001;
26. Tudor, C. V.: *Mesajul către Națiune al președintelui moral al României*; 6.12.2000; în C. V. Tudor, *Discursuri*, p.372 – 388; ed. Fundația România Mare, 2001;
27. Tudor, C. V.: *Iartă-i, Doamne, că nu știu ce fac...*; 7.12.2000; în C. V. Tudor, *Discursuri*, p.388–390; ed. Fundația România Mare, 2001;
28. Tudor, C. V.: *Cine a folosit, efectiv, mitraliera?*, 7.12.2000; în C. V. Tudor, *Discursuri*, p.390–392; ed. Fundația România Mare, 2001;

II. Surse secundare

1. Agar, Michael H.: *Political Talk: Thematic Analysis of a Policy Argument*. în ‘Power through Discourse’, ed. Kedar, Lean. Ablex Publishing Corporation, 1987:113-129;
2. Austin, J.: *How to do things with words*. Oxford: Carendon Press, 1967;
3. Bidu - Vrânceanu, A. and co.: *Dicționar General de Științe. Științe ale Limbii*; București: Ed. Științifică, 1997;
4. Blakemore, D.: *Semantic Constrains on Relevance*. Oxford: Basic Blackwell Ltd., 1987;
5. Blommaert, Jan and Verschueren, Jes: *The Role of Language in European Nationalist Ideologies*. în “Language and Peace”, ed. Schäffner. Ch. and Wenden, Anita L., Dartmouth, 1995:137-161;
6. Brown G., and Yule, G.: *Discourse Analysis*. Cambridge: CUP, 1983;
7. Brown G.: *Speakers, Listeners and Communication. Explanations in Discourse Analysis*. Cambridge: CUP, 1995;
8. Cesereanu, Ruxandra: *Imaginar Lingvistic Violent în Menatalul românesc – anul 1990*; în “22”, anul XIII, no.11, 12-18.03.2002:8-9;
9. van Dijk, Teun A: *Discourse Analysis as Ideology Analysis*. în ‘Language and Peace’, ed. Schäffner. Ch. and Wenden, Anita L., Dartmouth, 1995:17-37
10. Faucault, Michel: *Ordinea Discursului*, Humanitas, 1996;
11. Grice, H. P.: *Utterance’s Meaning, Sentence – Meaning, and Word – Meaning*, în ‘Pragmatics. A Reader’, Oxford: Oxford University Press, 1991: 67-76;
12. Grice, H. P.: *Logic and Conversation*. în ‘Pragmatics. A Reader’, Oxford: Oxford University Press, 1991: 305-316;
13. Grice, H.P.: *Meaning*. Philosophical Review, 1966: 337-388;
14. Haidar J. and Rodriguez, L: *Power and Ideology in Different Discursive Practices*. în ‘Language and Peace’, ed. Schäffner. Ch. and Wenden, Anita L., Dartmouth, 1995:119-137

15. Harnish, R.M.: *Logical Form and Implicature*. în 'Pragmatics. A Reader', Oxford: Oxford University Press, 1991:316–365;
16. Ilie, Cornelia: *Unparliamentary Language: Insults as Cognitive Forms of Ideological Confrontation*, în 'Language and Ideology', vol.II, p. 235 –263; ed. by. Driven, R., Frank, R, Ilie, C. John Benjamins Publishing Company, Amsterdam/Philadelphia,
17. Ilie,C.: *Cliche-based metadiscursive argumentation in the House of Parliament*. în 'International Journal of Applied Linguistics', vol. 10, no. 1, 2000, p. 65–85;
18. Jakobson, R.: *Linguistics and poetics*. în 'Sebeok' 1960: 250–377;
19. Kubik, Jan: *The Power of Symbols Against the Symbols of Power*, 1994,Pennsylvania State University Press; 1994
20. Levinson, S.: *Pragmatics*, Cambridge: CUP, 1983;
21. Lyons, J.: *Linguistics and Semantics. An Introduction*. Cambridge: CUP 1995;
22. Macdonell. D.: *Theories of Discourse*. Oxford: Basic Blackwell Ltd., 1986;
23. Pêcheux, Michael: *Language, Semantics and Ideology*. Trans. Harbans Nagpal. London: Macmillan; 1982
24. Pinker, S.: *The Language Instinct*, ed. Penguins Books, 1994;
25. Riker. W. H.: *The Strategy of Rhetoric. Campaigning for the American Constitution*. ed. by. Calvert, R. L.&co, Yule University Press, 1996;
26. Searle, J. R: *What is a Speech Act?.* în 'Pragmatics. A Reader', Oxford: Oxford University Press, 1991:254-265;
27. Searle, J. R: *Indirect Speech Acts*. în 'Pragmatics. A Reader', Oxford: Oxford University Press, 1991:265–278;
28. Sperber D.and Wilson, D: *Inference and Implicature*. în "Pragmatics. A Reader", Oxford: Oxford University Press, 1991:377-397;
29. Sperber D.and Wilson: *Loose talk*. în 'Pragmatics. A Reader', Oxford: Oxford University Press, 1991: 540-550;
30. Sperber D.and Wilson: *Relevance: Communication and Cognition*, Cambridge: CUP, 1986;
31. Strawson, P.F.: *Intention and Convention in Speech Acts*. în 'Pragmatics. A Reader', Oxford: Oxford University Press, 1991:278-290;
32. Tannen, Deborah: *Remarks on Discourse and Power*. în 'Power through Discourse', ed. Kedar, Lean,. Ablex Publishing Corporation, 1987:3-11;
33. Trusso, F.: *Spinning in and out of Language*. Roma: Ed. Nouva Arnica, 2001;

MEANS OF ACHIEVING PERSUASION AND PERLOCUTIONARY EFFECTS IN POLITICAL SPEECHES

Summary

The purpose of the present paper was to analyze the way politicians use language in campaigns in order to achieve their purpose, i.e. to be elected. My analysis revolved around the concepts of persuasion and perlocutionary effect.

Political speeches were seen as ostensive-inferential communicative acts, in which a dialogue between presidential candidates and voters was established. The response of the audience was materialized in their votes.

The basis for this analysis was the principle of relevance.

It is true that pragmatists have also formulated other principles that are at work in order to generate adequate communication. However, the principle of relevance appears to be the all-encompassing principle in all communicative situations, because even if other principles are observed, communication fails if the information presented to the audience is irrelevant, that is the processing effort required is greater than the contextual effects obtained. Therefore, only relevant information leads to complete and successful communication.

Relevance is closely connected with persuasion, because, no matter how good orators the candidates may be, no matter how they structure their political speeches, persuasion cannot be achieved if the message itself is irrelevant for voters. The intended perlocutionary effect is triggered by the relevance of the messages, hence by persuasion.

Any political campaign is a battle of words. As a rule, candidates who succeed in communicating relevant new information get elected, others do not.

Another interesting point analyzed in this paper refers to the way in which candidates construct their speeches, and this mostly concerned the ideological elements embedded in speeches. Therefore, I demonstrated the way in which different levels of speech structure are used in order to achieve persuasion. The most important turned out to be the lexical and the rhetorical level.

The lexical level is crucial in any political speech, since words embody ideological messages. The lexicon used underlies the main negative and positive themes of political speeches. The word counts performed demonstrated that, by and large, positive themes and words generate persuasion and lead to the intended perlocutionary effects, whereas negative language does not.

This paper has attempted a comparative analysis of speeches delivered by C.V. Tudor and Ion Iliescu, on the one hand, and Al Gore and George W. Bush, on the other hand. The discussion emphasized the fact that aggressive behaviour and language, and irrelevant messages are a weak point in a presidential campaign.

This paper has been an attempt to demonstrate on a given corpus that political speeches are ostensive-inferential acts of communication. It also showed that the information presented must be relevant in order for persuasion and intended perlocutionary effect to be achieved. The relationship between those three elements – relevance, persuasion and perlocutionary effect – is an important factor without which no presidential campaign can reach its purpose: if the information transmitted by candidates is irrelevant, if the processing effort required on behalf of the audience is greater than the contextual effects it yields, then persuasion is not obtained and the perlocutionary effect turns out to be an unintended one: the respective candidate is not elected.