Modalităţi de persuadare şi efectul perlocuţionar în discursul politic

ANABELLA-GLORIA NICULESCU-GORPIN
Institutul de Lingvistică
„Iorgu Iordan – Al. Rosetti” Bucureşti

Discursul politic este o componentă esenţială 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 faţă am analizat, dintr-o perspectivă lingvistică, un corpus alcătuit din douăzeci şi opt de discursuri rostite în timpul campaniei electorale pentru preşedinţie din 2000 de Ion Iliescu şi C. V. Tudor, pe de o parte, şi de Al Gore şi G. W. Bush, pe de altă parte. Această comparaţie s-a născut din dorinţa de a vedea dacă în discursurile analizate există elemente comune între cele două campanii electorale, dacă modalităţile de persuadare folosite de candidaţi sunt similare.

1. Consideraţii teoretice

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

Efectul (sau actul) perlocuţionar poate fi definit ca „(…) efectele pe care le produc asupra receptorului enunţurile cu o anumită forţă ilocuţionară.”[1] Efectul perlocuţionar poate fi *eficient* sau *ineficient*. Ambele efecte perlocuţionare pot fi definite prin prisma intenţiilor vorbitorului: *efectul perlocuţionar eficient* este efectul pe care vorbitorul vrea să-l aibă asupra ascultătorului, în timp ce în cazul *efectului perlocuţionar ineficient* intenţiile vorbitorului nu se materializează.

Este adevărat că efectele perlocuţionare nu au marcatori expliciţi în structura enunţului, motiv pentru care această dimensiune a oricărui act de vorbire nu a fost studiată în profunzime până acum. Articolul de faţă nu-şi propune o analiză exhaustivă a efectului perlocuţionar din mai multe motive: în primul rând, o astfel de analiză este interdisciplinară, presupunând atât elemente lingvistice, cât şi din domenii cum ar fi psihologia sau sociologia; în al doilea rând, ar fi fost necesară şi 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. Totuşi, acest lucru a fost imposibil pentru că în momentul în care a fost scris prezentul articol alegerile prezidenţiale 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 şi ar fi influenţat răspunsurile intervievaţilor.

Din aceste motive, analiza de faţă este pur lingvistică. Candidaţii la preşedinţie folosesc limbajul pentru a-şi convinge auditoriul să-i voteze. Astfel, în cazul în care un candidat obţine un număr mare de voturi, în cazul în care este ales, se poate afirma că efectul perlocuţionar a fost unul eficient. În caz contrar, avem de a face cu un efect perlocuţionar ineficient.

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

BDD-V3934 © 2003 Editura Universităţii din Bucureşti
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 03:00:24 UTC)

supoziţii pe care fenomenul le face să se manifeste sunt relevante pentru individ"[2]. Sperber şi Wilson (1986) consideră că un act de comunicare ostensiv-inferenţial are loc atunci când un vorbitor face vizibilă unui auditoriu intenţia sa de a aduce la cunoştinţa acestuia o nouă informaţie.[3] Comunicarea ostensiv-inferenţială nu poate avea loc în absenţa atenţiei. Acelaşi lucru este adevărat şi în cazul discursurilor politice. Ascultătorii trebuie să fie atenţi la stimulii ostensivi şi la intenţiile vorbitorului din proprie iniţiativă. Un astfel de stimul trebuie să dezvăluie intenţiile vorbitorului şi asta se întâmplă pentru că stimulii ostensivi garantează relevanţa. Emiţând mesaje, vorbitorii fac apel la atenţia auditorului, şi astfel sugerează că discursurile lor sunt relevante, că merită atenţia receptorilor.

Un act ostensiv de comunicare reprezintă un apel la atenţia ascultătorilor. Astfel, auditorul are dreptul să creadă că ceea ce li se comunică prin intermediul stimulului ostensiv este relevant pentru ei, sau că cel puţin emiţătorul consideră asta. Receptorii nu doar speră că mesajul este relevant, ci au aşteptări precise legate de relevanţa mesajului. Comunicarea ostensiv-inferenţală implică faptul că emiţătorii comunică ascultătorilor relevanţa stimulilor, ceea ce înseamnă că un act de comunicare ostensivă comunică o prezumţie de relevanţă.

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

În lumina considerentelor teoretice prezentate, principiul relevanţei poate fi definit astfel: „Orice act de comunicare ostensivă comunică prezumţia propriei sale relevanţe optime."[4]

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

(1) Candidaţii la preşedinţie trebuie să atragă atenţia auditoriului asupra intenţiilor lor informative şi acest lucru se realizează pe baza stimulilor ostensivi;
(2) Ascultătorii se aşteaptă ca vorbitorii / candidaţii să comunice numai informaţii relevante;
(3) Ascultătorii se aşteaptă ca procesarea mesajelor să implice un nivel scăzut de efort şi să ducă la modificări importante ale mediului lor cognitiv, adică se fie relevante;
(4) Candidaţii îşi folosesc discursurile ca stimuli ostensivi şi astfel comunicarea devine ostensiv-inferenţială;
(5) Atât vorbitorii, cât şi ascultătorii vor să obţină o comunicare reală; este adevărat că politicienii încearcă să persuadeze, dar asta se leagă de modul în care îşi structurează discursurile, nu de intenţiile lor informative; candidaţii nu vor să-şi informeze ascultătorii că încearcă să le schimbe opţiunile politice; persuasiunea poate fi considerată o intenţie ascunsă, care totuşi este cunoscută în mod reciproc;
(6) Ascultători se aşteaptă ca uneori comunicarea să nu fie relevantă, dar pot să işi imagineze că mesajul a fost de fapt relevant, dar că vorbitorul nu a fost relevant într-un mod optim; alteori, pot fi convinşi că mesajul în sine a fost irelevant;
(7) De obicei, alegătorii îi votează pe acei candidaţi care prezintă în discursurile şi în campaniile lor o informaţie relevantă;
(8) În campaniile electorale, mesajele relevante sunt în primul rând acelea care conţin informaţii ce fac ascultătorii să se încreadă într-un anumit candidat, mesaje care

BDD-V3934 © 2003 Editura Universităţii din Bucureşti
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 03:00:24 UTC)

oferă soluții la problemele curente, soluții care vor aduce schimbări şi 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 şi G.W. Bush pentru a-şi atinge scopul: acela de a fi aleşi. 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 incorporează ideologii.

2. Analiza tematică a discursurilor politice

Discursurile politice sunt structurate în jurul a două tipuri de teme: pozitive şi negative. De obicei, candidații se folosesc de teme pozitive pentru a-şi 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-şi structureze discursurile numai pe baza unui limbaj şi a unor teme negative. Acest fapt poate avea două explicații: în primul rând, folosirea unor termeni negativi creează o imagine grotescă a contracandidaților şi astfel alegătorii au o singură alternativă, de a nu vota pentru aceştia şi de a-l alege pe cel care a avut curajul să demaşte răul; în al doilea rând, o analiză mai profundă, poate dezvălui că un candidat care se foloseşte numai de teme negative nu are de fapt nici un fel de program electoral. De obicei, acei candidați care nu au nici o şansă 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 îşi structurează discursurile în jurul unor teme negative, teme care vor fi ilustrate în cele ce urmează prin citate.

Sărăcia, Degradare şi Crima în România

„ Țara Reală e pântecul femeii care a început să-şi vândă pruncii, încă înainte de a-i naşte /…/ 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 şi sinuciderile. Niciodată în istoria României, nu s-au produs atât de multe omoruri pe an şi nu şi-au pus capăt zilelor atâția semeni de-ai noştri!" [Tudor: 347]

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

Mafia politică şi mediatică

„Acesta este unul dintre motivele pentru care Mafia Politică şi 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 aşa-zisă tehnică medicală străină, de mâna a doua? /…/ că Mafia Țigănească face ravagii şi e ocrotită, pe față, de unele autorități!" [Tudor: 369]

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

Cei aflați la guvernare

BDD-V3934 © 2003 Editura Universității din București
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 03:00:24 UTC)

„Timp de 4 ani actuala Putere n-a suflat nici o vorbă despre Pactul Ribbentrop-Molotov, dimpotrivă l-a ratificat şi 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-şi 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: activişti de partid şi contabili." [Tudor: 359]

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

„Şi toate acestea pentru ce? Pentru orgoliul maladiv al unui ateu de 71 de ani, care şi-a pus în cap să devină, pentru a treia oară, preşedintele unei Țări /…/? " [Tudor: 390]

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

Unele dintre temele exemplificate sunt prezente şi în discursurile lui Ion Iliescu, dar există diferențe în ceea ce priveşte 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 şi mai pacificator, discursurile sale fiind mai scurte şi la obiect. Când acuză, o face într-un mod impersonal, atacurile sale fiind îndreptate împotriva celor aflați la putere şi a contracandidatului său, C.V. Tudor, însă numele acestuia nu apare niciodată în discursurile analizate.

Degradarea, sărăcirea țării şi a poporului român

„ /…/ România celor care muncesc din greu, dar pentru care sărăcia, disperarea şi 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 şi fenomenele negative cu care vă confruntați. /…/ Ştiu 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 laşității şi al fugii de răspundere, al ascunderii în spatele <tehnocraților>. /…/ întrucât cei în care şi-au pus speranța i-au înşelat, s-au dovedit incapabili să-şi onoreze promisiunile. /…/ Reprezentanții coaliției care guvernează România din 1996 au făcut prea mul rău țării şi 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]

„Eşecurile sistematice ale actualei guvernări în a combate corupția, crima organizată, violența, precum şi 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 şi 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.

BDD-V3934 © 2003 Editura Universității din București
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 03:00:24 UTC)

„Aş dori să nu transformăm această campanie electorală într-un prilej de răfuieli şi într-o luptă oarbă cu adversarii." [Iliescu, Discursul de acceptare a candidaturii, „Aproape de oameni, împreună cu ei", 5.10.2000]

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

„Se înşeală 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 şi dezvoltat mişcări extremiste, xenofobe şi antisemite, ale căror discurs fals patriotic, demagogic şi 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 foloseşte un adevărat arsenal negativ, sinonimia negativă fiind excesivă. Este adevărat că este un excelent orator, dar îşi foloseşte 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 îşi 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 astea, 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-şi prezenta propriul program.

Într-o țară cu o lungă tradiție democratică, precum America, discursurile politice sunt mult mai elaborate, mai sofisticate şi din această cauză reprezintă adevărate piese retorice, şi astfel de persuasiune. Campania electorală pentru preşedinție din anul 2000 a fost o confruntare decentă între Al Gore, Vice Preşedintele Americii la acea dată, şi 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 şi care sunt legate de aspectele economice, culturale, de mediu.

Şi în ceea ce priveşte folosirea unor teme negative diferențele sunt clare: în timp ce în discursurile lui Tudor elementele negative sunt prezente la tot pasul, iar Ion Iliescu foloseşte acelaşi metode, deşi 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 foloseşte un limbaj negativ când îşi compară propriul program cu cel al contracandidatului său, dar cuvintele sale nu sunt atât de dure ca cele ale lui Tudor. Alegătorii americani erau conştienți 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 totuşi 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

BDD-V3934 © 2003 Editura Universității din București
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 03:00:24 UTC)

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 şi să distorsioneze guvernarea politică, ceea ce reprezintă prima funcție a oricărei noi ideologii. Astfel, pentru a câştiga, 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]

Deşi folosesc un limbaj negativ, candidații americani aduc argumente logice, de bun simț sau chiar ştiințifice 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 aceeaşi temă în mai multe state şi de aceea temele şi limbajul folosit se repetă, părând a fi redundante. Din potrivă, discursurile candidaților români sunt generale, aceştia nu exemplifică şi nu argumentează.

Discursurile politice nu se structurează numai pe teme negative. Temele pozitive sunt un mijloc folosit de candidați pentru a-şi prezenta propriul program. Un limbaj pozitiv este ceea ce îi face interesați pe alegători: vor să afle ceea ce le oferă candidații, pentru că ştiu care sunt punctele slabe ale guvernării în care trăiesc şi, de cele mai multe ori, ştiu care sunt neajunsurile unui anumit candidat. Ascultătorii sunt interesați de soluțiile propuse şi, 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 şi 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 şi au vorbit în numele tuturora. Astfel, se naşte o întrebare: dacă ambii candidați au utilizat aceleaşi mijloace, aceleaşi teme şi ceea ce i-a diferențiat au fost soluțiile care le-au

BDD-V3934 © 2003 Editura Universității din București
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 03:00:24 UTC)

propus, fiecare dintre ei având argumente solide, cine a persuadat mai mult? Se pare că ambii candidaţi au fost la fel de persuasivi, ceea ce este susţinut şi 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 şi în discursurile lui C.V. Tudor:

Ţara, România Mare

„ Aşa arată Ţara noastră REALĂ" [Tudor: 345]

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

„ Cercetaţi rezervaţia arheologică a limbii române şi veţi vedea că cele mai importante cuvinte – **Patrie, Popor, Ţară, Biserică, Armată, Pâine, Muiere, Soţ, Făt, Frate, Soră, Sănătate,** - şi însuşi gloriosul cuvânt **Dumnezeu** /…/ vin direct din limba latină" [Tudor: 351]

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

„Accelerarea fenomenului istoric şi ireversibil de unificare, pe cale paşnică, cu Basarabia şi Bucovina, străvechi teritorii româneşti, la care nu vom renunţa niciodată" [Tudor: 358]

Trecut şi istoria românilor: exemplu de urmat

„ /…/ când cel care avea să devină Mareşalul Antonescu a adresat Armatei un ordin care se aşează lângă cele mai importante documente din Istoria Poporului Român, alături de <**pohta ce-a pohtit-o**> Mihai Viteazul şi de Proclamaţia de la Padeş a lui Tudor Vladimirescu: < **Ostaşi, vă ordon: treceţi Prutul!**>" [Tudor: 350]

Mihai Eminescu, poet naţional. Alţi poeţi români şi personalităţi internaţionale

„ /../ ci nişte palide copii ale basmelor <**Fetiţa cu chibrituri**> şi < **Răţuşca cea urâtă**>. /…/ Contele de Salaberry îi observa pe strămoşii noştri /…/ Mareşalul german Moltke scria ceva asemănător /../ Italianul de Gerando notează /…/ un francez pe nume Marmier /…/ "[Tudor: 348]

„ În încheiere daţi-mi voie să mă gândesc tot la Poetul Naţional /…/ iată cât de profetic şi actual sună vorbele sale." [Tudor: 360]

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

Propria sa imagine, prezentată în comparaţie cu imagini biblice

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

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

„Începe Epoca Vadim, de Dreptate, Prosperitate şi Reconciliere Naţională!" [Tudor: 361]

„Răstignirea lui Isus a durat şase ore. Răstignirea mea, un umil slujitorului al Mântuitorului durează de şase 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 menţionează problemele cu care se confrunta România, dar în afară de cuvinte mari, nu oferă nici o soluţie viabilă. Discursurile sale sunt lipsite de conţinut: pe lângă cele 50 de puncte enunţate în discursul său de acceptare a candidaturii, Tudor nu le oferă nimic alegătorilor. Politica şi discursurile sale sunt clasificate ca extremiste şi naţionaliste, pentru că, chiar şi atunci când vorbeşte despre rezolvarea unor probleme, modul în care se exprimă instigă la violenţă.

Din contră, discursurile lui Iliescu sunt mult mai pe înţeles, alegătorii pot să întrezărească soluţiile pe care le propune. Temele pozitive prezente în discursurile sale sunt legate de rezolvarea problemelor curente, şi Ion Iliescu îşi defineşte priorităţile încă de la început:

BDD-V3934 © 2003 Editura Universităţii din Bucureşti
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 03:00:24 UTC)

„Prioritățile majorității românilor sunt:

- **relansarea economiei;**
- **combaterea sărăciei şi a şomajului;**
- **întărirea autorităților statului şi a instituțiilor sale;**
- **combaterea corupției;**
- **integrarea demnă în Uniunea Europeană şi în NATO**;/…/

Acestea sunt prioritățile Programului meu electoral şi ale acțiunii mele ca viitor şef al statului. Numai astfel deviza campaniei mele electorale - <**Aproape de oameni, împreună cu ei**> are sens şi capătă conținut." [Ion Iliescu, Discursul de acceptare a candidaturii, 5.10.2000]

Temele pozitive prezente în discursurile lui Ion Iliescu sunt:

Relansarea economiei româneşti

„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 şi mijlocii. /…/ Un obiectiv strategic vital îl constituie refacerea şi dezvoltarea agriculturii româneşti." [Ion Iliescu, Discursul de acceptare a candidaturii, 5.10.2000]

Lupta împotriva sărciei

„Voi propune viitorului Parlament şi viitorului guvern câteva măsuri de combatere a sărăciei extreme pentru ajutorarea familiilor cu mulți copii şi 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 şi a celui sanitar

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

Întărirea autorității statale şi instituționale

„Voi încuraja şi voi sprijini noua guvernare în eforturile ei de a accelera **reforma instituțiilor statului şi a administrației**, pentru a fi puse exclusiv în slujba cetățeanului.

Voi veghea ca Justiția şi toți cei cu atribuții în domeniu să îşi facă datoria, să se angajeze într-o luptă decisivă pentru combaterea celui mai grav flagel al acestei perioade, /…/ **corupția şi birocrația 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 preşedinte al tuturor românilor." [Ion Iliescu, Discursul de acceptare a candidaturii, 5.10.2000]

„Ca preşedinte 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 şi Parlamentului." [Ion Iliescu, „ Mesajul către tineri …." 4.12.2000]

Ultimul citat este un exemplu elocvent care marchează diferența dintre discursurile lui C.V.Tudor şi cele ale lui Ion Iliescu. Tudor foloseşte 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. Acelaşi lucru se întâmplă

BDD-V3934 © 2003 Editura Universității din București
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 03:00:24 UTC)

şi în cazul temelor pozitive: ambii candidaţi folosesc aceleaşi teme pozitive atunci când vorbesc despre propria lor imagine, despre propriul lor program electoral:

Reducerea fiscalităţii şi 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 şi 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 educaţional

"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 şi 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]

BDD-V3934 © 2003 Editura Universităţii din Bucureşti
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 03:00:24 UTC)

"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 şi sociale. Candidații îşi structurează discursurile pentru a-şi accentua propriile ideologii. Toate nivelele discursului sunt implicate în atingerea persuasiunii. Van Dijk consideră că discursul poate lua forma unei analize a ideologiei, şi delimitează şapte nivele de analiză: structurile de suprafață, sintaxa, lexicul, semantica locală, semantica globală, structurile schematice şi structurile retorice[5].

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

Topica, pasivul, negația sunt instrumente sintactice care pot contribui la atingerea persuasiunii. Lungimea propozițiilor este şi 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 uşor de detectat şi astfel relevant.

Şi la acest nivel se observă o diferență între discursurile celor doi candidați români: Tudor foloseşte fraze lungi, pline de paralelisme, cu numeroase digresiuni. Încercând să-şi demonstreze vastele cunoştințele, 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 şi ea un rol decisiv. Dar, în mod surprinzător, Tudor foloseşte negația nu numai pentru a se referi

BDD-V3934 © 2003 Editura Universității din București
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 03:00:24 UTC)

la „Celălalt", dar şi atunci când face trimitere la el însuşi, folosind cuvinte precum „singurul", excluzânu-şi astfel contracandidaţii:

> „ /…/ vă vorbeşte singurul dintre candidaţii viabili la preşedinţie care **NU** a condus nimic în această Ţară şi **NU** poate fi acuzat că a contribuit la tragedia ei" [C. V. Tudor, p. 365]

Uneori, foloseşte afirmaţii negative pentru a crea dihotomia *Noi/Eu* vs. *Ei*:

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

Pasivizarea şi topica nu sunt prezente ca modalităţi de structurare a discursurilor lui C.V. Tudor.

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

> „Acum trebuie acţionat cu hotărâre pentru a schimba viaţa românilor.
> Acum este nevoie de oameni cu o viziune clară pentru a nu distruge ceea ce s-a clădit cu sacrificii.
> Acum trebuie să acţionăm 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 şi la nivelul analizei tematice, şi la nivel sintactic se observă prezenţa aceloraşi elemente în discursurile lui G. W. Bush şi Al Gore. Frazele lor sunt uneori scurte şi concise (atunci când afirmă idei de bază ale programului politic) alteori ample, însoţite de multe subordonate (când aduc argumente). Topica este cea fixă, iar negaţia 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. Candidaţii trebuie să aleagă cuvintele care reproduc cel mai bine mesajul lor. Eufemismul reprezintă o armă puternică la care fac apel candidaţii atunci când se referă la contracandidaţii lor. De vreme ce discursurile analizate se bazează pe teme pozitive şi negative, vocabularul folosit se poate defini cu ajutorul aceleaşi dihotomii.

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

În discursurile lui C.V. Tudor, următoarele cuvinte sau expresii negative au o frecvenţă foarte mare[6]: „***mafia***" (13), „***jaf***"(8), „***crimă organizată***"(6), „***venetici***" (7), „***Jos Mafia***"(6), „***hoţi***"(4), „***fraudă electorală***"(2), „***spirit malefic***"(2). Alte cuvinte şi sintagme din aceeaşi sferă lexicală sunt: „***criminali, matrapazlâcuri, vinovaţi de dezastrul ţării,***

BDD-V3934 © 2003 Editura Universităţii din Bucureşti
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 03:00:24 UTC)

mafioți care au ticăloşit România, canalii, răufăcători, complot extrem, unealtă a trădării, boicot mârşav (T.V.R.), cadavru politic, mercenar/i, faliment de partid şi de stat, mari gangsteri, furate alegeri, fraudă a alegerilor demenți, arsenalul diabolic al mârşăviilor, 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 şi 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 şi pot fi considerate calomnioase. Acest lucru arată că, pentru a-şi 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 şi se referă fie la el însuşi, fie la partidul său: „***România Mare***"(11), „***Țara***"(9), „***patria***"(7), „***justițiar***", „***voi salva***" (5). Uneori, chiar şi 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, şi să nu voteze pentru el. Astfel, chiar şi la nivel lexical, încercarea lui C.V.Tudor de a persuada a fost sortită eşecului.

Şi de această dată situația este contrară în cazul discursurilor lui Ion Iliescu. Vocabularul său este mai mult pozitiv („***deminate 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), „***şomaj***"(4), „***extremism***" (3), „***xenofob***" (3), „***antisemit***"(3), „***ură***"). Discursurile lui Ion Iliescu sunt pozitive, dau speranțe ascultătorilor, creează o anumită stare de încredere şi astfel, Iliescu reuşeşte să persuadeze. Oamenii ştiau tot ce Tudor susținea că se întâmpla în România. Ştiau că duc o viață grea, ştiau că cei aflați la guvernare i-au dezamăgit. Şi mai ştiau ce poate să facă Ion Iliescu pentru că-l mai votaseră şi altă dată. Dar erau îngroziți de posibilitatea unei conduceri extremiste. Singurele cuvinte negative prezente în discursul lui Iliescu sunt cele referitoare la contracandidatul său şi, 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 şi G.W.Bush utilizarea unor cuvinte pozitive şi negative se dovedeşte a fi aproape identică: „***crisis***"(4/3[7]), „***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), „***oportunity***"(3/2), „***economic boom***" (0/2) – lexic pozitiv.

Candidații americani folosesc un lexic negativ, dar neagresiv şi 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, şi astfel, paradoxal,

BDD-V3934 © 2003 Editura Universității din București
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 03:00:24 UTC)

alegătorii i-au votat aproape în mod egal, ceea ce duce la concluzia că ambii politicieni au reuşit 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 şi la cel semantic – metafora, metonimia, comparația semantică, repetiția semantică etc. Toate acestea reprezintă o armă puternică în mâinile unui bun orator şi 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 ştie cum să creeze o structură retorică perfectă, în care de multe ori foloseşte figuri de stil – discutate mai jos – nu reuşeşte să persuadeze, acest fapt datorându-se frecvenței ridicate de teme şi cuvinte negative.

> „/…/ a transpunerii în viață a Imnului *„**Deşteaptă-te române!**”* iar *românii s-au deşteptat*”. [Tudor, 372, sublinierea mea] – anadiploză
>
> „/…/ I-a făcut *pe ciocoii vechi* să-şi dea mâna *cu ciocoii noi* /…/”[Tudor: 373, sublinierea mea] – epanadiploză şi un chiasm complicat, în care numai categoria sintactică este repetată (predicatul), dar lexicalizată diferit – „a face” şi „a da mâna” ;

Şi 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 acelaşi proces. Aceasta este o figură retorică importantă pentru că prin repetarea aceloraşi cuvinte, mesajul devine recurent şi astfel poate fi atinsă persuasiunea. În unele cazuri acest lucru se întâmplă, pentru că, deşi nu a învins în alegerile din 2000, C.V.Tudor a fost totuşi votat poate că de cei care s-au recunoscut ca membrii ai grupului desemnat de Tudor şi partidul său, şi care au avut o ideologie social-politică asemănătoare vorbitorului:

> „/…/ de a astupa ferestrele ca să nu vadă copiii că s-a crăpat de ziuă şi să nu ceară de mâncare.” [Tudor: 367]
>
> „/…/ şi mamele astupă ferestrele cu ziare sau cârpe, ca să nu vadă pruncii că s-a făcut lumină afară şi 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. Deşi întrebările retorice nu aşteaptă răspuns, C.V.Tudor îşi răspunde, uneori, singur:

> „ Dar între 1990 şi 1992 cine a fost preşedintele României? /…/ Cine ne asigură pe noi că, dacă îl veți obține, nu veți schimba Constituția pentru a mai câştiga şi 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 şi 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 /…/

BDD-V3934 © 2003 Editura Universității din București
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 03:00:24 UTC)

Mulțumesc tuturor membrilor, militanților şi simpatizanților P.D.S.R./…/ ***care*** /…/
Mulțumesc reprezentanților PUR şi 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;

Aceeaşi 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 uşor ideea principală. Astfel, aceleaşi structuri retorice (paralelism sintactic, antiteză etc.) sunt prezente şi în discursurile lui Al. Gore şi 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 şi asta pentru că ar putea conduce la neînțelegerea mesajului şi ar viola comunicarea. În discursurile analizate, cu excepția lui C.V.Tudor, ceilalți candidați par să fie conştienți de acest lucru, nefolosind astfel de mijloace specifice poeziei sau literaturii în genere, de teamă să nu creeze ambiguități. Tudor foloseşte atât metafore, cât şi comparații atunci când se autocaracterizează sau îşi prezintă partidul. Sintagme de genul „<**cadavrul politic> „Emil Constantineascu**" sau „**preşedinte 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 incorporează ideologii într-un mod care duce la persuasiune.

4. Efectul perlocuționar şi principiul relevanței

După cum am arătat, aricolul de față îşi propune să analizeze, dintr-o perspectivă lingvistică şi pe baza teoriei Relevanței, efectul perlocuționar pe care le-au avut discursurile rostite de C. V. Tudor, Ion Iliescu, G. W. Bush şi 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 aşteaptă ca politicienii să emită numai mesaje relevante.

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

BDD-V3934 © 2003 Editura Universității din București
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 03:00:24 UTC)

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, îşi pierd atenția şi, în cele din urmă, nu mai votează un astfel de candidat. Astfel, alegătorii se aşteaptă 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 şi nu le mai procesează.

În lumina presupunerilor de mai sus, singura intenție comunicativă a unui candidat la preşedinție este aceea de a-şi 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, alegererile prezidențiale din 2000 au avut loc în două tururi. În primul tur, discursurile lui Ion Iliescu şi 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 a-l doilea tur de scrutin.

Efectul perlocuționar al unei campanii electorale nu este dat exclusiv de discursurile politice, dar şi 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 perlocuționat au fost cel intenționat. Discursurile sale conțin informații relevante şi duc la efecte contextuale[8] 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 şi 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 şi un antisemit. După cum am demonstrat în analiza de mai sus, discursurile sale sunt adevărate exemple de discursuri extremiste şi, în afară de asta, discursurile lui sunt foarte lungi, ascultătorii plictisindu-se. Irelevanța în cazul discursurilor lui Tudor este dată şi de existența unui limbaj excesiv de negativ: vorbeşte numai despre cei aflați la guvernare în acel moment, despre eşecurile lor, despre mafie, despre condițiile mizere în care trăiau românii; încearcă să-şi denigreze principalul contracandidat, şi nu o face numai referindu-se la capacitatea acestuia de a conduce, ci se referă şi 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 declanşează nici un efect contextual, nu aduce nici o schimbare în mediul cognitiv al ascultătorului.

Campania americană este şi ea interesantă pentru studiul efectului perlocuționar. Ca şi în România, campania prezidențială este şi 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 preşedinție. Contextul social este şi în aces caz important. America înregistra o creştere economică datorită guvernării Clinton-Gore, dar G.W.Bush, continuând drumul tatălui său, şi fiind guvernator al statului Texas, reprezenta un adevărat adversar politic.

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

BDD-V3934 © 2003 Editura Universității din București
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 03:00:24 UTC)

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 şi 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 şi G. E. Bush au folosit aceleaşi arme, înseamnă că ambii au atins acelaşi nivel de persuasiune. Astfel, efectele perlocuționare pe care le-au obținut sunt aceleaşi: eficiente. Această afirmație se verifică dacă se ia în calcul rezultatul alegerilor: atât Al Gore, cât şi G.W. Bush au avut acelaşi 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 şi efectul perlocuționar: persuasiunea duce la un efect perlocuționar eficient care ia forma voturilor în momentul unei campanii prezidențiale. Totuşi, această relație este unidirecțională: în absența persuasiunii, efectul perlocuționar obținut se întoarce împotriva politicianului.

NOTE:

---

[1] D.S.L., p. 361, Ed. Ştiințifică, Bucureşti, 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;

BDD-V3934 © 2003 Editura Universității din București
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 03:00:24 UTC)

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; in 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 şi trebuie să conducă România*; 1.11.2000; în C. V. Tudor, *Discursur*i, p. 368 – 369; ed. Fundația România Mare, 2001
25. Tudor, C. V.: *Am o mână de fier şi 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 Naţiune al preşedintelui 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 ştiu 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.: *Dicţionar General de Ştiinţe. Ştiinţe ale Limbii*; Bucureşti: Ed. Ştiinţifică, 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 Discoursive Practices*. în 'Language and Peace', ed. Schäffner. Ch. and Wenden, Anita L., Dartmouth, 1995:119-137

BDD-V3934 © 2003 Editura Universității din București
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 03:00:24 UTC)

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 metadiscoursive 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.

BDD-V3934 © 2003 Editura Universității din București
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 03:00:24 UTC)

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.

BDD-V3934 © 2003 Editura Universității din București
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 03:00:24 UTC)