THE ADVERB – RHETORICAL MARK IN THE PRESENT-DAY POLITICAL DISCOURSE

Daniela Dascălu (Giugariu)
PhD Student, "Al. Ioan Cuza" University of Iaşi

Abstract: The argumentative strategies are used in the current Romanian political discourse for persuasion. Politicians use the rhetorical question, polemical negation, accumulation and repetition. These argumentative strategies contain adverbs - rhetorical marks that suggest the speakers' intentions.

Keywords:adverb, argumentative strategy, political discourse, rhetorical mark.

I. În studiul de față vom evidenția strategiile argumentative utilizate în discursul politic românesc actual, în structura cărora intră adverbele – mărci retorice. În demersul nostru, vom aminti o serie de aspecte teoretice cu privire la noțiunile pe care le vom utiliza, apoi vom identifica strategiile argumentative în discursul politic românesc actual și vom observa rolurile adverbelor – mărci retorice în aceste strategii utilizate de către politicieni cu scopul de a convinge publicul să adere la ideile personale sau ale grupului parlamentar din care aceştia fac parte. Menționăm că în analiza noastră ne vom servi de fragmente de discurs politic apărute în lucrarea Luminița Hoarță Cărăușu (coord.), *Corpus de limbă română vorbită actuală nedialectală*, Editura Universității „Alexandru Ioan Cuza" Iași, 2013.

II. În *Dicționarul explicativ al limbii române*, retorica este definită ca fiind „arta de a vorbi frumos; arta de a convinge un auditoriu prin măiestria argumentației, frumusețea stilului și a limbii etc.; ansamblul regulilor care ajută la însușirea acestei arte".[1]Retorica desemnează, pe de o parte, „arta de a vorbi frumos", şi, pe de altă parte, „arta de a convinge un auditoriu de justeţea ideilor expuse printr-o argumentaţie bogată, riguroasă, pusă în valoare de un stil ales.[2] Așa cum precizează și Dumitru Tiutiuca, retorica „numește arta, dar și știința de a elabora un discurs persuasiv".[3] Așadar, retorica se situează la granița dintre artă și știință, astfel încât, cel care ține un discurs, se dovedește a fi capabil de a cunoaște știința retoricii, dar și de a mânui cu demnitate arta retoricii.

Retorica are în vedere două niveluri de limbaj: propriu și figurat.[4] Limbajul figurat are în centrul său figura, care are rolul de a realiza trecerea de la nivelul propriu la nivelul figurat al limbajului, dând posibilitatea de a interpreta receptorului. Formele retorice de persuadare a auditoriului sunt manipularea, seducerea sau propaganda.[5] Retorica, „ars bene dicendi", acționează asupra interlocutorului, limbajul fiind o acțiune de instruire, delectare,

[1] Dicționarul explicativ al limbii române, ediția a II-a revăzută și adăugită, Editura „Univers Enciclopedic Gold", București, 2009;https://dexonline.ro/definitie/retorica.
[2] Silvia Săvulescu, Retorica și teoria argumentării, Editura „Comunicare.ro, București, 2004, p. 13.
[3] Dumitru Tiutiuca, Retorică și argumentare, Editura Fundației Academice „Danubius", Galați, 2006, p. 7.
[4] Constantin Frosin, Retorică. Teoria argumentării, Editura Fundației Academice Danubius, Galați, 2004, p. 44.
[5] Daniela Rovența-Frumușani, Argumentarea. Modele și strategii, Editura „BIC ALL", București, 2000, p. 12.

BDD-V4864 © 2019 Arhipelag XXI Press
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-15 19:49:04 UTC)

impresionare a acestuia.[6] În același spirit, retorica „asigură o necesară distincție intelectuală și culturală prin stăpânirea elegantă și corectă a limbii, ca mijloc principal de cunoaștere, înțelegere, expresie (inclusiv artistică), comunicare".[7] Retorica miza și pe o tehnică a dispunerii argumentelor.[8] Argumentarea implică două componente: *elocutio* (teoria figurilor), *inventio/dispositio* (alegerea argumentelor, ordonarea).

Literatura de specialitate distinge următoarele tipuri de discurs: polemic, juridic, politic. Acesta din urmă este văzut fie un act de conservare, care privește prezidențiabilul ce se luptă pentru prelungirea mandatului, fie un act de inițiere, ce vizează prezidențiabilul care intră pentru prima dată în cursa electorală și se oferă drept unica soluție a crizei.[9] Discursul retoric politic se bazează pe competitivitate, competiția având loc între adversari, fiecare dintre ei propunându-și să îi convingă pe ceilalți să adopte o lege, o moțiune.[10]

Formele retorice de persuadare a auditoriului sunt manipularea, seducerea sau propaganda.[11] Orice discurs, cu preponderență retoric, are următoarele funcții[12]: persuasivă, hermeneutică, euristică și pedagogică. Funcția persuasivă are în centru trei caracteristici: seducția, demonstrația și manipularea, care pot contribui la convingerea interlocutorului. Funcția hermeneutică are în vedere adversarul, interpretând continuu acțiunile acestuia. Funcția euristică presupune propunerea unor soluții chiar și în cazul problemelor care par a nu avea rezolvare. Ultima funcție, cea pedagogică, prevede includerea retoricii ca disciplină de studiat, dar se ocupă și de interpretarea și elaboraarea unor texte care sunt fie literare, fie discursuri retorice.

Discursul politic trebuie să placă, și, de asemenea, să convingă publicul, acțiuni care sunt în strânsă legătură cu exigențele stilistice sau expresive. Se apelează, astfel, la strategiile discursiv-argumentative, precum întrebarea retorică, negația polemică sau metafora cu rol argumentativ, figurile retorice funcționând ca vectori ai argumentării.[13] Până în secolul al XIX-lea, acestea s-au definit ca „un ansamblu de fenomene sintactice, semantice, pragmatice și stilistice foarte variat, complex și bogat"[14], ce se raportează mereu la forma discursului. Întrucât au fost mai multe păreri contradictorii cu privire la figuri, în domeniul retoricii acestea au fost clasificate în felul următor[15]:

a. figuri de cuvânt – au legătură cu substanța sonoră a discursului: aliterația, asonanța, antanaclaza, afereza, apocopa.

b. figuri de construcție – au în vedere structura frazei: acumularea, anafora, antiteza, elipsa, inversiunea, repetiția, reversiunea.

c. tropii – presupun schimbarea sensului unui cuvânt: metafora, metonimia, ironia.

---

[6] Daniela Rovența-Frumușani, Argumentarea. Modele și strategii, Editura „BIC ALL", București, 2000, p. 17.
[7] Dumitru Tiutiuca, Retorică și argumentare, Editura Fundației Academice „Danubius", Galați, 2006.
[8] Elena Dragoș, Introducere în pragmatică, Editura „Casa Cărții de știință", Cluj, 2000, p. 15.
[9] Daniela Rovența-Frumușani, Argumentarea. Modele și strategii, Editura „BIC ALL", București, 2000, p. 10.
[10] Gheorghe Mihai, Psiho-logica discursului retoric, Editura „Neuron", Focșani, 1996, p. 150.
[11] Daniela Rovența-Frumușani, Argumentarea. Modele și strategii, Editura „BIC ALL", București, 2000, p. 12.
[12] Dumitru Tiutiuca, Retorică și argumentare, Editura Fundației Academice „Danubius", Galați, 2006, p. 28-29.
[13] Silvia Săvulescu, Retorică și teoria argumentării, Editura „Comunicare.ro", București, 2004, p. 62.
[14] Dumitru Tiutiuca, Retorică și argumentare, Editura Fundației Academice „Danubius", Galați, 2006, p. 161.
[15] Dumitru Tiutiuca, Retorică și argumentare, Editura Fundației Academice „Danubius", Galați, 2006, p. 162-176.

BDD-V4864 © 2019 Arhipelag XXI Press
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-15 19:49:04 UTC)

d. figuri de gândire – constă în relația vorbitorului cu discursul: aluzia, metalepsa, concesiunea, corecția.

e. figuri de sentiment – produc adoptarea unei gândiri prin puterea afectului: interogația retorică, invocația.

Raportat la clasificarea figurilor, în pasajele următoare, vom observa că în discursul politic românesc actual adverbele sunt utilizate, de obicei, în figuri de construcție precum repetiția, dar și în figuri de sentiment din care se remarcă interogația retorică, negația polemică fiind doar o strategie argumentativă. Așa cum teoria spune că „nu există poezie fără figuri”[16], tot așa putem afirma că nu există discurs politic fără strategii argumentative.

III. După cum aminteam în rândurile de mai sus, vom observ rolurile pe care le îndeplinesc adverbele – mărci retorice în discursul politic românesc actual, prin intermediul strategiilor argumentative de care uzează parlamentarii pentru a persuada. Dacă se spune că retorica își propune să aibă drept finalitate aflarea adevărului[17], am putea afirma că finalitatea unui discurs politic în care politicianul recurge la strategii retorice ar putea fi încrederea în actorul politic pentru a descoperi căile răului societății și a îndrepta situațiile dificile existente, la un moment dat, în societate. Aceste căi, prin care s-au produs greșeli pe parcursul unor mandate ale unor partide și politicieni, sunt scoase în evidență de către oamenii politici, atunci când își rostesc discursurile, utilizând interogații retorice, negații polemice, repetiții sau acumulări. Toate acestea figuri, am putea spune de convingere, au rolul de a menține atenția publicului și de a-l face să reflecteze asupra faptelor expuse de emițător sau asupra acțiunilor (ne)realizate de către cei care au fost la guvernare anterior momentului desfășurării dezbaterii sau susținerii discursului politic. „Răul” produs societății românești mereu are alte direcții de rezolvare, care nu sunt aceleași cu ale politicienilor aflați în partidele de opoziție.

Scena politică are în centru „eul politic”, ce duce atât o luptă interioară, pornind de la enunțul „Eu pot altfel.”, cât și o luptă exterioară cu adversarii politici, dar și cu votanții, pe care trebuie să îi convingă să voteze un anumit partid, un anumit om politic sau anumite legi datorită promisiunilor și ideilor pe care le vehiculează. În felul acesta, adverbele utilizate în discursul politic românesc actual intră în structura unor interogații retorice, negații polemice, repetiții și acumulări, ale căror sensuri le vom descoperi în interpretările oferite în rândurile de mai jos.

1. Întrebarea retorică

Interogația retorică se află printre procedurile discursive cele mai utilizate în discursul politic. Ea trebuie să fie sugestivă, întrucât întrebările retorice sunt afirmații deghizate.[18] Interogația retorică conține informația pe care oratorul dorește să o transmită auditoriului, astfel încât are scop similar cu acela al comenzilor, promisiunilor, imperativelor. În aceeași ordine de idei, interogația retorică „nu cere un răspuns, dar susține o anumită idee, un anumit punct de vedere”.[19] Analiza pragmatică a enunțului interogativ este completă doar dacă se iau în calcul determinarea contextuală și secvențială.[20] În constituirea întrebărilor retorice se regăsesc următoarele adverbe – mărci retorice:

a. UNDE?

a.1. „TB: Domnul Geoană↓*unde*-au căzut exporturile] românești? Pe ce piață?

MG: Au căzut și exporturi↓ dar//

[16] Grupul μ, Retorică generală, trad. Antonia Constantinescu și Ileana Littera, Editura „Univers”, București, 1974, p. 31.

[17] Dumitru Tiutiuca, Retorică și argumentare, Editura Fundației Academice „Danubius”, Galați, 2006, p. 60.

[18] Constantin Sălăvăstru, Discursul puterii, Editura „Tritonic”, București, 2009, p. 280.

[19] Dumitru Tiutiuca, Retorică și argumentare, Editura Fundației Academice „Danubius”, Galați, 2006, p. 125.

[20] Alina Ganea, Enunțul interogativ în franceză și română, Teză de doctorat, Iași, 2006, p. 185.

BDD-V4864 © 2019 Arhipelag XXI Press
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-15 19:49:04 UTC)

TB: <R *Unde?Unde?* R>Pe ce piață?
MG: Pe piețele occidentale.
TB: <R Care? Care? R> Că-s⊥⊥ Occidentu'-i mare."[21]

Adverbul *unde* face trimitere la faptul că Traian Băsescu intenționează să-l contrazică pe Mircea Geoană cu privire la exporturile românești, cerându-i să spună exact locațiile la care face referire în discursul său. Mircea Geoană, neoferind un răspuns concret, se dovedește a nu fi un bun cunoscător al celor afirmate, oferindu-i, în cele din urmă, șansa lui Traian Băsescu de a transmite publicului că informația adusă în context de către Mircea Geoană este falsă.

a. 2. „VT: <F Și-acuma↑ sânt Patru candidați mari și lați. Băsescu↓ Geoană↓ Crin Antonescu↓ Sorin Oprescu. Eu *unde* sânt domnilor? Care n-am fost la puTEre↑ F>//"[22]

Prin enunțul interogativ, Vadim Tudor transmite ideea că el nu se află printre candidații la președinție, dorind să atragă atenția asupra faptului că el nu reprezintă importanță în viziunea publicului sau, chiar a colegilor.

b. CÂT?

b.1. „VT: Eu am în jur de douășiopt la sută↓ și Băsescu-i pă locu' PAtru↑ între treișpe și PAIșpe la sută. <F *Cât* mai țin ei sonDAjele astea sub preș? F>"[23]

Vadim Tudor consideră că cei care se ocupă de numărarea voturilor nu ar fi transparenți în ceea ce privește transmiterea sondajelor, jignindu-i, astfel, pe toți aceia care se află în situația dată. O altă interpretare a enunțului emis de către politician ar fi aceea că va veni timpul când toate minciunile vor fi descoperite și va apune vremea practicilor „sub preș".

c. CÂND?

c.1. „MG: Domnule Băsescu↓*când* ați descoperit că a venit criza în Romînia?
TB: Nu↓ eu recunosc//
MG: Pe doișpe ianuarie două mii nouă? (aplauze în sală)
TB: recunosc↓ am recunoscut acest lucru. /ă:: +++ Am + fost convins că România↑//
MG: <R Păi dacă dumneavoastră ați aflat așa de târziu↓ [domnu' Boc] săracu' *când* o fi aflat? R>"[24]

Mircea Geoană emite opinia referitoare la inexistența unui timp concret al descoperirii crizei din țară. Politicianul consideră că președintele și cu prim-ministrul nu au date concrete ale instalătii crizei în România. El este de părere că aceștia au luat măsuri de combatere a crizei, fără a avea la bază niște studii eficiente.

d. CUM

d.1. „RD: Vremurile alea erau destul de gri↓ pen- pentru [mine au fost gri.
VT: Dar acuma *cum]* sânt domnule?"[25]

Corneliu Vadim Tudor inserează ideea că și în momentul în care are loc discuția respectivă, societatea românească nu parcurge o etapă de înflorire în ceea ce privește situația economică. Cu alte cuvinte, ar spune că vremurile nu s-au schimbat, chiar dacă anii au trecut.

2. Repetiția

[21] Luminița Hoarță Cărăușu (coord.), Corpus de limbă română vorbită actuală nedialectală, Editura „Universității Alexandru Ioan Cuza", Iași, 2013, p. 326.
[22] Luminița Hoarță Cărăușu (coord.), Corpus de limbă română vorbită actuală nedialectală, Editura „Universității Alexandru Ioan Cuza", Iași, 2013, p. 364.
[23] Luminița Hoarță Cărăușu (coord.), Corpus de limbă română vorbită actuală nedialectală, Editura „Universității Alexandru Ioan Cuza", Iași, 2013, p. 377.
[24] Luminița Hoarță Cărăușu (coord.), Corpus de limbă română vorbită actuală nedialectală, Editura „Universității Alexandru Ioan Cuza", Iași, 2013, p. 326.
[25] Luminița Hoarță Cărăușu (coord.), Corpus de limbă română vorbită actuală nedialectală, Editura „Universității Alexandru Ioan Cuza", Iași, 2013, p. 382.

BDD-V4864 © 2019 Arhipelag XXI Press
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-15 19:49:04 UTC)

Repetarea unui cuvânt, a unui adverb , spre exemplu, ajută vorbitorul să insiste asupra unei idei, care, în alte circumstanțe, ar trece neobservată de către public. De asemenea, repetiția transmite ideea de întârziere a informației așteptate de interlocutor, cu scopul de a-i stimula interesul, de a-i pune răbdarea la încercare sau de a-l determina să renunțe la dialog. Pe de altă parte, repetiția face ca informația să se fixeze în mintea ascultătorilor, în felul acesta, „populația se familiarizează, acceptând și sfârșind prin a crede, un anumit lucru sau o informație în legătură cu care Puterea este interesată să fie crezută sau acceptată din punct de vedere social."[26]

a. NU

„MG: *Nu* am ele - *nu* am elemente] ca să răspund↓ iertați-mă o secundă↓ domnule Băsescu.

TB: în ceea ce privește↑//

MG: *Nu* am elemente ca să răspund. *Nu* îi cunosc pe acești oameni. (rumoare în sală)"[27]

În acest fragment de discurs, adverbul *nu* sugerează refuzul vorbitorului de a recunoaște ce se afirmă despre el. Politicianul se apără, negând. Acesta susține că nu are argumente prin intermediul cărora să dovedească faptul că interlocutorul său nu are dreptate. Ascunzându-se în spatele lui *nu* se dovedește a fi un slab politician.

b. ASTĂZI

„MT: Da. O deține categoric. [Am demonstrat-o *astăzi*.

OS: Atunci↓ iar este↑]//

MT: *Astăzi* am demonstrat-o↑ deci *astăzi* am demonstrat-o↑//"[28]

Politicianul reține atenția publicului asupra zilei în care are loc discuția, ca și cum nimic nu mai contează, nicio acțiune trecută, ci doar ceea ce s-a întâmplat în ziua despre care vorbește. Într-un fel, se dorește să se imortalizeze momentele petrecute în ziua respectivă Intenționează să convingă publicul că doar prezentul contează.

3. Negația polemică

Negația polemică este o strategie argumentativă care se bazează pe contestarea unui enunț anterior, având caracter replicativ și consolidând orientarea argumentativă a acestuia.[29]: *CA: = < Î Domnu' Băsescu↓ Î> nu v-am întrebat cine sunteți dom' le↓ ci cum vă simȚIți.*[30]

a. „OP: vor fi: în vigoare până la sfârșitul anului. Să amintim.

VV: *Nu↓nu↓* mă iertați↓ mă iertați. Premieru' să ne spună când peste vreo DOuă luni↓ vor trebui să facă strategia bugetară pe doi ani↑ + să ne spună de pe-aCUma dacă de la întâi ianuarie urcă sau nu salariile și pensiile la loc."[31]

Politicianul VV îl contrazice pe OP, susținând importanța momentului creșterii salariale. Dorința de a-l face pe celălalt să afirme ceva pentru care nu deține siguranță că se va aplica sugerează ironia ascunsă, emițătorul intenționând să convingă asupra imposibilității respectării promisiunilor partidului advers.

---

[26] Ștefan Stănciugelu, Logica manipulării. 33 de tehnici de manipulare politică românească, Editura „C. H. Beck", București, 2010, p. 78.
[27] Luminița Hoarță Cărăușu (coord.), Corpus de limbă română vorbită actuală nedialectală, Editura „Universității Alexandru Ioan Cuza", Iași, 2013, p. 330.
[28] Luminița Hoarță Cărăușu (coord.), Corpus de limbă română vorbită actuală nedialectală, Editura „Universității Alexandru Ioan Cuza", Iași, 2013, p. 487.
[29] Daniela Rovența-Frumușani, Argumentarea. Modele și strategii, Editura „Bic All", 2000, p. 115.
[30] Luminița Hoarță Cărăușu (coord.), Corpus de limbă română vorbită actuală nedialectală, Editura Universității „Alexandru Ioan Cuza" Iași, 2013, p. 292.
[31] Luminița Hoarță Cărăușu (coord.), Corpus de limbă română vorbită actuală nedialectală, Editura „Universității Alexandru Ioan Cuza", Iași, 2013, p. 429.

BDD-V4864 © 2019 Arhipelag XXI Press
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-15 19:49:04 UTC)

b. „MȘ: (AK) Șase virgulă opt pardon↓ să putem să: obținem această resursă pă care ne-o alocă Fondu' și *nu* NUmai atât. *Nu* BAnii în sine sânt importanți↓ ci credibilitatea [pă piața internațională."[32]

Politicianul intenționează să schimbe direcția de concentrare, apelând la sensibilitatea publicului și punând pe primul loc credibilitatea, în detrimentul cifrelor și sondajelor. De fapt, banii reprezintă direcția de interes a formațiunii politice din care face parte MȘ, intenția de manipulare a ascultătorilor fiind relevantă. În domeniul economic, este esenţială credibilitatea pe piaţă a unui produs sau al unui serviciu, a furnizorului acestuia. Credibilitatea generează încrederea consumatorului în produsul sau serviciul respectiv sau în organizaţia ori persoana care furnizează produsul. Însă, MȘ se încurcă în oferirea unor informații concrete, de aceea intenționează să apeleze la sesnsibilizarea publicului, prin introducerea noțiunii de credibilitate pe piața muncii.

IV. **Concluzii.** În studiul nostru, am încercat, să redăm, succint, câteva roluri pe care le îndeplinesc adverbele – mărci retorice în strategiile argumentative pe care folosesc politicienii români în discursurile politice în vederea manipulării opiniei publice. Dacă vor fi sau nu oamenii convinși, acest fapt depinde de modul de gândire a fiecăruia, dar și de experiența socială personală.

BIBLIOGRAPHY

Dicționarul explicativ al limbii române, ediția a II-a revăzută și adăugită, Editura „Univers Enciclopedic Gold", București, 2009;https://dexonline.ro/definitie/retorica.

Dragoș, Elena, *Introducere în pragmatică*, Editura „Casa Cărții de știință", Cluj, 2000.

Frosin, Constantin, *Retorică. Teoria argumentării*, Editura Fundației Academice Danubius, Galați, 2004.

Ganea, Alina, *Enunțul interogativ în franceză și română*, Teză de doctorat, Iași, 2006.

Grupul μ, *Retorică generală*, trad. Antonia Constantinescu și Ileana Littera, Editura „Univers", București, 1974.

Hoarță Cărăușu, Luminița (coord.), *Corpus de limbă română vorbită actuală nedialectală*, Editura „Universității Alexandru Ioan Cuza", Iași, 2013.

Mihai, Gheorghe, *Psiho-logica discursului retoric*, Editura „Neuron", Focșani, 1996.

Rovența-Frumușani, Daniela, *Argumentarea. Modele și strategii*, Editura „BIC ALL", București, 2000.

Sălăvăstru, Constantin, *Discursul puterii,* Editura „Tritonic", București, 2009.

Săvulescu, Silvia, *Retorica și teoria argumentării*, Editura „Comunicare.ro, București, 2004.

Stănciugelu, Ștefan, *Logica manipulării. 33 de tehnici de manipulare politică românească*, Editura „C. H. Beck", București, 2010.

Tiutiuca, Dumitru, *Retorică și argumentare*, Editura Fundației Academice „Danubius", Galați, 2006.

[32] Luminița Hoarță Cărăușu (coord.), Corpus de limbă română vorbită actuală nedialectală, Editura „Universității Alexandru Ioan Cuza", Iași, 2013, p. 434.

BDD-V4864 © 2019 Arhipelag XXI Press
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-15 19:49:04 UTC)