

RETORICA PROMISIUNII ÎN DISCURSUL POLITIC ACTUAL

Drd. Oana TĂTARU *

The Rhetoric of Promise in Nowadays Political Discourse

Abstract: The present paper debates the populist and elitist type of discourse that are exemplified by the Discourse of the president of Romania, Traian Băsescu on the occasion of The Unification of Romanian Principalities (Iași 24 of January 2008) and the Discourse asserted by the Prime Minister, Călin Popescu Țăriceanu, at the reception that was organized on the occasion of the Europe's Day (9th of May 2007) by means of of thematic and relational analysis. The choice of language of the two political discourses is marked by indexes such as clarity, emotional impact and context, each of them being present more or less in direct relation to the intentions of the above mentioned political actors. The words of the political discourses might be said to have been carefully chosen, thus deducing the association of ideas that the receptor is likely to operate, respectively the two categories of public to whom they are addressed. The language of discourses make use of the images that words evoke and which are based on stereotypes the audience has assimilated along the time, while the word itself is carefully sought in order to emphasize the message. A common expression of a trivial truth “the power of words” seems to be a truism. Words are endowed with the attribute of expressing both sides, good and bad, but they might prove to be a real element in constructing relations or might destroy the role of language by annihilating its power. Therefore, both facets should be taken into consideration and studied in such a manner that the audience to be aware of the effects they exert.

Keywords: communicational act, message, norm, political language.

„Orice individ are dreptul la libertate de opinie și de exprimare, ceea ce implică dreptul de a nu fi hărțuit pentru opiniile sale și pe cel de a căuta, de a primi și de răspândi, fără limitări de frontieră, informațiile și ideile, prin intermediul câtorva mijloace de expresie existente”.(Articolul 19 din *Declarația Internațională a Drepturilor omului*, votată de ONU în 1948)

Studiul de față își propune să analizeze tipul de discurs populist și elitist, exemplificate prin *Discursului președintelui României, Traian Băsescu, cu ocazia Zilei Unirii Principatelor Române* (Iași 24 ianuarie 2008) și *Discursul susținut de primul ministru Călin Popescu Țăriceanu, la recepția organizată cu ocazia Zilei Europei* (9 mai 2007) pe baza analizei tematice și relaționale.

* Asist. Univ. Drd. Facultatea de Istorie și Științe Politice, Universitatea „Ovidius” Constanța

Comunicarea politică se prezintă ca expresie a modernității sociale, care a atras atenția pe măsură ce dezvoltarea sistemului democratic avea să transforme politicul

într-un domeniu de interes public. Aceasta apare sub forma unei activități strategice ce necesită competențe diverse și tipuri diferite de resurse, un câmp în care se intersectează diverse modalități de persuadere a electoratului.

Prin comunicare se asumă, întâi de toate, o identitate. Faptul de a comunica are mereu ca finalitate exprimarea acestei identități. Astfel, comunicați pentru a avea identitatea voită în situația de comunicare în care te găsești.

În oricare situație de comunicare, fiecare „actor” interpretează un rol menit să-i asigure în final controlul situației, altfel spus, capacitatea de a se face cunoscut în rolul său. La un anumit moment, fiecare emite enunțuri plasându-se în diferite puncte de vedere, iar locutorul se joacă cu identitatea interlocutorului, rezervându-i diverse locuri.

Comunicarea este percepută ca un proces complex în care informația și mesajul sunt mai puțin importante decât chestiunea centrală, care este aceea de a ști cui vorbești. Așadar, poți comunica chiar și numai pentru a te poziționa și a fi recunoscut în această poziție, modalitatea de intervenție comunicativă ce este legată de existența socială. Actul de comunicare este întotdeauna și o tentativă de influențare a celuilalt.

În măsura în care orice schimb comunicațional și, în special cel politic, este purtător de mize și în măsura în care el reprezintă construirea în comun a unei realități. Acest schimb este tentativă de alienare a unuia de către celălalt și/sau viceversa, adică tentativă de a impune o lume posibilă care să-i asigure unuia sau celuilalt controlul asupra mizelor.¹

Actul de comunicare pare în primul rând să producă efecte. El urmărește să-l determine pe celălalt să creadă, să gândească sau să acționeze. Comunicarea înseamnă omul care se modelează, deschis către celălalt prin cuvânt, semn, prin demersul relațional. Această finalitate de influență se accentuează când se constată că toate enunțurile dintr-o limbă își atribuie și capătă sens din faptul că își atribuie, în măsura în care îl manipulează pe interlocutor, un tip determinat de concluzie. Influența este o resursă umană întrucât este și o aptitudine de a-l motiva pe celălalt, adică de a-l face capabil să gândească sau să acționeze în sensul dorit.

Așadar, comunicarea este un fenomen global cel puțin din două motive. Mai întâi, pentru că tot ce e exprimat de individ face parte din comunicarea sa. Comunicarea interpretează, astfel, vorbele, comportamentele, atitudinile și toate paralimbajele.² Apoi, deoarece comunicarea este țesută dintr-un ansamblu complex de mize, orice comunicare încearcă să influențeze, în grade diverse,

¹ Alex Mucchelli, *Arta de a comunica-Metode, forme și psihologia situațiilor de comunicare*, Iași: Polirom, 2005, p. 82.

² *Ibidem*, p. 102.

informația semenilor noștri, poziționarea individuală, mobilizarea celuilalt, calificarea relațiilor cu acest celălalt, precum și să specifice normele de referință ale situației de schimb.

Stilul propriu de a comunica al unui „actor” politic va fi deci și modul său personal de a utiliza și de a combina limbajul și paralimbajele. Subiectivitatea lui, stimulată de situația în care se găsește, va participa la definirea mizelor comunicării sale. Această comunicare poate fi atunci concepută drept expresia modului său de a răspunde la ceea ce se percepe ca fiind mizele situației. Astfel, raționând în paradigma structural-expresivă, se poate spune că în fiecare clipă anumite elemente ale personalității subiectului pot fi înțelese pornind de la stilul său propriu de exprimare, care dezvăluie propria-i ierarhizare a mizelor situației.

Orice comunicare îi propune celuilalt o definiție a lumii și, implicit, un ansamblu de norme ce vor susține interacțiunile viitoare. În ideea de a comunica se face uz de două mari categorii de semnale, cele *digitale* reprezentate de cuvinte, comprehensibile pe baza unui cod precis și semnalele *analogice* care se referă la gesturi, posturi, paralimbaj care, însă, nu trimit la coduri precise.

Reușita comunicării unui mesaj politic nu poate fi luată ca ceva de la sine înțeles, expeditorul mesajului trebuie să depună eforturi pentru a o obține. Calitatea unui mesaj, gradul de măiestrie și de rafinament al elaborării lui nu contează câtuși de puțin dacă publicul nu este receptiv. Coerența internă a discursului politic este asigurată de respectarea normelor generale de raționalitate. Dacă în uzajul politic ordinar este puțin probabil ca cerința să fie încălcată, în discursul politic posibilitatea aceasta este mai mare decât în oriunde altă parte, deoarece acesta se referă la o realitate într-o continuă dinamică în raport cu alte tipuri de realitate.³

Funcția de comunicare din interiorul sistemelor politice se realizează în raport cu structuri de comunicare specifice aceluși sistem politic și cu stilurile particulare de comunicare politică acceptate în acel context. Stilul limbajului politic variază în funcție de trăsăturile puterii politice și în funcție de așteptările celui ce comunică despre angajamentul elementelor comunicării ce va atinge efectul optim de putere, drept urmare limbajul apare în dublă ipostază de scut și armă.

Problemele de comunicare se datorează, adesea, semanticii, iar efortul în acest sens comunicare trebuie să se axeze sau focalizeze pe apropierea codurilor dintre cei doi poli, și anume emițător și receptor, instituție și publicuri. Respectiv, cuvintele care sunt folosite, în calitate de emițător, trebuie să însemne și pentru receptor același lucru.

Pe de altă parte, există mesaje sărace în context care se produc în cadrul așa-numitei „comunicări în context slab”, în cadrul cărora masa informației este

³ Brian McNair, *Introducere în comunicare politică*, Editura Polirom, Iași, 2007, p. 60.

inclusă în enunțul explicit. Într-un cadru contextual sărac, grila de selecție culturală joacă un rol cât se poate de mic în filtrarea informațiilor.⁴

Simplul fapt de a comunica implică în anumite împrejurări, o formă de acțiune îndreptată asupra celuilalt. Acțiunea de manipulare poate da numai iluzia de libertate, de alegere liberă, dar sunt, de fapt, „situații paradoxale de supunere forțată cu alegere liberă”, astfel încât individul face ceea ce se așteaptă de la el, părând că este o situație de libertate. Tehnicile de manipulare în limbaj constau din selectarea din realitatea istorică și prezentarea lor, a acelor elemente care susțin cel mai bine ipoteza pe care manipulatorii vor să o demonstreze.⁵

Dar, în același timp, puterea nici nu poate fi privită doar ca o simplă relație de subordonare existentă între indivizi sau între grupuri. Ea rezultă din însăși complexitatea acestor relații, ca acțiune socială concertată ce dă substanță politicului și intereselor care se întrepătrund pentru a da naștere la ce îndeobște este numit spațiu public.

Credibilitatea este acel atribut al informației care naște cele mai multe suspiciuni din partea audienței față de sinceritatea celor care comunică. Ambiguitatea limbajului natural sau excesiva sa rigiditate, cunoscută sub denumirea de „limbă de lemn”, pot constitui, deopotrivă, o sursă inepuizabilă de „răs-tălmăcire” a realității. Ambivalența vorbirii cotidiene este, de altfel, o caracteristică a tuturor celor dispuși să exploateze polisemii, sintaxe ori pragmatici lingvistice ce au intrat în uzanțele și „tipificările” comunicării intra și intercomunitare.

Așadar, limbajul este zestrea noastră semantică și normativă, mai mult sau mai puțin stăpânită într-un mod competent din punctul de vedere al comunicării și, deci, și al socializării. Discursul însă este modul de utilizare a limbajului în viața de zi cu zi, cel care poate trăda radiografia noastră identitară din punct de vedere politic, dar și psihic, social sau cultural. Analizând cum vorbim –noi sau ceilalți-deopotrivă, putem constata că lucrurile pe care le considerăm evidente sunt înfinit mai puțin certe și mult mai deschise interpretărilor diverse decât am fi presupus. Mai ales modalitatea de definire a unor noțiuni cum ar fi politica, societatea au suferit schimbări considerabile în ultimii ani. Noi înșine ne reinventăm în cadrul limbajului, al discursului abordat și al culturii, în modalități foarte complexe.

În cantități și varietăți copleșitoare limbajul stimulează interpretări simbolice și fragmentare dintre cele mai diverse. Limbajul politic îndoctrinează, influențează, distrează sau informează, poate plectisi sau exaspera.

În toate formele sale de manifestare, limbajul politic vizează reprezentarea realității prin prisma intereselor politice, iar actorii politici îl utilizează în mesaje construite „aici și acum”, urmând scheme simple de producere de mesaj, uzitând

⁴ Daniela Roventă-Frumușani, *Analiza discursului-ipoteze și ipostaze*, Editura Tritonic București, 2005, p. 79.

⁵ Joule Beauvois, 1997, p. 37, *apud* Tatiana Slama Cazacu, *Stratageme comunicaționale și manipularea*, Editura Polirom, Iași, 2000, p.51.

de imagini și simboluri, la jocuri de cuvinte și chiar cuvinte inventate, precum și gesturi, toate importante în crearea dimensiunii de spectacol. Dimensiunea de spectacol este necesară sporirii acceptabilității mesajului politic, dar determină și ruperea echilibrului dintre adresabilitatea sa rațională și cea afectivă, în avantajul celei din urmă și în detrimentul dimensiunii sale informative.

Limbajul politic poate fi deopotrivă flexibil și precis. Flexibilitatea sa este aceea posibilitate a limbajului de a crea metafore, metonimii, jargon, jocuri de cuvinte, cuvinte inventate. Precizia sa presupune posibilitatea limbajului de a susține structuri logice, liniare sau arborescente, dar și constelațiile semantice care dau posibilitatea alegerii cuvântului potrivit în exprimare. Acestea sunt tot ce trebuie pentru „poveștile frumoase” ale artei posibilului, care este politica.⁶ Limbajul politic este suportul ideologiei și propagandei prin funcțiile îndeplinite și prin efectele produse în societate. Acest limbaj realizează funcții specifice și variate, cum ar fi de comunicare și socializare, incitare și mobilizare, de legitimare a guvernanților și a grupurilor politice, a instituțiilor politice și a deciziei acestora. Îndeplinindu-le, limbajul politic stabilește o relație de comunicare între guvernanți/ actorii politici, emițători de limbaj politic structurat în mesaj și guvernați – receptori de mesaj politic, esențială pentru menținerea ori accederea la putere a actorilor politici, care stimulează aderarea la putere a actorilor politici, care stimulează aderarea guvernanților la grupări politice și le întreține obediența față de lideri și decizii politice.

Prin stil, structură, conținut și prin frecvența de difuziune a mesajelor produse, dar și prin adaptarea la contextul politic, acest limbaj provoacă atitudini și incită acțiuni care servesc interesele emițătorului de mesaj, inoculând receptorului valori care îi consolidează convingerea că atitudinile și deciziile sale sunt cele firești, ce decurg din urmărirea propriului interes.

Realitatea realizează o împletitură complicată de limbaje propagandistice, aflate în competiție pentru rolul de vehicul al puterii și în continuă adaptare la dinamica intereselor politice. O ipoteză ar fi aceea conform căreia pluralitatea limbajelor reprezintă caracteristica importantă a societății democratice.

Limbajul politic apare și se prezintă ca esență a puterii politice manifeste și instrument al său – ca limbaj al puterii politice. Puterea este posibilitatea de a defini, adică de a stabili semnificații specifice ale termenilor, instituțiilor și ale relațiilor politice din societate. Cuvintele sunt implicate în exercițiul manifestării puterii și în reajustarea puterii.

Puterea cuvintelor, cunoscută și controlată, poate să genereze recursul la un lexic specific, la reguli și strategii de comunicare. Limbajul reprezintă în acest sens mai mult decât un stoc de cuvinte și devine în contextul analizat o emblemă a puterii ce încearcă să fie acaparată.

⁶ Henrieta Mitrea Șerban, *Limbajul politic în democrație*, Editura Institutului de Științe Politice și Relații Internaționale, București, 2006, p.12.

Influența funcției politice asupra limbajului implică semantica și, anume, termenii cheie, slogane și sintaxa reprezentată de relațiile logice și gramaticale dintre cuvinte.

Doctrina politică reprezintă mai mult decât un set corespunzător de reguli de acțiune politică, un set de așteptări și cerințe privind relațiile și practicile de putere din societate, incluzând și simbolurile cheie exprimate prin limbaj. Răspunsul publicului este în funcție de „mediul” său sau receptivitatea sa.

Discursul politic nu este o simplă ficțiune politică. Orice tip de comunicare implică o degradare a „faptului brut”, în cazul discursului politic termenul de mediatizare vizează atât circulația discursului propriu-zis, cât și construcția mediatică. Dacă într-o primă etapă discursul politic se întemeiază ca „adevăr” pe bază de criterii ideologice, în epoca mediatizării, politicienii beneficiază de un întreg dispozitiv tehnologic și scenic care produce „imagini adevărate”.

Un discurs este politic când evaluează situații de interes public. Ceea ce distinge discursul politic de alte tipuri de acest fel este în primul rând convenționalitatea sa: oricât de „originală” ar fi conjunctura care declanșează acest tip de discurs, ea este imediat „normalizată” printr-un comentariu corespunzător cu rangul instituției și al celui care reprezintă instituția. Orice discurs politic funcționează pe baza unei argumentații convenționale care justifică, pe de o parte, rolul instituției și, pe de altă parte, imaginea publică a celui care reprezintă instituția. Mai mult decât oricare tip de discurs, cel politic comunică prezumtiv versiunea „corectă” a unor fapte precum și implicarea maximă a autorului în ceea ce privește veridicitatea conținutului.⁷

Discursul este un mod de utilizare a unei limbi, precum și a altor resurse de comunicare într-o anumită situație: limbaje, vocabulare specifice, convenții de adresare, canale de comunicare, identitatea interlocutorului. Toate acestea, adunate, converg către ideea conform căreia discursul politic poate fi asimilat unui proiect de interacțiune socială.

Producând un discurs, se utilizează resursele care există în situația dată, în primul rând limba, astfel încât acțiunea să fie îndreptată asupra auditoriului și, implicit, asupra situației respective. Cu fiecare utilizare a categoriilor unei limbi și a diferitelor reguli sociale, se produc efecte, se crează, așadar, un eveniment.

Analiza tematică și relațională care, vor susține analiza de discurs politic, identifică „practicile discursive” ale actorului politic, care ajută la decriptarea subiectivității omului politic, intenționalitatea discursului, „comportamentele de enunțare” și strategiile de persuadere.⁸ Dacă, inițial, analiza de discurs a fost percepută ca o demonstrație lingvistică, astăzi ea acoperă un cadru de interpretare din perspectivă psihologică, social și cognitivă.

⁷ Camelia Beciu, *Politica Discursivă – Practici politice într-o campanie electorală*, Editura Polirom, Iași, 2000, p.42.

⁸ Viorica Roșca, *Mediatizarea discursului electoral*, Editura Polirom, Iași, 2007, p. 109.

Producerea discursului este deopotrivă controlată, selecționată și organizată, dar libertățile discursului politic fac uneori extrem de grea raționalizarea persuasiunii prin „comportamente enunțiative”.

Analiza conceptuală sau analiza tematică, reprezintă un procedeu de selecție a unui concept, iar analiza presupune cuantificarea și analiza prezenței conceptului respectiv. Această analiză operează pe baza a două metode:

- a) analiza frecvențelor se reduce la identificarea frecvenței cu care un cuvânt, o temă sau un subiect revine în cadrul textului discursului;
- b) analiza tendințelor urmărește să pună în evidență atitudinea pozitivă, negativă sau neutră a emițătorului față de idee, fapt social sau eveniment; această metodă este expresia critică asupra analizei frecvențelor, cu alte cuvinte, identifică temele, fiecare temă fiind clasificată după poziția pozitiv, negativ sau neutru.

Analiza relațională este cunoscută sub două denumiri : analiza ocurențelor și analiza contingențelor. Metodele analizei relaționale permit evidențierea structurilor de asociere a conceptelor într-un text.

Analiza aserțiunilor evaluative ia în considerare patru premise:

- a. orice text conține un oarecare discurs;
- b. discursul este ansamblul evaluativ al obiectelor atitudinale și al relațiilor dintre ele;
- c. obiectul atitudinal aparține lumii reale și poate fi perceput ca atare;
- d. orice frază dintr-un text poate fi redusă la una sau mai multe propoziții cheie.

Analiza co-ocurențelor pune accentul pe relațiile semantice care există între contexte și se interesează să extragă din text relațiile dintre elementele mesajului. Metoda ocurențelor sesizează disocierile dintre elemente, manifestate prin absența anormală a unor elemente în aceeași unitate de context. Ne / asocierea a două sau mai multe idei formale exprimă asocierea sau disocierea unor idei în mintea vorbitorului. În toate cazurile , actorul politic nu-și poate controla total asocierile sau excluziunile și, de aceea, poate falsifica sensul corelațiilor.

Analiza contingențelor poate fi utilă pentru a apune în lumină mai mult structuri de personalități, preocupări latente, individuale, colective, stereotipii, reprezentări sociale sau ideologii împărtășite de vorbitori. În cadrul analizei relaționale există trei tehnici distincte:

- a. analiza influențelor afective urmărește evaluarea emoțională a conceptelor explicite care apar în text;
- b. analiza proximității se referă la corelarea aparițiilor conceptelor explicite într-un text, astfel, în această abordare, textul reprezintă o înșiruire de cuvinte care este analizată pe baza unor grupuri de concepte corelate sau inter-relaționate;
- c. schematizarea cognitivă încearcă surprinderea înțelesului de ansamblu al textului analizat, astfel, structurile mentale ale individului se configurează în funcție de modul în care acesta își organizează informația și de felul în

care face inferențe cu privire la faptele sociale. Metoda identifică modele mentale care reflectă percepțiile individului asupra faptelor sociale.

Într-o accepțiune mai largă analiza de discurs apare ca „analiză a uzului limbii” sau „studiul uzajului real al limbajului” de către locutori în situații reale. Dacă analiza de conținut clasică consideră discursul ca un act dat, un enunț, segmentabil și manipulabil, analiza actelor de vorbire consideră discursul ca pe un proces în cadrul căruia se produc cuvinte, se elaborează sensuri, se operează transformări.

În acest sens, pentru a evidenția mai bine atât subiectivitatea actorului politic cât și intenționalitatea discursului, exemplul *Discursului președintelui României, Traian Băsescu, cu ocazia Zilei Unirii Principatelor Române (Iași 24 ianuarie 2008)*⁹ pare a fi concludent. Comunicarea prezidențială include ansamblul practicilor de comunicare prin intermediul cărora instituția prezidențială și/sau președintele diseminează informații de interes public și național, dat fiind momentul aniversativ în care este plasat discursul. Acest tip de comunicare este unul dintre cele mai ritualizate forme de comunicare politică. „Contractul” de comunicare prezidențială pornește de la premisa potrivit căreia acesta intervine public mai ales în ocazii speciale, cum și cazul discursului mai sus menționat, rolul de comunicare tipic fiind alocuțiunea.¹⁰ Referitor la acest aspect trebuie făcută o paranteză și menționat faptul că președinții francezi cultivă din ce în ce mai mult comunicarea personalizată, înlocuind treptat alocuțiunea sau conferința de presă cu modalități de comunicare aparent mai puțin ritualizate, care pun accent pe psihologia personajului prezidențial. După formula de introducere specifică unui eveniment de sărbătoare și categoriei de auditoriu căreia îi este adresată „*Bună ziua*”, acesta face uz, prin exprimarea sa, de funcția expresivă și conativă a limbajului:

„*Îmi face plăcere să revin la Iași, nu-mi face plăcere că politizați o sărbătoare a moldovenilor, în primul rând.*” Astfel, emițătorul, în această situație, președintele, comunică atât un fapt obiectiv reprezentat de revenirea sa la Iași, dar și se comunică deopotrivă pe sine însuși, în sensul că exprimă ceva subiectiv și contingent, legat de propriile trăiri și interese și totodată își orientează de la început actul verbal către destinatar prin folosirea imperativului verbelor.

La polul opus al exprimării se află tipul de limbaj elitist, descifrat prin intermediul analizei relaționale și exemplificat prin *Discursul susținut de primul ministru Călin Popescu Tăriceanu, la recepția organizată cu ocazia Zilei Europei*¹¹, în care formula de început stabilește categoria de public căruia îi este adresat discursul:

„*Excelențele Voastre, doamnelor și domnilor ambasadori,
Doamnelor și domnilor,*

⁹ www.presidency.ro, *Discursul Președintelui României cu ocazia Zilei Unirii Principatelor Române (Iași 24 Ianuarie 2008)*.

¹⁰ Călin Sinescu, *Comunicare politică*, Editura Universitară, București, 2007, p.85.

¹¹ www.gov.ro, *Discursul susținut de primul ministru Călin Popescu Tăriceanu, la recepția organizată cu ocazia Zilei Europei*, București, 9 mai 2007.

„Stimați invitați”, formulă care îi urmează în coerența discursului stabilirea ariei tematice, și anume „sărbătorirea Uniunii”:

„Sărbătorim astăzi, alături de ceilalți cetățeni europeni, o Uniune care reunește aproape jumătate de miliard de oameni, de naționalități și tradiții diferite, dar mai ales de valori comune.”

Aceeași logică de succesiune a secvențelor este prezentă și în discursul președintelui, de data aceasta tematica fiind reprezentată de Unire și istoria acesteia, care face apel la bagajul informațional al auditoriului, dată fiind locația evenimentului. De fapt, discursul în sine aduce negreșit informații, și contribuie la concretizarea comunicării lingvistice prin raportare la orizontul ontologic în cadrul prezentei situații concrete de comunicare. Ca lider simbolic, președintele se adresează națiunii, în cazul discursului analizat este vorba de o colectivitate care are o anumită istorie, ca lider politic – el comunică în numele unui stat, iar în calitate de cetățean, se adresează opiniei publice: „noi, românii”.

Se poate afirma că discursul președintelui urmează o anumită gradație ideatică și posedă acel ritm care încearcă a „confisca” auditoriul, iar repetiția verbului la imperativ „avem” creează un efect deosebit asupra acestuia, atrăgând astfel atenția asupra esenței acțiunilor vizate prin discurs:

„Avem nevoie de continuarea proceselor de modernizare a statului român. Avem nevoie de continuarea proceselor de modernizare a justiției în România. Avem nevoie de instituții ale administrației de stat care să-i servească pe români, în primul rând. Avem nevoie de modernizarea agriculturii, a educației, avem nevoie a sănătății – sistemul de sănătate care trebuie să răspundă nevoilor românilor.”

Același impact asupra auditoriului este întreținut și prin repetiția cuvântului „solidar”:

„Toate acestea sunt obiective pe care le putem realiza dacă suntem solidari. Solidari, în primul rând, cu aspirațiile românilor, solidari cu viitorul nostru, solidari cu ideea că România nu poate să rămână o țară care să se plimbe în zona de mediocritate”.

Aspectul dinamic al limbajului discursului pare a fi prezent în încheiere, fiind susținut de propozitii în care actorul politic – președintele – implică auditoriului și face apel la sensibilitatea acestuia prin folosirea apelativelor „dragi ieșeni”, „dragi moldoveni”:

„Dragi ieșeni, dragi moldoveni, vă doresc o sărbătoare plină de bucurii, vă doresc să fiți solidari, iar ziua de 24 ianuarie să fie întotdeauna o sărbătoare a dumneavoastră și, în același timp, o sărbătoare a românilor!”

Sloganul, element al retoricității și instrument al performanței discursive, este prezent în încheierea discursului, făcând trimitere la realitatea imediată: „(...) să trăiți bine!”¹²

¹² Constantin Sălăvăstru, *Discursul puterii-încercare de retorică aplicată*, Editura Institutul European, Iași, 1999, p.291.

Dacă tipul de discurs populist analizat nu a făcut uz de neologisme și cuvinte abstracte dată fiind categoria de public căruia i-a fost adresat, discursul primului ministru uzează de acestea, fiind susținut în fața unui auditoriu educat. Construcțiile de genul : „profil global”, „profil instituțional”, „funcționare solidară” îngreunează exprimarea și totodată înțelegerea esenței mesajului, oarecum alienând auditoriul de la aria tematică inițială a discursului:

„Europa unită se află acum într-o perioadă extrem de dinamică, marcată de efortul comun pentru definirea profilului global, a profilului social sau a formulelor instituționale cele mai potrivite pentru o funcționare solidară.”

Actorul politic operează în cadrul discursului un schimb de statut, și anume, pentru o clipă acesta anulează poziția privilegiată pe care o reprezintă, aceea de prim ministru și o asumă pe cea de cetățean prin intermediul sintagmei „noi,(...) românii” adresându-se de data aceasta opiniei publice și nu elitei:

„Pentru noi, la început de drum, este important să ne asigurăm că cetățenii români sunt bine informați despre șansele pe care le-a deschis statutul de membru la Uniunii și că sunt pregătiți să utilizeze aceste oportunități”.

Discursul premierului se încheie cu urarea tipică unui moment de sărbătoare, însă, spre deosebire de discursul populist care, prin apelative ce țin de apropierea și sensibilitatea umană, fiind caracteristice limbajului de zi cu zi, formula de final are mai degrabă un caracter neutru, ce denotă o oarecare distanță între locutor și auditoriul acestuia:

„La mulți ani Europa! La mulți ani România!”

Alegerea limbajului celor două discursuri politice analizate este caracterizată de indici precum claritate, impact emoțional și context, fiecare dintre aceștia fiind prezenți mai mult sau mai puțin în directă relație cu intențiile celor doi actori politici. Cuvintele discursurilor politice sunt alese cu grijă, intuind asociațiile de idei pe care le-ar putea face receptorul, respectiv cele două categorii de public cărora le este adresat. Limbajul discursurilor se folosește de imaginile pe care cuvintele le evocă, imagini bazate pe stereotipurile pe care le are auditoriul, și adecvând cuvântul în sine la respectivul mesaj.

O expresie comună a unui adevăr banal: „puterea cuvintelor” pare un truism.¹³ Cuvintele pot exprima și „face”- de bine, dar și „de rău”, adică în beneficiul sau cel puțin nu împotriva auditoriului. Mai direct spus, având în vedere și malversațiile din actul de comunicare, concretizat prin discursul politic al președintelui și deturnarea comunicării prin schimbarea semnificațiilor cunoscute ale unor cuvinte, exemplificată în discursul președintelui prin utilizarea verbului „a plăcea” atât la aspectul pozitiv și negativ exprimă ideea asumării unui tip de atitudine și chiar, a unei orientări a auditoriului către o anumită direcție dorită, pentru a masca sau a ascunde realitatea. Folosirea seducției anumitor cuvinte, așa cum este cazul apelativului folosit de președinte „dragi” sau a necunoașterii acestora în cazul premierului român: „profil global”,

¹³ Tatiana Slama Cazacu, *op.cit.*, p.45.

„profil instituțional”, „funcționare solidară” au scopul de a devia sau chiar a obnubi gândirea auditoriului de la ideea centrală a mesajului discursului sau de a forța conduita acestuia într-o direcție de care el nu este conștient. Altfel spus, putem presupune că se intenționează un act de manipulare, mergând până la a „forța” o persoană să fie receptor împotriva voinței sau a intenției sale prin intermediul actului de promisiune și redat foarte clar de sloganul președintelui din finalul discursului: „(...) să trăiți bine!”, toate acestea accentuează ideea conform căreia cele două texte analizate sunt structurate astfel încât să servească intențiilor dorite de emițători.

Shimon Peres, fost prim ministru israelian și actual președinte al statului, afirma în 1995:

„Într-o democrație ce guvernează prin cuvinte, cuvintele pot fi pumnale, după cum pot să și vindece. Totul depinde de modul cum sunt utilizate.”

Cuvintele pot construi sau pot dăuna contactului dintre oameni, pot să și-l distrugă și să anihileze încrederea în limbaj. Ambele fațete ar trebui studiate, astfel încât auditoriul să fie conștient relativ la aceste efecte, iar aici se justifică analiza corpusului studiat.