

UNIVERSITATEA DE STAT DIN MOLDOVA



CONFERINȚA ȘTIINȚIFICĂ
NAȚIONALĂ CU PARTICIPARE INTERNAȚIONALĂ

**INTEGRARE
PRIN CERCETARE ȘI INOVARE**

28-29 septembrie 2016

Rezumate ale comunicărilor

Științe socioumanistice

Chișinău – 2016

Universitatea de Stat din Moldova



CONFERINȚA ȘTIINȚIFICĂ
NAȚIONALĂ CU PARTICIPARE INTERNAȚIONALĂ

INTEGRARE
PRIN CERCETARE ȘI INOVARE

28-29 septembrie 2016

Rezumate ale comunicărilor

Științe socioumanistice

Volumul I

CEP USM
Chișinău – 2016

CONFERINȚA ȘTIINȚIFICĂ
NAȚIONALĂ CU PARTICIPARE INTERNAȚIONALĂ
„INTEGRARE PRIN CERCETARE ȘI INOVARE”

Comitetul de organizare:

<i>Gheorghe CIOCANU, dr. hab., prof. univ., rector</i>	președinte
<i>Florentin PALADI, dr. hab., prof. univ., prorector</i>	copreședinte
<i>Sergiu BĂIEȘU, dr., conf. univ., decan</i>	Facultatea de Drept
<i>Stela MILICENCO, dr., conf. univ., decan</i>	Facultatea de Sociologie și Asistență Socială
<i>Valentina NICORICI, dr., conf. univ., decan</i>	Facultatea de Fizică și Inginerie
<i>Vladimir GUȚU, dr. hab., prof. univ., decan</i>	Facultatea de Psihologie și Științe ale Educației
<i>Georgeta STEPANOV, dr., conf. univ., decan</i>	Facultatea de Jurnalism și Științe ale Comunicării
<i>Galina RUSU, dr., conf. univ., decan</i>	Facultatea de Matematică și Informatică
<i>Ludmila ZBANȚ, dr. hab., conf. univ., decan</i>	Facultatea de Limbi și Literaturi Străine
<i>Claudia CEMĂRTAN, dr., conf. univ., decan</i>	Facultatea de Litere
<i>Galina ULIAN, dr. hab., prof. univ., decan</i>	Facultatea de Științe Economice
<i>Alexandru SOLCAN, dr., conf. univ., decan</i>	Facultatea de Relații Internaționale, Științe Politice și Administrative
<i>Viorica GLADCHI, dr., conf. univ., decan</i>	Facultatea de Chimie și Tehnologie Chimică
<i>Mihai LEȘANU, dr., conf. univ., decan</i>	Facultatea de Biologie și Pedologie
<i>Ion GUMENĂI, dr., conf. univ., decan</i>	Facultatea de Istorie și Filosofie

Comitetul de program:

<i>Florentin PALADI, dr. hab., prof. univ.</i>	președinte, prorector pentru activitatea științifică a USM
<i>Leonid GORCEAC, dr., conf. univ.</i>	vicepreședinte, Institutul de Cercetare și Inovare, USM
<i>Tatiana BULIMAGA</i>	<i>responsabil de ediție, responsabil secțiunile Științe ale naturii și exacte; Științe juridice și economice</i>
<i>Marianna SAVVA</i>	<i>responsabil secțiunea Științe sociale</i>
<i>Ana BALTAG</i>	<i>responsabil secțiunea Științe umanistice</i>

**Responsabilitatea asupra conținutului rezumatelor
revine în exclusivitate autorilor**

LITERE

TRIODUL PUBLICAT LA CHIȘINĂU ÎN 1862

Irina CONDREA

Studiul textelor cu caracter religios reprezintă, pentru Republica Moldova, un domeniu nou, dat fiind faptul că, până acum 25 de ani, din cauza atitudinii ostile a regimului comunist față de biserică, față de cult, o asemenea tematică era strict interzisă.

În cercetările inițiate recent se încearcă o evaluare a repertoriului de texte publicate în Basarabia în perioada țaristă, începând cu anul 1812, când în scaunul mitropolitan din Chișinău vine exarhul Gavriil Bănulescu-Bodoni, cel care inițiază tipărirea de carte liturgică și de alte texte cu caracter religios la Chișinău.

Cărțile publicate la Chișinău circulau în Basarabia în paralel cu edițiile din țară, din centrele tipografice bine cunoscute de la Râmnic, Neamț, Iași, București, Buda și altele. Informații elocvente în acest sens se conțin într-o amplă ediție, care consemnează prezența și circulația cărții de cult în Basarabia – lucrarea istoricului Igor Cereteu „Carte românească veche și modernă în fonduri din Chișinău. Catalog” [1]. Compartimentul *Catalog* se încheie cu o listă a tuturor cărților în ordine cronologică, în total 418 titluri, indicându-se la fiecare poziție numărul de exemplare păstrate în diverse instituții din Republica Moldova [1, p.350-359]. Este dată și o listă a centrelor tipografice din care provin cele peste o mie de volume, indicându-se edițiile în ordine cronologică.

Cărțile de cult publicate la Chișinău prezintă interes atât în calitatea lor de factor de cultură în această regiune, cât și din punct de vedere filologic, în special pentru că fixează anumite elemente ale textului religios din perioada respectivă, ceea ce ne dă posibilitatea să urmărim evoluția acestui limbaj până în prezent.

Ca material pentru investigație ne-a servit un text mai puțin preferat de tipografii, dar foarte valoros din punctul de vedere al expresivității limbajului și al forței duhovnicești – este vorba de *Triod* (carte cunoscută și cu denumirea grecească *Triodion*).

Frecvența *Triodului* în spațiul românesc a fost destul de bine studiată [2], fiind elaborată și o listă a edițiilor tipărite – prima apariție este datată cu anul 1558 – Triod – Penticostar slavon, (1550) 1558,

tipărit de Coresi, la Târgoviște. (Se cunosc două exemplare: unul la BAR și unul la Biblioteca Publică din Petersburg. Ambele exemplare sunt incomplete. Se pare că acest Triod a conținut peste 360 de file.) În total, sunt înregistrate 33 de ediții publicate pe parcursul secolelor XVI-XX, dintre care 9 datează din secolul XIX, situându-se între anii 1800 și 1897: 1800 (Blaj), 1804 (Blaj), 1813 (Blaj), 1816 (Iași), 1816 (Buda), 1833 (Neamț), 1847 (Neamț), 1891 (București), 1897 (București) [2]. În colecțiile din Chișinău figurează doar 4 din cele 9 ediții, publicate în secolul XIX – cele din 1813 (Blaj), 1816 (Buda), 1891 (București), 1897 (București) [2].

Este important de menționat că în secolul XIX *Triodul* a fost publicat și la Chișinău, în Tipografia Duhovnicească în anul 1862, dar această ediție nu este consemnată în lista menționată mai sus [2]. Catalogul lui I.Cereteu fixează 10 exemplare ale acestui *Triod*, aflate în colecțiile bibliotecilor, muzeelor și arhivelor din Chișinău, un număr relativ mic, în comparație cu numărul de exemplare ale altor cărți de cult din acea perioadă, cum ar fi *Liturgierul*, *Evangeliiile*, *Molitvenicul* ș.a.

Cert este că acestea zece, depozitate în colecțiile unor instituții, nu sunt unicele aflate pe teritoriul Basarabiei, pentru că multe exemplare – nu se știe câte – se află în posesia bisericilor și a centrelor monastice, colecții mai puțin cercetate. Noi am consultat pentru studiul întreprins un exemplar al *Triodului* aflat în colecția de cărți a Bisericii „Sfântul Gheorghe” din Cojușna, localitate aflată în imediata apropiere de Chișinău. *Triodul* publicat la Chișinău din 1862 este un volum de dimensiuni mari, obișnuite în acea perioadă pentru cărțile bisericești, de 36 x 24,5 cm și are 374 de file numerotate. Deoarece numerotarea se făcea doar pe o singură față a foii, totalul de pagini este de 748, textul fiind scris cu alfabet chirilic.

Ediția din Chișinău din anul 1862 se situează cronologic după cea din 1847 de la Neamț. Este importantă această precizare, pentru a stabili, prin comparație, anumite particularități ale textelor, dat fiind faptul că în secolul XIX existau diverse politici editoriale de adaptare, preluare ș.a. a textelor bisericești. Bunăoară, la Chișinău unele cărți de cult erau sau trebuiau să fie traduse din limba rusă, altele preluau integral edițiile deja existente în limba română, iar o altă parte reprezentau diverse compilații, cu adăugiri, modificări și ajustări, făcute în funcție de situație.

În acest sens, ediția *Triodului* din 1862 de la Chișinău are un indiciu pregnant al modelelor rusești ale cărților de cult, care conțineau în mod obligatoriu ample formule de elogiere a împăratului și a întregii familii imperiale ruse. Această practică a fost introdusă de Gavriil Bănulescu-Bodoni, fiind impusă de Sinodul de la Sankt-Petersburg [3, p.118]. *Triodul* din 1862 începe cu următorul text:

Întru slava sfintei, cei de o ființă, de viață făcătoarei și nedespărțitei Troițe, a Tatălui, și a Fiului, și a Sfântului D(u)h. Cu porunca prea blagocestivului, sângur stăpânitorului, marelui domnului nostru împărat Alexandru Nicolaevici a toată Rossia; în ființa soției sale, a prea blagocestivei doamnei, împărăteasei Mariei Alexandrovnei; în ființa clironomului lui, bine credinciosului domn, țesarevici marelui cneaz Nicolai Alexandrovici, și bine credincioșilor domni și marilor cneaji: Alexandru, Vladimir, Alexii, Serghii și Pavel Alexandrovici; în ființa bine credinciosului domn și marelui cneaz Constantin Nicolaevici și a soției sale, bine credincioasei doamnei, mare cneaghine Alexandrei Iosifovnei; în ființa bine credincioșilor domni și marilor cneaji: Nicolai, Constantin, Dimitrii și Viaceslav Constantinovici; în ființa bine credinciosului domn și marelui cneaz Nicolai Nicolaevici și a soției sale, bine credincioasei doamnei, marei cneaghine Alexandrei Petrovnei; a bine credinciosului domn și marelui cneaz Nicolai Nicolaevici; în ființa bine credinciosului domn și marelui cneaz Mihail Nicolaevici și a soției sale bine credincioasei, doamnei marei cneghinei Olghei Feodorovnei; a bine credincioșilor domni și marelor cneaji Nicolai și Mihail Mihailovici; în ființa bine credincioasei doamnei și marei cneghine Elenei Pavlovnei; a bine credincioaselor doamne și marelor cneajni: Mariei Alexandrovnei, Olghei și Vearei Constantinovnei și Anastasiei Mihailovnei; a bine credincioaselor doamne și marelor cneaghine: Mariei Nicolaevnei, Olghei Nicolaevnei și a soțului ei; a marei cneghine Ecaterinei M(i)hailovnei și a soțului ei; a corolevei Niderlandelor Annei Pavlovnei. Iară cu blagoslovenia prea sfântului, îndreptătorului Sinod și a pre osfințitului Antonie, Arhiepiscopului Chișinăului și Hotinului, s-au tipărit cartea aceasta ce să numește Triodion, în duhovniceasca tipografie, în păzitul de Dumnezeu oraș Chișinău a oblastiei Bessarabiei, la anul de la facerea lumii 7370, iară dela nașterea cea după trup a lui Dumnezeu Cuvântul 1862. Dechemvrie, în 20. Indictul 5.

Cartea nu are o foaie de titlu propriu-zisă, denumirea fiind așezată pe prima pagină sus: „TRIODION adecă trei cântări cu Dumnezeu cel sfânt carele cuprinde întru sâne ce i să cuvine”, după care urmează primul text canonic „DUMINECA întru care să cetește sfânta Evanghelie a pildei Vameșului și a Fariseului”.

În ceea ce privește limbajul, cele mai interesante sunt formele arhaice, precum și anumite particularități specifice „zonale”, ce denotă influența limbii ruse, de exemplu: *fiul cel curvariu* (desfrânat), *grobniță* (cimitir), *Bogorodicina* (Născătoarea), *pravoslavnici* (ortodocși), *poftorind* (repetând) și multe altele. Or, dincolo de aspectele specifice fiecărei ediții, *Triodul* conține texte de o mare sensibilitate și expresivitate, iar studierea lor poate scoate la iveală un adevărat tezaur de imagini și forme poetice ale limbii române.

Referințe:

1. CERETEU, I. *Carte românească veche și modernă în fondurile din Chișinău. Catalog*. Iași: Tipo Moldova, 2011.
2. GIOSANU, M. *Istoria unei cărți de cult cu multiple valențe poetice. Triodul*. [Accesat 09.04.2016] Disponibil: <http://www.cntdr.ro/sites/default/files/c2010/c2010a49.pdf>
3. CONDREA, I. Structura primelor cărți religioase în limba română, tipărite în Tipografia Exarhicească din Chișinău. În: *Akados*, nr 1, 2016, p.115-119.

SPECIFICUL CURSULUI DE LIMBA ROMÂNĂ PENTRU STUDENȚII CHINEZI

Lidia STRAH

Este cunoscut și acceptat de toți didacticienii caracterul de sistem al limbii alcătuit dintr-o gamă de elemente interdependente: **sunete, cuvinte, forme gramaticale, elemente care formează un tot unitar, organizat și indisolubil**. Din această perspectivă trebuie privită și însușirea limbilor străine.

Dorim să menționăm că în cadrul procesului de predare-învățare-evaluare se presupune o gradare, o ierarhizare a faptelor de limbă pe perioade de asimilare, în care unul dintre compartimentele limbii deține ponderea preocupărilor. În cadrul acestui sistem ierarhizat există o perioadă destinată formării bazei lingvistice, de creare a deprinderilor și automatismelor, bazate pe cunoașterea și înțelegerea

mecanismelor de funcționare a limbii-scop, însă fără a ignora celelalte aspecte ale limbii. Această fază, în care conștientizarea sistemului lingvistic ocupă locul principal, urmează perioadei orale.

Dar domeniul gramatical este în incluziune cu cel lexical, presupunându-se reciproc. De aceea nu se poate vorbi de o perioadă de gramatică pură. Relația gramatică–vocabulary este generată de realitatea care impune înglobarea cuvintelor în contexte, contextul fiind organizat gramatical.

Cuvântul, ca element de bază al limbii, constituie o unitate între **conținut și formă**. **Forma**, sau învelișul sonor, îmbină două aspecte: *fonematic* și *morfematic*; prin organizarea specifică a fonemelor se obțin formele gramaticale necesare îmbinării cuvintelor. În ceea ce privește sensul cuvintelor, se știe că cele mai multe au sens autonom, iar unele sunt vidate de sens (uneltele gramaticale). Prin valoarea lor semnificativă cuvintele intră în alcătuirea enunțurilor și frazelor. Se înțelege că variatele sensuri pe care le pot exprima cuvintele depind, în mare măsură, de contextele în care apar.

Așadar, domeniul gramatical și cel lexical, deși distincte metodologic, se întrepătrund permanent. *În cadrul predării limbii române pentru studenții chinezi trebuie respectate cu strictețe interdependența gramatică – vocabulary, fără de care învățarea devine ineficientă și nu este respectată finalitatea acestui proces: comunicarea fluentă în limba română.*

O dovadă a necesității respectării acestei legături indisolubile este experiența pedagogică, care a demonstrat că învățarea superficială a listelor de cuvinte nu aduce rezultatele dorite, tocmai din cauza faptului că sensul lor este determinat de dispoziția și aspectul lor formal, de elementele lingvistice care le înconjoară. Este clar că un cuvânt, prin legătura stabilită între sens și formă, nu poate fi asimilat (învățat) și folosit izolat. De asemenea, o formă gramaticală prezentată independent nu are nicio semnificație pentru cel ce învață limba străină. Ca rezultat practic al acestor considerații teoretice, în predarea limbii române ca limbă străină, am ajuns la concluzia generală că orice cuvânt predat sau învățat, fie din punct de vedere semantic, fie formal, trebuie să apară în context, cuprins în modele de comunicare.

Numărul structurilor gramaticale care aparțin limbii române este mult mai redus față de volumul lexical al acestora. De aceea, la începutul cursului de limba română, pentru studenții chinezi, după

perioada orală, temeinica exersare a structurilor de bază, a mecanismelor interne, morfosintactice, specifice limbii române are o pondere considerabilă. Numărul de cuvinte este menținut la un nivel minim util, pentru ca cel care învață să se poată concentra asupra structurii. Pe măsură ce automatizarea mânuirii limbii se accentuează, sfera vocabularului se lărgeste.

Rămâne deschisă întrebarea dacă este posibilă învățarea gramaticii limbii române de către studenții chinezi în așa fel încât ea, ca mijloc flexibil de redare a sensului, să funcționeze la fel de liber și inconștient ca în limba maternă. Desigur că un asemenea grad de funcționalitate este poziția finală pe care trebuie să o ocupe gramatica în cadrul cursului de predare-învățare-evaluare a limbii române ca limbă străină. Referitor la acest aspect, trebuie să ținem cont de mai mulți factori:

- 1) caracterul productiv al cursului;
- 2) dorința studenților străini de conștientizare a mecanismului de funcționare a limbii;
- 3) scopul special al acestui curs și condițiile de realizare; însușirea limbii române în RM în care se vorbește pentru a fi folosită ca mijloc de comunicare cu cei din jur, dar și pentru înțelegerea obiectivelor care sunt preconizate, cu implicarea activităților de scriere și lectură (citire).

Ca urmare a acestei situații și pentru respectarea strategiilor de predare-învățare-evaluare a limbii române pentru studenții chinezi, se propune învățarea fenomenului gramatical eșalonată în trei faze:

- crearea bazei lingvistice, limitându-ne la explicarea mecanismelor gramaticale cuprinse în gramatica fundamentală minimală;
- formarea de automatisme prin exerciții structurale;
- trecerea spre utilizarea cunoștințelor de gramatică pentru realizarea unei exprimări spontane, independente de modelele limitate oferite de exercițiile structurale.

Crearea bazei lingvistice este scopul urmărit în învățarea limbii române de către studenții internaționali, este crearea unui instrument necesar comunicării, având în vedere perioada destul de scurtă a acestui curs, se impune și conștientizarea fenomenelor de limbă, adică și predarea teoretică, deci respectăm principiul „se învață limba, nu despre limbă”.

Considerăm că o gramatică fundamentală, în care să fie incluse faptele de limbă de mare frecvență, este necesară și suficientă.

Utilizarea sau ignorarea terminologiei metalingvistice este încă o problemă controversată, de cele mai multe ori susținându-se părerea că esențială nu este terminologia sau includerea în categorii specifice a fenomenului gramatical, ci prezentarea lui în combinații de structuri care realizează actul de comunicare.

Abordarea structuralistă a predării limbii-țintă adoptă o poziție exclusivistă în acest sens, aplicând învățarea pe baza exercițiilor structurale ca modele de comunicare fluentă.

Iată de ce la prima fază de contact cu structurile limbii române este binevenită o prezentare teoretică minimă, strict necesară pentru elucidarea sistemului de funcționare a limbii în gândirea analitică a studenților chinezi.

Orientările moderne cele mai noi se bazează aproape în exclusivitate pe analiza structurală. Cu toate acestea, ele nu se opun introducerii explicațiilor de ordin gramatical și teoretic într-un mod rațional, fără exagerări, fiind admise, dacă se debarasează de terminologia pretențioasă, prea vastă, atingând amănunte ale sistemului de funcționare a limbii, interesante doar pentru specialiștii lingviști.

Prin explicație nu este necesară stabilirea sau însușirea de reguli cu excepțiile lor, căci nu constituie o modalitate eficientă pentru învățarea limbii române ca limbă străină.

Explicația se face în așa fel încât să lămurească „funcționarea unui mecanism lingvistic”.

În procesul de predare–învățare–evaluare, unitatea minimală este enunțul, deoarece nici listele de cuvinte, nici structurile morfosintactice nu au vreo valoare separată de semantică.

Dacă în faza conștientizării fenomenului de limbă se indică explicația teoretică minimală, folosindu-se o terminologie de specialitate, limitată, în faza de *transfer*, realizată prin formula exercițiilor funcționale, este recomandată renunțarea totală la utilizarea terminologiei specifice și a modelelor de rezolvare a exercițiilor.

În realizarea actului de comunicare spontană, fluentă, nedirijată, atenția celui care transmite, precum și a celui care receptează se îndreaptă spre mesajul semantic; ieșind de sub controlul sistemului de deprinderi, cei doi poli, emițător – receptor, nu au timpul necesar pentru a analiza modalitatea de organizare corectă a ceea ce urmează să fie spus și înțeles.

Exercițiile funcționale sunt o modalitate menită să depășească faza deprinderilor mecanice, realizând trecerea spre integrarea fenomenelor de limbă în procesul comunicării ca atare, vorbitorul câștigând deprinderea de a construi enunțuri corecte, rapide și elastice, bazate pe o gândire nemijlocită în limba străină, preocupat doar de mesajul de idei al comunicării, logică nefărămițată de analize și analogii despre corectitudinea faptului lingvistic folosit în exprimare.

Experiența întreprinsă cu studenții chinezi a dovedit că după efectuarea exercițiilor funcționale deprinderile de conversație fluentă s-au obținut cu mult mai mare ușurință.

În concluzie, perioada de gramatică – vocabular, trecând prin trei faze succesive, va avea la bază principiul îmbinărilor formalo-semantică. Logica semantico-situațională trebuie să constituie elementul-bază de la care se pornește chiar și atunci când se urmărește explicarea formelor gramaticale.

TEHNICI DE INVOCARE A TRADIȚIILOR ȘI OBICEIURILOR CREȘTINE ÎN TEXTUL LIRIC MODERN

Alexandra GHERASIM

În cele ce urmează ne propunem să argumentăm ipoteza că în procesul textualizării raporturile semantice de contiguitate au o funcție dublă, similară modului de decodare a termenilor metaforei. În interiorul textului ele motivează echivalențele, iar fiind raportate la contextul extralingvistic, ele validează categoria de adevăr al mesajului.

Demonstrația o facem referindu-ne la procesul de creație contemporan, căci, vorbind despre ermetismul poeziei moderne și marcând o perturbare în articularea tematică, determinată de discontinuitatea discursivă, cu repercusiuni simțitoare asupra transparenței referențiale din lumea operei, construim pârgăia tematică prin raportare la contextul extralingvistic. De aici și paradoxul ermetismului care se pretează la o deschidere interpretativă. „Dublețul indisolubil formă-sens, care se evidențiază ca particularitate de limbaj într-un text literar constă în proprietatea unui semnificant de a dura, adică de a se oferi unei cunoașteri infinite” [2, p.287].

Ideea timpului instantaneu, antitetic, cuprins între viață și moarte, a șirului evenimentelor întâmplate în acest timp își are suportul în puterea sugestivă a verigii metaforice *busuioc – floare de tristețe* și *busuioc – floare de noroc*, în poezia lui Vasile Romanciuc „Busuioc”.

Să urmărim textul: *Busuioc la naștere,/ Busuioc la moarte,/ Floare de tristețe,/ Floare de noroc.../ Viața noastră toată,/ Doamne, cum încap/ Între două fire/ Mici de busuioc?* Mesajul e inteligibil în virtutea procesului de metaforizare ce s-a produs în conformitate cu legile textualizării, care nu însumează semnificațiile cuvintelor și enunțurilor constituente, întrucât semnificantul lor prim, legat într-un fel oarecare de niște referenți și pseudoreferenți, este aglutinat, fiind incompatibil cu organizarea semantică a discursului [1, p.113].

Mai întâi, se cuvine se facem câteva precizări privind folosirea busuiocului în cultul liturgic creștin. Originară din India, această plantă aromată a fost adusă în Orientul Mijlociu și apoi în Europa, prin intermediul Drumului Mirodeniilor. Deja în secolul I î.Hr. era cunoscută în tot bazinul Mării Mediterane. Grecii, dar și românii, considerau busuiocul „iarba dragostei și a fertilității”, o plantă sacră, înflorirea fiindu-i celebrată prin serbări și adevărate ritualuri. Chiar și originea cuvântului păstrat de limba română – *basilikon/basileus* are semnificația de „rege” sau „regal”. Popularitatea plantei în arealul cultural al Mării Mediterane, acolo unde s-a plămădit și religia creștină, a făcut ca aceasta să pătrundă în practica noastră. În acest sens, tradiția populară creștină a dat busuiocului un anumit simbolism. Din necesități practice, unele Biserici Ortodoxe naționale precum Biserica Greciei, Georgiei și a Ciprului folosesc crenguțe de busuioc verzi sau uscate la sfințirea Aghesmei celei Mari, dar și la Agheasma Mică. O precizare, totuși, se cere de făcut. În rânduiala celor două slujbe amintite, busuiocul nu este un element indispensabil. Sfințirea apei se face prin venirea harului Duhului Sfânt, invocat de rugăciunea episcopului sau a preotului. Folosirea busuiocului este legată de o necesitate practică – stropirea bisericii și a credincioșilor cu agheasmă. Datorită cupelor pe care le are floarea de busuioc, această plantă este ideală pentru stropirea cu agheasmă, la care se adaugă mirosul frumos. Legat de acest aspect, mai există o întrebuintare liturgică a busuiocului – în Duminica a treia din Postul cel Mare și la Înălțarea Sfintei Cruci. Sfânta Cruce, împodobită cu flori și busuioc, este scoasă

în procesiune din Sfântul Altar, în mijlocul bisericii și apoi rămâne spre închinarea credincioșilor. Nici în acest caz nu există o interpretare teologică, ci doar una pur practică.

Dacă în practica liturgică busuiocul nu are o încărcătură sacră propriu-zisă, în tradițiile populare nu lipsește din niciun ritual. De la prima băiță a pruncului, la nuntă și în ritualurile de înmormântare, busuiocul are un loc bine stabilit, aproape cu valențe magice. Întâlnirea dintre cele două cadre – liturgic și popular – în privința busuiocului, se întâlnește cu precădere în ajunul Botezului Domnului [6].

Revenind la textul poeziei, precizăm că conversia verbelor *a muri*, *a se naște*, *a se întrista* în clasa substantivelor abstracte din primele versuri generează o înlănțuire de propoziții nominative omogene cu caracter primordial de constatare și constituie un suport logic pentru întrebarea retorică din finalul poeziei.

Decisivă pentru interpretarea eficientă a exemplului nostru este clasificarea relațiilor care au permis inducerea sensului metaforic. Necesitatea de a ieși din cadrul interior al textului este dictată de incompatibilitatea sferelor semantice ale sememelor *busuioc* cu semul *inanimat*, pe de o parte, și *viață*, *moarte* cu seme proprii ființelor, pe de altă parte, antrenate într-un complicat proces de creare a echivalențelor. Deși aparent intangibili, termenii astfel ordonați ai textului condiționează interferența câmpurilor semantice ale lexemelor, care, influențându-se reciproc, evaluează unele seme producătoare de nebănuite efecte de ambiguitate.

Vom încerca să demonstrăm că relațiile de contiguitate sunt cele care condiționează predicția metaforică. Semnalul care ne impune transcenderea metonimică într-o lume referențială este vocativul *Doamne* prin invocarea tradițiilor și obiceiurilor caracteristice cultului creștin. Sistemul semnificațiilor literare se caracterizează prin diversitate, deoarece integrează toată cunoașterea, îmbogățită cu atitudinea personal-afectivă. E un complex proces de relaționare a poeticului cu dialecticul, fenomen descris de P.Ricoeur astfel: domeniul specific metaforei este semantica, iar al metonimiei – sintaxa, operația fundamentală metaforică este selecția în interiorul codului, iar operația caracteristic metonimică este combinarea semnificațiilor contextuale; metafora se plasează pe axa substituției prin relaționări de similaritate, metonimia – pe cea a înlănțuirii prin relații de contiguitate [5, p.259].

Verosimilitatea mesajului își află temeiul într-o serie de contiguități, iar în cazul nostru utilizarea busuiocului ca atribut de ritual pentru stropirea cu agheasmă a credincioșilor cu diferite prilejuri, inclusiv la naștere (botez) și la moarte, e o motivație a ideii de noroc și tristețe în morala creștină, transparentă în construcțiile metaforice amintite. Plasarea neobișnuită a progresiei temporale a vieții unui om între două fire de busuioc conotează durata regretabil de scurtă, esența iluzorie a existenței umane.

Termenii care presupun semul *existență efemeră* apar simetric în text: naștere și moarte, noroc și tristețe, binarismul fiind confirmat și de sintagma *două fire mici de busuioc* codificată în manieră mioritică. E un proces de condensare afectivă, de proiecție și reprezentare a macrocosmosului în microcosmos. În acest sens ni se pare oportună remarca lui G.Genette [3, p.287] că departe de a fi antagonice și incompatibile, metafora și metonimia se susțin și se interpătrund, iar recunoașterea celei de-a doua nu va consta în a alcătui o listă care să intre în concurență cu lista metaforelor, ci, mai curând, în a afirma prezența și acțiunea relațiilor de „coexistență” în chiar interiorul raportului de analogie: rolul metonimiei în metaforă.

Și, dacă anterior demonstrez evaluarea mecanismului metaforic în procesul textualizării în virtutea relațiilor de echivalență, prin exemplul analizat mai sus am încercat a ilustra influența relațiilor de contiguitate asupra exercitării raportului metaforic, deci, implicit, și asupra mecanismului de textualizare. E de reținut aici și observația lui H.Plett referitoare la metonimia textuală: „Ea constă în aceea că un semn textologic trece în locul unuia mai mic, proces în care, de regulă, semnul mai mare poartă trăsăturile (+particular), (+accidental), (+efect), iar cel mai mic – trăsături ca (+general), (+substanțial), (+cauză); urmarea unei astfel de proceduri este fărâmițarea unui nucleu semantic de text într-o multitudine de detalii [4, p.308].

Orice nouă exegeză pertinentă a unei poezii confirmă vitalitatea acesteia, relevând mereu valorile latente din text: o operă trăiește atâta timp cât în structurile ei verbale licăresc semnificații noi.

Referințe:

1. CORNEA, P. *Studiu introductiv la Structuri tematice și retorico-stilistice în romantismul românesc (1830-1870)*. București, 1977.
2. DOINAȘ, Șt.Aug. Măstrețul cu colți de argint. În: *Analize de texte poetice. Antologie*. București, 1986.

3. GENETTE, G. *Fifuri*. București, 1978.
4. PLETT, H. *Știința textului și analiza de text*. București, 1983.
5. RICOEUR, P. *Le conflit des interpretations*. Paris: Seull, 1969.
6. *Busuiocul Bobotezei...* [Accesat la 18.05.2016]. Disponibil:
<http://www.doxologia.ro/puncte-de-vedere>

**PARTICULARITĂȚI DE ORDIN
SEMANTICO-GRAMATICAL
ALE TEXTULUI „EVANGHELIEI” (1912)**

Emilia OGLINDĂ

Diverse aspecte lingvistice ale textelor religioase sunt abordate în legătură cu stilul și limbajul religios. Textele religioase, diferite din punct de vedere compozițional, constituie „toate cele trei variante funcționale de bază ale limbii” (beletristic, juridic-administrativ și tehnico-științific), dat fiind faptul că „scrisul bisericesc actual diferențiază din punct de vedere stilistic textele beletristice (de lectură sau de cult), de textele tehnice (de cult), de textele de dezbateră morală sau dogmatică, respectiv de textele de drept canonic” [2, p.25].

Savantul Gh.Chivu este de părerea că ar exista variantele laică și religioasă ale limbajului popular și ale limbii literare [3, p.9-12], iar cercetătoarele A.M. Bărbulescu, R.Zafiu ș.a. recunosc autonomia stilului religios, comentând multiple particularități ale acestuia: caracterul arhaic, monumentalitatea, implicarea afectiv-emoțională, tendința de a echilibra tradiția și modernitatea [1; 8].

O trăsătură inerentă a stilului religios și a textelor religioase este oscilarea între tradiție și inovație, fapt consemnat de exegeții care scot în relief tendința de a elabora „un *cod specific* ... care reprezintă în mod evident rezultatul unei intenții arhaizante” [6, p.167]. Dezvăluind potențele expresive și conservatorismul scrierilor religioase, cercetătoarea D.L. Teleoacă le consideră eminentemente retorice, „în care elocuția are un cuvânt important de spus” [7, p.46].

Particularitățile lingvistice ale textelor religioase sunt analizate minuțios în numeroase studii de specialitate, unele dintre care conțin descrierea unor fenomene în plan contrastiv (de exemplu, în edițiile bilingve) sau oferă o viziune comparativă în raport cu alte texte tipărite în aceeași perioadă [4, p.468-478]. Din punctul de vedere al fenomenelor semantico-gramaticale, prezintă interes textul bilingv al

„Evangheliei”, publicat în grafie chirilică la tipografia eparhială din Chişinău în anul 1912 [5].

Textul menţionat comportă diferenţe considerabile de ordin ortografic, în raport cu normele în vigoare. Astfel, pronumele personale şi reflexive atone se asociază cu formele modurilor verbale şi cu verbele auxiliare fără a se utiliza cratima: „Шй апропійндхсь Исхс сáх äтйнс де сй...” [5, p.97]; „Шй лám äдхс ла оўченичйй Тъй...” [5, p.98]. Se atestă frecvent formele inversate de perfect compus, scrise fără cratimă: пíарделва (piarde-l-va), афлáлва (afla-l-va), зйсах (zis-au), ca în enunţurile: „Зйсах Тисхс лхй ... мёрци, вйнде äвёрфъ тá...” [5, p.111]; „Адхсах äсина шй мжнзхл...” [5, p.119].

Sunt relevante atât formele arhaice ale unor verbe: *a se pogori*, *a se plini*, *viind*, *voiu răbda*, *dişchizând*, *chietând*, *să puie* ş.a., cât şi sensurile arhaice atribuite lexemelor verbale în textul analizat: *a judeca* (a deosebi, a percepe), *a cerca* (a căuta), *a socoti* (a vedea), *a urgisi* (a dispreţui), *a cuprinde* (a înţelege), *a ţine* (a respecta), *a purta* (a suferi), *a căuta* (a cere socoteală), *a se cutremura* (a se pune în mişcare), *a fi slobod* (a i se permite), *a certa* (a opri, a interzice), *a păzi* (a păstra), *a ierta* (a absolvi), *a ispititi* (a întreba) ş.a. Sunt concludente exemplele: „... нх тóцй кхпринд кхвжнтхл äчэста, чй кърора ле есте дáт” [5, p.109]; „Сокотйцй, сь нх оурцисйцй пре ўнхл...” [5, p.102]; „...цйне порхнчиле” [5, p.110]; „... ам пхртáт грехтáтъ зйлйй шй кьлдхра” [5, p.114].

În domeniul gramaticii, textul cercetat, asemenea altor tipuri de scrieri religioase, denotă fenomene comune, menite a reliefa „unitatea limbii scrierilor bisericeşti ortodoxe în contextul problemelor lingvistice menţionate” [7, p.47], cum ar fi construcţiile tautologice, structurile intensive, formaţiunile perifrastice, dislocările etc., dar şi variate fenomene morfologice în domeniul nominal şi verbal. Sunt de semnalat perifraze de tipul: *a săvârşi laudă* (= a lăuda): „... дин гхра прхнчилор шй ä чёлор схгътóрй äй сьвършйт лáхдъ” [5, p.121].

Cu referire la modurile personale ale verbului, suscită atenţia conjunctivul dotat cu diverse valori (iussivă, optativă ş.a.): „... óмхл сь нх деспáртъ” [5, p.108]; „Дбамне, сьсе дешкйдь óкйй” [5, p.117]; „... дин тйне рóд сь нхсь фáкъ” [5, p.122]. Conjunctivul iussiv, alături de sinonimul său funcţional – imperativul – este utilizat în acelaşi context: „Тисхс äх зис: сь нх оўчйзи... Чинстёше пре тáтъл тьх шй пре мхма тá...” [5, p.110].

Verbele la conjunctiv sunt regentate de lexeme ca: *a porunci, a ruga, a îngădui, a zice* ș.a., în structurile cu valoare cauzativă: „Атхнчй ах порхнчйт оўченичилор Съй, ка нимърхй съ нх спхе...” [5, p.94], fiind concurat de infinitivul obiectiv în construcțiile *dativ cu infinitiv* și *acuzativ cu infinitiv*: „... слобод есте омхлхй а лъсá фемèа сá” [5, p.107]; „Фисхс ах зис лóр: лъсáци пре прхнчй, ши нхй оприци пре ей а венй ла Мйне...” [5, p.109]; „... ши пре ел лáх фькхт ä шьдѣ дѣсхпра лóр” [5, p.119]. În anturajul verbelor *señtiendi*, este folosită construcția *acuzativ cu gerunziu*: „...ăх афлат пре ăлци стжнд фър де лхкрх” [5, p.113].

Dintre modurile nepersonale, gerunziul este utilizat frecvent în textul analizat, anticipând sau succedând formele personale ale verbelor. Modul nominalizat inaugurează deseori enunțul: „Ши веннд оўченичйй Лхй де чèа пáрте, äх оўйтáт сь љ пжйне” [5, p.91]; „Атхнчй ăпропйндхсь кьтрь Джнхл, Пèтрх äх зис...” [5, p.104]. În următorul exemplu, relevăm întrebuintarea pleonastică a verbului la gerunziu: „Іарь глоáтеле ... стригá, зикжнд: óсаннá Фіюлхй лхй Давид...” [5, p.120].

Unele verbe comportă un regim diferit de cel din româna contemporană. De exemplu, verbul *a crede* regentează substantive la cazul dativ în funcție de complement indirect, și nu cele la acuzativ: „Кь äх венйт ла вóй Іоáнн Ботезьтóрюл ши нáци крезхт лхй...” [5, p.124]. A se compara: „Nu l-ați crezut”.

În textul „Evangeliei” remarcăm diverse remanieri de topică: astfel, subiectul poate să apară în antepoziția verbului predicat, numele predicativ poate fi folosit înaintea copulativului, iar atributul – să preceadă substantivul determinat: „Ши ăх мéрс дхпь Джнхл глоáте мхлте...” [5, p.107]. Substantivele în funcție de complement direct pot fi antepuse verbului dominant: „Адевър зик вóхь” [5, p.95], iar adverbul *foarte* în funcție de circumstanțial de mod succede, de regulă, verbul predicat: „Іарь оўченичйй Лхй ахзйнд сь мирá фóарте” [5, p.111]; „Ши ахзйнд оўченичйй, äх кьзхт пре фáца сá ши сáх спьймжнтáт фóарте” [5, p. 97]. În unele ambianțe, observăm dislocarea verbelor la infinitiv în diverse funcții în raport cu verbul *a fi* și alte părți de propoziție: „...ă шьдѣ де дрѣпта Мѣ, ши де стжнга Мѣ, нх есте äл Міèх ä дá, чи чèлор че есте гьтйт дела Тáтъл Міèх” [5, p.116].

Cele relatate *supra* evidențiază unele particularități semantico-gra-

maticale ale textului cercetat, reliefându-i atât arhaicitatea, cât și expresivitatea.

Referințe:

1. BĂRBULESCU, A.M. *Limbaajul religios românesc actual*. Craiova: Universitaria, 2013.
2. CHIVU, GH. *Limba română de la primele texte până la sfârșitul secolului al XVIII-lea. Variantele stilistice*. București: Univers Enciclopedic, 2000.
3. CHIVU, GH. O variantă ignorată a românei literare moderne – limbaajul bisericesc. În: *Limba română*, XLIV, 1995, nr. 9–12.
4. CONDREA, I. Aspecte ale limbaajului cărților religioase, publicate în Basarabia în secolul XIX – începutul secolului XX. În: *Biserica Ortodoxă din interfluviul pruto-nistean (1813 – 2013)*. Coordonatori: Pr., dr. Octavian Moșin, dr., conf. univ., Ion Gumenăi. Chișinău, 2013, p.468-478.
5. EVANGHELIE. Chișinău: Tipografia eparhială, 1912.
6. TELEOACĂ, D.L. *Aspecte lexicale arhaice în textul biblic*. [Accesat: 23.08.2015] Disponibil: www.diacronia.ro/ro/indexing/details/V931/pdf
7. TELEOACĂ, D.L. Conservatorism și expresivitate în literatura religioasă. Posibile repere de definire a unui stil științific (didactic) în context religios. În: *Limba română*, LXII, 2013, nr. 1, București, p.46-64.
8. ZAFIU, R. *Arhaism și inovație în limbaajul religios*. [Accesat: 31.05.2015]. Disponibil: <http://ebooks.unibuc.ro/filologie/Zafiu/28.htm>.

SFERELE DE FUNCȚIONARE A EXPRESIILOR LATINEȘTI NOU-FORMATE ÎN LIMBILE MODERNE

Elena VARZARI

Expresiile latinești dispun în limbile moderne de numeroase posibilități de variere. Materialul faptic demonstrează că datorită caracterului apreciativ și general-metaforic, ele sunt supuse astăzi unor modificări creative ce servesc nu doar rațiunilor expresive, ci și activităților de cunoaștere, devenind instrumente necesare pentru fixarea unor realități, procese sau noțiuni noi. Unele dintre aceste unități nou-formate se stabilizează și devin o sursă de completare a lexicului terminologic. Ilustrative în acest sens sunt expresiile formate cu lexemul latinesc *homo* (om) – concept fundamental pentru epoca antică ce a influențat și viziunile actuale despre om.

Cea mai cunoscută dintr-o serie de expresii latinești încetățenite în practica discursivă este *homo sapiens*, invarianta unui subsistem terminologic funcțional în științele naturale. Doctrina despre omul

rațional (*homo sapiens*) este un merit al filosofilor greci, de la care a fost preluat și preceptul că descrierea unei persoane trebuie să înceapă cu descoperirea sufletului acesteia. Deși termenul de *homo sapiens* a apărut în sec. XVIII în științele naturale (botanistul și zoologul suedez Carl Linné îl folosește în 1758 pentru a stabili poziția speciei umane în regnul animal), de la antici vine ideea că datorită rațiunii omul poate distinge binele de rău și aceasta îl deosebește de animale; el poate astfel conștientiza și aprecia propria existență și apariția universului. La ora actuală, în baza lexemului „homo”, pentru taxonomia hominizilor a fost creat un număr impunător, de altfel încă discutabil, de termeni (*Homo – habilis, rudolfensis, georgicus, ergaster, erectus, cep- ranensis, antecessor, neanderthalensis*), folosiți de antropologi, arheologi, zoologi la descrierea culturii materiale, a trăsăturilor anatomice, a filogeniei umane. Aceste unități, stabile sintactic și semantic, dispun și de trăsăturile categoriale ale termenului, și de cele ale frazeologismului, fiind create în urma unor transferuri metonimice sau a desemnării eponimice.

Modelul frazeologic care a generat o structură logico-semantică atât de productivă s-a format în Antichitate și s-a consolidat în Renașterea. Astfel, la Cicero („In Verrem”, III) atestăm expresia *homo luteus* („Om din lut”), cu sensul de om mizerabil, făcându-se aluzie la crearea omului din argilă; la Seneca („Epistulae” XLIV) apare expresia *homo novus* („Om nou”), sugerându-se șansa de creștere pe care o are omul cu demnitate chiar și atunci când e de origine umilă. Francesco di Giorgio (inspirat de tratatul lui Vitruviu „De architectura” III.1) vorbește despre *homo quadratus* („Om modelat”) cu semnificația de om perfect sub aspect fizic, făcându-se referire la etalonul corpului uman încadrat în Antichitate într-un cerc sau într-un pătrat. La Leon Battista Alberti *homo universalis* este omul care poate cunoaște, dacă vrea, orice despre un lucru.

Posibilitățile largi de utilizare a acestor expresii, care nu au sinonime lexicale, sunt favorabile determinologizării lor. Migrând în alte sfere decât cele științifice, unitățile paremiologice specializate îmbogățesc limbajul comun, unde capătă noi semnificații. Cf.: „Spune dumneata, care ai mintea ascuțită, n-ar fi ridicol pentru mine ca să mă zbat să-l aduc pe acest *pithecanthropus erectus* în fruntea scriitorilor? (Marin Preda „Cel mai iubit dintre pământeni”). *Homo erectus* (în traducere „Omul ridicat”) este o specie de umanoid preistoric, consi-

derat precursorul omului modern, se crede că a dispărut acum trei sute de mii de ani, ulterior substituit de neandertali (*homo neanderhalensis*). În afara contextului științific, asocierea cu imaginea unui om din epoca primitivă exprimă o atitudine dezaprobatore față de o persoană grosolană și needucată. În opoziție cu acesta, *homo sapiens* este o ființă superioară, dotată cu gândire, inteligență și sensibilitate: „Acesta sunt eu, *Homo sapiens*./ Și tot ce a fost înfrunzit/ Ce am știut/ Am văzut, am iubit/ Și tot ce am lucrat/ Va fi apărut” (Mihail Garaz „Homo sapiens”).

Reconsiderarea termenilor a dus în științele sociale la completarea șirului cu noi noțiuni. *Homo ludens* (1938) este una dintre primele propuse și aparține sociologului J.Huizinga, care considera strategia de joc parte a instinctului uman. Pornind de la ideea că nu doar rațiunea îl caracterizează pe om, ci și abilitățile de creare a instrumentelor, filosoful francez H.Bergson introduce noțiunea de *homo faber* (1941) și descrie astfel omul care, grație inteligenței și îndemnării sale, poate să modifice lumea ce îl înconjoară. Pentru a desemna activitatea economică a tipului uman rațional, s-a încetățenit termenul de *homo oeconomicus*, interpretat drept o ființă abstractă ce își satisface interesele materiale, văzut în relație cu *homo sociologicus*. Dacă omul implicat în activitatea politică este *homo politicus*, cetățeanul statului este caracterizat drept *homo civilis* (a se vedea și unitățile corelative *homo democraticus*, care vizează drepturile omului, și *homo strategicus*), în timp ce funcția antropologică este înglobată de termenul *homo juridicus*, iar cea care reflectă organizarea socială în *homo hierachicus* (termen introdus în 1966 de antropologul francez L.Dumon pentru analiza castelor indiene). Omul văzut în contextul credinței este *homo religiosus*, iar alte unități ale seriei – *homo fidei*, *homo sacer*, *homo spiritualis*, *homo catholicus*, *homo superstitiosus*, *homo mysticus*, *homo mythicus*, *homo necans* – caracterizează diferite ipostaze umane din perspectiva laturii sale religioase.

O subclasă în categoria unităților paremiologice din sfera socială reflectă problemele de ordin etic cu care se confruntă omul modern: *homo moralis* și *homo immoralis*, *homo fraudens* și *homo praedator*, *homo imitans*, *homo emoticus*, *homo horribilis*. Expresiile latinești fac trimitere la o gamă întregă de probleme ale epocii noi: *homo specularis* este omul-clonă, *homo urbanus* este un termen introdus

într-un recent tratat de criminologie, *homo quaerens* (*investigans, interrogans*), ca și *homo naturalis*, pune întrebări despre esența sa, *homo patiens* oferă perspective asupra suferinței umane, despre *homo domesticus* se vorbește în contextul discuțiilor despre căsătoriile persoanelor de același sex.

După științele naturale și cele sociale, care utilizează pe larg unități ce caracterizează omul ca ființă biologică și, respectiv, ca subiect social, o altă clasă numeroasă o formează expresiile cu *homo* din domeniul științelor umaniste. Acestea pot propune o evaluare a anumitor calități, acțiuni ale omului sau reprezintă reflecții asupra caracteristicilor lui spirituale: *homo duplex* este omul văzut ca o îmbinare a cunoașterii spirituale cu interesele materiale, *homo consumptor* face o trimitere la dimensiunea teoretică a comunicării publicitare, *homo tacens*, *homo scribens*, *homo loquens* și *homo narrans* ilustrează importante activități umane. *Homo artisticus*, *homo pictor*, *homo musicus* ș.a. sunt folosite pentru identificarea calităților artistice. În diferite ramuri ale istoriei s-au încetățenit termeni ca *american homo*, *homo balcanicus*, *homo britannicus*, *homo byzantinus*, *homo habsburgiensis*, *homo europaeus*, *homo posthistoricus*, care ilustrează o apreciere colectivă a fenomenelor și fac trimitere la specificul conștiinței naționale. Cel mai cunoscut din această categorie este *homo sovieticus* („Omul sovietic”), termen creat în 1982 de publicistul rus A.Zinoviev pentru a caracteriza viziunile și modul de viață al cetățenilor fostei URSS.

Mai nou, domeniile precum științele informaționale apelează la modelul amintit pentru a sugera că era tehnologiilor informaționale ar putea constitui o nouă etapă în evoluția speciei umane: *homo cyberneticus*, *homo cyberus*, *homo digitalis*, *homo internetus*. Modelul s-a dovedit a fi foarte productiv datorită, pe de o parte, tradiției mai vechi de îmbogățire a lexicului terminologic al limbilor moderne cu elemente latinești, iar pe de alta, unei structuri ușor de însușit, așa încât la structura în cauză se apelează și în domenii ca: vânătoarea (*homo kinegeticus*), medicina (*homo pharmaceuticus*), geografia (*homo geographicus*), geologia (*homo geologicus*), flota (*homo navicus*), turismul (*homo touristicus*, *homo viator*).

De regulă, expresiile analizate au în componența lor, alături de substantivul *homo*, un adjectiv propriu-zis (*homo pulcher*, *homo felix*, *homo carnalis*, *homo luminosus*), un participium praesentis activi

(*homo angelicansis, homo interrogans, homo cosmiens, homo significans*) ori perfecti passivi (*homo innatus, homo fictus*), un substantiv în nominativ (*homo sol, homo dominus*) sau în genitiv (*homo imperii, homo fidei*), mai rar un gerundiv (*homo educandus*). Prin procedee care țin de hibridizarea limbajului apar și unele sintagme ocazionale cu tentă expresivă și apreciativă (*Homo zappiens* creat printr-un joc de cuvinte de la *homo sapiens*), *homo gamer, homo Hitler, Homo patrioticus vulgaris, homo mioriticus, homo taggiens, homo caut nod în papură* ș.a.), ceea ce demonstrează că limba latină continuă să fie o sursă nesecată de îmbogățire atât a limbajului specializat, cât și a celui comun.

COMPLEXITATEA RELAȚIEI DINTRE CURRICULUM ȘI EVALUARE

Elena BANARI

Conceptul de *curriculum* are o lungă tradiție în spațiul educațional internațional, el a pătruns, mai întâi, în spațiul cultural anglo-american, iar în literatura pedagogică din Moldova s-a impus, în accepțiunea sa lărgită, modernă, în special după anii 90, fiind asociat cu reforma în domeniul învățământului și al educației. Termenul stărnește încă anumite rezerve, fiind considerat prea pretențios, redundant sau inutil atâta vreme, cât poate fi înlocuit cu alte cuvinte.

Definirea conceptului de curriculum este în centrul atenției specialiștilor din domeniul pedagogiei: J.Dewey, J.F. Bobbitt, R.W. Tyler, de Landsheere, d'Ilainaut, J.Vogler, C.Crețu, C.Cucoș, L.Ciolan, I.Radu, P.Lisevici, M.Manolescu, Vl.Guțu, A.Stoica, V.Frunza, Vl.Pâslaru, V.Bolocan etc., care, la rândul lor, propun diferite abordări ale curriculum-ului.

Didacticianul J.Dewey, de exemplu, susține posibilitatea interpretării curriculum-ului ca reprezentant a două entități diferite: *disciplinele și subiectele studiate în școală*.

Definirea conceptului de *curriculum* devine o preocupare și pentru reforma educațională americană, în acest context John Franklin Bobbitt își exprimă interesul față de acest termen cu o nuanță de extindere: *de la cunoștințe la experiența de învățare*. Această părere este susținută și de cercetătorul Ralph W.Tyler, care ne sugerează un concept al curriculum-ului ce reiese din răspunsurile la un set de întrebări: *Ce obiective trebuie să realizeze instituția? Ce experiențe*

educaționale trebuie să fie oferite pentru a atinge aceste obiective? Cum trebuie să fie organizate aceste experiențe? Cum putem determina dacă aceste obiective au fost atinse?

Într-o formă sau alta, literatura de specialitate indică o mulțime de concepte care elucidează sensul, de multe ori controversat, al acestui concept. Din acest motiv se conturează și o serie de probleme ce țin de strategiile de predare-învățare și de strategiile de evaluare.

Din cele expuse mai sus, aderăm la conceptul lui V. de Landsheere, care afirmă că „termenul de curriculum poate fi definit ca un ansamblu de acțiuni planificate, incluzând definirea obiectivelor învățământului, conținuturile, metodele” și, totodată, „curriculumul poate fi definit prin trimitere directă la componentele sale și interacțiunile dintre acestea” [1, p.17-21].

În opinia cercetătorului Vl.Guțu „evoluția abordărilor curriculare cuprinde trei etape și că în cadrul acestor etape s-au conturat mai multe concepții despre curriculum: *Conceptul învățării sistematice a disciplinelor; Concepția învățării centrate; Concepția focalizării asupra comprehensiunii și ameliorării societății; Concepția centrată pe procesul de elaborare* (curriculum development); *Concepția sistemică-holistică a curriculumului*” [2, p.18-20].

Modernizarea curriculum-ului național a stabilit necesitatea clară a cadrului de referință, de asigurare a calității atât a învățământului preuniversitar, cât și a celui universitar.

Conceptualizarea curriculum-ului național, având la bază noile abordări și tendințe în dezvoltarea curriculară, ne permite să propunem o structură modificată a acestui document. Atunci curriculumul de bază ar putea avea următoarea structură: *Nota de prezentare; Cadrul conceptual al curriculumului de bază; Sistemul de obiective generale; Strategii.*

În viziunea pedagogilor C.Crețu și C.Cucoș, concepția curriculum-ului în contextul unui discurs pedagogic ține și de *evaluare*. Mai mult decât atât, unul dintre tipurile de curriculum, cel evaluat sau testat, se referă la cele două secvențe de conținuturi actualizate în procesul de evaluare. În opinia lor, „evaluarea trebuie abordată în strânsă legătură cu finalitățile educaționale, conținuturile și strategiile de predare-învățare” [3, p.10-17].

Pornind de la ideea că în orice sistem dinamic, componentele sistemului de învățământ sunt într-o continuă interacțiune, dorim să accentuăm că reforma educațională impune o nouă concepție și asupra evaluării.

În acest sens, A.Stoica și S. Musteață susțin ideea că e necesară existența unei astfel de „ramuri cum este pedagogia evaluării, obiectivele căreia vizează evaluarea curriculum-ului, procesele de însușire, activitățile cadrelor didactice și învățământul ca sistem ” [4, p.5-7].

Semnificația actuală a evaluării curente este aceea de a fi o parte integrată a procesului de învățământ. Din acest motiv, în cadrul oricărei reforme educaționale, *curriculum*-ul și *evaluarea* sunt proiectate împreună și pot reprezenta două tipuri de standarde: *curriculare* și *de evaluare*.

Fără raportarea standardului curricular la: obiectivele generale și obiectivele pe ani de studiu; disciplinele obligatorii și opționale; obiectivele transdisciplinare și obiectivele pe discipline; conținuturile pe discipline; numărul orientativ de ore, n-am putea dezvolta semnificația standardelor de evaluare, ca urmare, ele nici n-ar exista. Importanța standardelor de evaluare primește semnificația unui curriculum cu rezultatele studenților: *exprimă ceea ce studentul știe și de ce este capabil*.

Conceptele de „curriculum” și „evaluare” țin de criteriile și metodologia evaluării curriculum-ului universitar, care se elaborează în conformitate cu abordarea conceptuală a curriculum-ului. Corelația dintre „curriculum” și „evaluare” reprezentând o activitate complexă, aceasta din urmă incluzând strategia, tactica și instrumentul de validare, măsurare și apreciere.

Așadar, metodele de evaluare sunt complementare și se realizează în strânsă legătură cu obiectivele educaționale în corelare cu tipul de competențe și cunoștințe; sunt oferite atât cadrului didactic, cât și studenților în scopul aprecierii nivelului de pregătire al studenților și determinării calității procesului de învățământ.

În viziunea lui P.Lisevici: „examinările orale, dacă sunt realizate corect, pot oferi informații relevante, care evidențiază nivelul de pregătire al studenților, demonstrează avantajele specifice ale acestei metode, cum sunt: posibilitatea evaluatorului de a identifica atât nivelul de învățare a studentului, cât și lacunele apărute în pregătirea acestuia;

evaluatorul poate să surprindă profunzimea achizițiilor de învățare ale studentului” [5, p.40].

Evaluările orale permit cadrului didactic să aprecieze capacitatea de argumentare a studentului și să constate nu numai cunoștințele pe care le-au dobândit studenții, dar și ce capacități, abilități și atitudini s-au format ca urmare a achizițiilor dobândite în cadrul procesului de instruire.

În viziunea didacticianului I.Cerghit, „aceste modalități au fost concepute în dorința de a face evaluarea mai flexibilă, mai atractivă, atât pentru evaluatori, cât și pentru obiectul evaluării – studenții” [6, p.18-20].

Preocupările tot mai ample și insistente pe tărâmul teoriei pedagogice și al practicii studențești, care au ca scop de a conferi activității didactice o eficiență mai mare, îmbrățișează mai multe aspecte ale acestei activități: *aspectul consacrat problematicii determinării obiectivelor și a realizărilor în procesele de instruire; aspectul restructurării metodologiei didactice; aspectul ce caracterizează extensia funcțiilor predării prin centrarea procesului didactic pe activitatea de învățare; aspectul care privește recunoașterea și definirea locului și funcțiilor proceselor evaluative în conceperea situațiilor de instruire.*

Pornind de la această înțelegere a rolului evaluării în actul didactic și depășind viziunea tradițională de a separa procesele predării și acțiunile evaluative, procedurile de evaluare devin parte integrantă a activității didactice.

Ținând cont de complexitatea și dimensiunile logice ale curriculum-ului, în contextul procesului de învățare, acțiunile evaluative sunt prezente în orice activitate pedagogică, aflându-se într-un raport de interacțiune funcțională, stimulându-se și devenind tot mai eficiente în instruirea universitară.

Referințe:

1. LANDSHEERE, V. *La formation des enseignants demain*. Paris: Casterman, 1986.
2. GUȚU, VL. *Cadrul de referință al Curriculumului național*. Chișinău, 2004.
3. CREȚU, C., CUCOȘ, C. *Educația. Dimensiuni culturale și interculturale*. Iași: Polirom, 2000.
4. STOICA, A., MUSTEAȚĂ, S. *Evaluarea rezultatelor școlare*. Chișinău: Lumina, 2001.

5. LISEVICI, P. *Evaluarea în învățământ. Teorie, practică, instrumente*. București: Aramis, 2002.
6. CERGHIT, I. *Sisteme de instruire alternative și complementare*. București: Aramis, 2002.

ASPECTE ALE CONCEPTULUI DE CÂMP FUNCȚIONAL-SEMANTIC

Victoria BARCARU

În lingvistica modernă sunt efectuate o serie de cercetări bazate pe principiul câmpului semantic și, îndeosebi, este analizat aspectul său temporal. Teoria actului de vorbire e fundamentată pe teza humboldtiană despre limbă ca activitate îndreptată spre satisfacerea necesității de comunicare, exteriorizată în formă verbală. Ca unitate a actului de comunicare, este considerat procesul vorbirii, ale cărui componente elementare sunt enunțurile cu funcție ilocutivă, prin intermediul cărora vorbitorul își exprimă o dorință, o rugămintă, un dubiu, un sfat, o promisiune, o propunere, solicitarea unei informații etc.

Concepția despre mijloacele convenționale și neconvenționale în comunicare ne permite a analiza într-o altă lumină abordarea tradițională a categoriilor vorbirii și evaluarea lor din punctul de vedere al funcțiilor lor comunicaționale. În legătură cu cele expuse, prezintă interes categoria de mod care ar avea o conotație deosebită din perspectiva comunicării. Referindu-ne la volumul și aspectul semantic al categoriei date, remarcăm faptul că nu există o părere univocă referitoare la rolul semantic al acesteia. Este răspândită opinia conform căreia modul exprimă atitudinea vorbitorului față de realitate, față de conținutul discursului, față de conlocutor etc. și conferă o tentă emoțională relațiilor, precum sunt reacția emoțională, volitivă sau starea morală a locutorului.

Pornind de la valorile semantice ale modurilor verbale, e cazul să subliniem că ele au la bază categoria valorii. În calitate de subiect al valorii modale apare vorbitorul, iar obiectul cuprinde diferite aspecte ce redau atitudinea față de realitatea înconjurătoare prin intermediul unităților de vorbire de ordin morfologic, sintactic, lexical sau cu îmbinarea tuturor mijloacelor menționate *supra*.

Caracterul real sau ireal al acțiunii rezultă din actul predicativ prezentat de către vorbitor ca existent în realitate sau care nu există de

facto, acțiunea interpretându-se ca potențială, a cărei realizare depinde de multipli factori determinanți. Cele expuse anterior reiterează importanța cercetării raportului mod – modalitate. Potrivit părerii savantului rus I.Stepanov, modalitatea dezvăluie realitatea prin prisma locutorului, evidențiind un anumit punct de vedere [1, p.241]. Vorbitorul este cel care poate să evalueze relația dintre subiect și eveniment ca reală sau potențială, exprimându-și încrederea sau dubiul față de veridicitatea înfăptuirii acestuia. De aceea, „...este necesar a stabili că nu este vorba despre aspecte ale realității, ci despre structuri impuse realității prin interpretarea umană”[2, p.178-182].

Din punctul de vedere al comportamentului gramatical, părțile de vorbire atestă o stratificare, în funcție de distribuția „cantitativă” după rangul cuvintelor, ținând cont de ordinea descendentă a frecvenței lor în limbă. E vorba despre identificarea câmpurilor lexicale, numite și câmpuri semantice, concepte puse în circulație de către savanții G.Ipsen și J.Trier în prima jumătate a sec. al XX-lea. Conform teoriei câmpurilor semantice, o semnificație se manifestă doar în cadrul unui câmp. În contextul dat, este pertinentă noțiunea de „grupuri asociative” ale vocabularului /constelații/, reliefată anterior de către F. de Saussure, care emite o viziune asupra limbii ca un ansamblu de elemente în care se stabilesc „raporturi asociative”.

„Asociații vagi capătă cuvintele *sceptic, precaut, mizantrop, iscoditor*”[3]. În planul asociațiilor paradigmatică, cuvântul „lup” poate relaționa cu: „1. câine, câine-lup, 2. urlet, foame de lup, om rău etc.”. Observăm, așadar, că vocabularul oricărei limbi încadrează grupuri de cuvinte în interiorul diverselor câmpuri semantice raportate la conceptele înrudite ale acestora. Relațiile semantice sunt descrise în baza opozițiilor semantice. Principiul opozitivității este caracteristic atât nivelului lexical, cât și celui gramatical, bunăoară, în cadrul categoriei gramaticale de timp.

În literatura de specialitate se utilizează frecvent termenii *nucleu* și *periferie*, delimitându-se elementele ce posedă un număr mai mare sau mai mic de trăsături comune. Nu există însă un tip unic de câmp lexico-semantic, așa cum nu toate cuvintele din lexic pot fi clasificate în câmpuri, ci mai degrabă este vorba despre părțile organizate și stabile ale sistemelor respective. Microcâmpurile sau paradigmele lexico-semantice sunt analizate de prof. E.Coseriu și denotă relații

numite inclusive, ierarhice sau hipo-hiperonomice dintre semantica unor unități lexicale din componența unor câmpuri lexico-semantică.

Abordarea din punct de vedere tipologic a câmpurilor lexicale suscită numeroase discuții. Cercetătoarea A. Bidu-Vrânceanu observă că ele „sunt nu numai mult mai numeroase, ci și mult mai variate decât alte paradigme” [4]. Pentru o prezentare adecvată a diversității câmpurilor lexicale, e important a analiza cele trei tipuri de conținut lingvistic: semnificatul, designatul și sensul, „ca elemente și procedee ale competenței lingvistice” [*ibidem*]. Interpretarea corectă a semnificatului lexical presupune a deosebi „ceea ce se datorează cunoașterii lucrurilor și opiniilor cu privire la lucruri și ceea ce se datorează limbajului” [*ibidem*]. Distincția dintre cunoașterea cuvintelor și cunoașterea lucrurilor se manifestă prin raportul între „spațiul” lingvistic și lumea obiectivă.

Iată de ce se va acorda o atenție sporită distincției dintre dimensiunea semantică și dimensiunea reală implicată în cunoașterea semnificatului lexical. Un exemplu elocvent în acest sens îl constituie „opoziția *mare-mic* în structura microcâmpului „așchie–ciot–butuc–buturugă” unde vorbitorul știe că „așchie” este o parte mică dintr-un întreg, iar buturuga este o parte mare din întreg”[4]. În acest mod, dimensiunea semantică impune lumii o viziune a ei într-o limbă particulară, pe când dimensiunea reală se impune limbii prin experiența aparținând ordinii reale.

E oportună în acest context teoria lui Jost Trier cu privire la poziționarea câmpului lexical în următoarea structură ierarhică: cuvânt –câmp lexical–limbă–gândire–realitate conceptuală–realitate ontică. Deși susținută de mulți cercetători, această idee a fost supusă criticii, dată fiind imposibilitatea de a crea o imagine perfectă a realității. Totuși, nu putem să negăm ideea că sistemul câmpurilor semantice ordonează gândirea, determinând elaborarea unor noi cercetări, menite a stabili influența limbii asupra gândirii. O contribuție valoroasă în studiul teoriei câmpurilor lexicale o are distinsul lingvist E. Coșeriu, care analizează câmpul ca o paradigmă lexico-semantică în baza opozițiilor semantice fundamentate pe trăsăturile semantice distinctive.

Drept consecință, sistemul noțiunilor care reflectă modul de organizare a realității disociază componentele universului și elementele lexicale printr-o reflectare și sistematizare a psihicului uman, în

funcție de profunzimea cunoștințelor noastre despre univers, iar „rețeaua de relații asociative a unui cuvânt nu e altceva decât un fragment din ansamblul nostru de concepte prin intermediul căruia reflectăm realitatea” [6].

Referințe:

1. СТЕПАНОВ, М. *Имена. Предикаты. Предложения. Семиологическая грамматика*. М, 1981.
2. COȘERIU, E. *Palabras, cosasyterminos*. Universidad de la Laguna, 1987.
3. BAHNARU, V. *Conceptul de câmp semantic în lexicologia modernă* (cu referire specială la studiile lui E.Coșeriu). Academia de Științe a Moldovei. [Accesat 21.04.2016] Disponibil: www.alil.ro/wp-content/uploads/2012/05/11_BAHNARU
4. LAZĂR, L. *Criterii de tipologizare a câmpurilor lexicale*. [Accesat 21.04.2016] Disponibil: www.dacoromania.inst-puscariu.ro/articole/2002-2003

TEXTUL PUBLICISTIC ÎNTRE MODERNITATE ȘI TRADIȚIE. LIMBAJUL ÎN TEXTUL PUBLICISTIC DE INFORMARE

Viorica MOLEA

Astăzi textul este considerat una dintre problemele-cheie ale lingvisticii, fiind studiat din diverse perspective. Lingvistica textului devine astfel „o preocupare de bază a lingviștilor” [8], care elucidează mai multe aspecte ale limbii, dar și ale altor domenii umaniste. Există numeroase definiții ale cercetătorilor, întrucât și conceptul propriu-zis de *text* comportă variate semnificații: de la accepția pur filozofică la cea lingvistică și pragmatică. „Ce este textul?”, se întreba P.Ricoeur. „Numim un text orice discurs fixat prin scriere.” [7, p.111]. H.Plett propune o definiție din perspectivă pragmatică, în care „textul apare ca instrument al comunicării lingvistice între emițător și receptor. Fiecare act comunicativ se compune dintr-o multitudine de factori determinanți”. Textul, ca *fenomen text*, este „potențial deschis permanent unor noi caracterizări” [5, p.83]. Ion Coteanu ia în discuție conceptul de „text” din perspectiva diverselor abordări, cu un nivel mai mare sau mai mic de abstractizare, menționând că, „în definitiv”, textul poate fi și „spus”, că „cei care îl înțeleg numai ca operă scrisă, îi limitează voit sfera de aplicare...” [3, p.15].

Textul publicistic reprezintă o nișă separată în comparație cu alte tipuri de text, întrucât servește unei funcții primordiale, celei de informare, complinite, evident, de altele. Deși textul mediatic are mai multe modalități de realizare (scris, audio, video), noi luăm ca reper presa scrisă, cea mai veche și mai reprezentativă formă de transmitere a informației.

Presa românească, de fapt, constituie temelia mass-mediei actuale, prin urmare, este prima rândunică în jurnalismul autohton, informarea societății reprezentând obiectivul principal. Trebuie să notăm însă că aceasta a apărut în țările românești mult mai târziu decât în cele apusene: pe la începutul secolului XIX față de secolul XVII în occident. Prin urmare, presa, având cea mai lungă evoluție, este și cel mai bine organizată din punctul de vedere al instituției jurnalistice, reprezentând astfel procesul complex actual al produsului media.

În decursul unei perioade de aproximativ două secole, presa s-a schimbat la față și nu prea, întrucât reflexe actuale ale acesteia regăsim și în textele de la chiar începuturile ei. Atât Heliade Rădulescu, în primul ziar autohton „Curierul românesc”, cât și Gheorghe Asachi, în „Albina Românească”, își propuneau „a împăca curiozitatea cititorilor cu nevoia de a-i instrui”, precum și alte obiective importante pentru civilizarea unei națiuni.

Astăzi putem vorbi despre o impresionantă diversitate de procedee, modalități de variere a exprimării în redactarea textului publicistic, întrucât există și numeroase forme, specii de publicații, în primul rând, în presa scrisă, prin urmare, fiecare apelând la un anumit vocabular, elemente formale și de structură, care să redea cât mai adecvat, mai exact sau mai atractiv o informație, o opinie, o impresie, o atitudine etc. Există mai multe „sectoare” de activitate a presei, mai multe tipuri de publicații după destinația lor. Acum, aproape nu există domeniu care să nu aibă un organ propriu de presă sau mai multe mijloace de informare, cu atât mai mult cel politic, care este lider pe piața mediatică. Astfel, M.Petcu, în studiul său „Tipologia presei românești”, stabilește prezența a mai multe tipuri de presă, relevând, mai întâi, „presa de informare generală”, în care cercetătorul include „acele titluri al căror conținut este multitematic (...), informativ (privilegiază genurile jurnalistice de informare) și au un ciclu editorial redus (...)” [4, p.193].

Relevăm însă faptul că această diversitate de texte și de variere stilistică nu acoperă adesea cererea din ce în ce mai pretențioasă a

publicului. Una din cauze ar fi faptul că, spre deosebire de începuturile presei naționale, atenția cea mare este concentrată asupra celorlalte mijloace media, audiovizualul sau internetul, care sunt foarte accesibile, dar și distractive din mai multe puncte de vedere. Astfel, cititorul „răsfățat” caută în paginile de ziar, pe lângă informația propriu-zisă, un mijloc de relaxare, o „surpriză”, dacă nu evenimentială, cel puțin, verbală. Dacă „la începuturile ei, după cum observă M.Coman, presa era dominată de exprimarea opiniilor: revistele și ziarele se adresau unui public cultivat, care dorea să dezbătă diverse teme (filozofice, morale, politice, artistice), să urmărească lupta dintre interpretări, opinii și contra-opinii referitoare la probleme de interes major” [2, p.78], mass-media actuală, în marea sa majoritate, inclusiv presa, a devenit mai mult un canal de satisfacere a unor nevoi pseudo-intelectuale sau, mai exact, instinctuale, care nu edifică, nu instruesc, nu educă, nu propagă cunoașterea, ci exteriorizează inhibiții psihologico-fiziologice sau mimează procese intelectuale, iar consecințele sunt deja resimțite în societate. Propagarea consumerismului devine unicul criteriu al unei publicații „de succes”.

Este de înțeles, prin urmare, de ce și presa, de rând cu celelalte tipuri de mijloace media, adoptă comportamente lingvistice epatante, printre care observăm, în special, mai multe aspecte preluate din oralitatea familiară, substandard. Dacă până la apariția presei elementele de oralitate erau conservate undeva la subsolul limbii literare, fără a fi perpetuate în aceasta decât cu funcții strict determinate de aspectul estetic al operei literare sau utilizate foarte limitat în discursurile publice cu aceleași funcții pragmatilistice, astăzi rolul presei, al mass-mediei, în general, este incomensurabil mai mare în promovarea, ba chiar în întrepătrunderea elementelor oralității cu textul literar, cu limba literară, acestea apărând până și în unele texte redactate într-un limbaj standard, cu funcție strict referențială.

Referindu-ne la tipologia actuală a textelor publicistice, relevăm diversitatea acestora, precum și întrepătrunderea de stiluri în redactarea lor. Existența variatelor clasificări ale numeroaselor specii publicistice nu înseamnă însă și existența unor divergențe tranșante. Clasificări relevante ale speciilor de texte publicistice întâlnim în studiile a diverși autori, printre care M.Petcu, S.Preda, D.Irimia, St.Dumistrăcel, O.Bălănescu, M.Coman, R.Coman, C.Neamțu, V.Ilincan, Șt.Ciortea-Neamțu, R.Keeble, M.Grigoryan ș.a. O clasificare detaliată, judicioasă

întâlnim la O. Bălănescu, care ar putea cuprinde aproape toate tipurile de texte publicistice existente în actualitate [vezi: 1, p.12-13].

Presă de informare, așadar, este reprezentată de texte precum: știrea, cu diversele sale variante, și anume „știri de agenție: *flash* (prioritate 1), *buletinul* (prioritate 2), *urgent* (prioritate 3), *lead* sau *dezvoltare* (prioritate 4), *sinteza* (prioritate 5), *depeșa* (prioritate 6), *fileul* [6, p.141-153], *relatarea* (procesul-verbal, conferința de presă, corespondența specială)” [6, p.153-158]; texte de tip feature, interviul, ancheta, cronica, texte ce presupun un limbaj literar, în general, standard, cu aspecte specifice, unul din acestea fiind clișeul jurnalistic.

Textele publicistice de informare adoptă, de regulă, un limbaj standard, neafectiv și suprastilistic, deși, după cum spuneam, există și excepții, experiențele lingvistice ale jurnaliștilor fiind din ce în ce mai diversificate.

Referințe:

1. BĂLĂNESCU, O. *Tehnici discursive publicistice și publicitare*. București: Editura Ariadna '98, 2006.
2. COMAN, M. *Introducere în sistemul mass-media*. Iași: Polirom, 1999.
3. COTEANU, I. Lingvistică și filologie. În: *Crestomație de lingvistică generală*. București: Editura Fundației „România de Măine”, 1998, p. 7-35.
4. PETCU, M. *Tipologia presei românești*. Iași: Institutul European, 2000.
5. PLETT, H.F. *Știința textului și analiza de text*. București: Univers, 1983.
6. PREDA, S. *Tehnici de redactare în presa scrisă*. Iași. Polirom, 2006.
7. RICOEUR, P. Modelul textului: acțiunea intenționată considerată ca text. În: *Teoria textului. Antologie*. Autori: A.Gherasim, N.Cara. Chișinău: CEP USM, 2008, p.52-62.
8. ЛИТНЕВСКАЯ, Е.И. *Письменные формы русской разговорной речи в аспекте интеграции подходов стилистики, ортологии, коллоквиалистики и семиотики*. 2010 [Accesat: 24.07.13] Disponibil: www.rus-lang.ru/doc/news_litnevskaja_2010.pdf

CONFIGURAȚII ALE TIMPULUI OBIECTIV ÎN POEZIA LUI ARCADIE SUCEVEANU

Eugenia GOLOMOZ

Arhitect al unui tipar liric inedit, configurat de temperamentul și fondul său afectiv modern, poetul Arcadie Suceveanu este devotat discursului elaborat și utilizează toate strategiile unui creator de o remarcabilă cultură, un elitist cu frază elegantă și profunzime ideatică.

Aflat în angrenajele lumii moderne, el caută să descopere și adevărata modernitate poetică, care „nu înseamnă a nega și a detesta la modul teribilist și fără discernământ orice formulă tradiționalistă, valorile certe ce formează potențialul literar actual”, dar presupune „corelația dintre tradiție și inovație, interacțiunea dintre aceste câmpuri de tensiune” [4, p.10].

„Sunt contemporan cu timpul vieții mele, cu propria mea naștere, cu propria moarte, cu propria mea memorie” [4, p.11], afirmă A.Suceveanu în eseu *Același Don Quijote*. Evocată în ansamblu, poezia lui A.Suceveanu se află în relație simbiotică cu eseistica și publicistica acestuia, iată de ce o lectură din perspectiva timpului comportă esențe simbolistico-hermeneutice, pe care construim multiple configurații ale timpului obiectiv, generatoare de pulsații interioare și „refigurări” ale lumii exterioare.

Drept urmare, direcția de cercetare aleasă în demersul nostru pornește de la postulatul pouletian: „fiecare autor trăiește, simte și gândește conform unei temporalități, unei spațialități, unei relaționări cu realul care îi sunt particulare și care sunt profund diferite de ale altor conștiințe” [3, p.87], și este raportată la conceptul de interpretare și raționalitate remarcat de criticul Paul Cornea care susține că pentru a ajunge la o „încadrare” plauzibilă și la o viziune „stereoscopică”, în stare să ne ofere nu numai itinerarul de suprafață, ci și cel de adâncime al operei poetului, este necesară „combinarea contextului primar cu cel secundar” al scrierii unei opere [1, p.422], pentru care corespunde alternarea perspectivei subiective, interioare cu cea obiectivă, exterioară.

Astfel, desprindem ideea potrivit căreia „a elucida o operă în mod izolat, privită în sine, un discurs considerat în singularitatea sa, un eveniment extras din mediul său istoric constituie o gravă eroare” [1, p.422]. Și Adrian Marino invocă constatarea precum că „artistul trebuie să fie *al timpului său*, trebuie să poarte în opera sa sigiliul *timpului său*” [2, p.51].

În cazul operei lui A.Suceveanu, conceptul de „spirit al timpului” presupune ideea precum că poezia se află sub semnul actualității: apare din impulsul necesității imediate, răspunde unor exigențe ale timpului, tentează recunoașterea contemporană, se vrea componentă a zilei de azi, martoră – mâine, întrucât „o lume nouă naște un demers poetic nou, poetul fiind nevoit să își asculte și să își priceapă timpul”

și asta pentru că „până și în trăirile cele mai intime pot fi citite însemnele timpului de afară, anxietățile, frisoanele apocaliptice ale fragmentului de timp pe care îl traversăm și care se cheamă viața mea, viața ta, viața noastră” [4, p.6].

Timpul începe să fie măsurat distinct atunci când este pus în relație cu trecutul, cu memoria, așa cum transpare în poezia *Ruga fiilor rătăcitori*. Sunt confiscate fără prea multe fașoane identitatea, cultura, istoria. Vorbim în acest context despre o guvernare a memoriei în imaginarul eului liric care se bazează pe înțelegerea timpului ca un timp ireversibil, istoric, în care memoriei îi revine un rol de liant între cele trei dimensiuni temporale. „Camuflat” în istorie, în timpul fluid al schimbării, eul liric condamnă „păgâna soartă” și „hotarele din sânge”. Titlul, raportat la întregul conținut, implică fenomenul miraculos al regenerării românismului în Basarabia, izbucnit pentru a stinge ceea ce s-a numit, îndreptățit, o ruptură ontologică, obligă la un efort integritar, ambivalent, recuperând un timp care păstrează, prin memoria etnică, „ce zace în arhive” rădăcinile arheale românești, dar care, sub teroarea istoriei, e bântuită de o „conștiință sfâșiată”, a cărei temporalitate curge în sens invers, spre originar.

Poemul-parabolă *Neamul lui Iona* este o mostră elocventă a timpului obiectiv, istoric perceput drept o nebuloasă monstruoasă, în care eul liric personalizat este unul colectiv, vocea unui „noi” își manifestă contrariat indignarea față de invazia „unui pește mare” care „ne-a-nghițit pe noi, peștii cei mici”. Eul poetic rămâne prins în dilema unor realități inacceptabile: timpul și spațiul conturat de „pânțele lui de pește mare” – drept timp distructiv, ca factor al disoluției, de care fuge neconștient și se vrea „vărsat în mare”. În aceste versuri, timpul poetic intertextualizează cu cel istoric, luând forma unei subversiuni estetice, astfel încât cititorul actualizează, sub vălul parabolei lirice, un timp definit istoric (Basarabia țaristă / sovietică) drept unul al interacțiunii eului cu un orizont existențial tragic, în care se trezește captiv, agresat, anihilat. Textul *Cheia de boltă* exprimă raportul temporal contingent – originaritate drept inseparabil imaginarii unui eu opozant, în virtutea unor trăiri afective ce transmit un „mesaj îndreptat împotriva denaturărilor social-politice” [5, p.114], și care, gradual, ia forma „sentimentului de protest” împotriva celor care „au vrut, cu vârful cheii, / Să-mi schimbe poziția ideii / Și-a inimii, ce bate prea candidă”. Metafora *cheii* devine în acest text una simbolică

pentru starea de răzvrătire a eului împotriva unei istorii alternative, contrafăcute, un timp al „furtului” de identități și al suprimării eului ce „poartă (și nu se vinde!) / Zidită-n trup – coloana vertebrală!”

Cu seria de poeme *Jurnal de bord*, A.Suceveanu profilează avatarurile momentelor de trecere în succesiunea secolelor pe „enclavele” unei temporalități brute. Preferința pentru jurnal este evidențiată prin consemnarea scurtă, generică, sacadată, directă, telegrafică și comprimată a faptelor: „Ninsoare obosită, uzată, iarbă aproape plictisită, / sentimente galvanizate, superproducție, / viermi de mătase recalificați, producând nylon verde” (*Jurnal de bord*) sau „Cimitire de mașini, fluturi de nailon, lupi moralști, / melancolii programate și, ca o completare / sublimă, un cântec de leagăn pentru / micul computer...” (*Jurnal de bord*). Manifestată în ton confesiv, criza eului este, în versurile date, echivalentă cu dezagregarea imaginii omului, din care transpare un puternic sentiment de nostalgie a modernității, care acționează în contratimp cu cel al dorinței de păstrare a rădăcinilor. „Timpul mâncat de spațiu”, „spațiul ros de timp” (*Emisferele de Magdeburg*) devin astfel dovezi ale neîncrederii și ale stării de incertitudine cu care se confruntă poetul în societate: „Legitimație de poet? Ca și cum ai zice / adeverință de dragoste, pașaport de rouă, certificat de copilărie” (*Jurnal de bord*).

O altă proiecție a temporalității obiective în opera suceveană stă sub semnul meditației în termeni discursivi la metafizica abstrusă a timpului sau a poetizării timpului în vaste și complicate construcții de imagini. Curgerea implacabilă a timpului este resimțită de eul liric pe diverse paliere ale existenței sale, fiind raportată la identitatea eului, dar și la alteritatea acestuia, consacrată de relația mamă–fiu ca imperativ al germinării maternale în cosmos, ca indiciu al fertilității generalizatoare: „Mamă, te respiră sarea unei mări cu malu-n ceață/ Și rămâi tot mai puțină.../ (...) Și te duci pe-un fir de rază, răsărind șa prag de lume,/ Și te strig – dar mi se-ntoarce glasul frânt și fără leac...” (*Poem cu mama*). Prinsă în montura ansamblului textual, metafora sării este una care potențează semnificații revelatoare. Privită din punct de vedere existențial, în pofida disperării umane exprimate la nivelul de suprafață al limbajului poetic, se sugerează în substratul semantic faptul că principiile naturii rămân într-un echilibru propriu de nezdruncinat.

Poezia lui A.Suceveanu descinde din „spiritul timpului” și este, în principal, generată de un „context secundar”, iar imaginea timpului

obiectiv nu guvernează universul liric în stare pură, ci ființează ca un centru spre care converg alte modele ale temporalității, proiectate după anumite reguli de coreferență.

Referințe:

1. CORNEA, P. *Interpretare și raționalitate*. Iași: Polirom, 2006. 598 p.
2. MARINO, A. *Modern, modernism, modernitate*. București: Editura pentru Literatură Universală, 1969. 135 p.
3. POULET, G. *Etudes sur le temps humain*, vol. 4: *Mesure de l'instant*. Paris: Librairie Plon, 1990. 378 p.
4. SUCEVEANU, A. *Emisferele de Magdeburg. Eseuri*. Chișinău: Prut Internațional, 2005. 319 p.
5. USATĂI, L. *Eseu despre tipologia eului liric*. Chișinău: Grafema Libris, 2008. 175 p.

MITUL ȘI METODA ARHETIPOLOGICĂ

Victoria FONARI

Arhetipul, noțiune inclusă în circulația științifică de specialistul în psihologia maselor C.G. Jung, păstrează tendința de a dezvălui forța inconștientului și implicarea acestuia în spiritul colectiv. Noțiunea dată este în strânsă legătură cu imaginea mitului, ceea ce a contribuit la perceperea noțiunii dintr-o perspectivă mai vastă. Raportarea la supraviețuirea acesteia prin artă demonstrează necesitatea de a coborî la inconștientul milenar și de a trasa conexiuni cu opacitatea inconștientului prezent. În acest sens mitul nu se reduce la o fabulă, o istorisire, el include o memorie colectivă care constituie o sursă inevitabilă de supraviețuire în plan cultural, spiritual, artistic. Vizând conceptul, C.G. Jung stipula: „Imaginea primordială pe care am numit-o „arhetip” este întotdeauna colectivă, adică este comună cel puțin unor întregi popoare sau epoci istorice” [1, p.477]. Mitul se distinge în căutările imaginii primordiale ce include stratificări și în care tectonic se află inconștientul rudimentar al civilizației umane.

În acest balast cultural autorul deduce că anume prin arhetip e posibil a avea acces la vocea generațiilor din epoci îndepărtate: „Dacă să cercetăm aceste imagini mai îndeaproape, descoperim că ele sunt întrucâtva rezultanta formulată a numeroase experiențe tipice ale șirului de strămoși. Ele sunt oarecum reziduurile psihice a numeroase trăiri de același tip. Ele descriu milioane de experiențe individuale în

medie și astfel oferă o imagine a vieții psihice, descompusă și proiectată în multiple figuri ale pandemoniului mitologic” [2, p.85]. Deducem că mitul, de fapt, este chiar o mare rețea colectivă, construită în timp, în care se organizează subiecte, mesaje, figuri ce au forța comunicării cu timpul în care trăim. Iar arhetipul, după C.G. Jung, are forța de comunicare de la inconștient la inconștient în timp.

Savantul german abordează noțiunea de arhetip bipolar care, pe de o parte, este condiționat de emoție, pe de altă parte, este imparțial. Neapartinerea această îi permite să fie direcționat de la epocă la epocă în albiile creative diferite, chiar antipodale. Colaborarea artei cu mitul sau a creatorului care o utilizează drept materie primă îi trezește anumite sentimente: „Momentul în care survine situația mitologică este întotdeauna marcat de o intensitate emoțională specială; e ca și cum s-ar mișca în noi niște corzi care altminteri nu cântau niciodată sau s-ar dezlănțui forțe a căror existență nici n-o bănuiam” [2, p.85]. Arhetipul se opune superficialului, iar emoția apare prin senzația de coparticipare. Considerăm că această elogiare a umanității vine din explicarea importanței arhetipului *Faust* în opera lui Goethe, corelând viziunea scriitorului și însușirea acesteia de către popor [vezi: 2, p.103, 108-109]. Exemplul utilizat face să descoperim că autorul valorifică importanța actului creației, individualitatea scriitorului, care a contribuit la extrapolarea imaginii dintr-un cadru strict german în sfera universalității. În acest context distinge izolarea scriitorului ce are funcția de a trata rănilor sociale (drept prototip fiind Chiron, Faust etc.). Arhetipul nu dispare și nu apare, dar *atingerea* lui prin creație imprimă o codificare a acestuia de a fi valorificat la prezent. Creația permite receptarea dintre epoci, culturi. În această ordine de idei, arhetipul lucrează nu doar pe axa timpului, dar și pe cea a profunzimii sensului mitic.

Din punct de vedere metodologic, după cum C.G. Jung a abordat în lucrarea sa *Despre fenomenul spiritului în artă și știință* arhetipul în creația lui J.W. Goethe sau a lui J.Joyce, stipulăm că personajele sunt investigate printr-un purgatoriu psihologic, ce ține cont de toate confruntările sociale pe care autorii le-au tratat. Personajul central este investigat din optica spațiului ontologic, vizând cercetările (cum ar fi Friedrich Nietzsche, Carl Spitteler, Peter Johann Eckermann, Richard Wagner) ce s-au axat pe mitologie – atât cea elină, cât și cea vedică,

germanică. Următoarea etapă este integrarea lucrării în spiritul epocii și abordarea modului în care personajul își trăiește existența într-un alt timp decât cel originar. Mutațiile personajului sunt explicate prin spiritul colectiv al perioadei în care a fost creat, dar și prin ce are a spune generațiilor viitoare. Arhetipul în acest context rămâne un instrument psihologic în care este raportat inconștientul strămoșilor la individualitatea creatoare a scriitorului și posibila receptare adresată succesorilor.

Gilbert Durand preia noțiunea de arhetip și dezvoltă conceptul din optica antropologică. În acest context, *Structurile antropologice ale imaginarului* vine să investigheze viziunea lui C.G. Jung și să o aplice în clasificarea invariantelor antropologice. Cercetătorul își propune să facă o incursiune în mentalitatea mitului, orientându-se spre următoarele criterii: universalitate, structură și contextul sociologic. Aceste criterii lucrează în perceperea arhetipului ca ceva viu, în dinamica repetitivă, care coagulează ritualul și istoria, atitudinea abordată din optica psihologică, ținând cont de admirație și frică; iar randamentul socialului oferă o punte spre pedagogie. Din lucrările sale deducem că metodologic arhetipologia are drept scop sondarea mitului într-un mod complex și unitar, care percepe conexiuni cu alte culturi, în felul acesta apare omogenitatea unei mari culturi – a omenirii.

Personal autorul explică această colaborare în *Prefața la cea de-a zecea ediție*: „Ilustrând astfel că efectul – în cazul acesta un studiu empiric, care se voia cvasi-exhaustiv, al articulațiilor imaginarului – prevestea această mare confluență de teorii ale tuturor orizonturilor științei, care în formulările lor, formulări matematice adeseori, apar ca suport „cauzal” al cercetărilor empirice întreprinse de Jung, de Eliade, de Bachelard și de mine însumi” [3, p.22]. Prin această metodă exegetul traversează concomitent mitul arhaic, opera de artă, viața autorilor. Cadrul social este determinat și de limbaj, dar și de aspectele principale care definesc existența. Lexicul său determină această tendință spre interdisciplinaritate: etnografie, istorie, psihologie, geometrie, sociologie, istoria artelor, mitocritică, lingvistică – se creează impresia că toate formează antropologia.

Deși G.Durand în categoriile sale insistă că „Deoarece mitul nu e niciodată o notație care se traduce sau se descifrează, el e prezență semantică și, alcătuit din simboluri, conține în mod comprehensiv propriul lui sens” [3, p.343], cercetătorul rus A.Losev își colectează

investițiile pe care le analizează absolut din toate: texte antice, vase din acea perioadă, analiza ritualului, monedele etc. În investigațiile sale, cercetătorul ține cont de ambivalența mitului, plurivocitatea și evenimentul istoric care i-a determinat existența. Își stipulează metodologia în cartea sa *Tipul de cultură al Antichității* [vezi:4, p.95-96]: *fenomenologică, metoda continuității (de formare), metoda dialectică, metoda dialectico-mitologică.*

Spre final savantul conchide: „Mitul nu este o ficție poetică și nici lirică. Mitul este pentru subiecții ce au o gândire mitică **realitatea absolută**, și nicidecum o fantezie. Imaginația poetică constituie meritul nu acelor timpuri îndepărtate, dar este produsul care a apărut mult mai târziu, când creația artistică se transformă în jocul formal cu imagini” [4, p.252]. Trasează o diferențiere între gândirea creatorilor de mit și a celor care nu mai trăiesc decât optica artistică a mitului, aspect specific și actualei literaturi.

Concluzii. Metoda arhetipologică se pliază în investigarea unei imagini artistice, preluată din antichitate, reiterată pe axa spiralată a timpului nostru într-un text literar.

Perspectiva psihologiei, de unde vine termenul de arhetip, relevă interesul cercetării literare din optica interiorizării lumii personajului și concordanța acesteia cu călătoria interioară în sondarea angoaselor sau în descoperirea senzațiilor ce sunt bine stratificate, ascunse, uitate, nebănuite în lumea autorului care și-a deschis accesul de comunicare lăuntrică prin creație.

Proiectarea acestei noțiuni în antropologie oferă o gamă mai largă de interpretare din cele mai diverse domenii: din perspectivă arheologică, prin investigații ontologice, din perspectiva filosofiei, raportată la lume și esența ei, la mitologie, la evoluția conștiinței umane etc.

Referințe:

1. JUNG, C.G. *Tipuri psihologice*. Traducere din germană de V. NIȘCOV. Humanitas, 1997. 543 p.
2. JUNG, C.G. *Opere complete*. Vol. 15. *Despre fenomenul spiritului în artă și știință*. Traducere din limba germană de G. DANȚIȘ. București: Trei, 2003. 176 p.
3. DURAND, G. *Structurile antropologice ale imaginarului. Introducere în arhetipologia generală*. Traducere de M. ADERCA. București: Univers Enciclopedic, 1998.
4. ЛОСЕВ, А.Ф. Типы античного мышления. В: *Античность как тип*

MASS-MEDIA ȘI COMUNICAREA POLITICĂ (Campania electorală 2015, Republica Moldova)

Tatiana VERDEȘ

Societatea de astăzi este supusă unor importante schimbări datorită dezvoltării rapide a tehnologiilor informaționale, evidentă fiind apariția unei societăți noi, unei societăți informaționale, care modernizează nu doar economia, ci și întregul sistem politic, educațional și social. Influența tehnologiilor digitale este simțită și în contextul mass-mediei, accesarea, procesarea, stocarea și transmiterea informațiilor fiind mult mai facile și mai ieftine. Astfel că mass-media are rol esențial în formarea, ghidarea electoratului, implicându-se în educația democratică a cetățenilor prin faptul că recomandă, prescrie, indică regulile politice, structurează și mediază înțelegerea proceselor decizionale și coordonează activitățile *actorilor politici* [1, p.34].

În articolul de față, ne vom concentra doar pe comunicarea de campanie electorală, una dintre cele patru tipuri de comunicare subsumate intereselor instituțional-politice (prezidențială, guvernamentală, a puterii locale și de campanie electorală), fiind una expresivă, persuasivă și de interes public deosebit.

Credem important a menționa că principala contribuție a mass-mediei la procesul politic constă în stabilirea agendei publice și informarea cetățenilor prin intermediul diverselor mijloace de vehiculare a informației, precum: mijloace scrise (ziare, reviste), mijloace audiovizuale (radioul, televiziunea, internetul, complexe multimedia). În acest sens, David Weaver susține că știrile prezentate de mass-media au rolul crucial de a determina importanța publică a subiectelor puse în discuție, obiectivul-cheie al comunicărilor politice fiind favorizarea unui sau altui partid sau actor politic [3, p.2].

În ultimii ani, „știrile” sunt cel mai reușit mijloc de a informa cetățenii cu referire la activitățile politice din țară, dar și de a structura și de a ghida dezbaterea politică. Dar este demonstrat deja faptul că mass-media nu relatează într-o manieră neutră, imparțială ceea ce se

petrece în arena politică, fiind influențată fie de preferințele politice, fie de influențele politice. Așadar, realitatea politică poate fi prezentată obiectiv (așa cum este ea), subiectiv (cum este percepută de ziariști, actori politici și cetățeni) sau din punctul de vedere al realității constructive (așa cum sunt prezentate, relatate de mijloacele de comunicare, de mass-media). În cele din urmă, mass-media transmite fluxul de informație în mod bidirecționat, de la actorii politici către cetățeni, dar și de la cetățeni către politicieni, or, reprezintă *opinia publică*, păreri, impresii cu privire la anumite probleme sau rezultatele unor sondaje de opinie [2, p.4].

Politica trece hotarele persuasiunii și devine un spectacol, în care implicit se regăsește și mass-media, iar factorii informaționali, de stil, marketing politic sunt la fel de relevanți precum conținutul și fondul acestora. Temele comunicărilor politice mereu au fost de interes public, acestea reprezentând acel *spațiu* simbolic în care se informează, se ghidează, se negociază construcția agendei publice, dar și prezentarea actorului politic, mediatizarea fiind condiția sine qua non a oricărui act de comunicare politică, iar mass-media, principala sursă de vizibilitate a informației politice, implicit, dezbatere publică. Prin urmare, mass-media este cea care stabilește interacțiunea dintre alegători și participanții la comunicarea politică, tot ea poate crea și distruge imagini, istorii și proiecte electorale. Conceperea, derularea și deznoământul unei acțiuni politice depind tot mai mult de mediatizarea televizată și online. Comunicarea politică a ajuns dependentă de o întreagă industrie a „imaginii”, fiecare gest al omului politic fiind calculat și proiectat prin intervenția consultanților politici. În consecință, mass-media devine și ea un membru ce participă în arena politică, cu rol de procuror sau, dimpotrivă, rolul de avocat, consolidând imaginea politicienilor.

Mai jos vom încerca să prezentăm modelul în care a fost folosită mass-media pentru a disemina mesajul electoral.

Campania electorală pentru alegerea primarului, mun. Chișinău, 2015

Urmărind politica din țara noastră pe parcursul ultimilor 15 ani, am constatat că în perioada electorală canalele principale de difuzare a informațiilor electorale sunt dezbaterile televizate, rețelele de socializare, media, new media ș.a.

În campania electorală din 2015 s-a observat tendința spre o comunicare politică online, prin intermediul rețelelor de socializare, dar și prin site-urile oficiale ale partidelor politice, o particularitate definitorie a discursului politic actual fiind stilul „electronic”, ce îmbină stilul scris cu cel vizual și auditiv. Astfel, rețelele de socializare s-au transformat într-un „jurnal de campanie”, în care candidații își consemnează fiecare activitate, eveniment, promovându-și și *umanizându-și* imaginea, iar wersite-urile devin un „sediul de campanie online”.

În contextul comunicării online, politicienii cultivă un stil personal de campanie, ce le permite prezentarea ofertei politice într-un mod mai accesibil pentru electorat, de obicei, specific stilului colocvial: simplitate, degajare, naturalețe.

O strategie comunicativă frecvent utilizată este și **încărcătura afectivă a formulilor de adresare**, ce ar implica receptorul: *prieteni, dragi cetățeni, tu/voi, toți împreună, doar noi* (care te include și pe tine)... ș.a. sau **folosirea elementelor de jargon sau rusisme**: *idioți, păpușari, clowni (clovni), măgari* etc. Aici remarcăm și faptul că unii lideri politici pledează mai mult pentru mesajele în limba rusă sau o combinație româno-rusă (I.Dodon, R.Usatîi, VI.Voronin) ș.a.

O altă caracteristică este **folosirea diminutivelor, a substantivelor în vocativ sau a verbelor la imperativ**: *Moldovioară, Filiușca, Oameni ! Votează ! Ieșiți la vot ! Privește în Viitor !* etc., deseori diminutivele având o conotație depreciativ-peiorativă (în special în cazul diminutivelor nume).

Un alt aspect relevant pentru studiul dat este **repertoriul tematic** al candidaților, observându-se abordarea temelor de interes cu mesaje mobilizatoare (*Votează. Pentru un Viitor European ! Votează PLDM!* (VI.Filat), *Nu te lăsa manipulat, votează corect !* (M.Ghimpu), *Privește în Viitor! Creștem Moldova împreună !* (M.Lupu), *Înainte pentru un stat de drept, fără corupție!* (I.Leancă) ș.a.

Se remarcă și faptul că în mediul online din Republica Moldova se promovează o negativitate a discursului politic, ce rezultă din modul în care politicienii se raportează la adversarii lor politicieni.

Spre deosebire de talk-show-urile unde tonul discuției este moderat de jurnaliști, în mediul online negativitatea este o strategie puternică lipsită de reacție imediată.

Conform funcției mesajului, este cert că pe lângă informarea cititorilor de pe rețelele de socializare despre evenimentele la care participă candidații, aspectul dominant este cel publicitar, de promovare, ce ar constitui o resursă de sporire a vizibilității politice, întrucât vizitatorii pot să comenteze, să aprecieze sau să distribuie pe paginile personale conținutul diseminat de politician.

În conformitate cu efectul mesajului și al încărcăturii emoționale, consemnăm efectul emoțional, persuasiv, manipulant, discursul politic fiind un teren propice pentru utilizarea instrumentarului lingvistic în scopul transmiterii unei informații implicite: *VOTEAZĂ-MĂ! VOTEAZĂ-NE!* Deci, o campanie electorală online poate influența rezultatele scrutinului electoral.

În concluzie, mass-media constituie un element de referință pentru înțelegerea efectelor produse în contextul electoral, iar campaniile politice și electorale sunt cele mai complexe forme de comunicare politică.

Referințe:

1. BECIU, C. *Politica discursivă. Practici politice în campania electorală*. București: Comunicare.ro, 2000. 224 p. ISBN: 973-683-546-4.
2. BUDE, I. *Importanța mass-media în comunicarea politică*. Disponibil: http://acad-tim.tm.edu.ro/socio_uman/pdf/2009/Bude%20-%20Importanta%20mass-media%20in%20comunicarea%20politica.pdf
3. MCNAIR, B. *Introducere în comunicarea politică*. Iași: Polirom, 2007. 320 p. ISBN: 978-973-46-0813-3.

Surse online

1. <https://www.facebook.com>
2. <http://ok.ru>

ANALIZA DISCURSULUI MEDIATIC DIN PUNCTUL DE VEDERE AL SUBIECTIVITĂȚII ȘI AL AFECTIVITĂȚII

Alina LOPATIUC

„A comunica înseamnă a intra într-o orchestră.” (Gregory Bateson)

Comunicarea interpersonală reprezintă interacțiunea a două sau a mai multe persoane cu scopul de a relata o informație anumită. Conform teoriei lui Paul Watzlawick (Școala de la Palo Alto), se spune că: „Orice comunicare prezintă două aspecte: conținutul și relația, în așa fel încât cel de-al doilea îl include pe primul și, ca urmare, este o metacomunicare.” Ceea ce numim comunicare nu se

limitează la transmiterea unei informații; ea implică întotdeauna o relație. Prin urmare, aceasta implică opinia, sentimentele și chiar starea afectivă a interlocutorilor. Opinia locutorului poate fi și obiectivă și subiectivă, în funcție de intenția emițătorului, de capacitatea și de cunoștințele receptorului. Dacă interlocutorul nu aude pentru prima dată informația, există probabilitatea să nu fie un ascultător pasiv, care doar va recepționa informația, dar care, eventual, va interveni cu unele întrebări, comentarii sau sugestii în cazul discursului oral. În cazul unui discurs scris, receptorul va căuta răspunsurile la unele întrebări de sine stătător.

Subiectivitatea poate fi identificată prin analiza discursului. Atunci când analizăm un discurs, observăm atât limbajul nonverbal (dacă este un discurs verbal), cât și limbajul verbal.

Rodica Zafiu identifică unele mărci ale subiectivității, clasificate în patru categorii, identificabile și operante în receptarea textului:

a) mărcile circumstanțelor spațio-temporale, „sistemul deictic, care ancorează enunțul în situația de comunicare și organizează informația în funcție de poziția subiectului locutor”: persoana I și a II-a a pronumelor personale, reflexive, posesive și a verbelor, adverbe deictice (aici, acolo, azi, acum etc);

b) pronume și adverbe demonstrative, care organizează obiectele în raport cu apropierea sau depărtarea față de vorbitor, prezentul verbal; mărcile obiectului, care situează persoanele sau obiectele în spațiul poetic, articolele hotărât și nehotărât, topica, variația numelor unor persoane, care schimbă perspectiva receptării etc.;

c) mărcile percepției și ale cunoașterii, senzoriale, cognitive, afective, volitive, pe care se întemeiază și figuri de stil vizuale, auditive, olfactive, sinestezice: verbele a vedea, a simți, a gândi, a suferi, a dori, substantive și adjective care desemnează noțiuni și calități din aceeași sferă mentală și senzorială, interjecții: iată, uite etc.;

d) mărcile atitudinii subiective: cuvinte cu sens evaluativ: frumos/urât, bun/rău etc., verbe (a crede, a considera, a trebui), expresii verbale impersonale (e bine, e rău, e util, e necesar etc.) [5, p.40].

Din punct de vedere psihologic, subiectivitatea este influențată direct și indirect de afectivitate. În ceea ce privește terminologia psihologică pentru definirea afectivității, găsim o gamă largă de termeni, care la unii autori sunt considerate sinonime, iar la alții sunt concepte diferite. O perioadă îndelungată în evoluția psihologiei,

afectivitatea a fost echivalată unei trăiri interioare, unei vibrații ca reacție față de un anumit eveniment ori situație. Ea reprezintă ceea ce simte fiecare dintre noi la un moment dat, ca reacție la stimulările din mediu; putem, așadar, vorbi despre existența unei emoții doar în măsura în care conștientizăm o stare afectivă. Deosebim termenii: dispoziție afectivă, afecte, emoții, sentimente.

Dispozițiile afective sunt stări emoționale difuze și generalizate, de intensitate slabă, relativ discrete, dar durabile, care comunică o anumită tonalitate întregii noastre vieți psihice [3, p.67].

Afectele se situează la polul opus dispozițiilor afective. Ele sunt caracterizate de o intensitate deosebită, durată scurtă și o exteriorizare foarte pronunțată prin diferite expresii emoționale, modificări fiziologice și manifestări comportamentale ce adesea scapă controlului conștient. Din punctul de vedere al calității sunt unipolare. Pentru că apar în situații neașteptate, unii autori le numesc emoții-șoc [2, p.45].

Emoțiile propriu-zise au un caracter intermediar: sunt mai puternice decât dispozițiile afective, dar mai puțin intense decât afectele; durează mai puțin decât primele, dar mai mult decât secunde; în fine, expresivitatea este, de asemenea, moderată. Ele apar la interfața dintre nevoile individului și datele reale sau prezumtive ale mediului și se traduc printr-un anumit tip de raportare la un obiect, situație ori persoană.

Sentimentele au, spre deosebire de emoții, un caracter transsituațional, în sensul că persistă în împrejurări variate, chiar și în absența obiectului.

Starea afectivă constituie aspectul subiectiv, dimensiunea experiențială a procesului emoțional, ceea ce simte fiecare dintre noi într-o anumită situație. Dacă manifestările comportamentale descrise mai sus sunt manifestate plener în exterior, făcând evidentă prezența unei emoții, starea afectivă se manifestă în forma unei trăiri interne, inaccesibilă altor persoane și ține de intimitatea persoanei. Deși aparent nimic nu pare mai simplu decât a relata ce simțim într-un anumit context, identificarea clară a stării afective ridică serioase probleme metodologice. Cea mai uzitată modalitate de cuantificare a trăirii subiective este mărturia introspectivă (eng. self-report technique). Pentru realizarea acesteia putem recurge la diverse variante, fiecare fiind marcată de avantaje și limite. Solicitarea de a raporta oral experiența trăită, prin relația creată între intervievator și

interviewat, poate crea premisele necesare sincerității celor declarate, însă deficiențele de autocunoaștere și verbalizare duc adeseori la răspunsuri mai sărace în conținut (de câte ori nu am fost fiecare dintre noi puși în dificultatea de a fi conștienți de ceea ce simțim, dar să nu putem descrie suficient de acurat acest lucru în cuvinte). Verbalizarea simultană, exact în momentul trăirii emoționale, duce la răspunsuri vii, bogate în conținut datorită gradului înalt de conștientizare, dar poate interfera cu fluxul emoțional, ajungându-se la blocaje datorate distribuirii atenției. Verbalizarea succesivă, realizată după ce afectul a trecut, eliberează subiectul de interferențe, dar are alte neajunsuri date de uitarea și/sau reconstituirea experienței emoționale; în plus, dat fiind faptul că rareori avem emoții pure, focalizate pe un singur aspect (un moment fericit atrage o undă de regret, gândindu-ne la faptul că și acesta se va sfârși), apare tendința surprinderii doar a aspectului dominant, cele secundare fiind ignorate.

Orice informație mediatică este o construcție a realității [1, p.38]. Însă fiecare persoană receptează și înțelege realitatea în felul său. Nimeni nu poate impune o părere altei persoane direct, fără a recurge la anumite metode de manipulare sau persuasiune. Astfel, informația este plasată într-un unghi de abordare, astfel încât să fie redată și percepută de către public ca un eveniment – un fapt care întrerupe ritmul cotidian are o anumită relevanță pentru cursul societății și al individului și are o durată [4, p.23].

Discursul mediatic indică atitudinea mass-mediei față de un eveniment anume, dar ține seama și de unii factori ce influențează direct acest tip de discurs. Asemenea factori ar fi: agenda publică, sursele, publicul și genul jurnalistic [1, p.50].

În cele din urmă, discursul mediatic are un grad înalt de subiectivitate și afectivitate în comparație cu alte discursuri specializate.

Referințe:

1. BECIU, C. *Sociologia comunicării și a spațiului public*. București: Polirom, 2011. 304 p.
2. COSMOVICI, A. *Psihologie generală*. Iași: Polirom, 1996. 254 p.
3. RADU, I. *Introducere în psihologia contemporană*. Cluj-Napoca: Sincron, 1991.
4. ROȘCA, L. *Producția textului jurnalistic*. Iași: Polirom, 2004.
5. ZAFIU, R. *Narațiune și poezie*. București: All, 2000. 353 p.

6. *Comunicare, comunicare publică și relații publice*. [Accesat la 05.05.2016] Disponibil: <http://www.comunicare.codoban.ro/Relatii%20Publice.pdf>
7. *Procesele afective*. [Accesat la 05.05.2016] Disponibil: <http://socioumane.ro/blog/mariuscioara/files/2011/05/Procesele-afective.pdf>

STRUCTURI GRAMATICALE ALE ADRESĂRII ÎN LIMBA ROMÂNĂ

Cristina ANTOCI

Adresarea, prin excelență, reprezintă o formă de existență a comunicării. Comunicarea, la rândul ei, își găsește maxima expresie în discurs. Transpunerea discursurilor din vorbire directă în vorbire indirectă implică modificări ale formelor de adresare fie prin reorganizarea sintactică, fie prin eliminarea lor [3, p.824]. Comunicarea directă, determinată de coprezența locutorului și a alocutorului, implică *adresarea*, prin care se instituie relația dintre locutor și alocutor în cadrul comunicării lingvistice.

Adresarea presupune numirea destinatarului și solicitarea ca acesta să-și asume rolul de alocutor (prin folosirea vocativului cu intonație specifică sau datorită *formei imperative* a enunțurilor).

Limba română dispune de un sistem al elementelor de adresare puternic standardizat. Astfel mijloacele lingvistice utilizate pentru realizarea actului adresării pot fi repartizate în două categorii:

a) *substantive* sau *substitute* (adjective și numerale): nume proprii și nume comune; numele generice de rudenie; nume de relații interpersonale; nume de titluri, funcții; termeni de afecțiune sau înjurare la cazul vocativ;

b) *pronumele* (în special pronumele de politețe).

Actul adresării, constitutiv pentru reprezentarea situației dialogale, se realizează punctual, prin intermediul alocutivelor. Elementele specifice planului adresării directe către partenerul de dialog se constituie în formațiuni constând în elemente lexicale specializate pentru desemnarea destinatarului [3, p.842].

După cum se afirmă, vocativul este cazul caracteristic substantiveilor utilizate alocutiv, asociat, de obicei, cu mijloace de aceeași clasă funcțională. Vocativul are funcție *conativă* (identificarea și apelarea alocutorului), funcție *fatică* și funcție *expresivă*. Este un caz deosebit,

nu numai pentru că nu are legături sintactice propriu-zise cu celelalte cuvinte din propoziție, ci și pentru că este încărcat de afectivitatea interlocutorilor. De altfel, vocativul are prin natura lui o poziție aparte între celelalte cazuri. De aceea el nu se întrebuințează decât ca mijloc familiar de adresare sau ca mijloc de invocare [1, p.67-71].

Termenii de adresare se deosebesc în funcție de câțiva factori foarte importanți: factori *sociali*, factori *contextuali* și *stilistici* și sunt utilizați în comunicarea directă sau indirectă pentru identificarea destinatarului.

Fără îndoială, cea mai simplă formă de adresare, acceptată și utilizată de toți cel mai des este *domnule* și *doamnă/doamnișoară*. Aceasta este folosită mai ales în cazul în care vorbim cu persoane necunoscute, iar numele acestora nu-l cunoaștem. Acestea desemnează, prin tradiție: o persoană de gen masculin, o persoană de gen feminin căsătorită, o persoană de gen feminin necăsătorită.

Dacă rolurile care intră în relație sunt mai distanțate social, formula de adresare este de tipul *doamnă/domnule* + titlu; pe măsură ce distanța dintre roluri se reduce, vorbitorul recurge la vocativul numelor proprii sau al substantivelor comune și chiar la interjecții. Această gradare a elementelor fatice cu rol de adresare corespunde creșterii gradului de afectivitate dintre partenerii aflați în interacțiune [3, p.846].

O diferență importantă se observă în limba română atunci când este vorba despre adresarea oficială vs adresarea neoficială. Aceste două sisteme diferă foarte mult între ele. Adresarea oficială se consideră a fi strâns legată de condițiile vieții publice. Aceasta trebuie să se conformeze strict normelor și se utilizează obligatoriu în cadrul relațiilor și corespondențelor oficiale, dar nu numai (*domnule profesor, domnule director, doamna Moraru, domnule avocat etc.*). Formele *domn/doamnă* relevă respectul față de acea persoană căreia i se adresează și mai indică un anumit grad de formalitate.

Adresarea neoficială constituie o parte componentă a oralității. Forma orală acceptă destul de ușor abaterile. De altfel presupune diminutivele, augmentativele, forme neliterare de pronunțare ș.a. O varietate de exemple în acest sens găsim la Ion Creangă (Ian taci, *măi femeie*, că biserica-i în inima omului, și dacă voi muri, tot la biserică am să șed; *Măi omule, măi!* Ai să te duci în fundul iadului, și n-are să aibă cine te scoate, dacă nu te-i sili să-ți faci un băiat popă!; Las', *măi*

Ștefane și Smărănducă, nu vă mai îngrijiți atâta; Ia tăceți, bre, răspunse Zaharia; Ho, mă! ce vă este?).

Limba română și-a dezvoltat un sistem de adresare pronominală, în care, alături de *tu/voi* și *dumneavoastră*, mai există o formă, mai puțin formală, apropiată funcțional de „tu”. E vorba despre *dumneata*, care uneori este folosit în defavoarea alocutorului.

Folosirea interjecțiilor de adresare (*mă/măi*) este semnalată cu frecvență sporită în unele graiuri românești. În utilizarea vocativului unor nume, grade de rudenie, interjecția *mă, bă* apare ca o intensificare a chemării: *mă soru-mea, mă omule*. Adesea se remarcă folosirea interjecției *mă* ca singura formă de adresare în locul vocativului *bărbate* [3, p.852].

Între elementele alocutive, o poziție centrală are *verbul la imperativ*. Ca mod al adresării directe, imperativul apare, de regulă, în enunțuri de tip prescriptiv, în diverse forme ale discursului adresat (dialog, vorbire directă, vorbire indirectă liberă etc.); informația purtată de imperative este susținută de conturul intonațional al enunțului.

Deseori imperativul este utilizat în combinație cu interjecții adresative (Bravo, *mă!*; Unde-i mă-ta, *fa?* – I.L.Caragiale; He! Trăsnea, *mă!* scoală!; Mă! ia ascuțați; – *Amintiri din copilărie*), cu substantive sau pronume în cazul vocativ (*Prietene, vino-ncoace!*; *Maria, vino tu mâine!*), cu adjective substantivizate (*dragule, scumpo, frumoaso etc.*), pronume de politețe (*dumneavoastră, domnia sa, maiestatea voastră, mata etc.*).

Acest sistem deosebit de dezvoltat al elementelor de adresare servește nu numai la îndeplinirea funcției fatice a limbajului, ci îndeplinește și funcția *persuasivă* a limbajului. Astfel, într-o oarecare măsură, urmărește să convingă sau să întărească convingerile alocutorului. Fără îndoială, limbajul adresativ constituie mijlocul căruia i se valorifică virtuțile pentru atingerea scopului. El trebuie să răspundă unor condiții-cheie – *să informeze, să dovedească și să obțină asumarea*.

Referințe:

1. COTEANU, I. *Gramatica de bază a limbii române*. București: Albatros, 1982. 411 p.
2. DIMITRIU, C. *Gramatica limbii române explicată: Morfologia*. Iași: Junimea, 1979. 398 p.
3. GUȚU, R., BRĂESCU, R. *Gramatica limbii române: Enunțul. Vol. II*. București: Editura Academiei Române, 2005. 1036 p.

CONVERGENȚA DIDASCALIILOR NONVERBALE ȘI PARAVERBALE ÎN DISCURSUL DRAMATIC

Ina DRIGA

În această lucrare ne-am propus să urmărim reflectarea unor aspecte ale comunicării nonverbale și paraverbale în discursul didascalic al piesei dramatice *Oameni ai nimănui* de Dumitru Crudu.

Considerăm oportun să analizăm modul în care a evoluat consemnarea mesajelor nonverbale, odată cu evoluția unei componente a textelor dramatice, didascaliile. Ca urmare, vom clasifica aceste didascalii în funcție de tipul de comunicare nonverbală și paraverbală pe care acestea îl descriu: didascalii proxemice, kinezice, mimice, didascalii ale privirii și didascalii paralingvistice (vocale).

Cea mai simplă definiție a didascaliilor este, în general, una negativă. Didascaliile reprezintă tot ceea ce, în textul de teatru, nu este rostit de actor, adică tot ceea ce în mod direct este îndeplinit de scriptor [5, p.31-32].

Importanța didascaliilor în ansamblul textului dramatic reprezintă o problemă controversată, putând fi identificate două abordări ale discursului didascalic. Indicațiile scenice apar, în viziunea tradițională, drept o componentă esențială a textului, un metatext ce are prioritate asupra dialogului. Alți cercetători și oameni de teatru le contestă caracterul metatextual, reducându-le la un simplu text pe care oricine îl poate interpreta în felul său [4, p.216].

În cadrul textului dramatic, didascaliile au un dublu rol, desemnând două tipuri de condiții de enunțare: cele ale evenimentului ficțional și condițiile scenice.

În raport cu lectura literară, didascaliile îndeplinesc multiple funcții, deoarece permit cititorilor să știe cărui personaj îi este atribuită o intervenție verbală, să înțeleagă mai clar contextul general în care se desfășoară schimburile de replici, să își imagineze actele nonverbale care întrerup sau iau locurile replicilor și modul în care dialogurile se succed [3, p.23-24].

Faptul că și-a creat un mod de comunicare ce îi aparține în exclusivitate, limbajul articulat, nu l-a împiedicat pe om să utilizeze, în continuare, și încă pe scară foarte largă, mijloacele nonverbale.

Disciplina comunicării nonverbale este recent constituită, ca direcție de cercetare, în cadrul științelor comunicării și interesul pentru acest mod de comunicare a fost alimentat de cercetători din domeniul psihologiei, al pragmaticii și al semioticii. A fost demonstrată importanța comunicării nonverbale în conversațiile reale, semnalele extralingvistice contribuind la înțelegerea mesajului verbal și îl pot accentua, completa, contrazice sau decodifica.

Prin gesturi, ținută, poziție a trupului și prin distanța menținută se realizează o cantitate mai mare de comunicare interumană decât pe orice altă cale. Comunicarea nonverbală este un proces complex, care include omul, mișcările trupului uman și starea lui sufletească [1, p.253].

Limbajul nonverbal nuanțează, consolidează, autentifică sau distorsionează mesajul verbal. În timpul unei dezbateri semnele nemărturisite (neverbalizate) se multiplică: modificarea proxemică, orientarea privirii, presiunea mâinii asupra unui obiect, surâsul sau căscatul sunt semne pe care le stăpânim mai greu, corpul nostru se exprimă și fără știrea noastră.

Majoritatea gesturilor de bază ale comunicării sunt aceleași în întreaga lume. Când oamenii sunt fericiți, zâmbesc, când sunt triști sau supărați, se încruntă sau devin posaci. A încuviința dând din cap înseamnă, aproape în mod universal, da, sau o aprobare. Ridicatul din umeri este, de asemenea, un bun exemplu de gest universal, care se utilizează pentru a semnala că o persoană nu știe sau nu înțelege despre ce se vorbește. Este un gest compus, alcătuit din trei părți principale: palmele deschise, umerii ridicați și sprâncenele înălțate.

Comunicarea nonverbală nu presupune un singur mesaj care poate fi descifrat imediat, ci, în mod similar interacțiunilor verbale, avem de-a face cu un proces continuu de negociere a sensurilor. Comunicarea nonverbală deține astfel o funcție deloc neglijabilă, aceea de instrument de reglaj pe parcursul conversațiilor.

Textul dramatic poate fi abordat prin perspectiva studiilor literare, făcând abstracție de reprezentarea sa scenică. Fiind analizat izolat, textul intră în atenția mai multor discipline, de la istoria literaturii sau a dramaturgiei la pragmatica literară. Un prim argument în favoarea acestei analize separate se referă la faptul că lectura și receptarea unui text nu sunt condiționate de reprezentarea sa: în general, o piesă poate fi citită și înțeleasă chiar dacă nu a fost jucată niciodată. Lectorului i

se cere o minimă competență dramatică, familiarizarea cu principalele convenții ale literaturii dramatice, ceea ce îi permite astfel înțelegerea – cel puțin parțială – a textului, chiar dacă nu a asistat la vreun spectacol de teatru.

Ne vom referi în continuare la rolul elementelor nonverbale în cadrul didascalilor din piesa lui Dumitru Crudu *Oameni ai nimănui*. Ne-am axat pe cercetarea piesei acestui dramaturg, considerând că este unul dintre puținii dramaturgi basarabeni contemporani care știu bine arta scrisului pentru scenă.

În unele culturi relațiile spațiale sunt dominate de opoziția statut social superior – statut social inferior, în altele de distincția familiei – nonfamiliei sau casa – noncasa (India). De aici apar serioase probleme de violare involuntară a codului proxemic, de eșecuri comunicative datorate interpretării etnocentrice a altor culturi [2, p.206].

Didascalii *proxemice* (spațiale) – *Lumea coboară ușor speriată, dar și fericită în același timp. Se îmbrățișează. O femeie îmbrățișează un stâlp de la ieșirea din autogară* [6, p.10].

Didascaliiile proxemice cumulează funcții suplimentare, înregistrând și un rol ideografic, de marcarea a stărilor psihice și a proceselor cognitive, rol îndeplinit în interacțiunile verbale reale de o categorie aparte a gesturilor. Proxemica are, de asemenea, o funcție remarcabilă, fiind o modalitate de creare a efectelor comice precum, în exemplul de mai sus, o femeie îmbrățișează de fericire un stâlp de la ieșirea din autogară.

Comunicarea proxemică are funcție dialogică, deoarece intriga pieselor evoluează datorită dialogului, intrării/ieșirii personajelor din scenă, dar și funcția de caracterizare a unor personaje.

Didascaliiile *kinezice* (comunicarea prin gesturi) sunt notate de dramaturgul Dumitru Crudu în măsura în care ele contribuie la conturarea unor personaje: *Alexandru (arată spre cei din jurul său): nimeni nu mai vrea să stea în țara asta* [6, p.9].

Gest al disperării față de situația actuală, fără speranța în ziua de mâine, majoritatea moldovenilor preferă să plece în lumea mare pentru a obține condiții de viață mai demne și mai bune.

Didascaliiile *paralingvistice* reprezintă o marcă a dramaturgiei lui Dumitru Crudu. În piesă predomină didascaliiile care vizează intensitatea vocii personajelor. Intensitatea prea ridicată a vocii caracterizează unele personaje, ca expresie a încălcării flagrante a regulilor de

etichetă. Dumitru Crudu se pricepe să utilizeze potențialul comunicativ al manifestărilor vocale nonverbale, dar caracterul personajelor este în continuare prezentat în principal anume prin gesturi și mișcări definitorii. Sub semnul agresivității stau și didascaliele kinezice și haptice, însă această agresivitate nu mai este doar una aparentă, care dispare în starea de euforie generală din finalul piesei. Mișcările agresive denotă o conflictualitate latentă pentru care nu există rezolvare.

Indicatorii nonverbali ai luptei pentru supraviețuire se regăsesc și în piesă, unde iau tot forme auditive. Tonul vorbirii are funcție emfatică, o funcție metalingvistică sau chiar metagestuală, accentuând persistența unei implicaturi conversaționale a mesajului verbal, modul în care trebuie să fie interpretate enunțurile sau gesturile vorbitorului. Trăirea celor mai puternice afecte, ura și iubirea, este mai puțin redată la nivel kinezic și haptic, așa cum ar fi fost de așteptat, ci tot prin intermediul didascaliei vocale. *Cele două femei țipă* [6, p.4]. Țipătul disperării, al neputinței și al nesiguranței în ziua de astăzi și în cea de mâine persistă mereu în realitatea și viitorul sinistru al moldovenilor.

Concluzii:

- Comunicarea nonverbală poate reprezenta un sistem de semnificare la fel de important ca și cea verbală, iar rezultatele cercetării noastre sunt un argument în favoarea abordării interdisciplinare a discursului literar.

- Modurile de comunicare nonverbală predominante în piesa *Oameni ai nimănui* sunt proxemica și kinezica.

- Pe lângă funcția de structurare discursivă, mesajele nonverbale excelează și prin funcția expresivă, acestea fiind menite să ofere informații privind starea psihică de moment sau firea protagoniștilor.

- Piesa lui Dumitru Crudu are un discurs didascalic dezvoltat. Specific operei acestui autor este faptul că personajele emit semnale alternative, implicând mai multe moduri de comunicare nonverbală: nervozitatea unor eroi sau lașitatea altora se manifestă la nivel proxemic, kinezic și vocal, în mod simultan.

Referințe:

1. DINU, M. *Comunicarea: Repere fundamentale*. București: Orizonturi, 2007, p.253.
2. FRUMUȘANI, D.R. *Semiotica, societate, cultură*. Iași: Institutul European, 1999, p.206.

3. GOLOPENȚIA, S., MARTINEZ, T.M. *Voir les didascalies*. Paris: Editions Ophrys, 1994, p. 23-24.
4. PAVIS, P. *Dictionnaire du théâtre. Termes et concepts de l'analyse théâtrale*. Paris: Editions Sociales, 1980, p.216.
5. UBERSFELD, A. *Termenii cheie ai analizei teatrului*, traducere de G. LOGHIN. Iași: Institutul European, 1999, p.31-32.

Izvoare:

6. CRUDU, D. *Oameni ai nimănui*. Chișinău: Cartier, 2007.

OCAZIONALISME POLITICE ÎN LIMBAJUL PUBLICISTIC

Aliona SOBOL

Începând cu ultimul deceniu al secolului trecut și până în prezent, vocabularul limbii române este marcat de o adevărată explozie lexicală, iar limbajul publicistic abundă în lexeme nerecunoscute de Dicționarul explicativ al limbii române, Marele dicționar de neologisme etc. Circulația unor asemenea creații lexicale ocazionale, a căror viabilitate o va decide uzul, se datorează locutorilor, îndeosebi ziariștilor, care, fiind influențați de anumite realități de ordin politic, social, economic, cultural etc., le utilizează și contribuie nemijlocit la îmbogățirea semnificațiilor acestora. Or, mass-media, în special, presa, internetul au devenit în prezent importante surse de exprimare liberă, subiectivă, ce influențează întreaga societate atât la nivel cultural, social, politic, cât și lingvistic.

Limbajul publicistic basarabean de asemenea se caracterizează prin utilizarea unor lexeme ocazionale, formate prin mijloace interne, derivate sau compuse, încărcate puternic cu semnificații afective, care au funcția de captare a atenției cititorilor, provocând curiozitatea destinatarului. Româna, fiind o limbă sintetico-analitică, dovedește o mare creativitate, îndeosebi în procesul de derivare progresivă (afixe se adaugă bazei). Spre deosebire de limbile slave, pentru care este specifică derivarea prefixală, româna, ca și latina, de altfel, se remarcă prin utilizarea sufixelor. Cel mai mare număr de cuvinte derivate este format cu ajutorul următoarelor sufixe: *-ist, -il, -ic, -ac, -an, -el, -iadă, -adă, -aș, -iza, -izare, -ism, -ant, -tor*.

Studiind formarea cuvintelor în presa postdecembristă din România (anii 1990-2001), cercetătoarea Elena Trifan a analizat

frecvența afixelor sufixale în procesul de creare a lexemelor ocazionale, menționând că, în ordine descrescătoare, sunt productive sufixele: *-ist*, *-izare*, *-iadă* (*-adă*), *-ism*, *-tor*, *-ant*, *-bil*, *-ar*, *-iza*, *-ită*, *-el*, *-giu*, *-er*, *-aș*, *-ac* [1, p.229].

Astfel, sufixul de origine greacă *-ist*, intrat în limba română la începutul secolului al XIX-lea odată cu împrumuturile din limbile franceză și italiană, servește la formarea substantivelor și a adjectivelor ce comportă ideea de „adept al...”, „cel care practică o profesiune”, „referitor la un sistem, curent” [2], o persoană care aderă la o doctrină, credință, un mod de viață, de gândire și acțiune.

În publicistica românească circulă derivate cu sufixul *-ist* în diverse domenii, inclusiv politică, sport, cultură, știință etc. Majoritatea au la bază nume proprii, fie nume ale unor lideri politici din prezent sau trecut, cum ar fi: *brejnevist*, *hrușciovist*, *jdanovist*, *troțkist*, *gorbaciovist* etc. [apud 1, p.9], fie denumirea unor partide politice. Diversitatea sistemului de partide (mișcări sau platforme) politice al Republicii Moldova a devenit în prezent o sursă generoasă de ocazionalisme, iar numele Filat, Ghimpu, Dodon, Voronin, Usatii etc. au devenit deja nume comune. De exemplu, într-un articol de pe platforma de comentarii, bloguri și opinii *Voxpublika*, autorul Tudor Cojocariu susținea: „Pentru un segment de popor român dintre care unii cred că sunt altceva decât români și votează cu niște impostori ai comunismului (fie **voroniștii**, fie **dodoniștii**), Unirea nu înseamnă nimic bun”[3].

Unii termeni, cu semnificația de membru sau simpatizant al unui partid, adept al unor concepții politice și ideologice, cum ar fi: *socialist*, *comunist*, *țărănist*, sunt incluși în diverse dicționare, în timp ce alții sunt creații ocazionale, formate, de cele mai multe ori, prin compunere parasintetică (cuvântul nou e rezultatul simultan al compunerii și al derivării sufixale). Astfel, în limbajul publicistic românesc circulă termenii: *penelist* (de la Partidul Național Liberal), *penețist* (Partidul Național Țărănesc), *fesenist* (Frontul Salvării Naționale), *fedesenist* (Frontul Democrat al Salvării Naționale), *udemerist* (Uniunea Democrată Maghiară din România) ș.a. Instabilitatea din sistemul politic românesc, cauzată și de fuziunea unor partide, a devenit sursă de inspirație pentru epigramaști.

Astfel, hexagrama intitulată ***Penețist*** face aluzie la schimbarea de titulatură a Partidului Național Țărănesc în Partidul Național Țărănesc

Creștin Democrat: „Și creștin, și democrat / Către Domnul s-a rugat / Să nu pice în păcat./ Dar umblând pe căi greșite / De atei bătătorite / Căzu iute în ispite...” [4].

Epigrama *Eu și politica* conține lexemul *fesenist*, format prin același procedeu-compunere parasintetică: „Nu-s liberal, nici **fesenist**, /Și chiar de nu sunt consacrat,/Rămân ce-am fost: epigramist /... creștin și democrat!” [5].

Sistemul extrem de pestriț al partidelor din Republica Moldova, fiind într-o continuă mobilitate și instabilitate, de asemenea generează un șir de lexeme ocazionale, formate de la acronime. De exemplu: „Așa că **peledemiștilor** nu le rămâne decât să înainteze aceste cerințe și imediat părtașii lui Voronin și ai lui Dodon vor vota” [6].

Analizând limbajul publicistic, remarcăm și unele cuvinte ocazionale formate de la antroponime prin derivare cu sufixe diminutive. Unul dintre cele mai productive este sufixul *-el*. Jurnalistul Constantin Tănase l-a utilizat în articolele sale pentru a crea lexeme cu valoare peiorativă, ce sugerează atitudinea ironică față de personalitatea politicianilor. De exemplu: „Astăzi, un lucru e clar pentru mine: dispariția lui V.Voronin din viața politică nu va aduce liniște și pace în R. Moldova. De ce? Fiindcă, dacă pleacă Voronin, rămân **dodoneii** lui, mișinii, șelinii, tkaciucii...” [7].

Sunt frecvente în presa românească și lexeme ocazionale derivate cu sufixul *-izare*, care a apărut mai întâi în numeroase verbe împrumutate din limba franceză, apoi a servit la producerea, pe teren românesc, a unor verbe cu bază de derivare neologică sau românească. După cum susține cercetătoarea Viorica Goicu, „Atașat la baze nominale, sufixul *-izare* formează verbe, conferind derivatului valoare cauzativă: *a dinamiza* „a face să devină (mai) dinamic”; *a ironiza* „a spune ironii pe seama cuiva”; *a finaliza* „a realiza ceva până la sfârșit”; *a igieniza* „a face să devină igienic” etc.” [8, p.83]. Adesea asemenea derivate pot avea valoare depreciativă, după cum observăm într-un articol semnat de scriitorul Nicolae Dabija: „Din păcate, s-a creat impresia că Platforma DA s-a situat pe pozițiile antieuropene ale Partidului Socialist și cele ale Partidului Lor (care-și zice „Al Nostru”). Lucru care nu poate să nu ne îngrijoreze. Noi ne dorim **dez-dodonizarea** Societății Civile, **dez-usatizarea**, **dez-plahotnicizarea** ei” [9]. Derivatele **dez-dodonizarea**, **dez-usatizarea**, **dez-plahotnici-**

zarea sunt formate prin derivare parasintetică (procedeu ce constă în crearea cuvintelor noi prin atașare simultană a prefixelor și a sufixelor la o bază).

În concluzie, menționăm că ocazionalismele sunt specifice, în special, limbajului publicistic. Multe dintre ele au apărut datorită unor fenomene, denumiri de partide, antroponime din domeniul politic. Majoritatea lexemelor ocazionale analizate sunt formate prin derivare progresivă cu diverse sufixe, unele – prin derivare parasintetică, iar altele – prin compunere parasintetică.

Referințe:

1. TRIFAN, E. *Formarea cuvintelor în publicistica actuală. Derivarea. Perioada 1990-2001*. Cluj: Digital Data Cluj. 250 p.
2. *Dicționarul explicativ al limbii române*. [Accesat 18.05.2016] Disponibil: <https://dexonline.ro>
3. COJOCARIU, T. *Unirea ca mobil*. 2016. [Accesat 19.05.2016] Disponibil: <http://vox.publika.md/social/unirea-ca-mobil-201921.html>
4. BARBU, G. *Peneșist*. [Accesat 19.05.2016] Disponibil: <http://subiecte.citatepedia.ro/despre.php?s=cre%BAtin-democra%FEie>
5. BAHU, I. *Eu și politica*. [Accesat 19.05.2016] Disponibil: <http://subiecte.citatepedia.ro/despre.php?s=cre%BAtin-democra%FEie>
6. GÂRBU, N. *Un sfat pentru dușmani...ups...peledemiști!!!* [Accesat 19.05.2016] Disponibil: <http://vox.publika.md/politica/un-sfat-pentru-dusmani-ups-peledemisti-522813.html>
7. TĂNASE, C. *Cu Voronin la o cafea, fără ghilimele, fără ură și părtinire*. 2012. [Accesat 19.05.2016] Disponibil: <http://www.timpul.md/articol/cu-voronin-la-o-cafea-fara-ghilimele-fara-ura-si-partinire-34578.html>
8. GOICU, V. *Derivarea cu sufixe în româna contemporană*. Timișoara: Augusta, 2002. 187 p.
9. DABIJA, N. *Am crezut în Platforma Da, dar am fost folosiți ca fundal pentru oligarhul I.Dodon și „hoțul în lege” R.Ustatii*. 2016. [Accesat 19.05.2016] Disponibil: <https://argumentul.info/2016/02/12/nicolae-dabija-am-crezut-in-platforma-da-dar-am-fost-folositi-ca-fundal-pentru-oligarhul-i-dodon-si-hotul-in-lege-r-usatii/>

O LUME ÎNTR-UN TEXT. PSEUDO-ENACHE KOGĂLNICEANU

Svetlana KOROLEVSKI

A interpreta, se știe, înseamnă a descoperi într-un mesaj alte mesaje, conștienți de posibilitatea continuă de deschideri, de rezerva mare de înțelesuri a oricărui text. Cercetând în opera literară chipul omului și imaginea lui (ideală), comparăm, abstractizăm, generalizăm, într-un continuu dialog cu literatura, care, este bine cunoscut, se naște din interogație, pune ea însăși neconținut întrebări și provoacă mereu la chestionarea domeniului investigat, care e acela al vieții umane în ansamblul ei.

Constantin Noica, în *Sentimentul românesc al ființei*, zice: „Când capeți un răspuns, te „luminezi”; când pui o întrebare, în schimb, luminezi lucrurile”. În plan literar, a fi viu desemnează tocmai capacitatea creației de a da naștere unor întrebări, altele decât cele de acum un deceniu sau un veac. *Ce iaste lumea? Ce iaste omul?* – se întreba, acum trei secole, tânărul principe Cantemir. *Omul e o întrebare? Fiecare om e o întrebare pusă din nou spiritului universului*, afirma Eminescu. Sunt întrebări care iradiază pe toată suprafața imensei lor opere și pe care le regăsim și în sfera de preocupări a umanității moderne.

Cartea veche românească are pentru cultura română o importanță de necontestat. Este remarcabil rolul ei în devenirea noastră spirituală și intelectuală. Cât anume din valoarea lumii de altădată rămâne ca element constitutiv al spiritualității noastre, cât anume din modul nostru de a ne raporta la lume este determinat interior de ele? Or, în cazul textelor vechi, analiza presupune deplasarea interesului lecturii de pe revelarea efectelor artistice pe capacitatea lor de a da seamă despre un model de viață și o mentalitate.

După buna subliniere a lui George Călinescu, trebuie să ai un gust rafinat printr-un lung exercițiu ca să poți asculta pulsația încă vie a acestor pagini; sau, într-o altă cheie, demnă și aceasta de reținut, a unui alt împătimit al textului vechi, Eugen Negrici, care zice undeva: Literatura română veche, pentru a fi înțeleasă, trebuie mai întâi iubită.

Anii din urmă aduc în librării contribuții istoriografice remarcabile, ceea ce denotă că scrisul nostru vechi rămâne în aria de interes a

cercetării literare. Demersul științific vine cu alt instrumentar și altă viziune, diferite de vechea tradiție interpretativă. Valorizând trecutul din perspectivă integratoare, cronicile/textele vechi reclamă, în egală măsură, instrumentele imagologiei, ale studiilor culturale, ale istoriei mentalităților și ideilor.

LETOPISEȘUL ANONIM AL ȚĂRII MOLDOVEI. 1733-1774 sau Letopiseșul Țării Moldovii de la domnia întâi și până la a patra domnie a lui Constantin Mavrocordat voevod este o scriere alcătuită de un autor necunoscut, în a doua jumătate a secolului al XVIII-lea, însumând relatări prețioase din istoria Moldovei, începând cu prima domnie a lui Constantin Mavrocordat și până la 1774. Desemnarea comisului Enache Kogălniceanu ca autor al cronicii (M.Kogălniceanu) a fost anulată prin argumentul temeinic al lui C.Giurescu, la care subscriu, cu noi dovezi, și autorii ediției critice (*Letopiseșul Țării Moldovii de la domnia întâi și până la a patra domnie a lui Constantin Mavrocordat Voevod. 1733-1774*, în *Pseudo-Enache Kogălniceanu*. Ioan Canta. *Cronici moldovenești*. Ediție critică de Aurora Ilieș și Ioana Zmeu, București, 1987). Destăinuirile ce le face despre sine în paginile cronicii sunt prea lapidare, astfel că, adevăratul autor, în stadiul actual al cercetărilor, rămâne, încă, un anonim.

Eminentă ca tablou al epocii fanariote [4, p.68-69], bogată în conținut, de o valoare documentară de neînlocuit pentru perioada abordată, *Pseudo-Enache* se impune și prin expresivitate. Ochiul cronicarului se deschide, mai cu seamă, asupra calităților politico-administrative și a trăsăturilor morale, naratorul dominând cu autoritate materialul selectat, dându-i o turnură personală, topindu-l, inspirat, în matrice familiare publicului căruia se adresează. Autorul contemplă o lume a Moldovei, înconjurată de alte lumi; spectacolul vieții, dar și lumea din vecinătatea imediată. Voce a timpului său, moralizează, animat de intenția de corijare etică și politică. La conturarea portretelor personajelor mai multe elemente își aduc contribuția.

Ceea ce se remarcă, în primul rând, la acest autor este descătușarea expresiei, o modernizare chiar, obținută prin plasarea dibace în canavaua narațiunii a știrii senzaționale și a detaliului anecdotic, spectaculosul atingând uneori note fanteziste. Plăcerea de a povesti e dominantă. Pășania stolnicului Lupul sau a spă-

tarului Stavarache (fugind de urmăritori („discuț, numai cu camizol și cu cușma cè di noapte”), spaima perpetuă de frig a lui Ion Theodor Calimachi („vara umbra cu doai blăni și aprindè și mangal în odăi”) sau hazardata întâmplare a ovreului de la Rădăuți, care a înfruntat destinul, adevărate scenete tragicomice, etalate pe câteva pagini, sunt secondate, alteori, de consemnări mai lapidare, dar nu mai puțin picante: „Iar Constantin-vodă, în Moldova, domnè cu pace, apucându-să de capul preuților să-i înveț<ă> carte, frământându-i în tot chipul. Întîiaș dat<ă> au poroncit de au scos pre er<o>monaș<i>, călugări greci, di pin mănăstirile cele mari, orânduind preuți de mir, zicând că grecii când tămâiază în bisărică, pe mueri, stau câte un minut înaintea fieștecărie mueri de o tămâiază și o prăvești din talpe pân-în cap, puind gând rău în capul lor asupra acelor mueri”.

Autorul, un spudeu, fără îndoială, salută încercarea lui C.Mavrocordat de a ridica nivelul de învățatură al preoțimii („Poroncit-au de au adus și cărți pi-nțales din Țara Româniască, căci în Moldova nu să afla Evanghelii, Apostole și Leturghii, dând poroncă mitropolitul aceste cărți să le cetiască pe-nțales pe la bisărici, mai poroncind domnul mitropolitului și episcopilor să facă tipografie fieșticari la eparhie lui ca să să tipărească cărți pe înțales”), dar dezaprobă atitudinea acestuia față de oamenii din popor, pentru care „ușile divanului era dișchisă și multă vorbă cu prostime avè”.

Deși nu e o cronică de curte, prin accentele puse, vădește multă admirație pentru cei doi Ghiculești (Grigore al II-lea Ghica și Grigore al III-lea Alexandru Ghica). Chiar și interesul pentru Țara Românească va spori în timpul când acolo domnește Gr.A. Ghica, salutat pentru măsurile înțelepte adoptate la izbucnirea războiului, în contrast cu imprudența lui Gr.Callimachi, domnul Moldovei. Atitudinea față de Racovițești variază. Relevante sunt amănuntele despre invazia lăcustelor, foamete, epidemii, ca și detaliile privind insuportabilele impozite. Se preferă portretul moral celui fizic, iar dialogul și comparațiile sugestive imprimă o notă de pitoresc narațiunii. Amintirile personale vor fi și ele puse la contribuție, alături de unele „izvoade” sau știri culese de la alții. Paradoxal, dar cronicarul este mai convingător tocmai atunci când dă viață unei întâmplări la care n-a participat nemijlocit. Puterea sa de evocare vădește un adevărat simț al artei scrisului: „Și iarăș după

aceasta, la martie 9 zile, iarș s-au tâmplat un foc dispre Râpa Pivițoi la o casă proastă. Și tâmplându-să o furtună mari, au sărit focul la feredeu cel mari, iar pe o casă proastă; și de acolo au sărit pe ulița boerilor, pe grajdul dumisale Alistarhu spat; și de acolo au luat ulița de-a rândul spre curte domniască, ajungând la haznè. De acolo au sărit pe Sfete Neculai și de la Sfete Neculai au sărit în patru locuri pe curte domniască: pe casăle de la harim, pe casăle cele nalte de la cămară, cucinii, pe ceasornic de pe poartă, pe bisărica ce mari domniască, de au arsu toate aceste într-un ceas, cât nu știè nici unii a curții ce să facă, atât oamenii cât și domnul, arzind multe lucruri a tuturor și a domnului. Care nu se poate pomeni ce urgie a lui Dumnedzeu au venit într-un ceas, mergând focul pân pi iaz, arzind și iarba în grădina ce mari domniască și câteva casă proaste de pe iaz” [2, p.60-61].

Cert este că textele vechi rămân o dovadă incontestabilă a forței cuvântului scris în acea epocă și că se pot impune spațiului public. Iar cercetătorul domeniului trebuie să fie deschis provocărilor la care este supus „iubitul cetitoriu” și, mai ales, să răspundă, cum ziceam mai devreme, cu proba comprehensiunii, a participării, apropiind omul vechi, autor al textului vechi, de omul modern. Pentru că, îndreptat către posteritate, ochiul naratorului nu contenește să îndemne la descoperirea tainelor lumii, a celei de altădată, a celei dintotdeauna.

Referințe:

1. GHIȚULESCU, C. *În șalvari și cu ișlic. Biserică, sexualitate, căsătorie și divorț în Țara Românească a secolului al XVIII-lea*. București: Humanitas, 2004. 424 p.
2. PSEUDO-ENACHE KOGĂLNICEANU. IOAN CANTA. *Cronici moldovenești*. București: Minerva. 1987. 267 p.
3. MAZILU, D.H. *Recitind literatura română veche*. Partea a III-a: Genurile literare. București: Editura Universității din București. 2000. p.203-211.
4. URSU, G.G. *Memorialistica în opera cronicarilor*. București: Minerva, 1972. 292 p.

VALORI STILISTICE ALE COORDONĂRII JUXTAPUSE

Silvia MAZNIC

Explorată în anumite împrejurări, coordonarea juxtapusă este un mod de exprimare utilizat în sintaxă alături de sudarea cu jonctive. Fenomen caracteristic atât pentru propozițiile subordonate, cât și pentru cele coordonate, lipsa mijloacelor de marcare a tipurilor de relații este amintită uneori și analizată, alteori, în câteva studii de specialitate. I.Rizescu nota în 1961 că „lucrările noastre de gramatică se mulțumesc doar să amintească existența propozițiilor secundare neintroduse prin conjuncții, fără să analizeze diferitele aspecte ale acestei categorii sintactice” [1, p.107].

Precizăm *ab initio* utilizarea câtorva noțiuni terminologice. Lipsa cuvintelor de legătură între propoziții este numită în Gramatica Limbii Române *juxtapunere*, termen întâlnit și în Grammaire des langues romanes (1900), ce aparține lui W.Meyer-Lübke [Apud 1, p.107]. Al.Graur [1, p.107] utilizează subordonate *paratactice* în opoziție cu cele *hipotactice*. J.Marouzeau și alți lingviști folosesc termenul de *asindeton* [Apud 1, p.107]. R.Gougenheim întrebunțează *propoziții fără morfem de legătură* cu referire la subiectul în discuție [Apud 1, p.107].

Fenomenul paratactic poate fi întâlnit la toate tipurile de coordonate. Propoziții *copulative paratactice*: „Nimic nu-l înveselește, nimic nu-l trezește, nimic nu-l atrage.” (A.Schopenhauer) *Copulative adversative*: „Bogăția sufletului este singura bogăție; celelalte bunuri sunt bogate în dureri”.

Conclusive: „Adevăratele plăceri sunt pentru el numai cele senzuale: cu ele se despăgubește.” (A.Schopenhauer)

În cadrul unei fraze cu propoziții juxtapusă acțiunile și stările descrise pot avea aspect *terminat* și aspect *neterminat*. Din acest punct de vedere, acestea pot fi fraze cu propoziții coordonate juxtapusă *închise* și *deschise* (în care șirul de propoziții coordonate juxtapusă nu se încheie). *Închise*, așadar, sunt frazele în care șirul de propoziții se încheie cu o copulativă introdusă prin **și**, **apoi** [2, p.30].

Prof. A.Ciobanu observă: „Grație faptului că frazele în discuție pot conține mai multe propoziții (în principiu, un număr nelimitat), deseori derularea acțiunilor se încheie, se „vârfuliește” printr-o propoziție coordonată copulativă cu **și** [2, p.325]. „Mă dusei degrabă

acasă, îmi luai mandolina și mă îndreptai fără știre afară de Florența, spre Boschetto”. (Alecsandri V., p.19).

În sintaxa vorbirii curente, elipsele de tot felul, lipsa diferitor verigi de legătură sunt suplinite de contactul nemijlocit dintre vorbitori [3, p.262]. Gradul înalt de emotivitate se intensifică datorită numărului mare de propoziții exclamative și interogative de diferite tipuri [3, p.263].

„Ah! acum, acum viața-i dulce și neprețuită; acum închipuirea mea s-aprinde; acum, o! Cecilio, te văd strălucind ca o stea în seninul limpezii al ceriului; îmi zâmbești ca un înger de blândeță, îmi faci semn cu mâna să te urmez...” (V.Alecsandri, Buchetiera de la Florența, p.12).

Coordonarea prin parataxă e folosită de către scriitorii atunci când simt nevoia de a se opri asupra fiecărui fapt sau detaliu ce formează tabloul general [3, p.265]. Frazele paratactice apar din necesitatea de a descrie înfățișarea unui peisaj, a unei situații, a unui personaj etc., adică a unui întreg, ale cărui elemente componente sunt toate la fel de importante și de aceea apte de a fi separate unul de altul, dar care, nefiind detașate, toate împreună alcătuiesc un ansamblu fizic, psihic sau situativ [*Ibidem*].

Cu referire la peisajele create de Alecu Russo, Tudor Vianu nota: „Ele nu sunt concrete și pitorești. *Cântarea României* ne aduce mai mult dovada sentimentului naturii decât a viziunii ei. Iar acest sentiment ni se impune mai mult prin însuflețirea generală a discursului decât prin imaginile pe care le găsește spre a comunica” [4, p.42]. Criticul literar mai notează că „delicata organizație nervoasă a lui Russo, în care nu este simț să nu vibreze, ne aduce în față imaginea unui om viu și sensibil...” [4, p.43]: „Verzi sunt dealurile tale, frumoase pădurile și dumbrăvile spânzurate de coastele dealurilor, limpede și senin cerul tău; munții se înalță trufași în văzduh; râurile ca brâie pestrice, ocolesc câmpurile; nopțile tale încântă auzul, ziua farmecă văzutul...” (A.Russo, p.150).

Atât propozițiile coordonate, cât și cele subordonate pot fi conjuncționale și paratactice. Printre propozițiile coordonate paratactice, cele mai frecvente sunt copulativele și adversativele. Unitatea sintactică a propozițiilor juxtapuse este realizată prin mai multe mijloace: gramaticale, pauză, îmbinarea sensurilor lexicale ș.a. Lipsa conjuncției poate avea mai multe explicații și necesită un studiu amplu.

Referințe:

1. RIZESCU, I. *Propoziții subordonate paratactice. Studii de gramatică*. București: EA, vol. III, 1961, p.107-137.
2. CIOBANU, A. ș.a. *Limba moldovenească literară contemporană. Sintaxa*. Chișinău: Lumina, 1987. 467 p.
3. MARIN, V. *Elemente de stilistică gramaticală*. Chișinău, 1988.
4. VIANU, T. *Arta prozatorilor români*. Chișinău: Hyperion, 1991. 363 p.

Surse:

- ALECSANDRI, V. *Scrieri alese*. V.1-3. Chișinău: 1987.
CREANGĂ, I. *Povești, amintiri, povestiri*. Chișinău: Hyperion, 1992.
EMINESCU, M. *Opera literară*. Galați: Porto-Franco, 1991.
RUSSO, A. *Opere*. Chișinău: Cartea Moldovenească, 1967.

ELEMENTE GRECEȘTI ATESTATE ÎN TEXTELE RELIGIOASE PUBLICATE LA CHIȘINĂU ÎN SECOLUL AL XIX-LEA

Adela MANOLII

Terminologia ecleziastică română s-a format având la bază material lingvistic grecesc, latin și slav adaptat sistemului lingvistic românesc. Limba greacă, care „a fost un *adstrat* pentru limba latină vorbită în regiunile dunărene din epoca augustiniană, când se vorbea *koine*, până la sosirea slavilor” [4, p.104], a lăsat amprente în textele religioase. Influența ei asupra lexicului românesc s-a manifestat pe o durată lungă de timp, fapt care permite a evidenția trei etape: influența greacă veche, influența greacă medie (bizantină) și influența greacă modernă (neogreacă).

Referindu-ne la textele religioase publicate la tipografia exarhicească din Chișinău în secolul al XIX-lea (care oferă informații importante referitoare la limbajul bisericesc), menționăm că influența limbii grecești se atestă în mod special la nivel lexical (mai puțin la nivel fonetic, gramatical și sintactic). Este suficient să enumerăm câteva titluri de cărți religioase tipărite la Chișinău în secolul al XIX-lea (*Ceasoslov*, *Molitvenic*, 1820, 1817, *Minei de obște*, 1819, *Liturgie*, 1837, 1882, *Psaltire*, 1907, *Chiriadodromion*, 1860) ca să ne convingem de influența limbilor slavonă (*Ceasoslov*, *Molitvenic*) și greacă (*Minei* < gr. μήνας „lună”, *Liturgie* < gr. λειτουργία, *Psaltire* < gr. ψαλμός „cântare, odă; psalm”, *Chiriadodromion* < gr. Κυριακή

„ziua Domnului, Duminică” + δρόμος „drum, cale”) asupra terminologiei religioase românești.

Cuvintele de origine greacă atestate în aceste cărți religioase se pot raporta, din punct de vedere semantic, la următoarele categorii noționale:

• **funcții, ranguri:** *clironom* (<gr. κληρονόμος), *ipodiaton* (<gr. υποδιάκονος), *episcop* (<gr. επίσκοπος), *patriarh* (<gr. πατριάρχης), *mitropolit* (<gr. μητροπολίτης), *apostol* (<gr. απόστολος) etc.;

- *clironomul este* „moștenitor (al unui bun, al unui drept); succesori, urmaș”, prin *clironomie* avându-se în vedere „moștenirea lui Dumnezeu”, adică omul credincios, creștinul care acceptă, recunoaște și crede în jertfa Mântuitorului, supunându-i-se de bună voie, prin credință [1, p.106];

Ex.: ... și a **Clironomului** lui, *Binecredinciosul Domn Țesarevici, marele Cneaz ALEXII NICOLAEVICI, cu blagoslovenia Preasfântului Îndreptătorului Sinod ...* (Psaltire, 1907, p.2);

- *episcop* este numit preotul cu un „grad înalt în ierarhia bisericească creștină, imediat inferior mitropolitului sau arhiepiscopului” [3, p.297], având următoarele derivate: *episcopie*, *episcopat*, *episcopal*. Inițial, în societatea greacă, numele de *episcop* era acordat celor care ocroteau, supravegheau ceva atât din domeniul profan, cât și din cel religios. Astfel, *episcopi* puteau fi numiți: zii care ocroteau oamenii, cetățile, bunurile etc.; persoanele cu funcții înalte care aveau grijă de oameni, de treburile obștești; funcționarii superiori ai statului ș.a. În perioada apariției creștinismului, *episcop* era numit *Dumnezeu* și avea semnificația de „cunoscător a toate”. Ex. : ... și a *Presfințitului Arcadie, Episcopul Acchermanului, s-au tipărit PSALTIREA aceasta în orașul Chișinău, în tipografia eparhială ...* (Psaltire, 1907, p.2);

- *patriarh* (<gr. πατριάρχης „părintele unei comunități, al unei familii”) este cel mai înalt rang în ierarhia Bisericii Ortodoxe, numit și *întâiul stătător* [1, p.357]; în „Vechiul Testament” patriarhi sunt numiți capii unor mari familii gentilice ebraice, predecesori ai lui Moise, conducători ereditari (spirituali și politici) ai poporului evreu [3, p.647]; prin extensiune semantică, termenul se atribuie și bătrânilor venerabili cu numeroși descendenți și/sau persoanelor în vârstă cu foarte multă experiență într-un domeniu spiritual [*ibidem*]. Ex.:

Simbolul, adică mărturisirea Credenții a celui întru Sfinți părintelui nostru Atanasie, Patriarhul Alexandriei (Psaltire, 1907, p.3);

- *apostol* desemnează persoana aleasă și trimisă să îndeletnicească o misiune; este denumirea cel mai frecvent atribuită persoanei însărcinate cu propovăduirea cuvântului lui Dumnezeu; astăzi cuvântul *apostol* poate fi folosit atât cu sensul de „nume dat fiecăruia dintre cei 12 discipoli ai lui Hristos” [3, p.54], cât și ca „adept și propagator înflăcărat al unei idei, al unei doctrine” [*ibidem*]. Substantivul *apostol* este unul productiv în limba română, contribuind la formarea altor termeni religioși: *apostolat*, *apostolic* (scaun apostolic), *apostolească* (Apostolească Biserică), *apostolește* etc. Ex.: *Arătare în scurt, despre aceea, cum fieștecărui Pravoslavnic creștin după predania veche a sfinților Apostoli, și a sfinților Părinți, spre închipuirea sămnuului sfintei Cruci pre fața sa...* (Psaltire, 1907, p.10);

• **sărbători:** *Adormirea Maicii Domnului* (< η Κοίμηση της Θεοτόκου); *Epifania* (< η επιφανεία) este una dintre primele sărbători creștine (alături de Nașterea Domnului și Învierea Domnului), datând din primele veacuri ale Bisericii [1, p.152], referindu-se la arătarea lui Iisus Hristos oamenilor, magilor; prin extensiune semantică lexemul *epifanie* devine un substantiv comun, însemnând „revelație a unei realități sacre, mitice” ș.a.;

• **cărți religioase:** *biblie* < gr. βιβλος, *evanghelie* < gr. ευαγγέλιο „veste bună” (ευ „bun” + άγγελος „înger, vestitor”), *catastif* < gr. κατάστιχο, *catisma* „versete de psalmi în timpul citirii cărora credincioșii stau așezați” < gr. κάθισμα „așezat, șezut”, *palie* < gr. παλαιά „vechi”, *triod* < gr. τριώδιον (τρεις „trei” + οδή „odă, cântare”) etc.;

• **rugăciuni, versete:** *ectenie* < gr. εκτενης „întins, prelungit”, *psalm* < gr. ψαλμός, *stih* < gr. στίχος „șir, linie; stih, vers”, *săringar* < gr. σαράντα „patruzeci”, *sărăcustă*, *antifon*, *tropar* etc.;

• **obiecte de cult:** *agheasmatar*, *candelă*, *cățuie*, *chimval*, *icoană*, *iconostas*, *policandru*, *pateriță*, *potir*, *crijmă* etc.; attribute sfinte: *agheasmă*, *alifie*, *anafură*, *smirnă*, *tămâie* etc.;

• **veșminte bisericesti:** *camilafcă*, *felon*, *rasă*, *sacos*, *schimă*, *stihar*, *mitră* etc.

• **tipuri de îngeri:** *arhanghel*, *heruvim*, *înger*, *demon*, *serafim*, *satană* etc.;

- **ființe** care fac parte/activează în sfera ecleziastică: *apostol, mag, martir, martor, sihastru* etc.;
- **clădiri, edificii**: *biserică, enorie, episcopie, chinovie, mănăstire, cimitir* etc.;
- **acțiuni, activități** cu caracter religios: *a afurisi, a boteza, a mărturisi, a hirotonisi* etc.;
- **cântări** care fac parte din cultul religios: *apolis, polieieu, stihiră, stihoavnă, tropar* ș.a.
- **feluri de mâncare**: *colivă, plachie* etc.;
- **slujbe, părți din slujbe**: *prosomidie, litie, liturghie, panihidă* etc.;
- **stări, simțăminte**: *evlavie, mireasmă, mânie, patimă, pizmă* etc.;
- **floră, faună** cu semnificație divină: *chiparos, livan, mirt, nard* etc.

De fapt, asemenea termeni formează un vocabular religios prezent în toate cărțile de cult, care este diferit de cel laic [2, p.158].

Influența greacă se simte și în cazul numelor proprii, atestând în textele analizate:

a) *antroponime* (textele biblice, firește, fac referință la divinitate (*teonime*), la sfinți și sfinte, apostoli etc.): *Gheorghe* < gr. γεωργός „lucrător al pământului, țăran”: „slăvitului marelui mucenic *Gheorghie* purtătorul de biruință” (Molitvenic, 1820); *Olimpiada* (derivat al lui *Olimpia* < gr. Ολυμπία (localitate) sau de la verbul λάμπω „a străluci, a lumina”) și *Eupraxia* / *Evpraxia* < gr. ευπραξία „activitate bună”: „pomenirea sfințelor muieri, *Olimpiada* și *Evpraxia*” (Molitvenic, 1820); *Teodosie* < gr. Θεοδοσίος „cel care se dăruie lui Dumnezeu”: „și aducerea cinstitelor Moaște a cuviosului părinte *Teodosie*” (Molitvenic, 1820); *Eudochim* / *Evdochim* < gr. ευδόκιμος „bună pricepere, succes, reușită”: „Sfântul și Dreptul *Evdochim*” (Liturghia, 1837); *Anastasiu* < gr. ανάσταση „înviere”: „a fericitului Patriarh a mării Antiohiei, *Anastasiu*” (Psaltire, 1907); *Vasile* < gr. βασιλιάς „rege, conducător” și *Grigore* < gr. γρήγορος „treaz; rapid, iute”: „Veniți, pre *Vasile*, Pre *Grigorie* săi laudăm” (Psaltire, 1907);

b) *toponime* grecești („dela țara Grecească fiind adusă” (Psaltire, 1907, p.16)): „Monahul dela sfântul Munte” (Psaltire, 1907, p.12, „din Mănăstirea *Vatopedului*” (Psaltire, 1907, p.12, „cel ce pe urmă au fost mitropolit *Tesalonicului*” (Psaltire, 1907, p.16) etc.

Interesantă este ortografierea cuvintelor, de exemplu, același nume este scris în moduri diferite: *Ioann* (cu accent pe vocala *o*, dublu *n*) *cel mare gură de aur* (Psaltire, 1907, p.19) și *Ioan Gură-de-aur* (cu

accent pe vocala *a*, un singur *n*) (Psaltire, 1907, p.493); în unele cuvinte se folosesc litere grecești (de ex. Θ), îmbinări de litere (oy pentru a reda sunetul [u]), spirite și accente etc.

Termenii religioși de origine greacă, după structură, se împart în următoarele categorii: **cuvinte simple** (*canon, cler, călugăr, har, livan, mir, mag, stihar, serafim, stelă, stih* etc.), **cuvinte derivate** (*ateu, ecleziastic, epitaf, ipodiaton* etc.) și **cuvinte compuse** (*arhidiaton, arhiepiscop, protodiaton, mitropolie, ortodox* etc.).

Cei mai mulți termeni religioși de origine greacă sunt **substantive** (*anafură, apostol, arvună, biserică, evlavie, catihet, cler* etc.); mai puțin numeroase sunt **verbele** (*a boteza, a mărturisi, a pizmui, a hirotonisi* etc.) și un număr relativ mic de termeni religioși fac parte din categoria **adjectivului** (*ateu, creștin, ortodox* etc.).

Unii termeni religioși de origine greacă au pătruns în lexicul românesc direct din limba sursă (împrumuturi directe: **amvon** < gr. ἀμβων, **evlavie** < gr. εὐλάβεια), alții prin filiera altor limbi (împrumuturi indirecte: **biserică** < lat. *basilica* < gr. βασιλική, **a boteza** < lat. *baptizare* < gr. βαπτίζω). Așadar, din punct de vedere etimologic, terminologia ecleziastică românească este, în mare măsură, de origine greacă (greaca veche, greaca bizantină sau neogreacă), trecută deseori prin filieră latină sau slavă, în funcție de împrejurările istorice de dezvoltare a creștinismului.

Referințe:

1. BRANIȘTE, E., BRANIȘTE, Ec. *Dicționar enciclopedic de cunoștințe religioase*. Editura diecezană Caransebeș, 2001.
2. CIOBANU, F., HASAN, F. *Formarea cuvintelor în limba română*. Vol. I. *Compunerea*. Editura Academiei R.S.R., 1970.
3. *Dicționar enciclopedic*. Chișinău: Cartier, 2003.
4. WOLF, D. Individualitatea limbii române întemeiată pe influența morfosintactică a limbii grecești vechi și bizantine asupra latinei vulgare balcanice. În: *SCL*, nr. 1, 1993, p.103–112.

Surse:

Minei de obște, 1819;
Molitvenic, 1817;
Molitvenic, 1820;
Liturgie, 1837;
Liturgie, 1882;
Psaltire, 1907;
Chiriadromion, 1860.

DUBIUL LA NIVEL SEMANTICO-SINTACTIC (ASPECTUL POPULAR)

Victoria CODA

Modalitatea este una dintre categoriile cele mai importante și mai complexe, *care ne caracterizează nu numai ca identitate lingvistică, dar și culturală, ne caracterizează ca indivizi* [1, p.4]. Aceasta reprezintă categoria semantică care exprimă atitudinea cognitivă, evaluativă, volitivă a locutorului față de anumite stări de lucruri, care pot fi atât reale, cât și posibile și care sunt descrise prin limbaj.

Modalitatea este o categorie complexă, dar în același timp constituie o problemă controversată, situată la confluența câtorva domenii ale științei: lingvistica, logica, psihologia, filozofia. Fiind o componentă necesară a enunțului, *modalitatea este definită ca un fenomen morfologico-sintactic, lexico-gramatical, lexico-sintactic, logico-sintactic, semantico-sintactic, comunicativ etc.* [3, p.295].

Modalitatea se clasifică în mai multe tipuri specifice, în unul dintre care se găsește dubiul, și anume în modalitatea epistemică.

Modalitatea epistemică se realizează în două forme principale, una ar fi indicarea gradului de certitudine pe care îl are locutorul, a doua – *înscrierea în mesaj a surselor pe care locutorul le-a avut la dispoziție pentru a cunoaște conținutul unei propoziții* [2, p.707]. Modalitatea epistemică este întâlnită în variate contexte și poate fi realizată cu ajutorul modurilor verbale, al verbelor modale, al diferitelor adverbe, locuțiuni adverbiale etc.

O particularitate a modalității epistemice este caracterul dubitativ, care nu presupune nici un adevăr, dar nici un fals, reprezentând un grad de incertitudine al locutorului. Astfel, dubiul indică o stare de îndoială, o incapacitate de a raționaliza, afirmativ sau negativ, asupra unei situații date. Ca o suspensie a rațiunii, dubiul relevă ignoranța și interzice acționarea, tot dubiul fiind marcajul neputinței.

În literatura artistică, dubiul este redat prin diverse mijloace ce au și rolul de a evidenția stilul scriitorului. De exemplu, la Ion Creangă, unde stilul are un caracter popular, întâlnim incertitudinea redată prin interogație dubitativă, interjecție, dar și prin gesturi ce trădează ezitarea.

În *Amintiri din copilărie* identificăm exemple care redau stările de dubiu ale personajelor, de exemplu, *Ei,ei! acu-i acu. Ce-i de făcut,*

măi Nică? îmi zic eu în mine [4, p.156]. Aici recunoaștem o propoziție interogativă dubitativă; cunoscutul personaj Nică se întreabă ce e de făcut când se găsește într-o situație de cumpănă, după ce iar a făcut o poznă. Situația în care se află îl determină să se gândească cum ar putea ieși din încurcătură și care ar fi soluția optimă, cântărind variantele pe care le are și încercând să o aleagă pe cea mai bună. Întrebarea pe care și-o adresează Nică trădează emoția ce-l cuprinde într-o situație incertă, deoarece pentru a-și salva pielea acesta trebuie să găsească o soluție cât mai eficientă.

În *Povestea lui Stan Pățitul*, atunci când Chirică cere să fie angajat în slujba lui Stan, încercând să-l convingă de aptitudinile sale, acesta, văzându-l atât de mic, neinspirând încredere în ceea ce spune, ezită să-l creadă: – *Nu căuta că-s mic, dar trebile care ți le-oi face eu, nu le-a face altul, măcar să fie cu stea în frunte. – Mai știi? Bine-ar fi, măi Chirică, dac-ar fi toate cu lapte câte le spui* [4, p.65]. Astfel, elementul care ne confirmă starea de îndoială a lui Stan este întrebarea pe care și-o pune sieși, *mai știi?* Parcă l-ar crede, la câte argumente aduce Chirică, dar, în același timp, după aparențe, nu ar putea fi convins cu nimic. Stă la dubiu, ar fi bine să fie adevărat, însă revine la realitate, ezitând să creadă în argumentele aduse de interlocutorul său.

Într-o altă poveste de-a bunicului din Humulești, *Dănilă Prepeleac*, dubiul este identificat în dialogul dintre Dănilă Prepeleac și fratele său, de la care obișnuia să ia carul pentru boi: – *Măi frate, zise într-o zi cel mai mare istuilalt; mi-e lehamite de frăția noastră!... Tu ai boi, de ce nu-ți închipuiești ș-un car? Al meu l-ai hârduit de tot. Hodorog! încolo, hodorog! pe dincolo, carul se strică. Ș-apoi, știi vorba ceea: „Dă-ți, popă, pintenii și bate iapa cu călcâiele” – Apoi, dă, frate, zise istlalt, scărpinându-se în cap, ce să fac?”* [4, p.30]. Ezitarea lui Dănilă pornește de la problema pe care o are, lipsa carului. De aici mai departe el nu știe ce trebuie să facă, ar avea mai multe drumuri de apucat, dar se îndoiește că vreunul i-ar ajuta. Se întreabă ce să facă, dat fiind faptul că niciodată nu s-a aflat în situația când fratele său refuză să-l ajute, nu știe unde să găsească soluția problemei, se află într-o stare de cumpănă, până când tot fratele său îl îndrumă, arătându-i calea pe care ar trebui să o urmeze.

Incertitudinea este specifică omului, dar, mai ales, omului simplu, de la țară, îndoiala în ziua de mâine, de azi și de ieri prezintă o parte din existența lui.

În povestirea *Moș Nichifor Coțcariul* întâlnim un exemplu evident de incertitudine: – *Văleu! Și unde-i balaurul, moș Nichifor? – D-apoi mai știu eu, jupâneșică? Pădurea-i mare, el știe unde s-a fi înfundat! Unii spun că după ce a mâncat foarte mulți oameni și a ros toată coaja din codru, ar fi crăpat chiar aici, în locul acesta. De la unii am auzit spunând că i-ar fi dat lapte de vacă neagră și cu aceasta l-ar fi făcut să se ridice iar la cer, de unde a căzut. Mai știu eu pe cine să cred?... Că oamenii vorbesc vrute și nevrute* [4, p.242]. Personajul lui Creangă se află într-o stare de dubiu, nu știe dacă e adevărată informația auzită sau nu. Faptul că laptele de vacă reprezintă o sursă de hrană asta o știe, dar iată că anume datorită acestuia să se fi izbăvit pământul de balaurul care-i aducea pagube, ridicându-l de unde a venit, la cer, nu prea. *Mai știu eu pe cine să cred?...* prin această întrebare retorică, dar și prin punctele de suspensie, care redau ezitarea, personajul exprimă starea de cumpănă în care se află, neștiind pe cine să creadă și ce să creadă despre istoria cu balaurul. Poate o fi fost adevărat, ce nu se întâmplă pe lumea asta, și balaurul chiar a fost gonit, însă există și versiunea care spune că drept pedeapsă pentru că a mâncat coaja de codru, o fi crăpat el chiar acolo, pe loc. Asta s-a întâmplat demult, astfel că este pusă la îndoială orice variantă.

Astfel, dubiul reprezintă un instrument privilegiat al reflecției, o atitudine a spiritului de care omul este atras din inerție. În cazul în care ne decidem să facem o acțiune, dubiul poate lua forma unei indecizii, unei irezoluții – a unei greșeli morale.

Dubiul este o atitudine a spiritului relativă sau care are puterea de a critica. Dubiul nu este doar o etapă provizorie în căutarea adevărului, acesta desemnează o atitudine permanentă a spiritului, o atitudine de suspiciune și de interogație proprie a puterii critice.

Așadar, pe de o parte, incertitudinea este văzută ca un instrument al cunoașterii, pe de altă parte, în planul acțiunii, ia forma greșelii, determinând slăbiciunea dorinței. Această stare este prezentă peste tot, constituind forța cu care rațiunea și dorința se opun unei judecăți în absența cunoștințelor suficiente.

Dubiul este un mijloc de a obține libertatea și adevărul, un concept necesar pentru a învăța și a descoperi, dar și pentru a ne cunoaște.

Referințe:

1. ZGÂRCIOABĂ-BOGDAN, E. Repere identitare la nivelul sintactic în limba română. În: *Limba română*, 2014, nr. 2, p. 1,4.

2. Gramatica Limbii Române. Vol II, Enunțul. Ed. Academia Română, 2006.
3. Oglindă E. Procedee de redare a modalității în operele beletristice. În: *Filologia modernă. Realizări și perspective în context european. Ediția a IV-a. Abordări interdisciplinare în cercetare lingvistică și literară. În memoria acad. S. Berejan*. Chișinău, 10-12 noiembrie 2010.
4. Creangă I. *Scrieri. Amintiri din copilărie*. Chișinău: Litera, 1997, p. 296.

**ELEMENTE DE TERMINOLOGIE MEDICALĂ
ÎN LETOPISEȚUL ȚĂRII MOLDOVEI
(GRIGORE URECHE, MIRON COSTIN, ION NECULCE)**

*Eugenia MINCU
Institutul de Filologie al AȘM,
Universitatea USMF „N. Testemițanu”*

În limba română, primii termeni științifici medicali sunt atestați în documente, cronici, praviile etc. Nimic nu produce o impresie mai profundă asupra omului decât starea patologică a organismului. În cronici, omul afectat de vreo maladie devine *bolnav de sănătate* (Gr.Ureche), *obositu de vârtute* (M.Costin), *cade în boală* (Gr.Ureche), *se războleşte* (M.Costin) etc.

În *Letopisețele* cronicarilor Grigore Ureche, Miron Costin, Ion Neculce sunt prezenți termeni medicali, care pot fi raportați la terminologiile disciplinelor medicale: anatomie, clinică, farmaceutică.

Elemente de terminologie anatomică

Elementele de terminologie anatomică atestate în cronicile cărturarilor moldoveni Grigore Ureche, Miron Costin, Ion Neculce [1] sunt, în mare parte, cuvinte populare. Cu sens strict anatomic sunt utilizate mai rar: *orb de un ochiu* (Ureche, 66), *rănit rău în cap* (Ureche, 71), *audzia slugile lui cu orechele* (Neculce, 301), *l-au lovit cu inicerca prin chept și au ieșit prin susioară (...)*, *mai pre urmă s-au tă-măduit* (Neculce, 396), *ochii și vergile gurii se vād* (Costin, 143) etc.

Dar este evidentă prezența metaforei/metonimiei antropomorfe. Termenul *metaforă antropomorfică* este pus în circulație de către Stephen Ullmann [2, p.277], considerat o formă străveche și universală de metaforă, numită și *metafora transpozitivă*, întrucât au loc transformări metaforice, univoce sau biunivoce: concret→abstract; uman→nonuman [3, p.98]: *capetele legii* (Ureche, 33), *...de nevoia*

turcilor ce venise la grumazi (Ureche, 33), ca să poată zădări cap de price (Ureche, 42), urechi deschise despre turcu (Ureche, 56), tot un trup din mădulare multe, tot o țară și o judecată (Ureche, 58), din epiceri să aleg mai de frunte (Ureche, 66), au și-nceput a le da foc și din frunte și din coadă... (Neculce, 456) etc.

Sunt atestate unități frazeologice care includ termeni populari: *...au dat dosul cu oaste „s-au retras” (Ureche, 44); capul și-a pus „a murit” (Ureche, 46), mergând după osăle tătânu-său „a murit” (Neculce, 284), își strică obrazul și numele „a se compromite” (Neculce, 348), închis la inimă lui „retras, tăcut” (Neculce, 435), pre un păr au stătut atunce viața „a fi în pericol” (Costin, 245) etc.*

Referindu-se la fizicul omului, cronicarii folosesc diverse formule: *făptură proastă „constituție astenică” (Neculce, 440), și de trup și de hire slabu și boleacu (Costin, 173), iar la statul trupului său era gârbov, ghebosu (Costin, 205). Evaluarea facultăților intelectuale se face prin: om deplin, cap întreg, hire adâncă (Costin, 233), minte mare (Ureche, 96).*

În detaliu este explicat aparatul de relație cu mediul ambiant: *din cele cinci simțuri ce are omul vederea, audzul, mirosul, gustul și pipăitul mai adevăratu de toate simțiri este vederea. Că prin audzu câte aude omul, nu se poate aședza pe deplin gândul, este așea ce să aude au nu este, căci nu toate suntu adevărate câte vin pri audzul nostru. Așea și mirosul, de multe ori înșeală, fiindu multe mirodenii dentăiu grele, iar apoi mare și iscusit miros făcu. Gustul este așea că multe ne păru că suntu dulce, apoi simțimu amărăciune și împotrivă, multe amare ne păru și suntu dulce. Pipăitul, iară și multe pipăim la chip de une și suntu altele și nu putem a le cunoaște cu singur pipăitul fără vedere. Iară vederea singura din toate așadză în adevăr gândul nostru, și ce e vede cu ochii nu încape să hie îndoială în cunoștință (Costin, 206), fiind evidențiat văzul ca cel mai veridic în luarea de atitudine.*

Elemente de terminologie clinică

Cărturarul Miron Costin menționează, destul de succint, **singurul adevăr** despre originea bolii: *Cand lumea erau încă nouă [= fără păcate]...nu suferau de nicio boală, nici de friguri în corpuri, nici de abcese de piele, fără că din desfrău slăbeau maruntaiele și se distrugeau din prea multe plăceri (Costin, 271). Costin precizează: Grecii numesc dizenteria boala raiului, pentru că a fost cea mai veche printre oameni (Costin, 288).*

După ce lumea s-a învechit, au bolnăvitu (Neculce, 296), se scornise boale (...) și omul dzăcea bolnav (Costin, 163) și n-au tărăgănat multu viața.. (ibidem 170).

Cronicarii explică bolile empiric prin „semne de boală”: *albeață pre un ochiu* (Neculce, 272), *l-au și lovit o amețeață* (Neculce, 445) etc., dar și prin precizarea segmentului anatomic: *bolnăvind de ochi* (Ureche, 91), *boala de ventre* (Costin, 163), *omu boleacu (...) de mâini și de picioare...*(ibidem, 170), *boala lui de picioare* (ibidem,195), *căutătură încrucișată* „strabism”, *vorba lui înecată* „bâlbâială” (Neculce, 440) etc.

Unele explicații ale stării de boală sunt însoțite de precizarea denumirii maladiei: *de boală ce au avutu adecă padagrie* (Ureche, 57), *rană fără leac* „incurabilă” – *lepra sau fistulă în pântice* (Neculce, 328), *bolnav de dropică* „hidroplazie” (Neculce, 333); *l-au lovit cataroia, de voie ré = dambla, apoplexie* „infarct/insult” (ibidem, 307), *omu boleacu (...) de mâini și de picioare, care boală padagră și firarga să dzice* (Costin, 170).

Ranele sunt diferite: *moldovenii mai cu multe rane încrunțați* (= „însângerat, plin de sânge”) *n-au mai putut suferi...* (Ureche, 75), *rană* (= „boală”) *nevendecată* (Neculce, 328) etc. Odată cu instalarea bolii, *omu devine boleacu ... s-au dat la doftori* „a se lecuî” (Ureche, 91) și *au băut doftoria...*(Neculce, 330) etc. Astfel, în cronică sunt descrise etapele de: *cădere în boală* → adresare la medic→tratament.

Cronicarul Miron Costin face o prezentare a bolii aproape științifică, indicând simptomele bolii, diagnosticarea (eronată), tratamentul și *exitus letalis*: *Ștefănița-Vodă...au cădzut în boală foarte grea, lungoare, care boală au priceput îndată doftorul că trebuie să ie sânge...l-au cuprisu herbințeala...au stătut frănitic* „tulburat la minte”, *adecă buiuguit de hire. Cu chipul ciumei era boala, că i-au ieșit și bolfă la mână, însă nu era ciună, ci era lungoare carii boală îi zic doftorii maligna...*(Costin, 248), lungoarea este definită ca fiind „malignă”, neologismul indică o maladie incurabilă.

În *Letopiseșe*, pentru prima dată, este arătată posibilitatea de a realiza:

a) o operație plastică: *Au găsit un doftor ca să slobozească sândge din obraz și-l boși la nas și așa dzi ciu dzi sândgele să închea de i-au crescut nasul la locu, de s-au tămăduit* (Neculce, 271);

b) o asistență medicală: *și au lovit într-un umăr, de care rană ...au umblat cu mâna legată* (Costin, 211);

c) o proteză dentară în adenție: *Dinți în gură nu avé (...) Dimineața îi inleie de-i pune în gură, iar seara îi desclie cu incrop și-i puné pe masă* (Neculce, 309).

Așadar, bolile atestate în *Letopisețe* sunt, în special, **maladii anatomice**: afectează văzul, aparatul locomotor, sistemul nervos, sistemul urogenital – *dub frențit* „sifilitic” (Neculce, 329), sistemul digestiv; **boli infecțioase**: ciurma, lungoare, lepra etc.; și **vătămări corporale** dobândite în timpul luptelor.

Elemente de terminologie farmaceutică

Elementele de terminologie farmaceutică sunt mai puțin prezente în *Letopisețe*. Grigore Ureche menționează utilizarea unor plante ca: *scoartă dulce, raventul, muscatinul* „nucșoară, sămânță aromată” (Ureche, 60). Miron Costin arată folosirea ierburilor în tratament: *...avându ierbi împotriva otrăvei date de un doftor* (Costin, 154) și precizează că există leacul *ochilor* (Costin, 152).

Ion Neculce descrie un tratament de profilaxie, care include leacurile tradiționale cunoscute de la strămoșii noștri geto-daci: *Oameni bolnavi la oaste, să cheltuiască cu dâștii și aptică, să le dé oțăt și usturoi* (Neculce, 464).

În concluzie, analiza diacronică a terminologiei medicale românești ar fi incompletă, dacă s-ar ignora contribuția cronicarilor moldoveni Grigore Ureche, Miron Costin, Ion Neculce.

Referințe:

1. *Letopisețul Țării Moldovei* (Grigore Ureche, Miron Costin, Ion Neculce). Chișinău: Hyperion, 1990. 638 p.
2. ULLMANN, St. *Précis de semantique française*. Berne: A. Frankee S.A., 1952.
3. DRUȚĂ, I. *Dinamica terminologiei românești sub impactul traducerii*. Chișinău: CEP USM, 2013. 336 p.

LUDICUL ȘI PARODICUL ÎN POEZIA LUI EMILIAN GALAICU-PĂUN

Doina SOLTAN

Poezia lui Emilian Galaicu-Păun impresionează prin două caractere esențiale, pe de o parte, caracterul *ludic*, ceea ce este echivalent cu eliberarea unei fantezii asemănătoare copilăriei și, pe de altă parte, caracterul *parodic* sau elementele artistice preluate de la alți autori pentru a obține un efect satiric sau comic.

Poezia lui Emilian Galaicu-Păun este asemenea unui „fir gros” [2, p.43] care se desface într-o mulțime de fibre subțiri cu scopul de a „reface împletitura într-o formulă proprie” [2, p.43]. Deconstrucția care are loc în conținutul poeziei vine să renască o nouă poezie, noi sensuri profunde, dar păstrează de la sursa primară „adâncimi inestimabile și conexiuni permissive între elementele imaginarului” [2, p.43].

După cum remarcă Maria Șleahțișchi, „poezia lui Emilian Galaicu-Păun este o poezie a limbajului, personajul ei se scaldă în limbaj precum Duhul Sfânt în apele primordiale se scaldă, rotindu-le roitor, pornindu-le gestația, fertilizând sensuri, imagini și semnificații” [2, p.42].

Jocul în poezie a devenit deja un model de construcție a acesteia, el nu mai poate fi considerat un fapt de incertitudine și suspiciune, deoarece universul poeziei-joc ne creează o „lume-spectacol” [1, p.8]. Pornind de la reperele generale ale teoriei ludice a artei, subliniem ideea că jocul poeziei se înscrie „organic între coordonatele esențiale ale ludicului ca atitudine umană fundamentală”. Ludicul conferă poeziei plasticitate și creează o atmosferă de joc, care permite imaginației să construiască sensuri profunde despre realitate.

Jocul de limbaj în special presupune „exercițiul unei *ars combinatorica* a verbului, supunând discursul liric unor reguli formale a căror funcționare trebuie înțeleasă ca spectacol al modelării substanței sonore” [1, p.8]. Un exemplu în acest sens este poezia „fără rugăciunea de seară”, unde este lesne de observat chiar de la titlu că poetul face o deconstrucție a cuvintelor cu scopul de a atribui noi sensuri realității dure cu care s-a confruntat și se confruntă poporul nostru: „am închiriat istoria și n-am vrut să plătim chiria/cine n-ar fi ispitit să trăiască degeaba/ sub cerul ca o reclamă de pepsi?”

Emilian Galaicu-Păun creează lumea obișnuită prin neobișnuit. Jocul de cuvinte invocă istoria „oaspeților” care ne-au pășit pământu-

rile. Comparația a trăi „ca o reclamă de pepsi”, ortografierea cuvântului „pepsi” cu minusculă susțin ideea lipsei de importanță a acestui mod de trai al „oaspeților” nepoftiți care s-au perindat de-a lungul timpului, în special, cei din perioada comunistă.

Poetul postmodernist nu s-a lăsat intimidat și influențat de ideologia comunistă, ci, dimpotrivă, și-a asumat, ca majoritatea colegilor, „monopolul suferinței” [3, p.17], fiind alături de neam prin deschidere spre nou.

O altă secvență de text în care ludicul contribuie esențial la transcrierea perfectă a tuturor emoțiilor dureroase, amprentelor lăsate de Măria Sa Istorie este următoarea: „am închiriat istoria și n-am vrut să plătim chiria/ apa gazul curentul electric (acesta din urmă/ plus socialismul făceau viitor frumos! –/ deocamdată însă ca unui câine roșcat îi dăm drumul pe sârma ghimpată prin semne rutiere/ cu inscripții: ZONĂ INTERZISĂ”. Durerea mistică este transpusă printr-un joc de cuvinte original, aparent în stil colocvial, dar având conotații sumbre, cu referire la evenimentele reflectate, lipsa semnelor de punctuație descrie haosul, care are deja „drepturi” depline de a conduce umanitatea spre neînțeles, spre dezordine, spre o lume fără valori.

Imaginile artistice din poezia „fără rugăciunea de seară” ne duce în trecutul trist și ne creează emoții de remușcare pentru ce-au trăit părinții noștri, bunicii noștri, țara noastră...

Stilul parodic la Em. Galaicu-Păun poate fi semnalat chiar de la titlul poeziilor, constituind un start al intențiilor satirico-parodice. Un exemplu în acest sens este titlul „moarte limpede cu flux de amănunte”, în care imaginea primară a morții dă naștere unei alte imagini a acesteia. Pe de o parte, este reflectată moartea clasică, oprirea tuturor funcțiilor vitale ale unui om, pe de altă parte, se evocă deconstrucția acestui proces cu scopuri de a scoate în evidență realitatea actuală sau a trecutului.

Avem de a face aici, fără îndoială, cu o situație de ritualizare a morții într-un limbaj colorat cu rezonanțe homeriene. Din aceasta se nasc elemente ironico-parodice, ca în următoarele versuri, de o savoare lexicală deosebită, condimentată cu inserțiile intertextuale ce vor să sugereze că acest proces dă naștere unui alt om, diferit de cel prezent: „moarte limpede cu flux de amănunte/ se revarsă-n lucruri urcă-n ochii/ necuvântătoarelor pe limba-mi/ gustul potop revine-n

valuri/ ca-ntr-o Iliadă hexametree./ niciodată bănuie adâncu-i/ după cercurile alergânde-n/ unde – circ roman pe suprafața/ mării – ne absoarbe în natura/ lucrurilor... flux de amănunte.../ și corabia plutește: Ave/ Caesar Imperator, morituri/ te salutant! – niciodată/ bănuie setea formei de sine însăși – ca pe o placentă/ o purtăm în sine spre – a o naște/ când s-or duce apele, cu sânge,/ moartea. Ea e înlăuntrul/ absolut, tonajul nostru intim/ pentru echilibrul altei, acelei/ revărsate-n lucruri – rău de mare –/ limpede cu flux de amănunte...”

Această poezie este inundată de aromele livrescului și cotidianului, iar universul poeziei este creat de reminiscențele operei homerice „Iliada”, ecourile „mărului de aur”, „a războiului troian”, „moartea lui Hector”, „focul la corăbii” sunt simțite prin încercarea de a recrea parodic mituri, forme culturale sau literare.

Elementele parodice și semnele poetice redimensionate în poezia lui Galaicu-Păun sunt vădite cu intenția de a satiriza percepția noastră privind valorile umanității. Este bine cunoscut faptul că poeții postmoderniști fac o deconstrucție aproape absolută a dragostei, care nu mai este sentimentul pur și adevărat ca cel din poeziile eminesciene, ci unul devalorizat și bazat pe altceva, dar numai nu pe sentimente.

În versurile poeziei „ultima indivizibilă celulă-a noastră” vine să susțină ideea libertății de a trăi, de a iubi și de a muri: „liberi de-a fi tot, ne-am smuls, ne-am despărțit/ pân' la glezne, până la genunchi, pân' la îngemănarea/ cromozomilor în semnul infinit,/ pân' la mâini, pân' la urechi, sprâncene.../ liberi de-a fi tot, rămași ce-am fost a fi.../ fluxul mării aruncat pe Limb ieri –/ trupul nostru dornic de stihii./ apele s-au dus, ne-au mai chemat, ne cheamă-n/ ultima indivizibilă celulă, matcă-sâmbur.../ însă pe nisip, perechi, urme de oameni.../ simetrie axială... și iluzia: nu-s singur!/ liber de-a fi tot, rămâi – ne-adună/ ultima indivizibilă constantă./ liber de-a fi tot, rămâi – dacă te doare/ singura ta formă, singura ta viață,/ neputințe pluricelulare/ de părinte, carpen, lup, verdeață,/ de iubită, de-al tău frate geamăn,/ de cioban, mesie, ghilotină,/ de vieru, miorița, geam în –/ spre europa, joseph k., de violină,/ de 1907 (o mie nouă sute șapte),/ „unsprezece elegii”, de porc de câine,/ de-a-ncerca oricare ALTĂ moarte/ [...]/ liber de-a fi tot, rămâi... doar nu lua/ marea de sub cap, pusă ca pernă –/ e refluxul trupului-n celulă/ ultimă indivizibilă eternă/ vale-a

plângerii”. Lumea reală, ca și parafraza ei ficțională, este creată prin intermediul lecturilor poetului, făcând apel la volumele de versuri „11 elegii” și „Necuvintele” ale lui Nichita Stănescu, la balada „Miorița”, la „Tinerete fără bătrânețe și viață fără de moarte” de Petre Ispirescu, la Vieru.

Deși poezia lui Emilian Galaicu-Păun este scrisă într-un registru al tragismului, aceasta poartă ceva din sufletul poporului, poartă suferința lui, valorile lui și chiar haina lui națională.

Desfigurarea lucrurilor în opera poetului, „dezbrăcarea” lucrurilor de haina învechită a percepției umane, configurarea unei noi perspective poetice evocă lucrurile cutremurătoare care se întâmplă în jurul nostru, iar eul liric e înrolat într-o lungă căutare a esenței ființei, lumii.

Acrobațiile lingvistice, manifestate prin jocul de cuvinte, uneori suprasaturate de semne, literele majuscule, substantivele proprii ortografiate cu minuscule, cifrele arabe și romane, numele străine, personajele mitice, notele de subsol, sublinierile, calambururile, paradoxurile, mottourile, lexemele frânte la silaba care sună mai frumos, interjecțiile sunt doar o parte din elementele care construiesc poezia și care creează lumea poeziei lui Emilian Galaicu-Păun.

Referințe:

1. POP, I. *Jocul poeziei*. București: Cartea Românească, 1985. 450 p.
2. CARAMAN, V.-E., Emilian Galaicu-Păun. Poezia ca itinerar către elementaritate. În: *Limba Română*, 2010, nr. 11/12, p.41-48.
3. ZBÂRCIOG, V., Emilian Galaicu-Păun și dimensiunile poetico-estetice ale „mitului personal”. În: *Dacia Literară*, 2013, nr. 3/4, p.14-19.

PLEONASMUL ÎN TEXTUL PUBLICISTIC

Eugenia DODON

Un bun text publicistic respectă anumite exigențe stilistice, se distinge prin concizie și claritate, fiind coerent din punct de vedere semantic, gramatical, logic argumentativ [4,p.49]. Pentru a elabora un text adecvat, a-l face să fie citit cu plăcere, e necesar a exclude toate elementele inutile, ce-i „obturează” semnificația.

În textul publicistic actual, se observă un tip de redundanță mult mai conturată la nivel lexical decât la cel gramatical, ce se resimte prin derivația sinonimică (întrebuințarea cuvintelor din aceeași sferă semantică, cu preferință pentru neologisme), îmbinări cu caracter fix

între substantiv și adjectiv, diverse unități frazeologice stereotipe ce au sens metaforic, al căror nucleu îl constituie un neologism împrumutat din alte stiluri etc. [7, p.42]. Redundanța, în sens pozitiv, este doar un surplus de informație ce asigură exactitatea transmiterii ei. Ea este inacceptabilă, dacă include cuvinte, expresii și imagini superflue în formularea ideilor, o abundență de semne lingvistice față de cele strict necesare pentru a reda un mesaj [5, p.234].

Un exemplu de manifestare a redundanței este pleonasmul – o greșeală frecventă în textul publicistic și mult prea discutată în literatura lingvistică. Alături de alte abateri de la norma literară, pleonasmul a devenit o preocupare constantă a unor cercetători notorii ca M.Avram, Th.Hristea, G.Gruiță, V.Guțu Romalo, I.-Șt. Rădulescu, S.Preda, I.Condrea ș.a. Astfel, S. Preda subliniază că pentru a menține intacte virtuțile stilistice ale textului jurnalistic (lizibilitate, coerență, fluentă), e nevoie să se respecte unele cerințe, și anume: a evita diverse capcane semantice – pleonasmul [4, p.58].

Definiția pleonasmului, în aparență, este accesibilă și oricine o poate însuși, chiar dacă diferă puțin de la un autor la altul. Unii lingviști afirmă că acesta constă în „asocierea redundantă a unor cuvinte sau expresii cu același înțeles” [1, p.121]. Alții, bunăoară, I.-Șt. Rădulescu consideră că e vorba de combinarea a două lexeme diferite, ce se află în raport de subordonare. De fapt, e o repetare superfluă a aceleiași idei: cuvântul determinat include în sfera lui semantică sensul determinativului: *termen fix, pom fructifer, blam public* ș.a. [6, p.168]. Această definiție e una completă și plauzibilă, ce poate fi aplicată la o abordare amplă a pleonasmului în limba română.

Chiar dacă, în opinia unor cercetători, pleonasmul nu e identificat ca cea mai gravă greșeală de exprimare, totuși se atestă printre cele mai frecvente erori în orice gen de comunicare. A.Dragomirescu, Al.Nicolae precizează că exprimarea pleonastică e prezentă în mai multe limbi, dar nu este întotdeauna condamnată, constituind o particularitate universală a facultății de limbaj [1, p.125].

Autorii citați susțin că există pleonasme tolerabile (*am auzit cu urechile mele, am văzut cu ochii mei, a se autocunoaște* etc.), ce se utilizează pentru a-l convinge pe interlocutor de veridicitatea celor relatate. Asemenea formule (*ieși afară!; taci din gură!*) sunt cu mult mai ferme, pentru a exprima un ordin, decât cele simple (*ieși!* sau

taci!) [1, p.122]. G.Gruică relevă pleonasmе simpatice (*avansați înainte, un mic detaliu, a-și aduce aportul ș.a.*). Ele, deși nu au dispărut complet din uz, totuși se întâlnesc tot mai rar, mai ales în texte imitativ-ironice, creând vorbitorului/cititorului clipe de bună dispoziție, prin nuanța de umor involuntar ce o conțin [2, p.223-224]. O altă categorie de pleonasmе justificate sunt cele solemne, specifice limbajului administrativ-juridic. De regulă, acestea se folosesc în împrejurări solemne, ce „marchează, uneori, decisiv destinul unei persoane sau colectivități” [2, p.227].

Lingvistul Th. Hristea optează pentru faptul de a avea o atitudine permisivă față de „pleonasmul posesiei”: vorbitorul simte necesitatea de a reliefa ideea de apartenență, de a scoate în evidență ceva. Structuri similare se află și în alte limbi, de exemplu, în franceză. În lucrările normative ale limbii franceze sunt criticate, chiar respinse multe pleonasmе, dar structuri de acest gen nu se observă că sunt devieri de la normă [Apud:1, p.148-149].

Din perspectiva normei literare, există pleonasmе intolerabile, generate, de cele mai multe ori, din neatenție, ignoranță, dorința exagerată de a impresiona, din necunoașterea etimologiei cuvintelor, îndeosebi a celor împrumutate recent din engleză. [Apud: 1, p.124]

În stilul publicistic se observă pregnant tendința de a substitui superlativul implicit cu cel explicit, de tip pleonastic: ... această decizie...poartă *un caracter prea radical*. (ZN., 26.02.16, p.16); Acești ofițeri sunt *foarte valoroși*. (ZN., 26.02.2016, p.3); ... *metale mai perfecționiste* de filtrare și purificare a apei. (T.,15. 04.16, p.22); A fost *cea mai formidabilă dovadă* de mobilizare socială pe care am realizat-o de când suntem stat independent... (T., 15.04.16, p.6). În toate aceste exemple, formele de comparativ/superlativ sunt inadecvate.

În diverse studii, articole, s-a reiterat ideea despre unele adjective (*superior, optim, maxim, splendid, sublim, autentic, cumplit, desăvârșit, minor, principal, esențial, perfect, superb, colosal ș.a.*) necomparabile care au sens de superlativ, mai rar, de comparativ [3, p. 136].

Un număr impunător de pleonasmе sunt cele heteromorfe. Ele conțin cuvinte ce fac parte din clase lexico-gramaticale diferite și sunt unite printr-un raport de subordonare [1, p. 126]: **Ce restanțe lăsați în urmă** și care trebuie să fie rezolvate de viitoarea componentă a CEC? (A., 10.02.16, p.7). Corect: *Ce restanțe lăsați care trebuie să fie*

lichidate...; Fără munca de cercetător, tot ce a pus **Dumnezeu în creația sa divină** – copilul ar rămâne în faza embrionară (F., 19.01.13, p.1). Corect: *...a pus Dumnezeu în creația sa.*

Se știe că în limba română sursele sinonimiei sunt variate: ele se manifestă prin împrumut, extensie semantică, formații interne, dinamica nivelurilor stilistice ale limbii (regionalismele, argourile etc.), ceea ce trebuie luat în considerare la redactarea unui text. În caz contrar, vom obține dublete sinonimice, ceea ce favorizează, adesea, apariția nedorită a pleonasmului [8, p.176]. Asemenea pleonasme, numite izomorfe [1, p.126], au în structura lor cuvinte din aceleași clase lexico-gramaticale, unite printr-un raport de coordonare, de exemplu, **două adjective** sau **locuțiuni adjectivale**: Este **stupid și absurd** să te declari neutru în fața ucigașilor care scuipă și pe legi. (ZN., 25.03.16, p.5); „Uneori, **starea de melancolie** sau **de tristețe** este însoțită și de iritabilitate...” (ZN., 26.02.16., p.21); **două verbe sau frazeologisme verbale**: „Mă întreb ce putea să facă băiatul acesta, în afară de **a strânge din dinți, răbda și îndura**”. (S., 12.02.16, p.3); „Scriitorul e asaltat cu întrebări care mai de care și **ține piept, și face față**”. (F., 26.02.16, p.7)

I.-Șt. Rădulescu e de altă părere, subliniind că în acest caz e vorba de structuri tautologice. Autorul crede că tautologia, greșeală de exprimare, este o repetare inutilă a aceleiași idei, prin cuvinte sinonime, ce se află în raport de coordonare. Dacă pleonasmul în vorbirea comună poate fi o greșeală de limbă (se asociază două cuvinte cu sens apropiat, unul se conține în celălalt (**cel mai complet, sumă de bani, polemică de idei** etc.), tautologia reprezintă, prin caracterul său redundant, un viciu de exprimare ce izvorăște din ignoranța ori lenea de a gândi, înainte de a utiliza cuvântul potrivit într-un context [6, p.174].

Pentru a evita pleonasmele izomorfe, în general, redundanța, autorii încearcă să recurgă la structuri cu sens similar, ce se găsesc într-un enunț la o anumită distanță una de alta: La această mănăstire rugăciunea **este neîntreruptă**, citirea psaltirii nu încetează **nici ziua, nici noaptea**. (M., ian.-febr., 2011, p.79)

Considerăm că este rezonabil să delimităm cele două concepte: tautologia și pleonasmul, iar construcțiile în discuție să le identificăm în context ca pleonasme.

Dintr-o altă perspectivă, și anume cea a frecvenței în uz, se confirmă că unele pleonasme sunt numai virtuale: **amplou mare, biografia vieții, ceremonie solemnă, a cronometra timpul, proiect de viitor** ș.a. [Apud: 1, p.126], altele însă se atestă deosebit de des și în textul publicistic.

Așadar, urmează să asociem adecvat un cuvânt cu altul, să ne gândim, înainte de toate, ce dorim să spunem, cum să formulăm ideile, pentru a nu comite abateri de la normă. Dacă nu conștientizăm ce valoare i se atribuie cuvântului în situații concrete, riscăm să construim enunțuri incoerente și lipsite de semnificație ce vor afecta, firește, integritatea mesajului pe care intenționează să-l redea vorbitorul/autorul în comunicarea orală ori în cea scrisă.

Referințe:

1. DRAGOMIRESCU, A., NICOLAE, Al. *101 greșeli de lexic și de semantică*. București: Humanitas, 2011.
2. GRUIȚĂ, G. *Moda lingvistică 2007. Norma, uzul și abuzul*. Pitești: Paralela 45, 2006.
3. GUȚU ROMALO, V. *Corectitudine și greșală. Limba română de azi*. Ed. a III-a, revăzută și adăugită. București: Humanitas, 2008.
4. PREDA, S. *Tehnici de redactare în presa scrisă*. Iași: Polirom, 2006.
5. RĂDULESCU, I.-Șt. *Erori flagrante de exprimare. Radiografie critică a limbajului cotidian*. București: Editura Niculescu, 2007.
6. RĂDULESCU, I.-Șt. *Să vorbim și să scriem corect. Erori frecvente în limbajul cotidian*. București: Editura Niculescu, 2002.
7. ROȘCA, L. *Formarea identității profesionale a jurnaliștilor*. Iași: Polirom, 2000.
8. ROȘCA, L. *Producția textului jurnalistic*. Iași: Polirom, 2004.

Izvoare folosite și abrevierile lor:

Adevărul – A.
Făclia – F.
Moldova – M.
Săptămâna – S.
Timpul – T.
Ziarul național – ZN.

INTERPRETAREA FRACTALICĂ A TEXTULUI LITERAR

Olga APOLONIC

Opusul geometriei euclidiene pe care o cunoaștem din școală este geometria fractalică. Dacă geometria euclidiană determină formele fixe ale figurilor și corpurilor, precum și situarea lor în spațiu, geometria fractalică determină formele atipice, haotice și încearcă să identifice structura lor. Etimologic, termenul „fractal” provine din latinescul *fractus*, care înseamnă frântură, ruptură în bucăți. Un fractal este „o figură geometrică fragmentată sau frântă care poate fi divizată în părți, astfel încât fiecare dintre acestea să fie cel puțin aproximativ o copie miniaturală a întregului” [3, p.18]. În studiul său, Benoit Mandelbrot, elucidând o atare geometrie, argumentează că „norii nu se pot aproxima prin sfere, munții nu se pot aproxima prin conuri, coastele insulelor, mărilor și oceanelor nu sunt linii continue.” [3, p.23] Formele neregulate, haotice sunt greu de descris și de măsurat, iar teoria fractală ajută la perceperea, descrierea și înțelegerea acestor forme. Teoria fractală este, potrivit lui Alain Boutot, „o teorie a fractuarului, a zdrobitului, a granularității și diseminării, a porozității” [1, p.26].

În domeniul literar, geometria euclidiană se aseamănă cu ideea aristotelică a formelor pure, iar geometria fractalică se referă la operele din literatura modernă care conțin o ambiguitate a genurilor și speciilor.

Un studiu interesant la acest subiect care își propune să ofere o metodă de interpretare fractalică a literaturii este *Fractologia – prolegomene la o posibilă viziune fractală asupra literaturii*, redactat de Dumitriu Titiuca și Nicoleta Dascălu.

Autorii analizează schimbările filosofice, sistemice și ontologice aduse de teoria fractalilor. Această teorie, susțin autorii, aduce schimbări fundamentale în aceste domenii, în principiu datorită faptului că ne arată că, privite dintr-un anumit unghi, formele haotice pot fi de fapt integrate într-o formă complexă, greu vizibilă nouă. Mai mult, spațialitatea fractalică se întinde la infinit și chiar înlătură diferențele dintre dimensiuni. Astfel, autorii afirmă că „*microcosmosul este în mod esențial similar macrocosmosului, iar cel din urmă nu este superior sau mai important decât primul*” [4,p.26]. O distincție la felul în care un text se poate raporta la interpretarea fractalică este aceea dintre *literatura fractalității explicite* (exploarează direct teme

fractalice) și cea a *fractalității implicite* (fractalitatea este camuflată în compoziție, personaje, cronotop etc.).

Opera literară poate fi interpretată fractalic prin: *lectură fractalică, narațiune fractalică, descriere fractalică și zoom fractalic.*

Lectura fractalică constă în analiza unor fragmente din text, iar concluziile pot fi extinse întregului text. Atunci când folosim lectura fractalică, suntem atenți la detalii, la cuvinte sau idei care se repetă și încercăm să le integrăm întregului text. Principalul avantaj al acestei metode este acela că tot ceea ce pare neimportant sau mai puțin important este integrat întregului, deci, spre deosebire de lectura tradițională, avem șanse mai mari să ținem minte detaliile și descrierile.

O *narațiune fractalică* este narațiunea care necesită o lectură fractalică pentru a fi înțeleasă cu desăvârșire, sau acea narațiune care folosește fractali în firul epic (cum face M.Cărtărescu în romanul *Orbitor*) sau în narațiune (de exemplu, de fiecare dată când mai mulți naratori narează diferit același eveniment, ca în romanele polițiste ale Agathe Christie).

Descrieri fractalice pot fi găsite cu ușurință în romanul *Orbitor*, în descrierea universului: „Cu toate acestea, universul nu este tot ce are loc, ci mult mai mult (...) de neperceput decât cu super-organul de simț al gândirii, super-simetrii, structuri încolăcite în ele însele și care anulează, la un nivel mai înalt, curgerea dinspre trecut și viitor, dinspre tot spre nimic (...) Există o memorie universală, cuprinzând, stocând și distrugând ideea de timp. Există Akasia, și Akasia este salvatoarea universului, și-n afara Akasiei nu e posibilă vreo speranță de mântuire. Ea este ochiul din fruntea Totului, care cuprinde istoria Totului cu tot ce este, a fost și va fi. În Akasia nu există moarte, nici naștere, totul este coplanar și totul este iluzoriu. Toate evenimentele lumii și fiecare particulă de substanță și fiecare cuantă de energie sunt prezente într-o lumină transfinită acolo, în Amintire (...) să detectăm Memoria Memoriei lumii, și Memoria Memoriei Memoriei și poate și mai departe, în nesfârșire. Și, dacă și conștiința, devenită astfel de preștiință, s-ar mai răsfrânge odată în sine, ar fi în stare, ajunsă atotștiință, să se ridice deasupra acestei telescopări de memorii pentru a vedea miezul trandafirului ca un infinit de petale, păianjenul fermecător care țese iluzia, modelând-o rapid în formă de cosmosuri,

spații și timpuri, corpuri și fețe, cu infinitele sale picioare articulate” [2, p.58-59].

Zoom-ul fractalic apare în cazul rescrierii unor opere, de exemplu: când Borges rescrie opera lui Cervantes, putem spune că un zoom fractalic a fost aplicat lui *Don Quijote*, cu ajutorul lui Pierre Menard. Un alt zoom fractalic se referă la firul epic al narațiunii, de exemplu, în romanul *Moarte în Mesopotamia* de A.Christie narațiunea acestuia este bazată pe o serie repetată de zoom-uri fractalice, încă de la începutul romanului, când scena de-naintea crimei este narată pentru prima dată. După acest moment, vom avea o multitudine de narări ale acestei scene, pe măsură ce detectivul interviuează diferite personaje, care vor veni fiecare cu propria variantă. Narațiunea se realizează de fapt prin zoom-uri aplicate acestei scene inițiale, și se sfârșește în momentul în care scena este completată cu detalii care lipsesc, iar criminalul este identificat. În acest moment, fractalul este complet.

Zoom-ul fractalic ar fi, în consecință, procesul prin care un element este relevat într-un mod diferit și la un alt nivel. Acesta poate apărea în firul epic, în descrieri, în rescrieri etc., de fiecare dată când ni se dezvăluie că un lucru are mai multe versiuni, niveluri sau dimensiuni.

În concluzie, putem afirma că: la apariția sa, considerat un component ciudat al matematicii, fractalul se impune astăzi ca termen atât în științele reale, cât și în cele umaniste și necesită a fi studiat cu atenție. Fractalul este cheia pentru înțelegerea unor aspecte, laturi ale lumii, care la prima vedere par dezordonate și ilogice. El generează o metodologie de tip fractalic și își îmbogățește treptat sensurile în funcție de disciplina în care este preluat și aplicat.

Referințe:

1. BOUTOT, A. *Inventarea formelor*. București: Nemira, 1996.
2. CĂRTĂRESCU, M. *Orbitor. Aripa stângă*, vol. I. București: Humanitas, 2002.
3. MANDELBROT, B.B. *Obiectele fractale. Formă, hazard și dimensiune*. București: Nemira, 1998.
4. TITIUCA, D., DASCALU, N. *Fractologia – prolegomene la o posibilă viziune fractală asupra literaturii*. Craiova: Fundația Scrisul românesc, 2004.

VIZIUNEA ETNICĂ ASUPRA LUMII – ELEMENT ESEŢIAL AL NOMINĂRII GLOTICE

Aliona MERIACRE
Universitatea „Perspectiva-INT”

Geneza și dezvoltarea viziunii etnolingvale asupra lumii se află în corelație, pe de o parte, cu mediul ambiant (realitatea extralingvală, în general, și cea geografică, în particular), pe de altă parte, cu cel etnolingval (caracterul poporului, specificul limbii), chestiuni care au fost abordate în studiile noastre anterioare (bunăoară: [2]). Astfel, existența și continuitatea acestei viziuni în timp și în spațiu, întrunind dimensiuni sincronice în diacronie, integrând diversitatea în unitate, se datorează atât existenței seculare a universului și perindării generațiilor lui, cât și limbilor în funcțiune.

Modul de a vedea și de a concepe lumea și tot ceea ce ține de ea (natură, societate, gândire, om, poziția sa în univers etc.) se concretizează într-un ansamblu de reprezentări și de idei despre realitate. Totalitatea acestor reprezentări și idei (opinii, confesiuni, concepții, percepții, argumente etc.), denumite prin termenul de viziune asupra lumii, asigură o descoperire și interpretare specifică a universului prin intermediul sistemului de semne lingvale, la fel specifice. Or, viziunea poporului asupra lumii, drept o fațetă a înțelepciunii acestuia¹, „are efectiv nevoie de experiența particulară a limbilor, spre a explora în toate felurile realitatea și spre a-i trece cunoașterea în cuvinte” [3, p.44].

Așadar, viziunea etnică, sedimentându-se în conținutul unităților lingvale, depozitează experiențele și cunoștințele poporului despre univers în interiorul limbii, reflectând totodată nivelul de dezvoltare al acestuia, particularități social-istorice și culturale etc. În felul acesta, viziunea etnică a poporului devine una etnolingvală care poate fi cunoscută și studiată pe verticală și orizontală prin investigarea limbajului verbal și cel nonverbal propriu unei etnii.

Prin urmare, viziunea etnică, în calitate de constituent al mediului spiritual uman sau al limbajului său interior, nonverbal poartă, respectiv, un statut neverbalizat, existând în conștientul, precum și în inconștientul poporului. Această viziune paralingvală își găsește însă

¹ „Înțelepciune – capacitate superioară de înțelegere și judecare a lucrurilor, implicând o cunoaștere adâncă a realității, experiență și echilibru” [1, p. 541].

împlinire prin întruparea ei în sistemul unităților de limbă, devenind, ulterior, o viziune lingvală a poporului sau, altfel zis, viziune etnolingvală, sedimentată în structura de suprafață și de adâncime a limbii.

Faptul că viziunea lingvală tinde mereu să fie „în consonanță” cu viziunea paralingvală sau s-o reprezinte întocmai în toate ipostazele ei se datorează relației dintre limbă și popor sau, cu alte cuvinte, dintre limbă și spirit al poporului: or, „nici limba, nici spiritul nu pot fi considerați independenți unul față de altul...”, fiecare constituind forțe ce se completează și se susțin reciproc [4, p.164].

Scurgerea timpului aduce cu sine noi informații cu privire la cunoașterea multilaterală a universului. Aceste informații, completându-se sau substituindu-se, reflectă ca atare viziunea individului și/sau a generației respective într-un anumit moment (de exemplu, etapele de evoluție a științelor reflectă vehicularea și confruntarea diferitor teorii, mai mult sau mai puțin suficient argumentate, în susținerea propriei opinii cu privire la proveniența omului, apariția și dezvoltarea limbilor, mișcarea planetelor în univers etc.). Deși în mare parte divergente, aceste concepții reflectă viziunea popoarelor asupra lumii, într-un moment dat. În pofida faptului că unele teorii s-au dovedit a fi eronate, în urma unor investigații mai profunde sau odată cu îmbunătățirea posibilităților sau a mijloacelor epistemologice, ele și-au găsit un spațiu de vehiculare sau de „sedimentare” în diferite surse istorice, documente și manuale, unele fiind prezente și în vorbirea cotidiană. De exemplu, se mai utilizează și în prezent, fără a provoca nedumeriri, expresii cu sens figurat ca „răsăritul și apusul soarelui”, „a merge până la capătul pământului”, „lună nouă”, „lună plină” etc.

Prin urmare, viziunea lingvală asupra lumii reflectă, practic, în întregime viziunea poporului ca atare. Acest mecanism de contopire și redare a viziunii etnolingvale asupra lumii este facilitat, mai cu seamă, de funcțiile receptivă, cumulativă și reflexivă ale limbii, capacitatea de a integra în realitatea în ansamblu sau de a recrea tabloul lumii prin mijloace lingvale și de a reflecta viața, mentalitatea, psihologia etc. etniei respective. Iar impregnarea viziunii asupra lumii în sistemul limbii constituie, în fond, o continuitate și o „manifestare lingvală” a spiritului poporului, chiar și atunci când identitatea etnică a acestuia este pusă la îndoială.

În mod tradițional, viziunea poporului asupra lumii se codifică în diferite mijloace de comunicare, limba dovedindu-se a fi cel mai efici-

ent din toate. Ele – viziunea și limba – constituie un tot întreg, indestructibil, determinându-se reciproc: pe de o parte, viziunea poporului se împregnează în țesutul limbii, conferindu-i specificitate, pe de altă parte, limba reflectă viziunea poporului asupra lumii, afectând, la rândul său, viziunea etnică a individului care interacționează, într-un fel sau altul, cu acea limbă. Or, viziunea influențează „fizionomia” limbii, iar limba, prin „măreția” sau „spiritul” ei, influențează viziunea etniei respective.

Viziunea etnică pe care o conține imaginea realului din conștiința noastră reprezintă una din „esențele eterogene” ale actului nominării propriu-zise [6, p.73]². Fiece obiect, fenomen etc. în parte posedă o multitudine de trăsături distinctive și se află în diferite relații cu celelalte obiecte sau fenomene ale realității. Cunoscând un obiect sau un fenomen mai mult sau mai puțin îndeaproape, individul/poporul își formează ulterior o viziune asupra acestuia. Subiectul nominării (individul, lingvistul, poporul etc.), analizând din mai multe perspective obiectul nominării, își va impune viziunea sa asupra lui, în funcție de intenția și competența sa comunicativă etno-socioculturală, de abilitățile sale creative și de exprimare etc., de specificul mijloacelor lingvare propriu-zise. Prin urmare, fără a poseda, în prealabil, unele cunoștințe, fie și elementare, despre realitatea căreia i se caută un nume, fără a avea o imagine, fie și vagă, despre aceasta, nominarea este „absolut imposibilă” [5, p.159]. Deci ar rezulta că dacă actul nominării este imposibil fără formarea premergătoare a viziunii etnice asupra lumii, atunci însăși constituirea sistemului de semne lingvare ar fi, prin urmare, imposibilă. Respectiv, evoluția societăților, culturalizarea și geneza etniilor, crearea și dezvoltarea unui ansamblu de științe etc. n-ar fi existat fără formarea unei viziuni lingvare a poporului asupra lumii. De altfel, orice invenție, orice creație artistică sau de utilitate socială, orice idee etc., pentru a se materializa, are nevoie de același „element eterogen al nominării”, adică de o viziune a poporului asupra lumii, precum și de limbă.

Viziunea etnică asupra lumii, „înființând” universul limbii, devine însuși spiritul ei, a cărui importanță nu necesită vreo argumentare. Or,

²Trebuie să precizăm însă că viziunea etnică asupra lumii este percepută în calitate de „esență eterogenă” atâta timp, cât este concepută (mai mult teoretic) în afara limbii. Participând însă la nominarea elementelor lumii înconjurătoare, ea obține un statut lingvistic, devenind, în fine, viziune etnolingvală asupra lumii.

în lume „există, desigur, multe lucruri despre care se poate spune că sunt «în ființă», dar că totuși ființa nu este în ele și cu ele” [3, p.50].

Conchidem că sedimentarea în limbă a viziunii poporului asupra lumii este indubitabilă și are un rol deosebit în crearea sistemului de nominări lingvare, în expunerea ideilor cu privire la diferite situații de știință, în soluționarea celor mai variate probleme social-umane, în reconstruirea mediului real prin socializarea și culturalizarea lui, în evoluția științelor limbii, culturii, filozofiei, matematicii, hermeneuticii, etnografiei etc., precum și în crearea unui univers lingval particular al lumii.

Referințe:

1. Academia Română, Institutul de Lingvistică „Iorgu Iordan”. *Dicționarul explicativ al limbii române*, ediția a II-a. București: Univers enciclopedic, 1998. 1194 p.
2. MERIACRE, A. Corelația limbă – viziune în accepția diferitor lingviști străini. În: *Studia Universitatis: Seria științe umanistice*. Chișinău: CEP USM, 2010, p. 120-122. ISSN 1857-209X.
3. NOICA, C. *Sentimentul românesc al ființei*. București: Humanitas, 1996. 187 p.
4. ГУМБОЛЬДТ, В. *Избранные труды по языкознанию*. Москва: Прогресс, 1984. 397 с.
5. СЕРЕБРЕННИКОВ, Б.А. Номинация и проблема выбора. В: *Языковая номинация. Общие вопросы*. Под ред. Б.А. СЕРЕБРЕННИКОВ, А.А. УФИМЦЕВА. Москва: Наука, 1977, с. 147-187.
6. УФИМЦЕВА, А.А., АЗНАУРОВА, Э.С., КУБЛЯКОВА, Е.С., ТЕЛИЯ, В.Н. Лингвистическая сущность и аспекты номинации. В: *Языковая номинация. Общие вопросы*. Под ред. Б.А. СЕРЕБРЕННИКОВ, А.А. УФИМЦЕВА. Москва: Наука, 1977, с. 7-98.

DIMENSIUNEA INTERNAȚIONALĂ A OPEREI LUI GRIGORE VIERU

Ludmila BALȚATU

Universitatea de Stat „B.P. Hasdeu” din Cahul

Despre Grigore Vieru s-a scris și se va scrie. Cărțile sale au apărut de sub tipar în tiraje impresionabile și se vor reedita. E pe deplin explicabil: opera sa e pe placul și înțelesul cititorilor de toate vârstele. Și aceasta se datorează în mare parte faptului că limba română este folosită în poezia lui Gr. Vieru cu mare grijă, toate creațiile sale literare

sunt pătrunse de un adânc conținut filosofic, temele obsedante ale poetului fiind mama, patria, graiul, iubirea.

Prin urmare, corespunde cerințelor timpului tendința exegeților de a-i analiza mai detaliat opera, de a o propaga. Or, propagarea operei unui scriitor se datorează nu numai intervenției istoricilor și criticilor literari, ci în mare parte traducătorilor. Iată cum comentează valoarea incontestabilă a traducerilor, specificul muncii de traducător vestitul savant G.Ionescu: „Integrată literaturilor naționale ea (traducerea) îndeplinește aceeași funcție estetică ca și creația autohtonă. Totodată însă, aparținând unui alt univers cultural și unui alt timp istoric, ea trebuie să poarte semnele specifice ale locului și momentului în care s-a plămădit originalul, să dispună de bogate valențe informative privind mediul de obârșie” [1, p.28]. Opiniile de mai sus ne conving în adevărul că munca traducătorului presupune o mare responsabilitate, o cunoaștere perfectă a limbilor din care și în care traduce. În această ordine de idei, Tudor Vianu susține următoarele: „Traducerea este o lucrare de artă și ea trebuie încredințată unor scriitori distinși în alte traduceri sau în opera originală. Traducătorul trebuie să caute și datoria-i să găsească echivalentele naționale ale locuțiunilor, ale expresiilor, ale proverbelor limbii din care traduce...” [2, p.634].

Cele menționate anterior pot fi completate cu opiniile unui alt exeget, Daniel-Henri Pageau, conform căruia a traduce (traducere) înseamnă a face ca un text să treacă dinspre o cultură în alta, dinspre un sistem literar înspre un altul, adică a introduce un text într-un alt context.

Nu întâmplător, în rândurile de mai sus am enumerat dificultățile cu care se ciocnește în munca sa traducătorul, urmărind scopul de a elucida în ce grad reușesc traducerile să-l facă lizibil pe marele nostru poet Gr.Vieru, poezia lui conținând sensul tragismului patriei sale, dar și speranța și forța de a supraviețui, pe care poetul o găsește în iubirea față de propria țară, față de mamă, față de limbă.

După moartea subită a poetului Gr.Vieru, în urma unui tragic accident auto, au apărut mai multe inițiative privind publicarea integrală a operelor sale. A fost lansată și ideea de a-i traduce opera în mai multe limbi, dat fiind că în scrierile sale sunt propagate valorile general-umane, este redat modul de a fi și de a gândi al poporului nostru, trecutul și prezentul concetățenilor.

Anume traducerea, cu cunoștință de cauză și cu talent, a scrierilor celuiia ce, modest fiind din fire, s-a definit drept lacrimă a lui Eminescu, va constitui un factor important în stabilirea mai fructuoasă la noi a relațiilor literare internaționale.

Referințe:

1. IONESCU, G. *Orizontul traducerii*. București: Univers, 1981.
2. VIANU, T. Ceva despre arta traducerii. În: VIANU, T. *Studii de literatură universală și comparată*. București: Editura Academiei Române, 1963.

**SPECIFICUL PREDĂRII LIMBAJELOR DE SPECIALITATE
(CU REFERIRE LA LIMBAJUL MEDICAL)**

*Argentina CHIRIAC, Tatiana TREBEȘ
USMF „N. Testemițanu”*

Odată cu intensificarea procesului de învățare a limbilor străine, în anii 70-80 ai secolului trecut, au fost puse bazele predării și studierii limbajelor de specialitate. Ca parte a didacticii, predarea limbajului de specialitate are la bază principiile teoretice expuse de către J.L. Austin în actele de vorbire, „care presupun utilizarea limbii în situații concrete de comunicare și care conțin o intenție comunicativă, într-un context determinat” și în concepția lui D.Humes privitoare la competența comunicativă, care este „orientată spre însușirea particularităților discursive ale unei limbi în raport cu contextul concret de utilizare a acesteia” [3, p.256]. Prin urmare, obiectivul major al predării și învățării limbilor străine și a limbajului de specialitate rezidă în dezvoltarea competențelor de înțelegere (citire și ascultare), vorbire (participare la conversație, producerea unui discurs oral, care presupune exprimarea și argumentarea opiniei) și scriere (exprimarea scrisă) într-un limbaj specific.

Reprezentând o subcategorie a limbajului, limbajul terminologic include un sistem lingvistic specializat, menit să servească necesităților de informare, comunicare și colaborare într-un anumit domeniu de specialitate, a căruia bază o formează terminologia, care, după Constantinescu-Dobridor [2, p.321], „reprezintă totalitatea termenilor de specialitate folosiți într-o disciplină științifică, într-o ramură de activitate” sau, după cum afirmă Salager cu referire la limbajul terminologic medical, „acele contexte foarte frecvente, dependente de o anume topică, termeni folosiți într-o specialitate medicală” [6].

Predarea limbajului terminologic presupune o bună structurare și organizare, pentru că „știind termenul, îi știi și locul în sistem, știind locul în sistem, știi și termenul” [apud 1, p.170], fapt care implică, din partea profesorilor, o bună cunoaștere a limbajului specializat, cu care studenții, viitorii practicieni în domeniul medicinei, trebuie să se familiarizeze, pentru că însușirea terminologiei medicale constituie baza unei comunicări și colaborări eficiente în domeniul de activitate pe care și l-au ales.

Învățarea limbajului de specialitate într-o limbă străină implică o dublă responsabilitate din partea profesorului, aceasta din cauză că studentul trebuie să învețe mai întâi limbajul social și noțiunile de bază ale gramaticii și abia după aceea să treacă la predare și, respectiv, învățarea limbajului terminologic.

Pentru viitorul medic, studierea limbajului terminologic este extrem de importantă, nu doar pentru selectarea și înțelegerea informației științifice, dar și ca mijloc de comunicare cu pacienții, cu viitorii colegi, cu asistentele medicale, iar pentru aceasta, viitorul medic trebuie să posede un limbaj medical bine pus la punct și să utilizeze termenii în contexte adecvate.

În procesul de predare a limbajului terminologic, profesorul are rolul de consilier lingvistic, dat fiind faptul că formarea limbajului de specialitate rezidă în capacitatea viitorilor medici de a percepe și de a utiliza corect în comunicare limbajul medical și structurile specifice acestuia.

F. de Saussure susține că „o limbă constituie un sistem” [4, p.98], iar acest fapt presupune și o anumită organizare în procesul de predare a limbajului terminologic, care determină profesorul să țină cont de două aspecte: lingvistic și metodic.

Aspectul lingvistic presupune selectarea textelor cu limbaj specializat, care să implice, din partea studenților, nu doar cunoștințe în domeniul limbii, dar și cunoștințe în domeniul viitoarei specialități, contribuind astfel nu numai la dezvoltarea competenței comunicative, ci și a celei profesionale a studenților.

Aspectul metodic se referă la modul de prezentare a materialului, la tipurile de exerciții propuse, la modul în care vor fi verificate abilitățile și deprinderile lingvistice formate, astfel că textele alese și care, în mod obligatoriu, se referă la științele medicale fundamentale,

trebuie să fie autentice și accesibile, pentru a corespunde nivelului de cunoștințe de limbă și de specialitate ale studenților; iar exercițiile trebuie să abordeze probleme proprii stilului științific, de exemplu:

1) prezentarea și organizarea materialului didactic, care presupune evidențierea termenilor/noțiunilor-cheie, alegerea termenilor ce trebuie semantizați și stabilirea procedeeleor de explicare a acestora etc.;

2) exerciții de comprehensiune a textului: a) traducerea adecvată a termenilor noi, răspunderea la întrebări; b) formularea întrebărilor care să aibă următorul răspuns; c) restabilirea ordinii paragrafelor; d) continuarea enunțurilor etc.;

3) exerciții lexicale: a) găsiți perechea sinonimică/antonimică; b) familii de cuvinte și utilizarea acestora în contexte etc.); c) numiți care sunt părțile componente ale termenului medical epigastric și numiți semnificația acestora (*epi – prefix însemnând deasupra, gastr- stomac, ic – sufix însemnând referitor la*; d) explicați semnificația sufixelor *-ectomie, -logie, -ită*; e) exerciții de ortografiere și formare a termenilor medicali; identificați definiția cuvântului (uniți prin săgeți noțiunea și definiția); f) alegeți varianta corectă de răspuns etc.;

4) exerciții de verificare a cunoștințelor: a) completați schema: celulă – țesut ...; b) analizați imaginea, identificați părțile componente ale sistemului respirator etc.; scrierea unui dialog sau monolog, care are scopul de a activa lexicul de specialitate și de a dezvolta competența de comunicare, ce întrunește componentele: lingvistică – abilitatea de a formula și de a exprima fraze coerente, discursivă, referențială, pragmatico-referențială și socioculturală.

În concluzie, putem spune că însușirea limbajului specializat, în general, și a celui medical, în special, are loc prin atingerea următoarelor obiective:

- **obiectiv global (nonlingvistic)** – folosirea limbii în activități profesionale, de exemplu, selectarea informației;

- **obiectiv funcțional** – folosirea limbii în activități comunicative necesare, de exemplu, discuția dintre medic și pacient;

- **obiectiv specific** – cunoștințe lingvistice.

Aceste trei obiective au determinat importanța cunoașterii limbajului specializat și în procesul de integrare în câmpul muncii, astfel „încât a face înseamnă a spune – ceea ce implică cunoașterea

codurilor comunicării profesionale pentru performanța carierei” [6] și realizarea cu succes a actului medical (discuția cu pacientul, înțelegerea suferinței pacientului, stabilirea diagnosticului și a schemei de tratament). Or, îmbinarea competențelor de comunicare într-o limbă străină și a competențelor profesionale demonstrează o dată în plus că orice situație de muncă este o situație de comunicare ale cărei elemente contribuie la succesul sau la eșecul activității.

Referințe:

1. BUTUC, M. *Categorii semantico-funcționale la nivelul terminologiei militare românești // Cercetări actuale de lingvistică română. In memoriam Ion Dumeniuc – 80 de ani de la naștere*. Chișinău: CEP USM, 2016.
2. BULGĂR, Gh., CONSTANTINESCU-DOBRIDOR, GH. *Dicționar de termeni lingvistici*. București: Saeculum Vizual, 1998.
3. GALR. București: Ed. Academiei Române, 2005.
4. SAUSSURE, F. *Curs de lingvistică generală*. Iași: Polirom, 1998.
5. KURCZ, I. *Communicative Competence and Theory of Mind*. Disponibil: <http://wenku.baidu.com/view/f9a28a3f5727a5e9856a61ea.html?from=related>
6. LAȘCU-CILIANU, C. *Perspectiva acțională în predarea/învățarea limbajului economic: obiective, strategii, rezultate*. Disponibil: <https://ru.scribd.com/doc/107187635/Predarea-Limbajelor-de-Specialitate-Sec-2>

**НАКАЗАНИЕ БЕЗ ПРЕСТУПЛЕНИЯ, ИЛИ ЗА ЧТО 50 ЛЕТ
НАЗАД СУДИЛИ А. СИНЯВСКОГО И Ю. ДАНИЭЛЯ**

Владимир НОСОВ

В этом году исполнилось 50 лет с того дня, как закончилась «оттепель». «Любви, надежды, тихой славы недолго тешил нас обман», – знаменитые пушкинские строки можно всецело проецировать на середину 60-х годов XX века. Канули в лету встречи творческой интеллигенции с партийной верхушкой, сгустились тучи над «Новым миром» и его редактором А.Твардовским, диалог между властью и писателями практически закончился. Последней точкой стал судебный процесс над А.Синявским и Ю.Даниэлем.

После событий, связанных с публикацией за рубежом романа Б.Пастернака «Доктор Живаго» и присуждением ему Нобе-

левской премии, после «всемирного осуждения» писателя, процесс над двумя литераторами произвел впечатление внезапно разорвавшейся бомбы. Читатели, после ознакомления с произведениями вышеназванных авторов, несомненно обратили внимание на их острую сатирическую направленность. Рассказы и повести Абрама Терца и Николая Арьжака, а именно под этими псевдонимами публиковались за границей А.Синявский и Ю.Даниэль, гармонично вписываются в сатирико-обличительную структуру русской литературы XIX века – от Гоголя до Салтыкова-Щедрина и литературы конца XIX – начала XX века, от Чехова до Зощенко, Ильфа и Петрова, сатиры Маяковского. Приходят на память «Собачье сердце» и «Роковые яйца» М.Булгакова. Но это была уже другая сатира – острая и беспощадная. «Кого можно убить?» – задумывается герой повести Ю.Даниэля «Говорит Москва» Анатолий в связи с объявленным 10 августа 1960 года Днем открытых убийств. Указ был прочитан по радио, напечатан в газетах. «В этот день всем гражданам Советского Союза, достигшим шестнадцатилетнего возраста, предоставляется право свободного умерщвления любых других граждан, за исключением лиц, упомянутых в пункте первом примечаний к настоящему Указу. Действие Указа вступает в силу 10 августа 1960 года в 6 часов 00 минут по московскому времени и прекращается в 24 часа 00 минут. Примечания. Пункт первый. Запрещается убийство: а) детей до 16-ти лет, б) одетых в форму военнослужащих и работников милиции и в) работников транспорта при исполнении служебных обязанностей. Пункт второй. Убийство, совершенное до или после указанного срока, равно как и убийство, совершенное с целью грабежа или являющееся результатом насилия над женщиной, будет рассматриваться как уголовное преступление и караться в соответствии с существующими законами. Москва. Кремль. Председатель Президиума Верховного...» [1]. От предложения своей любовницы Зои убить ее мужа Павлика Анатолий категорически отказывается. «Слякоть!», – назвала его после этого Зоя. И вот он, прошедший войну, не боявшийся ни стрельбы, ни взрывов, испугался и растерялся. «Даниэля в первую очередь интересует тема свободы и самосохранения

личности в условиях распада целостностей», – читаем мы в одном из серьезных учебных пособий «Русская литература XX века» Н.Л. Лейдермана и М. Н. Липовецкого. Герой повести не похож на молодых шестидесятников, все еще находящихся в плену иллюзий. Он не верит ни лозунгам, ни призывам, ни резолюциям. В День убийств он выходит на улицы Москвы, чтобы защищать людей от властного произвола. Но он и не борется с режимом, как некоторым хотелось бы считать. Его инакомыслие еще не оформилось до той степени убеждения, чтобы ради него можно было пойти до конца. Хотя концовка повести: «Сорвать предохранительное кольцо. Швырнуть. Падай на землю. Падай! Рвануло» – газетой «Известия» полвека назад была воспринята как призыв к терроризму. Общественное сознание раскололось почти поровну. С одной стороны – речь М. Шолохова на партийном съезде, в которой он заявил: «Мне стыдно за тех, кто оболгал Родину и облил грязью все самое светлое для нас. Они аморальны. Мне стыдно за тех, кто пытался и пытается брать их под защиту, чем бы эта защита ни мотивировалась» [2]. С другой – открытое письмо Шолохову Лидии Чуковской, полное горечи и разочарования по поводу позиции, которую занял нобелевский лауреат. «Дело писателей не преследовать, а вступаться... Вот чему учит нас великая русская литература в лице лучших своих представителей. Вот какую традицию нарушили Вы, громко сожалея о том, будто приговор суда был недостаточно суров! Вдумайтесь в значение русской литературы» [3]. По сути дела спор развернулся не по вопросам художественности, мастерства, творческой индивидуальности писателя, а вокруг идеологической составляющей, да еще о мести публикаций!

Раздражение вызвала и статья А.Синявского «Что такое социалистический реализм», написанная в 1957 году. Как так вышло, возмущались его бывшие наставники по Московскому государственному университету, что человек, написавший кандидатскую диссертацию о Горьком как зачинателе литературы социалистического реализма, подверг острой критике художественный метод советской литературы. «Что такое социалистический реализм? Что означает это странное, режущее ухо сочетание? Разве бывает реализм социалистическим, капиталистическим,

христианским, магометанским? Да и существует ли в природе это иррациональное понятие? Может быть, его нет? Может быть, это всего лишь сон, пригрезившийся испуганному интеллигенту в темную, волшебную ночь сталинской диктатуры? Грубая демагогия Жданова или старческая причуда Горького? Фикция, миф, пропаганда?»[4], – спрашивал он. Автор статьи как человек широко образованный, начитанный пытался выявить те опоры, на которых держалась литература 30-50-х годов. Она, считал он, превратилась в некое замкнутое нечто, лишенное перспективы, развития. Над ней довлеют принципы «партийности» и «народности», а если речь и заходит о развитии, то только с приставкой «революционное». «По-видимому, в самом названии «социалистический реализм» содержится непреодолимое противоречие. Социалистическое, т.е. целенаправленное, религиозное искусство не может быть создано средствами литературы XIX века, именуемыми «реализмом»» [5]. А пока искусство топчется на одном месте – между недостаточным реализмом и недостаточным классицизмом. Вердикт достаточно спорный. Было всякое, в том числе и преодоление догматов метода. Об этом хорошо сказал известный писатель Ю.Поляков еще в начале 90-х годов, когда все подвергалось остракизму, когда рушили авторитеты, подменяли понятия. В статье «Почему я вдруг затосковал по советской литературе» он писал: «Мы все в неоплатном долгу перед советской литературой. Говорю это совершенно серьезно, отбрасывая в сторону столь милую лично мне и моему поколению «мировую иронию». Именно она, советская литература, волей-неволей восприняв художественную и нравственную традицию отечественной классики, смогла противостоять той «варваризации» общества, которая неизбежна в результате любой революции. А известные заслуги литературы перед революцией обеспечили ей даже некоторые послабления: Священное Писание в атеистическом государстве было фактически запрещено, а «Воскресение» или «Двенадцать» включались в школьную программу» [6].

А. Синявский и Ю. Даниэль не признали себя виновными, не признали их вины и многочисленные почитатели их таланта. «Синявский и Даниэль вписали свои имена золотыми буквами в

дело борьбы за свободу совести, за свободу творчества, за свободу личности. Вписали на вечные времена», - читаем в «Письме старому другу» Варлаама Шаламова. Творческое наследие этих литераторов заслуживает внимательного и вдумчивого изучения нашими современниками.

Литература:

1. АРЫЖАК Николай. Говорит Москва. В: *Цена метафоры или преступление и наказание Синявского и Даниэля*. Москва, 1989.
2. Цит. по кн. *Цена метафоры...* с.501.
3. ЧУКОВСКАЯ Лидия. Открытое письмо Михаилу Шолохову, автору «Тихого Дона». В: *Цена метафоры...*, с.504.
4. В кн. *Цена метафоры...*, с.425.
5. В кн. *Цена метафоры...*, с.457.
6. ПОЛЯКОВ Юрий. Почему я вдруг затосковал по советской литературе. В: *Комсомольская правда*, 1993, 20 июля.

ФОЛЬКЛОР и КИНЕМАТОГРАФ

Всеволод ЧЕРНЕЛЕВ

Все вышло из фольклора (в т.ч. кинематограф) и возвращается в фольклор (методом фольклоризации). Если посмотреть на ситуацию с инонаучной колокольни, то сквозь розовый туман эстетики и дымовую завесу критических мнений постепенно вырисовывается понимание того, что, по большому счету, фольклор (особенно один из самых ярких представителей его – сказку) и «монтаж аттракционов», т.е. кино, объединяют 3 момента:

1. «Бродячесть» архетипических сюжетов.
2. Подчеркнутый антагонизм героев.
3. Благополучный финал.

Рассмотрим чуть подробнее эти ипостаси и выясним их соответствие реалиям.

1. В предвкушении счастья

От братьев Люмьер и Чарли Чаплина (т.е. со времен «кино – театра для бедняков») до Кв. Тарантино и Люка Бессона «великий немой» не только обрел дар речи, но и превзошел все ожидания в номинации «важнейшего из всех искусств». Но при всем чудесном совершенствовании кинотехники и, в частности, компьютерной графики наибольшими зрительскими симпатиями

почему-то пользуются картины, созданные по банальному сценарию: справедливость почти всегда торжествует, главные герои благополучно спасены, добро в финале радикально побеждает зло и прочая, и тому подобная «диснеевщина»... Этим заранее запрограммированным радужным мажором проникнуты в дальнейшем ремейки, сиквелы, триквелы и квадриквелы всех кассовых и популярных кинолент. Чем объяснить такую избирательность? Только ли тем, что все новое – давно забытое старое? Это было бы самым простым объяснением на обыденном уровне. Но если копнуть глубже...

В классическом ныне труде молодого В.Я. Проппа «Морфология сказки» (1928) говорится о числах 31 и 7. Первое число – это максимальное кол-во функций действующих лиц (оно может быть меньшим, но порядок функций, или действий по ходу развертывания сюжета – от наличия запрета (табу) и его нарушения до пира-свадебки – всегда неизменен). Второе – это «7-персонажная система» (в нашей интерпретации):

- 1) антагонист (вредитель);
- 2) даритель;
- 3) помощник (в т.ч. так наз. «волшебный п.»);
- 4) царевна (принцесса) либо ее папочка – царь или король;
- 5) отправитель (зд. «п» – не лишняя буква);
- 6) герой (ну, наконец-то!);
- 7) ложный герой.

И та и другая схема (система) по-прежнему успешно работают! Плюс к этому насчитывают 27 «бродячих сюжетов», имеющих международное распространение (на их основе составлен указатель сказочных /выходит, что не только!/ сюжетов Аарне-Томпсона).

II. 'Кино и немцы'

Почему так популярны исторические фильмы, в к-рых разделение сюжетных линий и героев проведено по типу «свой-чужой»? Ответ один: такой киношный дуализм психологически необходим: благодаря ему не нужно напрягаться (или, как чаще произносят, *париться*), т.е. думать и соображать, и, не приведи г-дь, анализировать. За быстротечных 1,5-2 часа все должно быть внятно и понятно: белые – это белые, красные (в т.ч. индейцы) –

это красные (т.е. никак не розовые). Полутона для потребителей 2D, 3D (не за горами и 4D *etc.*) – слишком утомительно для восприятия, а для кинопроката чересчур рискованно. Ведь, будем откровенны, кому охота (кроме критиков-профессионалов) копаться в коллизиях сюжета, хитросплетениях поступков и колоритных судьбах многогранных персонажей? «Сделайте нам покруче», – просят ненасытные киноманы (раньше требовали попросту «красивого кина») – вот и вся претензия! «Будделано!», – кивают киноделы. – «Любой каприз за ваши деньги». Поэтому-то... чаще всего... *deutsche Soldaten und Ofizieren* выглядят на экране, как потерявшие человеческий облик клоуны-дебилы или чудовища-антропофаги, что, мягко говоря, не вполне соответствует исторической правде (паяцы и монстры есть в каждой стране). Но по киношным правилам, или законам, сверхзадача – в том, чтобы без излишних *мерихлюндий* выявить всю мерзость *коричневой чумы*, опуская подробности и не заморачивая зрителя тем, что отпетыми мерзавцами-то были в основном эсэсовцы (и то не поголовно), убежденные в своей псевдоарийской полубожественной непогрешимости («Переход» /1979, Gr.Br./, «Старое ружье» /1975, Фр.-ФРГ/), а подавляющая масса (как и массовка на экране) выступала в роли пушечного (конкретнее – «катушечного») мяса. Все последние мегаблокбастеры и *movies* такой подход 100%-но подтверждают, будь то вестерн, детектив, *love story*, *thriller*, *adventure*, *horror*, даже мюзикл, т.е. независимо от жанра. Нынешнему зрителю не до философских исканий в кинозале, для него здесь главное – не расплескать стаканчик с колой, не уронить мобильник и не сломать 3D-очки.

III. Возврат утраченного рая

Именно кино вернуло первоначальный смысл героики в искусство. Ведь дошло до того, что герои измельчали настолько, что в литературной критике в противовес «хорошему герою» был изобретен термин «отрицательный герой». Однако испокон веков герой – это тот, кто в одиночку борется со злом, иначе какой же он герой? *'The Hero must be alone'*. Если герой не один, тем более «героев» несколько, то это шайка разбойников (в лучшем случае – «Семь самураев» или «Великолепная семерка»). В фольклоре герой – богатырь (русский витязь), он всегда соответствует этому

нику (*nickname*) – и в былинах, и в волшебных сказках, подтверждая свой статус носителя истины, добра и справедливости. В кинематографе примеров истинного героизма не так уж мало, главные герои кинолент сражаются со злом и побеждают, будь то система («Список Шиндлера»), либо нечестные на руку дельцы («Побег из Шоушенка»), либо финансовые воротилы («*Wall Street*» /I и II/; «*The Wolf of Wall Street*») и работоторговцы («Наложница» /I, II и III/). Одни до чертиков серьезны и ура-патриотичны, причем без гендерных и расовых различий («Битва за Севастополь», «Храброе сердце»), другие (в основном герои поневоле) спасают жизнь свою и своих близких («Выживший», «*Lucy*», «Отважная», «*Apocalypto*», «Убить Билла», «Время убивать»), третьи продолжают тему популярных сказок и историй («Золушка» /очередной ремейк 2015 года/, «Нокдаун», или «*Cinderella Man*», т.е. та же Золушка, но мужеского полу), вплоть до героев-«простачков» («*Mr. Bean*» и «*Forrest Gump*», сравнимых с дураком Емелей из «По щучьему велению», вплоть до «*Le Magnifique*» – великолепной пародии на суперменов, а заодно сатиры на язвы современного мира). Даже в тех редких случаях, когда зло со всей очевидностью не наказано (а на подобные *вывихи* – *dramedy* – могли сподобиться лишь признанные режиссеры – Дамиано Дамиани, Милош Форман, Фрэнсис Ф. Коппола, Сидни Поллак, Стэнли Кубрик, Элем Климов, Андрей Тарковский...), почти всегда обнаруживается литературный *след*, по к-рому скроен сценарий будущего оscarоносного фильма (на памяти скандальная история экранизации романа Кена Кизи «Пролетая над гнездом кукушки»). Голливудские киностудии, по их собственному признанию, не желая рисковать, расчетливо штампуют *нетленку* по упрощенной, безотказной, отработанной схеме:

Акт 1-й: герой по уши сидит в дерьме.

Акт 2-й: герой пытается выбраться из дерьма, но погружается в него еще глубже.

Акт 3-й: герой выбирается из дерьма (*Finita la tragedia*).

Т.о., общемировую «фабрику грез» роднит с фольклором, *во-1-х*, беспроегранный, отшлифованный до блеска *бродячий сюжет*. *Во-2-х*, бескомпромиссный антагонизм противоборствующих действующих лиц. И, *в-3-х*, непотопляемый герой, чему способствует всенепременно наступающая позитивная развязка, извест-

ная по сказке как «утоляющий конец» (психологически необходимый детям), либо рассчитанный на взрослых *happy-end*, компенсирующий все то, чего так мало в жизни. Вот такое *интересное кино*.

ВИДЕОМЫ АНДРЕЯ ВОЗНЕСЕНСКОГО КАК КОМПОНЕНТ ХУДОЖЕСТВЕННОГО СИНТЕТИЧЕСКОГО ТЕКСТА

Ирина РЕМИЗОВА

Визуальная поэзия – искусство, сочетающее словесные и зрительные образы в едином тексте. Её инструменты и приёмы многообразны – от типографских средств (шрифты, пробелы, размеры букв) до рисунков и коллажей, включаемых в ткань художественного произведения. Несмотря на маргинальность, визуальная поэзия занимает свою нишу в современном литературном процессе: её синтетическая природа отвечает актуальным тенденциям развития искусства.

Поэт Андрей Вознесенский, откликаясь на события рубежа XX – XXI веков, создал ряд стихотворных циклов и поэм, в которых традиционный стихотворный текст сопровождался видеоматами. Первой видеоматой, созданной Вознесенским, архитектором по образованию, был плакат, посвящённый столетию Бориса Пастернака. Впоследствии поэтом была создана серия видеомат, посвящённых деятелям русской и мировой культуры, а именно: Ахматовой, Есенину, Мандельштаму, Маяковскому, Северянину, Прокофьеву, Прусту, Бернштейну, Ремарку, Набокову, Гумилёву. Сам Вознесенский считал, что изобразительное искусство дополняет поэзию, так как образы, не передаваемые словами, можно создать с помощью рисунка. Видеомата «Точка пули» представляет собой стилизованное изображение револьвера с телефонным диском вместо барабана (в этом визуальном образе угадывается фамилия поэта – Маяковский), сопровождаемое текстом: «Поэт + пуля = популярность». В этом графическом произведении отражены и обстоятельство трагической гибели Маяковского, и его посмертная судьба. Видеомата «Раскольников» – это буква Р,

отбрасывающая тень в виде топора, и маленький значок % с кроваво-красным следом. «Есенин и Айседора» – белый шарф и верёвочная буква E, связанные узлом, а также текст: «Есенин весенний по...», переходящий в слово «повешен».

В поэмах и поэтических циклах Андрея Вознесенского создаётся особое пространство текста. Поэма «Компра», опубликованная в конце 1996 года, разделена на главы-акты, что сближает её с драмой. Автор использует как традиционную запись стихотворного текста, так и «формат А4» (эти фрагменты с отсутствующей пунктуацией выделены курсивом и, по авторскому замыслу, представляют собой запись на кассете). В поэме присутствуют и собственно прозаические отрывки. Визуальность присутствует в форме стилизованного плаката «Ты собрал компромат?» и таблицы-анкеты для самокомпромата.

Поэма «Жуткий Крайзис Супер Стар», написанная в 1998 году, названа автором «рок-оперой». Её название аллюзивно связано с культовым произведением Эндрю Ллойда Уэббера и Тима Райса «Jesus Christ Superstar». Текст разделен на фрагменты – сольные арии и хоровые выступления. Заголовок каждой из частей графически выполнен в виде светового табло в лифте, на котором указаны этажи. В поэму включены видеомы-банкноты: так, изображённая на сторублёвой купюре квадрига, украшающая Большой театр, волей автора превратилась в упряжку из двенадцати лошадей. Надписи и рисунки на ещё одном банковском билете умножаются (сообразно обесцениванию денег): Москваквквквквквкв, сто рублблблблей, а сама купюра достоинством в сто рублей превращается в стотысячную. Визуальная часть текста включает изображение распятия, также повторённое четырежды. Автор выделяет фрагменты текста и части слов при помощи заглавных букв, а также использует «круговертни» (циклическую запись): ТЕРПИТЕРПИТЕРПИ (Питер – терпи), СОННИКСОН (сонник – Никсон). Заголовок произведения – видеома, буквенный коллаж-перекресток из латинских и кириллических букв, объединяющий названия поэмы и рок-оперы.

Поэма «Шулер-квинтет», посвящённая приезду в Россию известного иллюзиониста Дэвида Копперфилда, разделена на части, обозначенные рисованными латинскими цифрами. Текст

произведения сопровождается видеомой, изображающей артиста, и круговертнем ВИДЕОДАВИД (видео – Давид). Круговертень присутствует и в самой поэме: ворукарувору (вор – рука). Вознесенский использует графические приёмы – например, характерное выделение значимых фраз жирным шрифтом и заглавными буквами.

В 2000 году вышла в свет поэма «Чат молчания», отразившая современные автору события и общественные настроения. Андрей Вознесенский выбрал для своего произведения форму, характерную для интернет-общения: фрагменты-монологи от авторского лица перемежаются с «чатовым» многоголосьем. Все видеомы, сопровождающие стихотворный текст, снабжены вымышленными «интернет-адресами» (например, изображение трёх моряков, выполненное в виде трёх букв W, подписано www.«Курск».ru). WWW становится графическим лейтмотивом произведения, неоднократно повторяясь в рисунках. Поэма разделена на пронумерованные части-чаты. Как и в других синтетических текстах, объединяющих графическое и словесное начала, автор использует разные шрифты и размеры букв, а также круговертни (рискрискр – риск искр).

К стихотворению «Осенний para-saling», вошедшему в подборку «Парадуша», приложена видеома-парашют, обрамлённая текстом: *«Внизу фигурка идёт по водам. Являйся небу, забудь заботы. А хочешь – по небу походи (над морем утренним в бигуди)»*. Если в случаях, описанных выше, видеомы включались в пространство текста, но не содержали стихотворных строк, то здесь графический образ вплетён в стиховую ткань произведения.

Графическим лейтмотивом нижегородского цикла стихотворений Андрея Вознесенского стала буква Н, присутствующая в заглавиях всех стихотворений, включённых в подборку («уедем в НН», «о вечНом», «помиНальНое», «НирваНа», «ареНда» и другие). В текст включены изображения башен нижегородского кремля, также содержащие букву Н. Автор неоднократно обращается к излюбленному приёму круговертня: ТЕМЗАТЕМ-ЗАТЕМЗАТЕМЗА (Темза – затем – за тем), МОБЕЛЬМОБЕЛЬ (мебель – бельмо), НАСТЕНАСТЕНА (Насте – стена).

Богат набор графических приёмов в поэме «Ave, gave», посвящённой молодёжной субкультуре. Автор включает в синтетическое текстовое пространство коллажи, фигурные круговертни, логотипы, шрифты разных видов и размеров, рисованные цифры. Обращают на себя внимание круговертни ЛАСКАСКАЛА (ласка – скала), выполненный в виде сердца, и ТАБУЛАТАБУЛА (табула – Булата), изображающий пластинку. Завершается произведение постскриптумом, заключённым в кольцо-круговерть AVERAGE (ave gave).

Приведённые выше примеры свидетельствуют о том, что в поэмах и стихотворениях рубежа XX – XXI веков Андрей Вознесенский использовал принципиально новый способ создания поэтического текста, совмещая словесный и визуальный образные ряды. Помимо включения в структуру произведения графических элементов, автор широко использовал приёмы языковой игры (палиндромы, анаграммы), а также совмещал разные формы организации и записи художественного текста (стихи, проза, верлибр, формат А4). За счёт использования разнообразных художественных средств изменяется восприятие текста читателем-зрителем, чему также способствуют жанровые, в том числе композиционные новации, использованные автором.

Литература:

1. ВОЗНЕСЕНСКИЙ, А. *Видеомы*. Москва: Культура, 1992. 392 с.
2. ВОЗНЕСЕНСКИЙ, А. *Жуткий Crisis Супер стар: Новые стихи и поэмы, 1998-1999*. Москва: Терра, 1999. 224 с.
3. ВОЗНЕСЕНСКИЙ, А. *СтиХХI*. Москва: Время, 2006. 248 с.
4. ВОЗНЕСЕНСКИЙ, А. *Тьмать*. Москва: Время, 2008. 600 с.

В КАРТОТЕКУ МОЛОДОЙ НАУЧНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Надежда ДОНЦУ

Лингвистика детской речи (далее –ДР), или онтолингвистика, начала активно развиваться лишь в последней четверти прошлого века [1]. Сейчас в ней уже оформилось довольно много направлений исследования: отражение концепции соотношения системы и нормы по Е. Кошеру (Э. Косериу) в ДР, автономность системы ДР, квантитативный и программно-автоматический

анализ ДР, имитация ДР в художественной литературе [2], особенности освоения детьми чужого языка и т.д.

С.Н. Цейтлин отмечает: « Особую ценность представляют исследования родителей, в основе которых лежат наблюдения за речевым развитием их собственных детей» [3]. Она подчеркивает, что в 50-60-е годы XX века подобные работы А.Н. Гвоздева и К.И. Чуковского были недооценены (книга последнего «От двух до пяти» вообще воспринималась как серия умилительных анекдотов). Наши наблюдения за речью дочери, сына и внука велись в общей сложности более 20 лет, и примеров, по-видимому, уже достаточно для первичной систематизации. Паспортизация примеров следующая: сначала первая буква имени ребенка, затем – на каком году жизни употреблены данное слово, форма или высказывание (А – Алина, Т – Тарас, Р – Рем).

Первый комплекс примеров демонстрирует усвоение ребенком грамматических норм. Это проявляется в неоправданном расширении сферы функционирования определенной категории, в восполнении неполных парадигм, в вольном обращении с аффиксами и ударениями, в своеобразном осмыслении омонимичных аффиксов и замене корней синонимическими при словообразовании. Особенно интересны факты непризнания исключений при словоизменении, то есть то, что А.М. Шахнарович называет генерализацией отношений [4], связывая такие речевые порождения с излишне широким пониманием системы, когда игнорируется кодифицированная внесистемная норма, образуются несуществующие корреляты.

Почеши мне спинку еще боче, еще боковее (А4); – Слезай, мама-лошадка устала, селезенка ёкает. – Мама, она не уткиного селезенка, она своего жеребенка ёкает (Т4); У сфинкса грудь женская, а попка львовья (А6); В сказке гусь из воды вышла, а во лбу у нее звезда горит (А3); Если хочешь мяса, ты поплакай, и мама даст (Т2); Рома, газуй, а то я сам газуть буду (Т2); Я на даче сажал луки (Р3); В этом телефонном номере аж два одИна (Р4); нарисовательная бумага (А4); Вм. ненаглядные невесты – ненасмотрены невесты (А5); Что это Алиса то уменьшаетя, то убольшаетя?(А6); Едь в другую сторону (Т3); Собачку надо разгуливать (Т4); Мама, проверь, я еще с двУми глАзами?(Т4);

Мама, не волнуйся (P3); Перевяжите мне ранку, а то кровь все размножается и размножается (Т6); фартук из кружОв(А7); матные слова (А7); забор был рухлый-рухлый (А9); не сомневался ни одиночки (А10); яд крысьяк (А 10); Не соль мой суп (Т4); А можно мне в тарелку такое же чуть-чуть?(P3); У меня на пальце обрыв (А2); масляная краска (А6); Я умывальником руки помою (А6).

На уровне лексики примеры еще более интересны, потому что более наглядно показывают процесс овладения языком. Причем смелость и активность ребенка напрямую зависят от уже имеющегося словарного запаса. Чем он значительнее, тем быстрее подворачивается вариант сцепления незнакомого слова с прочими, тем скорее в случае ошибки ребенок усваивает правильное словоупотребление. А для наблюдателя – неисчерпаемый кладезь комического.

Наиболее часто ребенок путает паронимы или просто похожие слова и словосочетания.

Дон-Кихот – Тонкий Ход (Т4); Конек встал как вскопанный (Т5); Мужчина, входя в комнату, должен снимать головную боль (Т5); В супе махровый лист плавает (А5); группа определенного дня (А8); Прочитай еще четвереньку странички (Т4); Вм. Ваш муж не пускает меня на постой – не пускает на постель (А9).

Иногда дитя творит собственные слова (мы не приводим здесь те из них, которые невольно создаются на 2-м году жизни в силу недостаточного умения владеть речевым аппаратом: *косолапый – капасёик*). Причем зачастую детский неологизм – результат ложного этимологизирования.

Раскладушка – распадушка (Т3,5); малярный комар – балеринный (Т3); Стюардесса Жанна обожает Маты и Желана (Т6); У бабушки на работе столько спидентов (P3); Купи мне хомягая (А2); Пластилин – мастилин (А3); Я родилась, когда мама кончала венерситет (А4); кузов – грузов (А5); лейкопластырь – клейкопластырь, электропластырь (А6); малированные огурцы (А6); У собаки на животике в 2 ряда сосудики (А6); лампада – лимпада (А8); На истории был хронологический диктант А11);

Порой в ДР реализуется расширенная аналогия: смешение слов одной тематической группы, неожиданная синонимия или

антонимия. *Дайте отвертку, тарелку чинить буду (Т2,5); Ты новую сангину будешь смотреть?* (первый запомненный фильм – «Жизнь Климса Самгина» (Т2,5); *Это Коля? – Нет, у Коли звук не такой (Т3); Я не пират, я наш (Т3); попьем воды из пулемета (Т4); Мы не с французами воевали в 1812 году, а с басурманами* ((и процитировал Лермонтова) (Т5); *Прабабушка надела бандану (Р2); Дедушка ездит на «Кишиневце»* (вм. на «Москвиче») (Р3); *у бабушки на голове кружочки (Р3); В 12 лет люди уже не дети, это родители (Р4); Не трогай клеца, заболеешь трансвеститом (Р6); голый шашлык* (вм. шампур) (Р7); *глазные яйца* (вм. яблоки) (Р7); *Ты меня за самый край* (за попку) *схватил (А2); деревянный сок* (вм. березовый) (А3); *Папа, будешь мало кушать – опять сыном станешь (А4); полевая мышь* (вм. водяная крыса) (А4); *морские поросятки (А5); Я не вру, посмотри, какие у меня глаза точные (А5); Пирожки скоро закипят?*(А5); *Он заболел инвалидом (А5); Король на пластинке так жидко поет (А6); Один мальчик на меня смотрит с таким аппетитом (А6); Этим веществом яблоки собирают (А8); Забери хряц от капусты (А8); Мы учили на балете элементы выпер вправо и выпер влево (А8).*

Случается и невольная игра слов, когда смешиваются омонимы или разные значения полисемантов.

Улица Ленина и Вероника тоже Ленина (дочь Лены) (Т4); – *Моя внучка тебе в невесты подойдет? – Да, моя невеста в садике ко мне часто подходит (Т5); Услышала из «Фауста»: – Мне скучно, бес...– Что же он не говорит, бес(з) чего ему скучно? (А6); Нужно было молнию выпороть, а я подумала, что меня (А7); Не понимаю, каким концом скрипичного ключика скрипочку оттирают (А7).*

Приведенный материал и результаты его исследования помогают понять законы и модели детского речетворчества, демонстрируют одновременно и системные закономерности, и отклонения от общепринятых норм, а потому могут быть использованы в занятиях и по культуре речи и стилистике, и по литературному редактированию, и по методике преподавания русского языка как иностранного, и по общему курсу современного русского языка.

Литература:

1. *Онтолингвистика*. Материал из Википедии / <https://ru.wikipedia.org/wiki/Онтолингвистика> (13.05.2016).

2. См.: ЗЕЛЕНИН, А.В., РУДНЕВ, Д.В. «... Дело ведь не в слове» (Язык и поэтика детских произведений В.М. Гаршина). В: *Русский язык в школе*, 2015, №2, с.38-45; ДОНЦУ, Н.Ф. Отражение особенностей детской речи в художественной литературе. В: *Realizări și deschideri științifice*. Bălți, 1995, с. 40-42.
3. ЦЕЙТЛИН, С.Н. Онтолингвистика как учебная дисциплина. В: *Русский язык в школе*, 2008, № 6, с. 48.
4. См.: НЕГНЕВИЦКАЯ, Е.И., ШАХНАРОВИЧ, А.М. *Язык и дети*. Москва: Наука, 1981.

ПОЭТИКА РОМАНА «ВЕНЕРИН ВОЛОС» М. ШИШКИНА

Валерий ПАМИРСКИЙ

Михаил Шишкин (род. в 1961 г.) – современный русский писатель, постоянно проживающий в Швейцарии. Закончил факультет романо-германских языков МГПИ, в совершенстве владеет немецким языком. Наиболее известное его произведение – роман «Венерин волос» (2005), переведен на многие европейские языки [1]. В России «Венерин волос» получил две престижные премии: «Национальный бестселлер» и «Большая книга». У романа одобрительная критика на Западе, в России отношение к Шишкину более сдержанное. Писателя упрекают в элитарности, эзотеричности, в том, что Шишкин по своим политическим взглядам – либерал. Упрекают и за то, что автор «Венерина волоса» проживает за границей. На что Шишкин указывает на Гоголя и Герцена и настаивает, что полностью принадлежит русской культуре.

«Венерин волос» рассчитан на подготовленного читателя, хорошо знакомого с Библией, русской классической и особенно западноевропейской литературами. Среди литературных учителей Шишкина называют Джойса, Набокова и Сашу Соколова – представителей так называемой второй волны русского постмодернизма. Несмотря на разные оценки творчества Шишкина, все признают несомненное стилистическое мастерство писателя. О себе Шишкин иронически пишет так: «Родился в семье полярного летчика, чья полярная лодка часто причаливала к берегам Федеративной республики просвитера Иоанна... В это время гопплиты запели пеан и низвергоша на Дракулу воеводу, иже сидя в земле Мунтянской, и многие копии люто сбодоша, и так убен

бысть. Согласно показаниям живовидцы... при освобождении Царевококшайска от мятежных ихитуаней был тяжело травмирован упавшим на голову томом Джойса» [2].

В романе сложная композиция: три основных сюжета и три рассказчика – переводчик с русского на немецкий, называющий себя Толмачем, античный писатель Ксенофонт и известная певица XX века Белла Юрьева. Действие происходит в современном мире, в России первой трети XX века и в Древней Персии. Большая часть романа – трудный для восприятия поток сознания персонажей, широко используется сюрреалистическая образность: «Колченогие столбы тянутся гуськом за тридевять земель – так ищут часы не в канаве, куда свалился, а где светлее».

Первая сюжетная линия – линия Толмача, его образ автобиографичен. Толмач – переводчик в швейцарском департаменте по делам беженцев. Допрос беглецов из постсоветского пространства, которые стремятся получить политическое убежище в швейцарском «раю», ведет чиновник по имени Петер, заглядывая в вопросник, «заплечных дел книжицу». Допросы политкорректно называют «интервью». Петер не верит ни одному из беженцев, но дотошно расспрашивает, стараясь поймать на лжи, и, наконец, со спокойным сердцем ставит штамп «отказать». Беженцы, старые и молодые, детдомовцы и бывшие солдаты, пародийные современные Дафнис и Хлоя, лгут, рассказывают небылицы, иногда говорят правду. Толмач записывает все истории, потому что «люди фиктивные», но истории настоящие. Все истории, каждая из которых – отдельная новелла, рисуют образ мира, в котором страдания, боль, преступление, по Шишкину, вечны и непоколебимы. Среди интервью-новелл выделяются две, которые можно назвать «Афганец» и «Енох». Афганец – солдат афганской войны. В юности у него была ясная картина мира, он мечтал стать Робин Гудом или капитаном Немо. Не по своей воле «афганец» попадает на войну, и прежние представления оказываются иллюзорными. «Оказалось, что всё не так. И мальчишки – не мальчишки, и крестьяне – не крестьяне. Бежит босоногая детвора за БТРом: «Шурави, бакшиш давай!»... А потом увидел первого мертвого: мальчика лет двенадцати, а на автомате девять зарубок, значит девять наших парней». Афганец

возвращается с войны, идет работать в органы правопорядка и пытается осуществить все-таки свои юношеские романтические мечтания. Его начальник, сам когда-то романтик, пытается направить афганца на путь истинный: «Надо жить вровень с веком и не выходить из его берегов. Ты – шерстинка в шкуре зверя». Афганец упорствует, оказывается незаслуженно под следствием, а потом в Зоне. Выйдя на свободу, он находит женщину с ребенком, к которому герой новеллы относится как к родному. Казалось, жизнь наконец-то обретает смысл, но однажды афганец приходит в отчаянье: ведь его ребенку предстоит жить в мире, законы которого создали другие люди и до него.

Вторая новелла – о чуде оставшемся в живых солдате чеченской войны Енохове, которого все зовут просто Енох. Енох – библейский седьмой Патриарх. Не умер, а за благочестие был взят на небо. Его второе появление на земле, по христианским представлениям, знаменует приближение Страшного суда. Вот такому страшному суду уподобляет Шишкин мытарства беженцев в чужой стране. Сам Толмач одинок, проживает около кладбища в доме с полубезумными жильцами. Когда-то у Толмача была семья: любимая женщина, которую он называл Изольда (средневековая легенда о Тристане и Изольде) и сын. Но Изольда не могла забыть своего первого мужа, погибшего в автокатастрофе, любила – ненавидела Толмача и ушла вместе с сыном к другому мужчине. «Обычная история» – меланхолично замечает рассказчик. Толмач пишет сыну письма, которые никогда не оправляет.

Иногда критика обвиняет Шишкина, что он наслаждается ужасами жизни и что любая боль для него – только литературный материал. В романе есть эпизод из московской жизни Толмача, в нем появляется девушка, которую он любил в молодости. Девушка работает в университетском виварии, и однажды на её глазах и глазах Толмача топят только что родившихся щенков. Толмач утешает девушку: «Не плач. Все это можно вставить в какой-нибудь рассказ». Девушка видит в нем вначале только циника, а потом вдруг «стала тискать, как ребенка». Потому что понимает: перед ней не циник, а писатель, который должен записать всё: радостное, печальное, болезненное и страшное. Незаписанное умирает, а записанное бессмертно. Об этом гово-

рит эпитафия к роману, взятый из Священного Писания: «И прах будет призван, и ему будет сказано: «Верни то, что тебе не принадлежит; яви то, что ты сохранял до времени». Ибо словом был создан мир, и словом воскреснем».

Но действительно ли человек обречен на несвободу или он только «шерстинка в шкуре зверя»? Об этом третий основной сюжет, рассказчик которого Ксенофонт, автор «Анабиса Кира». Ксенофонт повествует о том, как десять тысяч воинов греков, наемников персидского царя Кира, после поражения последнего в схватке за трон со своим братом, отправились на родину. Путь этот долгий и опасный сопровождается многочисленными битвами с варварскими племенами. В пути греки встречают странников XX века. Путь греческих воинов завершается успехом, они все-таки выходят к морю, восклицая: «Таласа! Таласа!» (с греч. «море» - В.П.). Сюжет Ксенофонта аллегорический и говорит о том, что человек все-таки может преодолеть враждебные обстоятельства жизни.

Третья сюжетная линия в романе – дневник знаменитой певицы Беллы Юрьевой (1899 – 2000). В реальности такого дневника не существовало. Когда Шишкин писал сюжет Юрьевой, он опирался на различные документальные свидетельства, особенно на автобиографические заметки Веры Пановой, в тексте много скрытых и явных цитат из заметок известной писательницы. Дневник Юрьевой – это изображение русской дореволюционной жизни, революции и гражданской войны, жизни певицы в Париже и возвращения в Москву 30-х годов. Как личность, Юрьева, дочь ростовского врача, формировалась под влиянием двух культур: народной и книжной. Народная культура воплощена в образе няни, книжная – отца. Няня душевно и трогательно относится к своей воспитаннице, водит в церковь на все православные праздники, верит в реальность чертей и ангелов, учит, что евреи – опасные люди, потому что распяли Христа. Народные верования и предрассудки дополняет книжная культура. Отец Юрьевой увлечен археологическими раскопками древнегреческих поселений и скифских курганов. Своей дочери он дает имя в честь Изабеллы Испанской.

Название романа «Венерин волос» связано с видом папоротника, который автор увидел на античных развалинах, и символи-

зирует любовь, являющуюся, по Шишкину, главной нравственной опорой человека.

Литература:

1. ШИШКИН, Михаил. *Венерин волос*. Москва, 2006.
2. *Philologist*. Газета RU. 2014, 06-22 мая.
3. ОРОБИЙ, Н. *Вавилонская башня*. Москва, 2014.

РЕГИОНАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ РУССКОГО ЯЗЫКА

Татьяна ШАРШОВ

Геополитические изменения повлекли и коренные преобразования в русском коммуникативно-языковом пространстве Молдовы. Происходит решительная перегруппировка языков, изменение удельного веса в их функционировании и изучении. На первый план, несомненно, выходит государственный язык, активизируется использование английского языка в профессиональной сфере. Очевидные сдвиги произошли и в особенностях функционирования русского языка. В устную и письменную русскую речь сегодня стремительнее, чем прежде, входят румынские (молдавские) слова. При этом этот процесс не ограничивается словами, которые принято обозначать "безэквивалентной лексикой".

Последнее время в лингвистике активно обсуждается проблема территориального варьирования русского языка. Для некоторых русистов существование национальных территориальных, региональных вариантов русского языка не подвергается никакому сомнению. Е.А. Журавлева (Процессы развития русского языка в странах постсоветского пространства. Русский язык: исторические судьбы и современность. IV Международный Конгресс исследователей русского языка. Москва, 2010 г.), исследующая особенности функционирования русского языка в Казахстане, считает факт существования казахстанского варианта русского языка вполне реальным. А.Н. Рудяков (Георусистика – русистика 21 века. Георусистика. Первое приближение. Симферополь, 2010 г.) решительно утверждает, что ядро русскоязычного пространства формируется украинским, казахстанским, белорусским национальными вариантами русского языка.

Не вызывает сомнения тот факт, что русский язык в Молдове, в соответствии с коммуникативной целесообразностью, привле-

кает в свою лексическую систему ресурсы ближайших коммуникативных партнеров – молдавского, гагаузского и других языков, функционирующих на территории страны. В течение последних десятилетий удельный вес инонациональных слов в русском языке Молдовы заметно возрос. Если прежде это была в основном неэквивалентная лексика, связанная с традициями и бытом страны, то теперь в лексику вошло множество слов, связанных с политической, экономической, национальной спецификой республики. Практику использования в русской речи лексических единиц других языков, функционирующих на территории Молдовы, можно назвать типичным явлением для настоящего времени, поскольку действительность, окружающая носителя языка, требует употребления адекватных для ее отражения средств. Благодаря регулярному употреблению инонациональная лексика в составе русской речи утрачивает для носителей языка свой «чуждый» характер и воспринимается как естественный компонент русского языка.

Фиксация данных заимствований и изменений в средствах массовой информации способствует принятию слова широкими массами носителей языка, частотность их употребления способствует их скорейшему освоению в русском языке Молдовы.

Примером тому может служить включение в лексический состав русского языка

- ряда терминов, отражающих современные реалии жизни молдавского общества (например, бакалавриат, доктор хабилиат, конференциар университар, профессор университар, примэрия, претор, претура и другие);
- использование антропонимов в свойственной румынскому языку форме (в прессе встречаются варианты: Валерий Стрелец и Валериу Стрелец, но гораздо чаще только Юрие Лянкэ, Думитру Дьяков, Николае Тимофти и т.д.);
- закрепление в русской речи румыноязычных топонимов – Кишинэу, Тигина, Хыртоп, Бэлць, Орхей и др.

Доказательством освоения русским языком молдавской лексики можно считать ее включение в словообразовательные процессы. Примером могут служить слова кумэтризм и нанашизм, появившиеся в последние годы на страницах печати и

активно используемые в речи носителей русского языка. Например: «Нанашизм и кумэтризм в столичной примэрии» (<http://www.noi.md/>, 1 декабря, 2015 г.), «Каракатица нанашизма» (АиФ, <http://aif.md/>, 9 декабря, 2015 г.).

Слова кумэтризм, нанашизм образованы от молдавских слов *sumătru*, *pănaș*, которые служат для обозначения лиц, участвующих в обряде крещения и в свадебных торжествах. Они созданы «по образу и подобию» слов, в которых суффикс *-изм* выражает значение «названия качеств и склонностей, направлений и систем, представителем которых является лицо, названное нарицательным существительным: героизм, патриотизм, артистизм, идиотизм, либерализм, аскетизм, царизм, феодализм» («Русская грамматика», М., 1980.г., т.1). При этом у этих слов явно выражена отрицательная коннотация, что в целом характерно для современного словообразования (Н.С. Валгина. «Активные процессы в современном русском языке», М., 2001 г./ <http://www.hi-edu.ru>).

В ряд с этими словами можно поставить и недавно появившееся слово «гимпизм», образованное от имени председателя Либеральной партии Молдовы г-на Гимпу: «Гимпизмы» вместо государственной политики. (<http://www.noi.md/>, 18 ноября 2015). Автор статьи отмечает, что при Джордже Буше-младшем в американском английском появился новый термин – «бушизмы», у нас же – можно говорить о «гимпизмах».

Имеет смысл обратить внимание на графическое оформление сообщений на русском языке. Все активнее используются латинские включения в русскую письменную речь. Нормы русского правописания, согласно которым все заимствованные слова должны передаваться кириллицей и представлять собой транскрипцию или транслитерацию, сегодня не соблюдаются строго, особенно в отношении названий: *Patria* (сеть кинотеатров), *Flux*, *Literatura și Artă* и др. (газеты), *Mesager*, *Curier*, *Vocea poporului* (телепередачи), *Farmacia familiei*, *Felicia* (аптеки), «*Rețelele Electrice de Distribuție Nord*», «*Barza Albă*», «*Aeroportul Internațional Chișinău*» (названия предприятий) и др.

Очень активным является смешение кириллического и латинского обозначения одного и того же понятия. «Изготовленный в США проект «**Unirea-2018**» не предусмат-

ривает никаких выборов, ни досрочных, ни очередных. Только тем, что в Госдепе дали отмашку на «**унирю**», можно объяснить то совершенно остервенелое упорство, с которым американцы отказывают молдаванам в реализации их права на демократию. Именно на фоне войны и хаоса сто лет назад случилась первая «**униря**». (Проект «Unirea-2018» может спровоцировать вооруженный конфликт в Молдове, <http://www.noi.md/ru>, 17 марта 2016). Слово «униря» еще недостаточно освоено русским языком: автор берет его в кавычки, но уже использует кириллицу и пытается склонять. При том что в русском языке существует эквивалент «объединение» – слово, которое используется другим СМИ: «Совет по Объединению вновь ходатайствует перед правительством и парламентом и просит объявить выходным днем 27 марта, когда отмечается День Объединения». (<http://point.md/ru/novosti/>, 18 марта 2016).

Понимая чужеродность молдавских наименований в контексте русской речи, некоторые СМИ прибегают к двойному наименованию понятия, например: *Рассмотреть законность деятельности и заявлений общественной ассоциации "Честь, достоинство и Отечество" (Onoare, Demnitate și Patrie – ODIP) и портала libertv.md.* (<http://www.noi.md/ru>, 15 марта 2016).

Приведенные данные свидетельствуют об особом функционировании русского языка в Молдове, при котором регионализмы осваиваются русским языком с большей или меньшей степенью органичности, привнося в общение новые номинации, актуальные для жителей общей территории и единого коммуникативного пространства. Благодаря регулярности и частотности воспроизведения данные единицы теряют свой «чуждый» характер и воспринимаются как естественные компоненты лексической системы родного языка.

СЛАВЯНИЗМЫ В ОБРЯДОВОЙ ТЕРМИНОЛОГИИ ГАГАУЗСКОГО ЯЗЫКА

Евдокия СОРОЧАНУ

Обрядовая терминология, как и сама обрядность, является своеобразным отражением общественной, культурной, этнической, духовной жизни народа на различных этапах его развития. Этнолингвистическое исследование терминологии позволяет проследить историю и эволюцию обычаев и обрядов и получить определенное представление об их древней структуре, т.к. в значении обрядовой лексемы отражается обрядовая семантика и символика обозначаемой реалии.

Для называния календарных обрядовых реалий гагаузы используют заимствованную и собственно гагаузскую лексику. Заимствования и кальки составляют более половины всех обрядовых терминов. Наибольшее число заимствований связано с болгарским языком, и это естественно: на Балканах болгарская календарная обрядность была воспринята гагаузами, а лексические единицы, ее обозначающие, – гагаузским языком. Заимствованы были как народные наименования, так и церковные, пришедшие в болгарский язык в основном из греческого языка через старославянский [7, 116]. К болгарским наименованиям относятся названия народных праздников: *Kolada*, *Surva*, *Rusali*, *Pipiruda*, *Germançi* и их производные, названия ритуальных хлебов (*kolaç*³ 'каравай', *pita*⁴ 'обрядовая лепешка'), обрядовых атрибутов (*koliva*⁵ 'кутья, коливо'⁶, *kitka*, *fenet* 'венец'), названия самих участников обряда (*stannik*, *tar*, *dever*, *kasir*) и др.

К старославянскому языку восходят церковные термины *Blagušteneni* (*Blaguštenie*), *Spas*, *Troyta*, *Pobrajna*, *Stratenie*. Все они заимствованы гагаузским языком из болгарского языка, в

³ Колач (калач) – хлеб в виде кольца или с небольшим отверстием, его насаживают, натыкают на палку колядующих (слав. *kolac* < *kolo* 'круг'), др.-рус. *колачь*, укр. *колач*, болгар. *колач* [2:2, 439-442].

⁴ Пита – хлеб, обрядовый хлеб, пирог. Из греч. *πίττα* [8:2, 941]

⁵ Кóливо – ритуальное блюдо православных христиан (лат. *coliphia*, *colophium*, *colurhia*, греч. *κολύβα*, *κόλλυβον*, *κόλλυβον*, церк.-слав. *кóливо*, *кóлива*, укр. *кóливо*, болгар. *кóливо*, серб. *коливо*, молд. *colivă* [8:1,1251; 3:2].

⁶ В церковнославянских текстах ударение в слове «коливо» ставится на первый слог.

который они пришли из греческого через старославянский.

Гагаузская номинационная модель очень близка к болгарской. Большинство терминов или калькируется с болгарского (*sarmisak bekletää* – *вардя (пазя) чесан* 'охранять чеснок', *örülü kolaç* – *плетен кравай* 'плетеный каравай'), или составляются по болгарской модели (*Sarmisak gecesi* 'чесночная ночь', *Kadın gecesi* 'ночь Кадыны', *Domuzların günü* 'день поросят', *Kolada evi* 'дом, где колядчики изучают колядки' (срв. болг. модель *коладна връва*). Хрононимы, состоящие из обозначения отрезка времени (ночь, день, неделя) и их определений, также являются болгарскими кальками: *Prost gecesi* – *Пруштална вечар* 'прощенный вечер' (гагауз. *gece* – 'ночь'); *Süüt cumertesi* – *Врѣбна събота* 'Вербная суббота'; *Büük perşembä* – *Велики четвъртък* 'четверг страстной недели' – *Ak perşembä* 'белый, чистый четверг' – калькируется значение дня; *Büük cuma* – *Велик'уу петок* 'пятница страстной недели'; *Piinigir aftası* – *Сирната ниделя* 'сырные заговены' (гагауз. *piinigir* – 'сыр, брынза'); *Rusali aftası* – *русарската неделя* 'время русальских праздников'; *Kara çarşamba* – *Черна сряда* 'среда перед Троицей'. По этой модели составлены гагаузские термины: *Kolada aftası* 'колядная неделя', *Hayvannarın günü* 'день крупного рогатого скота', *Tauk günü* 'день кур', *Masleniça aftası* 'масленичная неделя', *Süüt pazarı* 'Вербное воскресенье', *Paskellä aftası* 'пасхальная неделя', *Paskellä cumertesi* 'пасхальная суббота', *Rusali çarşambası* 'русальская среда'.

Наименования канунов праздничных дней в гагаузском языке являются болгарскими кальками и частично заимствованиями из молдавского языка: *Andreya karşı* – *Срецу Андреевден*, *İgnajdene karşı* – *Срецу Игнажден* и др.; *Koladaya karşı*, *Kolada ajuni* (рум. *ajun* 'канун') – *Срецу Колада*; *Eni yıla karşı*, *eni yıl ajuni* – *Срецу Нова година*; *Ay Yordan ajuni*, *Ajun ayazması* – *Срецу Йордановден*. В других терминологических словосочетаниях лексема *ajun* в гагаузской терминосистеме не употребляется, кроме как самостоятельно *Ajun* в значении канун Рождества (Вулк.).

По модели *Колажни пости* – *Kolada orucu* 'рождественский пост' образуются наименования других постов: *Paskella orucu* 'пасхальный пост', *Panaya orucu* 'Богородичен пост', *Pitrou orucu* 'петровский пост' и др. Лексема *oruç* (персидского происхождения) заимствована как гагаузами, так и турками. Как шло

заимствование в гагаузский язык – ответить сложно, но В.А. Сычева и Л.А. Покровская считают, что гагаузский язык заимствовал этот термин через турецкий [9:4,24-30; 6:1,139-144].

Номинационная модель – адресат, кому или чему посвящен праздник, и лексема 'день', является самой распространенной для обозначения хрононима. Иногда появляются тавтологические формы: примером может служить название дня св. Игнатия – *Ignajden günü*. Интересные номинативные формы существуют для обозначения дня бабки-повитухи. Заимствованный термин *Babinden* равноправно употребляется с калькированной формой данного термина *Babu günü*, реже используется эллипсированная форма *Babin*, а самым распространенным является сочетание, состоящее из болгарского определения *babin* и гагаузской лексемы 'день': *Babin günü*.

С болгарского языка калькируются и названия основных обрядовых действий: *kolaç okumaa* – *опчитам (удричам) кравая* – 'произносить богославку после получения рождественского каравая'; *trimur tutmaa* – *държът тримур* 'соблюдать строгий трехдневный пост'; *gezmaa Kolada* – *ходя на Колада* – 'колядовать'; *Surva gezmaa* – *ходя на сорваки* – 'ритуальный обход домов на Новый год'. Иногда для обозначения хрононима калькируется значение болгарского термина: так появилось в гагаузском языке название Волвьего дня, обозначенное в болгарском лексемой *Риначовден* (от глагола *рина* 'чистить, отгребать лопатой (навоз, снег др.)). Гагаузский язык перевел значение термина буквально: чистить хлев, оборы (*dam kürümää*) [10].

По существующим моделям, когда термином является словосочетание, отражающее обрядовое действие, образованы наименования следующих обрядовых актов: *yumirta sallamaa*, *yumirta hamlamaa* (букв. 'яйца раскачивать', 'яйца хватать ртом' - обряды, совершаемые на заговенье); *rusaliläri getirmää*, *götürmää* (букв. 'русалий приводить, уводить' – обряды "встречи" и "проводов" русалий во время русальских праздников).

Кроме перечисленных болгарских сходжений, определяемых общностью ритуальной практики, можно выделить и некоторые болгаро-молдавские изоглоссы. Так, к болгаро-молдавской изоглоссе отнесем обозначение понедельника Фоминой недели: *Малък Великден*/*Paştele micî*, у гагаузов *Küçük Paskellä* ('Малая Пасха'). Синонимичное значение данного дня у гагаузов *Ölülärin*

Paskelläsi (букв. 'Паска мертвых') совпадает с наименованием у болгар *Мъртв'уу Великден* (с. Криничное Одесской области), *Мъртвио Великден* (с. Суворово Одесской области), а также в селах Северо-восточной Болгарии – *Умрелия Великден* [5, 65-76] и у румын Венгрии и Баната – *paștile morților* [4,75]. У восточных славян *Пасха мёртвых* – традиционный весенний праздник: *Навыи проводы, Навий день* (рус.)⁷, *Мертвецкий Великдень, Навський Великдень* (укр.), *Жильник, Нуськи великдзень, Навский четверг* (белор.). В зависимости от региона, отмечался перед Пасхой (в великий четверг), на Пасху или после неё (первый четверг после Пасхи) [1:3,641-646].

Литература:

1. АГАПКИНА, Т.А. Пасха. В: *Славянские древности: Этнолингвистический словарь в 5-ти томах.* / Под редакцией Н. И. Толстого; Институт славяноведения РАН. Москва, 2004, т. 3, с. 641-646.
2. ГУРА, А.В., ПЛОТНИКОВА, А.А. Калач. В: *Славянские древности: Этнолингвистический словарь* / Под редакцией Н. И. Толстого; Институт славяноведения РАН. Москва, 1999, т. 2, с. 439-442.
3. ДАЛЬ, В.И. *Толковый словарь живого великорусского языка.* Москва, 1978, т. 2.
4. КАБАКОВА, Г.И. *Терминология восточнороманской календарной обрядности в сопоставлении со славянской.* / Дисс... канд. филол. наук. Москва, 1989.
5. МИГЛЕВ, И. *Софинден в контексте весенней календарной обрядности болгар Молдовы, Украины и северо-восточной Болгарии (конец XIX – начало XXI вв.).* / Дисс... д-ра ист. Кишинев, 2014.
6. ПОКРОВСКАЯ, Л.А. *Мусульманские элементы в системе христианской религиозной терминологии гагаузов.* В: *Советская этнография*, 1974, №1, с.139-144.
7. СОРОЧЯНУ, Е.С. Наименования церковных праздников и хрономов в гагаузском народном календаре. В: *Revistă de etnologie și culturologie.* Ch., 2008, vol. 3, з. 115-122.
8. СРЕЗНЕВСКИЙ, И.И. *Материалы для словаря древнерусского языка по письменным памятникам.* Т.1: А-К. СПб.,1893; Т.2: Л-П. СПб.,1902.
9. СЫЧЕВА, В.А. Арабские и персидские заимствования в лексическом составе гагаузского языка. В: *Советская тюркология*, 1973, № 4, с.24-30.
10. SOROCEANU, E. *Ritualurile calendaristice ale găgăuzilor: studiu etnolingvistic = Gagauzların kalendar adetleri: etnolingvistik a araştırması.* /Trad. în lb. rom. Gh. Ghețu. Chișinău: Gunivas, 2015.

⁷ *Навыи проводы, Навий день* > др.рус. яз. *навь, навье, навей* (мертвец, покойник, потусторонний мир) [8: 2, 268].

LIMBI ȘI LITERATURI STRĂINE

MOTIVATION AS AN IMPORTANT FACTOR IN EFFECTIVE FOREIGN LANGUAGE TEACHING

Tamara MATEI

Motivation is a powerful factor in learning the language. According to the cognitive theory, students learn when they actively think about what they learn. Motivation is defined as the learner's orientation with regard to the goal of learning a second language; it is a kind of internal energy which drives a person to do something in order to achieve something. Brown divided motivation into global motivation, situational motivation and task motivation:

(1) global; a general orientation for learning; as regards the foreign language, it describes the desire to learn a foreign language;

(2) situational; relates to the situation in which learning takes place, and to the desire to learn a foreign language in the classroom and in a natural environment;

(3) task motivation which relates to the desire to perform specific tasks during the training process.

In his opinion, these three types of motivation exist simultaneously in the process of foreign language learning, but with different intensity [2, p.147].

Task motivation represents the learning motivation, the impetus which encourages the student step by step to succeed in learning the foreign language, as a result of which the feedback occurs. The success in learning a language intensifies the motivation. The success achieved in fluent speaking in a foreign language and the satisfaction received from communication motivates the student to improve the skills and competencies further. The development of learning motivation entirely depends on the teacher's skills, on his or her ability to select successfully the tasks and material, on his or her linguistic and methodological competencies, on his or her personality traits. The successful combination of the above-mentioned components will certainly facilitate the development of the learning motivation, as the motive should lie inside the learning activities. This is accomplished by the aspiration of the teacher to make the learning process as

interesting as possible for the student, which will bring moral satisfaction and pleasure.

In order to make the language learning process a more motivating experience teachers need to put a great deal of thought into developing programs which maintain student interest and have obtainable short term goals. At university level this may include, as suggested by Berwick et al. [1], any number of foreign exchange programs with other universities, overseas "homestay" programs, or any other activities which may help to motivate students to improve their target language proficiency. Teachers need to create interesting lessons in which the students attention is gained. This can sometimes be accomplished by the use of teaching strategies which are not often called upon by other teachers in mainstream subject areas. Encouraging students to become more active participants in a lesson can sometimes assist them to see a purpose for improving their communication skills in the target language. Successful communication using the target language should result in students feeling some sense of accomplishment. Research in the area suggests L2 achievement strongly affects learner motivation.

The use of an interesting text can also help to increase the motivation level of students in the classroom. Many Moldovan textbooks often contain material which fails to capture the interest of students due to the heavy emphasis on vocabulary and grammar. Many foreign texts, however, which have been designed for EFL, often contain topics which can create a great deal of classroom interaction and help to motivate students to develop their language skills. It is important for the teacher to take advantage of such discussion topics and help students to realise that, even though they may see no need to become proficient in a foreign language, the study of another language and culture can only enhance their perception and understanding of other cultures.

No matter what the underlying motivation to study a foreign language, what cannot be disputed is the fact that motivation is an important variable when examining successful second language acquisition.

The teacher's attitude towards the students is of major importance as he or she should take into account the individual features of each student. According to Brown [2, p.153], good teachers succeed "because they give optimal attention to linguistic goals and to the personhood of their students". The prompt praise and criticism of the

students' progress are important, too. The students should not be praised or criticised for their results, but for their efforts which are oriented towards the open acceptance of the challenge, hard work, and development of their skills, which always lead to fruitful results.

The positive or negative influence of the group of students on the progress of each student belongs to the affective factors. From our own experience, we know that the general progress of the group often depends on the selection of students in the group. This phenomenon is called group or classroom dynamics. Gene Stanford argues that 'group dynamics examines the way people behave in groups and attempts to understand the factors that make the group more effective. It looks at different styles of leadership and patterns of influence, and the process by which decisions are made in a group, at the norms – that is, ideas of what is appropriate behaviour or appropriate procedures – in the group, at the pattern of communication in the group, and at factors such as openness and cohesiveness.' Further, Gene Stanford points out the factors which are required for a group to be effective – 'the members understand and accept one another; communication is open; members take responsibility for their own learning and behaviour; members cooperate; processes for making decisions have been established; members are able to confront problems openly and resolve their conflicts constructively; thus, effective classroom groups are productive working units' [4, p.25]. Specific elements of group dynamics are the nature of the interaction among students in the group, their mutual expectations, the degree of mutual attractiveness and respect for each other, the principles of forming the groups.

A key aspect of group dynamics is represented by the nature of communication in the group. In every classroom, instructional activities are aimed at accomplishing goals and are conducted under a goal structure. A learning goal is a desired future state of demonstrating competence or mastery in the subject area being studied. David Johnson in his book *Learning together and alone: Cooperative, competitive, and individualistic learning* identifies three different groups, depending on the goal structure, which, in its turn, will specify the ways in which students will interact with each other and the teacher during the lesson. The goals may be oriented towards cooperative, competitive or individualistic efforts. Ideally, the students will learn how to cooperate with others, how to compete and have fun and

enjoy themselves, and how to work individually and independently. It is the teacher who decides upon goal structure which will be implemented within each lesson; however, the most important goal structure to be pursued in most learning situations is cooperation [5, p.11]. In groups with such goals, the students are aware of the relationship between the achievement of their goals and how other students in the group successfully reach their goals.

References:

1. BERWICK, R., & Ross, S. (1989). Motivation after Matriculation: Are Japanese Learners of English Still Alive after Exam Hell? In: *JALT Journal*, 11(2), 193-210.
2. BROWN, H.D. *Principles of Language Learning and Teaching* (5th ed.). New York: Longman, 2000.
3. ELLIS, R. (1997). *The Study of Second Language Acquisition*. Oxford University Press.
4. STANFORD, G. *Developing Effective Classroom Groups*. New York City: Hart Publishing Company, Inc, 1977.
5. JOHNSON, D.W., JOHNSON, R. T. *Learning Together and Alone: Cooperative, Competitive, and Individualistic Learning* (5th ed.). Boston: Allyn & Bacon, 1999.

AXELE SISTEMELOR DE COMUNICARE ÎN DIMENSIUNE CANTITATIVĂ ȘI CALITATIVĂ

Ion GUȚU

0. Semiotica își propune, mai recent, să cerceteze nu doar semnul *sui generis*, ci semnul ca unitate a sistemelor de comunicare (U.Eco, J.M. Klinkenberg ș.a). Așa cum actul de comunicare reprezintă orice acțiune a unui individ asupra altuia realizată prin semne [1, p.5], problema ce survine ține de delimitarea axelor sistemelor de comunicare, de tipologia unităților de comunicare și de corelația dintre aceste axe. Or, comunicarea se realizează prin cel puțin două axe, cu multiple și variate semne atât de ordin verbal (cuvântul, fraza, textul), cât și nonverbal (semnul gestual, comportamental, paraverbal, cromatic, vestimentar etc.), iar corelația dintre aceste două axe ar permite, în viziunea noastră, încă o discriminare, dincolo de cea arhicunoscută, de ordin cantitativ pe verticală și de ordin calitativ pe orizontală.

1. Dacă precedem la varianta discriminării axelor comunicării în concepția propusă de fondatorul lingvisticii structurale F. de Saussure

[2], completată ulterior de fondatorul Cercului Lingvistic de la Praga R.Jakobson [3], atunci putem vorbi de axa paradigmatică și axa sintagmatică. Astfel, în semiotica modernă axa paradigmatică reprezintă concomitent clasa de semne/cuvinte ce pot fi utilizate pe o axă sintagmatică anumită și fiecare din elementele unei clase/categorii; ea constituie o listă virtuală de forme capabile să fie actualizate în segmente anumite ale axei sintagmatice sau ale axei enunțării/vorbirii. Prin opoziție, axa paradigmatică e cunoscută și ca axa selecției sau posibilității de alegere (*sau sau*), pe când axa sintagmatică este numită și axa combinației, ce vizează locul semnelor/cuvintelor în cadrul unui enunț gramatical [3, p.220]. Spre exemplu, în cadrul unui enunț de tipul *copacul e în floare* avem posibilitatea să substituim primul semn/cuvânt *copacul* cu alte semne/cuvinte din aceeași clasă/categorie (nume comune), gen *arborele/planta*, fără a modifica validitatea sintactică a propoziției sau sensul acestui enunț: *arborele/planta e în floare*. Nicio altă clasă sau categorie, gen verb, adjectiv, adverb nu poate interveni pentru a substitui aceste semne/cuvinte.

2. În viziunea noastră, aceste două axe ar putea fi opuse și după criteriul dihotomiei cantitate – calitate. Or, axa paradigmatică poate fi și o axă a cantității, a unui număr/volum de posibilități de alegere din cadrul unor taxonomii plasate pe verticală, atât din perspectiva sistemului de comunicare ofertant (multiple și diferite categorii sau clase), cât și din cea a volumului de competențe comunicative lexicale ale subiectului vorbitor, precum le stabilesc nivelurile Cadrului European Comun de Referință pentru Limbi [4]. Altfel spus, nu toate sistemele de comunicare oferă aceleași posibilități de selecție, cel puțin dacă ne-am referi în plan intersemiotic, cum ar fi cazul cunoscutului fenomen al *lacunelor lingvistice*. Spre exemplu, semnul din categoria substantivului din enunțul în limba română: *Fumatul e interzis* nu va găsi echivalent direct în limba franceză din aceeași categorie a substantivelor și va folosi un alt enunț: *Défense de fumer*, unde categoria substantivului a fost substituită cu cea a verbului. Această deficiență comunicativă poate fi depistată doar de un subiect ce stăpânește mai multe sisteme de comunicare, în cazul dat verbale, și nu înseamnă că în plan intrasemiotic sistemul respectiv nu oferă alte posibilități de selecție dependente de volumul lexical al subiectului vorbitor. Axa sintagmatică este în opinia noastră și o axă a calității,

deoarece presupune două tipuri de calitate. Una, *a priori*, adică a combinației sau a producerii semnelor/cuvintelor impuse de statutul/caracterul sau calitatea normelor sau convențiilor sistemului respectiv de comunicare pe axa orizontală. Spre exemplu, caracterul sau calitatea normelor de combinare a semnelor pe axa orizontală în sistemul de comunicare al limbii române diferă de calitatea acestora în limba germană. Alta, *a posteriori*, impune nevoia cunoașterii acestor norme de către subiectul vorbitor pentru producerea de calitate a actului de comunicare. Necunoașterea acestor norme nu permite producerea actului comunicării sau poate conduce spre o comunicare defectuoasă de calitate proastă.

3. Axa sintagmatică sau cea a calității, dependentă de axa verticală sau cea a cantității, condiționează prin procesul de producere a actului de comunicare apariția și funcționarea diferitor subsisteme de comunicare și dovedește calitatea, dinamica, viabilitatea și funcționalitatea unui sistem de comunicare per ansamblu. Cazul limbii ca sistem exemplar de comunicare demonstrează, pe de o parte, o varietate a combinării semnelor la nivel de subsisteme sau limbaje (limbajul uzual, limbajul literar, limbajul poetic diferit de limbajele profesionale sau terminologice), iar pe de altă parte, capacitatea de utilizare a acestor limbaje de subiectul vorbitor în procesul de comunicare (poliglosia individuală).

4. Totodată, axa sintagmatică permite a constata că începutul comunicării vine de la sistemul de comunicare nonverbal cu subsistemele sale – limbajul gestului, mimicii, comportamentului etc., studiate de semioticile particulare, precum kinezica, proxemica etc. Ca peste mii și mii de ani să apară sistemul de comunicare verbal (cuvinte, fraze, texte) cu subsistemele sale (limbajul poetic, limbajul literar, limbajul publicitar), studiate îndeosebi de lingvistică. În așa fel, dacă ar fi să considerăm punctul de intersecție al celor două axe drept *punct zero*, atunci pe stânga axei sintagmatice am avea sistemul de comunicare nonverbal cu subsistemele sale, iar pe dreapta ei – sistemul de comunicare verbal cu alte subsisteme de comunicare. Sigur că limbajul verbal a ajuns să dezvolte subsisteme interne cu capacități comunicative subtile pe care nici un alt sistem nu e capabil să-l realizeze. Iată de ce sistemul de comunicare verbal este dominant și le explică pe toate celelalte sisteme posibile. Schema de mai jos

ilustrează repartiția sistemelor de comunicare în funcție de punctul zero al axelor comunicării:

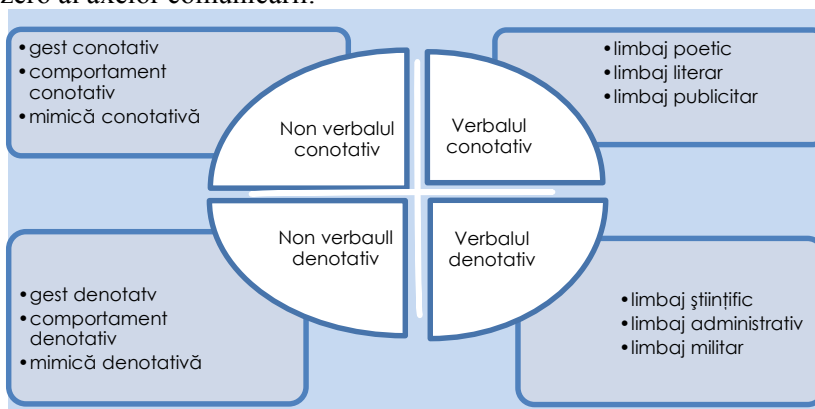


Fig.1. Tipologia axelor și sistemelor de comunicare

5. Axa sintagmatică permite încă o discriminare a limbajelor în baza calității semantice a unităților de comunicare ale acestora. În consecință, putem vorbi de *uniități denotative* și *uniități conotative* atât în cadrul sistemului verbal, cât și al celui nonverbal. Studiile noastre ne-au permis să realizăm o tipologie a semnelor în baza acestei dihotomii cantitate–calitate. Dacă în cazul sistemelor nonverbale semioticienii disting tipuri de semne, gen *vocale – verbale*, *vocale – nonverbale*, *nonvocale – verbale*, *nonvocale – nonverbale*, atunci cercetările noastre deosebesc în cazul sistemului verbal tipuri de semne precum:

- *semne verbale denotative* (arbitrare și motivate; arbitrare cu necesitate și convenționale; motivate absolut și relativ);
- *semne verbale conotative* (monosemice și polisemice; unisemice și enantiosemice; multientantiosemice și megaenantiosemice) [5, p.139-145].

Referințe:

1. COMLOȘAN, D., BORCHIN, M. *Dicționar de comunicare (lingvistică și literară)*. Timișoara: Excelsior art, 2002. 345 p.
2. De SAUSSURE, F. *Cours de linguistique générale*. Paris: Payot, 1969. 331 p.
3. JAKOBSON, R. *Essais de linguistique générale*. Paris: Éditions de Minuit, Coll. Points, 1963. 260 p.

4. *Cadre Européen Commun de Référence pour les Langues*. Conseil de l'Europe, Strasbourg, 2001. 257 p.
5. LENȚA, A., GUȚU, I. Eurysémie et typologie des signes linguistiques. In: *Revista de Filologie Románica*, Publicaciones Universidad Complutense de Madrid, 2008, V. 25, p.139-145.

LES DIFFICULTÉS DE TRADUCTION DE LA LITTÉRATURE POUR LES ENFANTS

Angela GRĂDINARU

La littérature pour les enfants a un rôle très important dans la formation et dans le développement de la mentalité de l'individu à partir de son enfance, et notamment, à partir du moment où il commence à percevoir le monde. Le transfert du message d'une langue dans une autre pose inévitablement des problèmes quant à la préservation des intentions de l'auteur, à la conservation de l'ambiance de l'œuvre originale, à la réorientation du jeune lecteur lorsqu'il est emmené dans un contexte qui lui est étranger, aux contraintes et à leurs enjeux linguistiques, littéraires, éducatifs ou géopolitiques. En outre, la traduction des œuvres enfantines suppose un double transfert: hormis une traduction interlinguale, le traducteur est souvent amené à faire une traduction intralinguale, c'est-à-dire à l'intérieur de la langue cible, et notamment, à passer le message du langage « adulte » dans un langage pour les enfants [1, p.4].

Le processus de traduction, en tant qu'action de transposer un texte d'une langue source dans une langue cible, est déterminé principalement par de différents systèmes symboliques, de différents codes sémiotiques et rituels propres à chaque culture, et par des particularités grammaticales et stylistiques. Ce sont notamment ces éléments qui posent des difficultés et entravent le processus de traduction.

Hormis les difficultés d'ordre lexical et celles posées par la « fausse simplicité », on se heurte souvent au problème lié au style de l'auteur et au style du traducteur, qui révèle le problème de la fidélité. Evidemment, l'auteur, ainsi que le traducteur, ont leurs propres styles, et ce n'est que rarement que leurs styles sont proches l'un de l'autre. Généralement, en lisant plusieurs traductions du même œuvre, le lecteur peut avoir des impressions plus ou moins différentes sur les

personnages, sur certains événements, sur certains passages descriptifs.

La traduction des images dans les œuvres enfantines pose également certaines difficultés car l'image n'est pas universelle et elle peut avoir un sens différent, voire étranger, d'une langue à l'autre et d'une culture à l'autre. Ainsi, le traducteur doit savoir percevoir les particularités de la langue et de la culture, le moment et le lieu du contexte communicatif de l'œuvre originale afin de pouvoir les transmettre dans l'œuvre cible. Ce processus n'est jamais simple: il met en jeu les connaissances, la mémoire, l'imagination et le milieu culturel du texte à traduire, ainsi que du sujet traduit [2, p.38]. Un exemple des images souvent représentées dans les œuvres enfantines sont les onomatopées. Cette catégorie d'interjections permet d'émettre des bruits particuliers associés à un être, à un animal, à un objet en rendant de telle manière le récit plus vif et en contribuant à la formation des images. On peut, par exemple, retrouver des onomatopées dans « *Le conte de Harap Alb* »: *a curge gâlgâind (a gâlgâi) – couler glougrou*. Tant en roumain, qu'en français, cette onomatopée renvoie à l'idée d'un bruit provoqué par un liquide qui s'échappe, et dans ce cas-ci précisément, par le sang qui s'échappe, et permet la visualisation de cette image. Généralement, ce sont les sensations visuelles, et celles de l'ouïe qui transmettent à l'enfant la première expérience sur le monde. C'est pourquoi, l'analyse des difficultés posées par le processus de traduction des images dans l'œuvre enfantine est très importante, afin de pouvoir adapter au mieux possible le texte source au public cible.

Selon Claude Romney, la traduction interlinguale des aspects culturels présente neuf difficultés de traduction [3, p.167] :

1) **la traduction des noms propres et des dénominations présentes qui révèlent généralement la nationalité des personnages d'un livre.** La traduction des noms propres soulève toujours la question : Est-ce que les noms propres se traduisent ? De plus, la traduction des noms propres peut effacer toute trace de l'œuvre originale. Cette nuance d'« exotisme » dans la traduction permet au jeune lecteur de découvrir un nouveau monde. La préservation de l'étrangeté du texte d'origine permet non seulement de connaître l'histoire, mais également de goûter l'exotisme et la sensualité propres à l'original [4, p.

54]. Par exemple, le nom de « *brick-goélette Pilgrim* » extrait de l'œuvre *Un capitaine de quinze ans* de Jules Verne, qui est repris de la même manière en roumain : « *bricul-goeletă Pilgrim* » ou « *goeletă Pilgrim* » permet de transmettre, plus ou moins, la réalité culturelle que l'auteur a voulu véhiculer et d'orienter le jeune lecteur afin qu'il comprenne autour de quels axes s'articule l'action.

2) **la traduction des éléments linguistiques propres aux personnages qui constituent également un indice permettant au lecteur d'apprendre la nationalité:** l'utilisation de certains syntagmes linguistiques étrangers est optionnelle, quand même, l'œuvre cible ne doit pas en être abondée, pour ne pas entraver le processus de compréhension de l'enfant. L'utilisation d'un tel syntagme comme « *Golden Age* » – en roumain: *societatea transoceanică* « *Golden Age* » – révèle dans la conscience du jeune lecteur l'appartenance de celui-ci à un autre système linguistique et même culturel. Toutefois, le manque de l'explicatif « *societatea transoceanică* » pourrait rendre difficile le déchiffrement du message.

3) **la traduction des allusions à l'histoire du pays d'origine, mal connue par les jeunes lecteurs de l'œuvre traduite:** un des problèmes majeurs du processus de traduction c'est de rester fidèle aux éléments culturels du texte original (à l'histoire, au régime politique, au système d'éducation, à la loi, aux traditions et aux habitudes, à l'art, etc.). Toutefois, cette fidélité révèle deux soucis: d'une part, si la traduction est fidèle aux traits culturels du texte original, celle-ci gagne en authenticité, mais elle perd en intelligibilité pour le lecteur qui ne connaît pas la culture de l'auteur ; d'autre part, si le traducteur utilise la transposition culturelle, sa traduction devient plus accessible, mais il dénature des passages entiers de l'œuvre [5, p.3].

4) **la traduction des allusions géographiques:** les lieux géographiques présentés dans une œuvre révèlent la personnalité et l'appartenance de l'auteur à une certaine culture. La préservation de ceux-ci dans leur forme originale dans la traduction permet aux enfants d'entrer dans le monde de l'auteur. Par exemple l'œuvre *Un capitaine de quinze ans* de Jules Verne abonde dans des noms de villes, de pays, de zones géographiques qui transmettent l'exotisme de l'œuvre originale: *le méridien de Greenwich* – *meridianul Greenwich*; *les mers australes* – *mările australe*; *l'océan Antarctique* – *oceanul*

Înghetaț; la Tasmanie – Tasmania; le cap Horn – capul Horn; la Nouvelle-Zélande – Noua Zeelandă; le port d'Auckland – portul Auckland; le golfe de Chouraki – golful Șuraki.

5) **la traduction de la nourriture** : la cuisine représente également un détail important de la culture de chaque pays, dont le petit lecteur en connaît peu de choses ou presque rien, à cause de son bagage intellectuel réduit. Par conséquent, le traducteur trouve difficile à transmettre cette information sans recourir à l'explicitation.

6) **la traduction de quelques rares allusions au système politique et judiciaire**: le traducteur doit adapter ces systèmes étrangers à la culture de l'enfant et à son univers.

7) **la traduction des expressions imagées et des proverbes**. Cette difficulté de traduire est due à la spécificité que révèlent ces structures, les traits rythmiques, métaphoriques et sémantico-pragmatiques (*Le mieux est l'ennemi du bien*. (Ion Creangă, Le conte de Harap Alb, p. 18) / *Rău-i cu rău, dar e mai rău făr' de rău !* (Ion Creangă, Povestea lui Harap Alb, p. 16).

8) **la traduction des chansons et des formulettes**: les chansons et les formulettes reprennent les spécificités lexicales de chaque langue: dans les pays anglophones – *ip dip doo; eeny, meeny, mo* et *coconut crack*; dans les pays hispanophones – *plom plom plom*; en Russie – *e-niki, be-niki*, ainsi que certaines particularités sociales, c'est pourquoi leur traduction révèle des difficultés et nécessitent des recherches approfondies de la part du traducteur afin qu'il puisse trouver le bon équivalent.

En conclusion, on peut affirmer que le traducteur doit assurer aux destinataires de sa traduction une compréhension correcte du texte traduit et un message fidèle. Dans ce cas-ci, le traducteur recourt à l'adaptation pragmatique du texte source, c'est-à-dire, à un ensemble de procédés qui permettent la réalisation de certains changements afin d'éliminer les différences socioculturelles et psychologiques qui peuvent intervenir entre le destinataire du texte original et celui du texte traduit.

Références:

1. PAQUETTE, R. La traduction. In: *Lurelu*. 1982, volume 5, numéro 1, p. 3-6.
2. YUSTE FRIAS, J. *Traduire le couple texte – image dans la littérature pour l'enfance et la jeunesse. De l'IMAGE à l'IMAGINAIRE. Littérature de jeunesse*. Université Hradec Králové, coll. Gaudeamus, 2011, 192 p.

3. CORDONIER, J.-L. *Traduction et Culture*. Paris: Didier, 1995. 236 p.
4. JUN, Xu. Réflexions sur les études des problèmes fondamentaux de la traduction. *Meta: journal des traducteurs//Meta: Translators' Journal*. 1999, Volume 44, numéro 1, p. 44-60.
5. BARTHELEMY, L. *La traduction de la différence culturelle dans la littérature pour les enfants*. Université d'Utrecht, 2012. 91 p.

CONCEPTUALIZAREA COLEGIULUI COLONIAL ÎN FUNDAMENTAREA ÎNVĂȚĂMÂNTULUI SUPERIOR AMERICAN

Lilia PARHOMENCO

Învățământul superior în Statele Unite ale Americii s-a dezvoltat într-o modalitate total diferită de cel de pe continentul european, fiind influențat de o varietate vastă de forțe istorice și condiții socioumane. Aceste forțe istorice se identifică cu cuantumul de valori și cunoștințe transplantate aici de pe continent, iar factorul sociouman, valorificat prin aportul populației native, a factorului teritorial și a necesității organizării unui sistem de învățământ într-o „lume nouă” cumulează acele condiții specifice ce au și oferit învățământului american un specific aparte, propulsându-l spre noi înălțimi și stabilind, ca produs finit, universitatea americană în fruntea clasamentului mondial din perspectiva funcționalității, a modelului paradigmatic utilizat și a spiritului democratic ce îl transmite.

Periodizarea evoluției învățământului superior în Statele Unite este făcută, unanim, de către mai mulți cercetători americani în acest domeniu, limitele temporale fiind delimitate concomitent cu unele evenimente importante din istoria continentului american. Astfel, prima eră în dezvoltarea învățământului superior în Statele Unite o reprezintă înființarea colegiilor, prototipul primului colegiu anglo-american fiind Emmanuel College a Universității din Cambridge [1, p.4].

Un alt colegiu înființat în era colonială în Statele Unite, de o valoare similară este Yale, al cărui președinte, în campania sa pentru acest post, face o amplă cercetare a statutelor universităților din Cambridge și Oxford și a documentelor lor reglementatoare, întru formularea unei carte universitare pentru Yale [4, p.36], iar la William and Mary, un alt colegiu american de valoare cu puternică influență engleză se face cunoscut în curând. Harvard se înființează în baza

precedentelor colegiale britanice și încearcă să copieze, practic, modelul organizatoric, devenind la rândul său prototipul tuturor colegiilor din America Engleză.

După înființarea unor colegii pe vastul teritoriu american, se ajunge la concluzia că faptul de a înființa un sistem de universități colegiale, așa cum era în Anglia, este practic imposibil, din cauza unei serii de factori atât de ordin intern, cât și extern: mai întâi, se pune la îndoială faptul că regina britanică ar fi oferit acea cartă regală necesară unei universități americane, apoi, teritoriul țării era prea mare și nivelul de trai foarte scăzut, unica ieșire din situație întru organizarea unui oarecare sistem educațional era înființarea unor colegii separate, sacadate, cu dreptul de a oferi diplome, efortul educațional fiind astfel risipit.

Amplasarea și organizarea individualistă a colegiilor este, de fapt, și prima deosebire a colegiilor americane de cele britanice, urmată de o serie de alte evenimente, ce îndepărtează aceste două mari sisteme și mai mult: heterogenitatea populației continentului american condiționează prezența reprezentanților diverselor confesiuni în comisia de control a colegiilor, acest fapt fiind întâlnit, pe continentul european, doar la universitatea din Leyden [1, p.4]. Ulterior, sistemul american se modifică conform modelului scoțian, ale cărui universități erau nonrezidențiale, orientate profesional și sub controlul unor reprezentanți ai comunității, și nu ai membrilor facultății.

Frederick Rudolph, profesor la Williams College și autorul celei mai importante lucrări despre evoluția colegiului și a universității americane, constată faptul că învățământul superior în America, în etapa inițială a formării, se dezvoltă „în preponderență datorită unor factori incidentali și nu unui scop anumit, mai mult din impuls decât printr-o schemă bine organizată și planificată” [3, p.3].

Scopurile colegiilor coloniale în America erau comune, pe fundalul unei mixturi de confesiuni și culturi, de idei și practici. Astfel, Yale și Princeton contribuie cu un țel nou pentru colegiul colonial, și anume supraviețuirea denominațională într-un mediu religios mixt. Tradiția creștină devine piatra de temelie a întregii structuri intelectuale ce este adusă în „Lumea Nouă”, ulterior însă, după cum reflectă și Cartele unor colegii fondate spre sfârșitul secolului al XVIII-lea, colegiile au misiunea de a forma specialiști bine pregătiți în alte domenii decât administrație și biserică. Scopurile educaționale ale timpului, de fapt, servesc intereselor colonizatorilor pe acele teritorii, iar educația devine

cea mai valoroasă unealtă ce permitea transpunerea acelor idei colonizatoare, britanicii stabiliți aici încercând să păstreze acele valori din vechiul continent, să transmită și să conserve cultura intelectuală din țara-mamă.

Deși structura organizațională a colegiilor americane copiază modelul oxfordian și cambridgean, anumite practici ale unei entități educaționale superioare sunt determinate de influențe scoțiene, or, după cum am mai menționat, în afară de modelul administrativ format în baza celui scoțian, și unele trăsături curriculare denotă, de asemenea, apropierea acestora de cele din Glasgow sau Edinburgh. Astfel, economia politică, definită prin competențe analitice, devine subiect-cheie în unele colegii coloniale, disciplină care ulterior ar fi contribuit la educarea viitorilor oficiali ai Lumii Noi, iar fluiditatea mediului academic descrie un învățământ de o viziune largă, ce depășește limitele cursului formal de studiu, deși inițial, Henrz Dunster organizează primul curs de studii pentru colegiul anglo-american după cum urmează: „primus annud Rhetoricam docebit, seundus et tertius Dialecticam, Quartum adiungat Philosophiam”, or asta nu semnifică nimic altceva decât transplantarea trivium-ului și a quadrivium-ului din antichitatea clasică.

Un alt element specific colegiului epocii coloniale este rata înaltă de părăsire a studiilor, provocată de lipsa unor obiective clare ce ar duce spre susținerea examenelor și obținerea unei diplome. Studenții la colegii constituiau în acele timpuri mai puțin de un procent din populație, iar un exemplu strident ar fi cel al unui singur student admis la studii în 1765, când se deschide colegiul din Rhode Island, iar doi ani mai târziu, doar zece sunt admiși, Yale, în același timp, oferind titlul de licențiat doar la 18 absolvenți [3, p.25].

Studenții de la colegiile americane coloniale își exprimă, din start, interesul pentru discursul politic și oratorie, acestea constituind în realitate și principalele metode de evaluare a studenților la finele semestrelor. Apropierea colegiului de capitala colonială determina studenții să observe activitatea figurilor politice și a oamenilor de stat ai timpurilor, iar interesul deosebit în politică și drept atât în cadrul cursurilor, cât și în afara lor semnaleză o altă schimbare importantă în colegiile coloniale, și anume: declinul gradual, dar persistent al clerului în calitate de lideri și ascensiunea oamenilor politici și a avocaților pe scara ierarhică [2, p.16].

Colegiul colonial cunoaște o dezvoltare mai mult în plan orizontal decât vertical, acesta nu reușește să își schimbe modul de organizare, nu evoluează, nu își atinge scopul suprem de a forma o universitate în adevăratul sens al cuvântului, sau cel puțin, în limitele modelului englez impus timpului. Această instituție americană imită mai degrabă o școală secundară, ceea ce germanii ar numi „Gymnasium”, decât fundamentează o instituție de învățământ superior, formându-se prin metoda sincretică din transplantul elementelor fundamentale organizaționale britanice și a condițiilor socioumane total noi și diferite, pe fundalul unui spirit laic și ecleziastic dezvoltat la egalitate. Colegiul colonial consideră finalizată îndeplinirea rolului său istoric înainte de războiul civil din Statele Unite ce marchează mijlocul secolului al XIX-lea, perioadă în care America cunoaște apariția unei structuri educaționale mult mai elaborate, una care merită numele de „universitate”.

Referințe:

1. BRUBACHER, J.S., Willis Rudy. *Higher Education in Transition*. Oxford University Press, 2004.
2. HANDLIN, O., MARZ, F., HANDLIN. *Colonial Seminaries 1636-1770*. New York, McGraw-Hill, 1970.
3. RUDOLPH, F. *The American College and University: a History*. Georgia University Press, 1990.
4. SHIPTON, C. *Biographical Sketches of those who Attended Harvard College in the classes 1722-1725*. Massachusetts Historical Society, 1945.

**LIMBAJE SPECIALIZATE VERSUS LIMBAJ
GENERAL ÎN STUDIUL PREFIXOIDELOR**

Aliona MACARI

În prezenta cercetare se abordează corelația dintre limbajele specializate și limbajul general, dat fiind faptul că studiile anterioare au pus în evidență utilizarea prioritară a prefixoidelor la constituirea termenilor din diverse limbaje specializate. Or, dezvoltarea mijloacelor de comunicare contribuie la o propagare generalizată a terminologiilor, care se manifestă printr-o interacțiune nemijlocită între lexicul general și cel specializat, având drept rezultat banalizarea termenilor [1, p.26].

Limbajul general și limbajele specializate împărtășesc anumite **elemente comune**, precum ar fi: a) caracterul global sau de ansamblu;

b) funcția comunicativă care domină, alături de alte funcții complementare [1, p.121]. Totuși, există anumite **aspecte diferențiale** între limbajul general și cel specializat: 1) În plan lingvistic, se pun în evidență caracteristici lexicale, morfologice și sintactice proprii textelor specializate și se menționează elemente specifice acestora, precum: prezența și absența anumitor unități, semantica generală a textului, selecția lexicală, diferențieri de frecvență ale unor unități și structuri, utilizarea altor coduri etc. 2) Sub aspect pragmatic, este vorba despre elemente ce fac referință la subiectele abordate, care au mai degrabă un caracter științific, tehnic sau profesional; utilizatorii limbajelor specializate și situațiile de comunicare. 3) În plan funcțional, se pune accent pe funcția prioritară a limbajelor specializate, și anume cea de a informa și de a face schimb de informații obiective pe baza unui subiect specializat [1, p.136-138].

Studierea corelației limbaje specializate/limbaj general determină necesitatea de a aduce în discuție conceptul de **neologism terminologic** în raport cu cel de neologism lexical.

Vocabularul oricărei limbi este în continuă evoluție și reflectă schimbările de ordin social, științific și cultural al societății. În acest sens, un loc aparte îl ocupă **neologismele**, care reprezintă cuvinte sau expresii noi, apărute într-o limbă fie prin împrumut, fie prin mijloace proprii (derivare, compunere etc.) sau cuvinte deja existente, folosite cu o semnificație nouă.

Progresul științei și tehnicii a determinat apariția unui număr mare de termeni noi, care s-au impus în limbajele specializate, alături de neologismele din lexicul comun. Dacă neologismele din limbajul general apar, de regulă, în mod spontan, atunci **neologismele terminologice** (**neonimele** în accepția lingvistului G.Rondeau) apar în limbajele specializate în momentul nașterii unui concept nou, al descoperirii sau al invenției unui cercetător, a unui savant. Conceptul este denumit în mod conștient de creatorul său și este utilizat în mediul științific din care acesta face parte.

Crearea neonimelor cu ajutorul **formanților prefixoidali** reprezintă unul din cele mai productive mijloace de formare morfologică a acestora. Fenomenul în cauză este constatat de un șir de lingviști, precum L.Guilbert [3, p.46], R.Kocourek [5, p.127], G.Rondeau [8, p.131], T.M. Cabré [2, p.22] etc. Procedeu de formare a cuvintelor prin recurgerea la formanții prefixoidali este pe larg utilizat în

limbajele specializate datorită „conciziei, caracterului internațional și preciziei semantice” ai termenilor astfel creați [6, p.66]. Acești termeni, indiferent de limba în care au fost constituiți, sunt împrumutați de alte limbi, ceea ce facilitează comunicarea între savanți la nivel internațional. Lingvistul italian C.Iacobini numește aceste neoformații **internaționalisme**, deoarece au același semnificat și o formă aproape identică în alte limbi (fr. *nanotechnologie*, rom. **nanotehnologie**, it. *nanotecnologie*, span. *nanotecnología*, eng. *nanotechnology*, germ. *nanotechnologie*, rus. *нанотехнология* etc.), distingându-se astfel de cuvintele din lexicul comun, care se caracterizează prin plurivocitatea sensurilor și diferențe fonetice majore de la o limbă la alta [4, p.69]. Astfel, recurgerea la elementele de origine greco-latină poate fi considerată drept unul din procedeele de „**internaționalizare a terminologiilor**” [6, p.70] și este recomandată de normele internaționale de terminologie cu scopul de a promova „intercomprehensiunea internațională” [1, p.159]. Neoformațiile terminologice prefixoidale se caracterizează printr-un șir de **particularități specifice** [7, p.258-259]:

1. Cel puțin unul din constituenții care stau la baza creării neoformațiilor terminologice este lipsit de autonomie sintactică (ex. *agro-* din *agrochimique* sau *hélio-* din *héliosismologie*).

2. Formanții prefixoidali care contribuie la formarea neonomelor sunt fie de origine greacă (*angioscopie*, *entérovirus*), fie de origine latină (*ignicolore*, *omnidirectionnalité*), fie forme trunchiate ale lexemelor de origine franceză (*baladodiffusion*, *cyberentrepôt*).

3. Aceste neoformații prezintă de obicei ordine sintactică regresivă (determinant + determinat).

4. Din punct de vedere fonologic, neoformațiile prefixoidale se caracterizează, în majoritatea cazurilor, prin prezența vocalei de legătură *o-* (*bioéthanol*, *ampélographie*) sau *i-* (*lamellibranche*, *miniapplication Java*).

5. Din punct de vedere grafic, acestea se scriu de obicei împreună (*astroport*, *biobarrière*), mai rar cu cratimă (*dento-osseux*, *mini-barquette*) și foarte rar separat (*micro batterie*).

6. Unele neonime numără două și mai multe elemente formative în componența lor (*bio-micro-diversité*, *neuro-ectodermo-dysplasie*, *magnétogazodynamique*).

7. Aceste neoformații sunt în majoritatea cazurilor substantive (*micropuce*, *cyberdélinquance*, *blogosphère*), mai rar adjective

(*photoréaliste, myotoxique, pyroclastique*) și doar în câteva cazuri verbe (*géocoder, microbloguer, bioaccumuler*).

Deși se consideră că formanții prefixoidali sunt în special utilizați la formarea neologismelor terminologice, putem constata cu certitudine prezența acestui fenomen și în vocabularul general al limbii franceze (ex. *ludopublicité, microcinéma, néomédia, télévente, bibliobus, maxidiscompte, ethnocosmétique, miniroman* etc.).

De o productivitate înaltă în **vocabularul general** al limbii franceze se bucură și neoprefixoidele, care reprezintă forme trunchiate ale unor lexeme de origine franceză (*auto-, euro-, cyber-, franco-, info-, mobi-, narco-, publi-, socio-* etc.): ex. *auto-école, cybertouriste, eurodéputé, franco-français, infoloisirs, mobidépendance, narcotest, publijeu, sociocible* etc.

Prin urmare, conchidem că procedeul morfologic prefixoidal este unul viabil și productiv atât în formarea neologismelor, cât și a neologismelor lexicale. Inițial rezervate limbajelor specializate, prefixoidele pătrund treptat și în limbajul general, iar neoformațiile prefixoidale sunt utilizate nu doar în cadrul terminologiilor, ci și în vocabularul general al limbii franceze. Susținem această concepție, alături de lingvista T.M. Cabré, potrivit căreia atât cuvintele din lexicul uzual, cât și unitățile terminologice sunt concepute drept „realizări în discurs ale aceluiași tip de unitate”, unitatea lexicală, care își activează caracterul de termen conform „întrebuințării sale într-un context și o situație particulară” [2, p.30].

Referințe:

1. CABRÉ, M.T. *La terminologie. Théorie, méthode et applications*. Québec: Armand Colin / Les presses de l'Université d'Ottawa, 1998. 322 p.
2. CABRÉ, M.T. Sur la représentation mentale des concepts: bases pour une tentative de modélisation. In: Béjoint H., Thoiron Ph. (éds.) *Le sens en terminologie*. Lyon: Presses Universitaires de Lyon, 2000, p.20-39.
3. GUILBERT, L. La néologie scientifique et technique. In: *La banque des mots*, 1971, nr. 1, p.45-54.
4. IACOBINI, C. Composizione con elementi neoclassici. In: *La formazione delle parole in italiano*. Tübingen: Max Niemeyer Verlag, 2004, p.69-95.
5. KOCOUREK, R. *La langue française de la technique et de la science. Vers une linguistique de la langue savante*. Wiesbaden : Oscar Brandstetter Verlag GmbH & Co. KG, 1991. 327 p.
6. KRECKOVA, V. Les tendances de la néologie terminologique en français contemporain. In: *Sbornik Prací Filozofické Fakulty Brněnské Univerzity*,

Studia Minora Facultatis Philosophicae Universitatis Brunensis, L 18, 1997, p. 61-70. [Accesat 17.07.2008] Disponibil: www.phil.muni.cz/-rom/kreckova97.pdf

7. MACARI, A. Rolul formanților prefixoidali în crearea neologismelor terminologice. În: *Normă – sistem – uz: codimensionare actuală*. Actele Colocviului Internațional „Eugen Coșeriu”, ediția a XI-a, volumul I. Chișinău: CEP USM, 2012, p.256-261.
8. RONDEAU, G. *Introduction à la terminologie*. Québec: Gaëtan Morin éditeur, 1984. 238 p.

SPEECH PRODUCTION THEORIES AND MODELS

Elena ȘAPA

Speech production is understood by many linguists as transformation of ideas into articulatory movements, sequencing speech sounds. Speech production process involves a number of tasks like conceptualising an utterance, building its syntactic structure, retrieving the right words in the right order, and controlling the articulators in order to pronounce words in a sentence. The main task when describing speech production processes is to explain how smaller units are selected by the brain and then combined in a particular order in sentence structures. If we look at the speech production process scheme suggested by Levelt (1989), we can see the following three constituent stages:

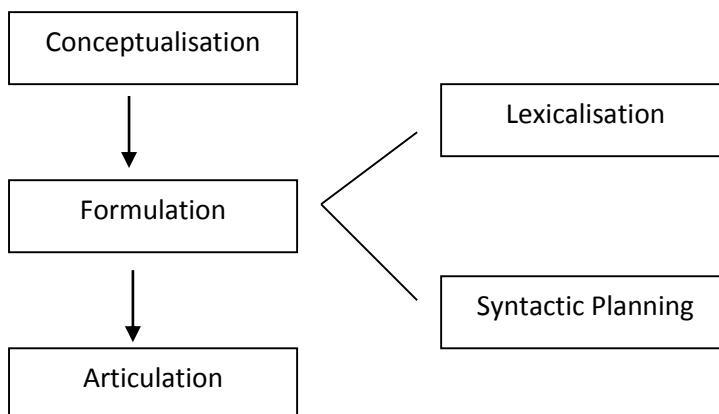


Fig.1. The Process of Speech Production after Levelt [5]

The first stage is **Conceptualisation**. This is when the speaker is expected to decide on the message he is going to convey. The final

product of this stage is when the message itself has been decided by the speaker but it still has no linguistic form. The stage of message conceptualization is also called the preverbal message or the message level of representation. This stage in academic literature is often represented by a thought bubble.

The second stage is **Formulation**. It happens when the speaker converts the message into a certain linguistic form. This stage comprises two basic activities: lexicalization and syntactic elements planning. Basically, lexicalization envisages selecting the appropriate wording for the message, while syntactic elements planning focuses on arranging the selected words in the right order and adding corresponding grammatical elements to them.

The third stage is Articulation. At this stage the speaker plans motor movements necessary to convey the message.

As a fourth stage could serve the **Self-Monitoring** stage when the speaker tries to check the message and edit it regarding possible speech errors. This stage is crucially important due to the fact that most of speech production models are formulated based on the observed and categorized groups of speech errors.

Each stage of the above mentioned speech production process can witness various types of errors. Thus at the conceptualizing stage slips of mind could be recorded, while at the the formulating and articulating stages different types of slips of tongue are noticed and described.

In academic sources there are several speech production models described which focus on various speech production aspects. Thus, Fromkin V.A. suggests six speech production stages [3]:

Table 1

Model of Speech Production after Fromkin V.A. (1971)

Stage	Speech Process
1	Identification of meaning – a meaning to be conveyed is generated.
2	Selection of a syntactic structure – a syntactic outline of the sentence is constructed, with word slots specified.
3	Generation of intonation contour – the stress values of different word slots are assigned.
4	Insertion of content words – appropriate nouns, verbs, and adjectives are retrieved from the lexicon and placed into word slots.
5	Formation of affixes and function words – function words (articles,

	conjunctions, prepositions), prefixes, and suffixes are added.
6	Specification of phonetic segments – the sentence is expressed in terms of phonetic segments, according to phonological rules.

One can easily observe that stage one in Fromkin’s model corresponds to conceptualization stage in Levelt’s model, stages two through five in Fromkin’s model correspond to Levelt’s formulation stage, and finally, the last stage in Fromkin’s model corresponds to Levelt’s articulation stage.

Another speech production model explaining how message content is mapped into form was suggested by Garrett [4]:

Table 2

Model of Speech Production after Garrett (1975)

Stage	Speech Process
1	Message Level Representation – inferential processes applied to conceptual structures build a representation that is a real-time construct determining sentence level construction.
2	Functional Level Representation – words (lemmas) are selected on the basis of how well their meaning encodes elements of Message Level Content.
3	Positional Level Representation - word forms (lexemes) are retrieved (based on the selected lemmas) and are combined with closed morphemes that are spelt by the rule.
4	Phonetic Level Representation – phonological operations then apply to Position Level representations to make them conform to the phonotactics of the language.

Dell and Reich (1981) presented statistical evidence, based on speech errors analysis, showing that errors of selection and errors of phonological encoding were not absolutely independent [1]. As a result Dell (1985) develops the so-called connectionist model of segmental activation and selection where he accounts for four major tasks of the phonological encoding and mainly: word segments lexicon specification, construction of phonological frames, segment to frame slot association, and a filled frame translation into phonetic or articulatory program. Dell (1985) focused on production and identification of several specific effects of phoneme-to-morpheme feedback in speech production. Dell’s model claims, that speech is produced by a number of connected nodes representing distinct units of speech (among which are phonemes, morphemes, syllables,

concepts, etc.) that interact with one another in any direction, from the concept level (Semantic level), to the word level (Lexical selection level) and finally to the sound level (Phonological level) of representation [2].

There are many models of speech production that psycholinguists attempted to elaborate from early 70-s past century till today. Nowadays focus in studies of speech production shift to comparing and contrasting monolingual and bilingual speech production, verbal and non-verbal, natural and artificial (computer generated) speech production. These studies allow to understand how humans generate language in order to teach computers do it.

Bibliography:

1. DELL, G.S. & REICH, P.A. (1981) Stages in sentence production: An analysis of speech error data. In: *Journal of Verbal Learning and Verbal Behavior*, V 20, p.611-629.
2. DELL, G.S. (1985) Positive Feedback in Hierarchical Connectionist Models: Applications to Language Production. In: *Cognitive Science*. V 9, p. 3-23.
3. FROMKIN, V.A. (1971) The Non-Anomalous Nature of Anomalous Utterances. In: *Language*. V 47, p.27-52.
4. GARRETT, M.F. (1975) The Analysis of Sentence Production. In: G. Bower (Ed.) *Psychology of Learning and Motivation*. V 9, New York: Academic Press. p. 133-175.
5. LEVELT, W.J.M. (1989) *Speaking: From intention to articulation*. Cambridge, MA: MIT Press.

MANIFESTAREA BILINGVISMULUI ÎN ITALIA

Tatiana PORUMB

Definițiile bilingvismului sunt numeroase și uneori contradictorii, deoarece fenomenul bilingvismului ca stare și proces este de mare complexitate și nu poate fi limitat la o unică definiție. Bilingvismul poate fi studiat sub mai multe aspecte: social, psiholingvistic, istoric, de grup sau individual. În această comunicare vom aborda bilingvismul din perspectiva socială și istorică pentru a determina cauzele apariției comunităților bilingve pe teritoriul italian, pentru a elucidă diferența dintre bilingvism și diglosie în cazul situației

sociolingvistice italiene și pentru a stabili influența unui cod lingvistic asupra altuia în urma interferenței și mixturii de coduri.

Printre definițiile care au fost formulate pentru bilingvism, unele se pot caracteriza ca definiții mai restrânse, deoarece nu includ vorbitorii bilingvi care cunosc mai bine una dintre cele două limbi, ci doar bilingviștii perfecți sau nativi. De exemplu, Leonard Bloomfield consideră că bilingvismul este „cunoașterea a două limbi la nivel de limbă maternă” [1, p.56]. Uriel Weinreich definește prin bilingvism „practica folosirii alternative a două limbi”, iar persoanele implicate în proces, *bilingvi*” [2, p.1]. Una din definițiile mai largi îi aparține lui John J.Gumperz, care scrie că „în societățile bilingve, vorbitorii prezintă grade diferite de competență. Unii stăpânesc ambele limbi la fel de bine, alții vorbesc numai o limbă, în mod obișnuit, și o cunosc pe cealaltă superficial” [3, p.209]. În Italia, „cea mai mare parte a populației care vorbește în dialect are capacitatea să treacă la limba italiană sau la o variantă intermediară între limbă și dialect”. Această constatare o face Maurizio Dardano în *Manualetto di linguistica italiana* și numește această capacitate *bilingvism* [4, p.171]. Danilo Poggiogalli, sociolingvist italian contemporan, consideră bilingvismul ca „un fenomen de coexistență, în repertoriul unui vorbitor sau al unei comunități, a două coduri lingvistice diferite care au același prestigiu social” [5, p.70]. Autorul menționează că în cazul bilingvismului poate fi vorba despre o limbă națională și un dialect dotat de un prestigiu sociolingvistic înalt sau de două limbi naționale (cum este cazul bilingvismului italian-german în regiunea Tirolului de Sud).

La realizarea bilingvismului la nivel social contribuie mai mulți factori istorici, politici, economici, cum ar fi de exemplu apariția unui popor nou pe teritoriu, colonizarea, anexarea prin intervenția militară, imigrarea sau emigrarea unor popoare. Limba italiană vorbită astăzi în Italia este rezultatul schimbărilor profunde desfășurate pe teritoriul italic în decursul a mai multe secole. După fondarea Romei, conform tradiției și legendei în anul 763 î.Hr., pe teritoriul Romei se vorbea limba latină, de origine indo-europeană. Acest secol marchează începutul expansiunii teritoriale și lingvistice a Romei în peninsula italică. Între secolele IV și III î.Hr. se numărau circa douăzeci de etnii (celți, etruști, osci, umbri, samniți și alții) ale căror teritorii au fost cucerite de romani. Limba latină a devenit limba administrației locale și de circulație între diverse etnii, astfel bucurându-se de un statut

special și prestigiu crescând. Majoritatea populației cucerite care învăța latina o vorbea cu dificultate, imprimându-i un caracter specific influențat de limbă maternă. Acest fenomen se numește în lingvistică fenomenul *substratului* prin care se indică situația lingvistică de interferență a populației autohtone cu cea cotropită, căreia i se impune o limbă nouă, cea a colonizatorilor [6, p.62]. Fenomene fonetice, lexicale și sintactice provenite din limba maternă a fiecărei etnii cucerite reapar în limba dominantă, caracterizând-o și diferențiind-o de latina vorbită de alte etnii. Astfel, limbile etniilor prelatine au influențat și au contribuit la formarea limbilor romanice și a dialectelor italiene. Prin urmare, toate dialectele italiene, inclusiv cel toscan, la origine aveau drepturi egale.

În Evul Mediu, noțiunea de dialect era redată prin sintagma „limbă vulgară” (adică a poporului, de la *vulgus* – „popor”). Pentru prima dată noțiunea de *dialect* se folosește abia în secolul al XVI-lea, cu referință la limbile din Grecia antică. De fapt, termenul „dialect” nu are doar o semnificație. Gian Luigi Beccaria scrie în *Dizionario di linguistica Dicționar de lingvistică* că „nu există o valoare semantică unică și lipsită totalmente de ambiguitate [pentru acest termen], nici la nivel de uz comun, nici la nivel de dicționar, nici la nivel științific” [7, p.229]. În general, sunt acceptate două semnificații: „variantă regională a unei limbi” (DEX 2009) și „sistem lingvistic utilizat într-un mediu geografic și cultural restrâns contrapus limbii naționale” (Zingarelli 2008). În consecință, dialectele italiene nu sunt variante teritoriale sau regionale ale limbii italiene, ci sisteme lingvistice de proveniență genetică comună, dar care nu au avut norocul să devină limbi naționale.

Harta limbilor vulgare de pe teritoriul italic, propusă de Dante Alighieri în *De vulgari eloquentia*, reprezintă contrastul între multitudinea graiurilor italiene și stabilitatea limbii latine. Dialectul toscan (vorbit în zonele Florența, Pisa, Siena) a reușit să se impună, în raport cu celelalte dialecte, nu atât din motive politice, cât datorită valorii sale culturale. Este posibil să vorbim despre dialect în Italia doar odată cu apariția unui alt pol de referință, și anume limba italiană. Propunerea din 1525 a rafinatului umanist venețian, Pietro Bembo, de a fonda limba scrisă pe baza florentinei literare din secolul al XIV-lea, a marcat un moment crucial în istoria limbii italiene. În absența unui stat unitar și a unei capitale, o soluție pentru a rezolva „chestiunea

limbii” era greu de găsit. Este vorba de o problemă spinoasă care a tulburat de-a lungul secolelor liniștea intelectualilor italice, implicați în nesfârșite dezbateri, cunoscute sub numele de „chestiunea limbii”. Este ilustrativ, în această ordine de idei, faptul că primul dicționar al limbii italiene apare în anul 1612, cu un nume ambiguu: *Vocabolario degli Accademici della Crusca*. Academicienii cruschieni, încheind redactarea operei, se pomenesc în fața unei dileme: cum să numească limba care este obiectul cercetării lor? După lungi dezbateri, renunță la opțiuni precum limba toscană, florentină sau italiană, iar în prefață recurg la vagi calificative: „această limbă”, „acest limbaj”, „limba noastră” etc.

Politica lingvistică a Italiei se conturează odată cu constituirea statului unitar, Regno d’Italia, la 17 martie 1861. La acel moment italiana literară era un patrimoniu împărțit de un cerc îngust de intelectuali, deoarece cea mai mare parte a populației vorbea în dialect și era analfabetă. Astfel, prerogativa politicii lingvistice de pe timpuri era difuzarea limbii italiene în rândul celor 90% ale populației. Dar totodată, promovând limba italiană standard în rândurile populației dialectofone, s-a urmărit scopul de a diminua prestigiul social al dialectelor. Defavorizarea dialectelor de către regimurile politice care au guvernat Italia până în anii ’60 ai secolului XX a creat condiții de *diglosie* între dialecte și limba italiană standard. În cazul diglosiei „codurile lingvistice au roluri și domenii de utilizare diferite în funcție de situația comunicativă” [6, p.70]. Astfel, în perioada de italianizare a dialectelor, prestigiul sociocultural al acestora a scăzut enorm.

Diglosia dialect – limba italiană standard, tipică pentru întregul spațiu italian, se manifestă prin utilizarea dialectului în conversație cu membrii familiei sau cu locuitorii din aceeași localitate și a limbii italiene în contexte oficiale sau cu vorbitori de altă origine. Recent s-a înregistrat o recuperare a dialectelor la vorbitorii care au o competență lingvistică bună în limba italiană. Acest fapt se datorează unei noi percepții colective despre dialecte, conform căreia „dialectul nu mai este o marcă a inferiorității socioculturale, ci o opțiune conștientă în stare să satisfacă necesitățile expresive ale vorbitorilor” [6, p.70]. Interferența dintre dialecte și limba italiană a fost și rămâne atât de mare, încât sociolingviștii italieni recunosc existența a patru variante de sisteme lingvistice în repertoriul vorbitorilor de rând: limba italiană standard, varianta regională a limbii italiene, dialectul regional și

dialectul local [8, p.17-23]. Mixtura de coduri a favorizat împrumuturile lexicale în ambele direcții, dar este important să menționăm faptul că transferurile lexicale din dialect au constituit o sursă de îmbogățire prețioasă pentru limba italiană. Din 1861 până în 2000, conform calculului făcut de Pietro Trifone pe baza indicațiilor dicționarului *Grande dizionario italiano dell'uso*, au fost împrumutate mai mult de 5000 de cuvinte de origine dialectală [6, p.85].

Referințe:

1. BLOOMFIELD, L. *Il linguaggio*, traduzione di Francesco Antinucci e Giorgio Cardona. Milano: il Saggiatore, 1996. p. 640. Trad. di: *Language*, 1933.
2. WEINREICH, U. *Languages in Contact, Findings and Problems*. Linguistic Circle of New York, 1953. p. 148.
3. GUMPERZ, J.J. Asupra etnologiei schimbării lingvistice. În: Liliana Ionescu-Ruxăndoiu, Dumitru Chițoran ed., *Sociolingvistica, Orientări actuale*. București: Editura Didactică și Pedagogică, p. 208-218.
4. DARDANO, M. *Manualetto di linguistica italiana*. Bologna: Zanichelli Editore S.p.A., 1996, seconda edizione. p. 334.
5. POGGIOGALLI, D. Italiano e dialetti. In: Serianni, L., Antonelli, G., *Manuale di linguistica italiana. Storia, attualità, grammatica*. Milano: Bruno Mondadori, 2011, p. 62-84.
6. SERIANNI, L., ANTONELLI, G. *Manuale di linguistica italiana: storia, attualità, grammatica*. Milano: Bruno Mondadori, 2011, p. 303.
7. BECCARIA, G. L. (a cura di). *Dizionario di linguistica e di filologia, metrica, retorica*. Torino: Piccola Biblioteca Einaudi, 2004.
8. BERRUTO, G. *Sociolinguistica dell'italiano contemporaneo*. Roma: Carocci editore, 2013, p. 278.

TABLOUL LINGVO-CULTURAL AL EMOȚIILOR EXPRIMATE DE ENGLEZI LA FUNERALII

Viorica LIFARI

Deseori, vorbind despre categoria afectivității ca fenomen social, antropologii și psihologii fac o clasificare clară a tuturor proceselor afective și arată legătura procesului cognitiv cu declanșarea emoției sau a sentimentului. În cazul savantului A.Cosmovici, observăm scenariul unei înmormântări din Europa, la care nu se exprimă emoțiile, și, pe de altă parte, angajarea bocitoarelor la funeraliile moldovenești [1, p.235]. Neexprimarea deschisă a emoțiilor la înmormântările din Europa o găsim comentată și în monografia profesorului rus T.Larina despre categoria de politețe. Distinsa savantă

scrie că în 1998, aflându-se la Londra, a fost martorul situației în care ghidul unei excursii prin oraș le povestea turiștilor despre funeraliile prințesei Diana și cu o deosebită mândrie accentua faptul că copiii prințesei nu au plâns deloc, arătând că ei sunt cu adevărat englezi, ceea ce în cultura rusă ar fi fost considerat imposibil, considerând că oamenii aceștia au o inimă de piatră [2, p.100].

Aceste observații și comentarii ale savanților au contribuit la întreprinderea unui studiu dedicat tabloului lingvo-cultural al emoțiilor manifestate de englezi în timpul funeraliilor. În calitate de material factologic de studiu a servit filmul englez „The Queen” [3], ce descrie evenimentele și reacțiile atât ale membrilor familiei regale, cât și cele ale publicului sau ale poporului britanic față de decesul prințesei Diana în august 1997.

Stereotipic, britanicii sunt considerați un popor foarte rezervat și distant care, spre deosebire de americani, nu-și manifestă emoțiile în public, acest film însă arată că valorile general-umane devin prioritare în situații extreme, iar cele tradiționale rămân pe planul doi. Filmul începe cu alegerea lui T.Blair în calitate de prim-ministru al Marii Britanii și dialogul acestuia atât cu regina Elizaveta II, cât și cu publicul care o deplânge pe prințesa Diana în următoarele câteva zile după decesul ei.

Prima scenă care presupune o reacție emoțională din partea actorilor este cea în care familia regală este anunțată despre decesul prințesei. În acest moment regina Elizaveta II doar exclamă: (1) *Charles, isn't it awful?* Din acest enunț este clar că regina e *indiferentă* și exclamă această replică doar din politețe. Charles, fostul soț al Dianei, pe de altă parte, *este șocat*, acesta își manifestă emoțiile involuntar cu greu pronunțând fraza: (2) *No, no ...*, răspunsul fiind însoțit de mijloace nonverbale precum un *oftat adânc* și *gestul de a se apuca de cap și păr*, ceea ce se asociază cu exteriorizarea conceptului de *pierdere* și *durere* în limba universală a gesturilor.

Ulterior în dialogul său cu regina, observăm ochii lui Charles *plini de lacrimi*, ce exprimă conceptul de *durere* și *scârbă*. Fața reginei e *tristă*, dar maiestatea sa este preocupată de nepoți mai mult în acest moment, vrea să-i protejeze de televiziune și presă. Familia regală pleacă din palatul Buckingham, ceea ce înseamnă că steagul deasupra palatului lipsește.

Între timp britanicii se adună în jurul reședinței reginei și încearcă să exprime condoleanțe familiei regale, depunând flori, lumânări și bilețele cu gânduri de încurajare, iar regina mamă îi va numi mai târziu (3) *A band of hysterics with their candles that need help with their grief*, ceea ce înseamnă că exprimarea emoțiilor în public nu se aprobă în Marea Britanie.

Situația din țară devine mai tensionată. Presa și televiziunea sunt cele care toarnă ulei în foc, scriind (4) *We have nothing from the Royal Palace*. Lexemul *nothing* exprimând atitudinea *indiferentă* a membrilor din familia regală față de poporul care aștepta să fie susținut de regina sa. Între timp T.Blair face legătură cu regina și încearcă să o convingă să iasă în public cu un discurs. Regina este foarte reținută și calmă, susținând că funeraliile prințesei Diana vor fi organizate în mod privat și nu public. Regina dă dovadă de (5) *bunul simț (common sense)*, care în concepția englezilor înseamnă chibzuință și gândire trează, fără a fi însoțită de emoții.

Nefiind în stare să convingă regina să se adreseze publicului, T.Blair o face singur, enunțând foarte emotiv: (6) *In her life sadly touched by tragedy, she (Diana) touched the lives of so many others. ... she was the people's princess. She will remain in our hearts and in our memories forever*. Metafora *life sadly touched by tragedy*, epitetul *people's princess* și hiperbola din ultimul enunț indică admirația și respectul prim-ministrului față de persoana decedată și consolarea publicului.

Firea sensibilă a lui Charles și spiritul emotiv al poporului francez este redat prin mărturisirile acestuia vorbind despre reacția parizienilor la tragedia întâmplată prin mijloacele nonverbale atunci când cortegiul cu trupul neînsuflețit al Dianei trece pe alături: (7) *They stood up, as we drove past in cafes, restaurants, removed their hats, this was Paris, one of the busiest cities in the world, in Palace they would prefer to see that this is a private funeral*.

Însă consiliul responsabil de pregătirea pentru funeralii decide să organizeze o înmormântare publică. Aflând despre asta, regina e foarte indignată, dar are grijă de starea sa emoțională și doar pune întrebări scurte, care, de altfel, servesc în calitate de mijloace ce exprimă indignarea (8) *I see. Was there anything else?* (Fața ei are o expresie de nemulțumire.)

O altă scenă în care regina Elizaveta II dă dovadă de mare control al emoțiilor sale este în dialogul cu prim-ministrul, atunci când toată presa britanică comentează *indiferența* familiei regale față de *tristețea* și *scârba* poporului cauzată de decesul prințesei Diana. T.Blair sună regina și îi sugerează să vorbească cu poporul, reacția verbală și cea nonverbală a reginei apare contradictorie, gesturile îi trădează *anxietatea* și *starea de nervozitate*:

(9) *T. Blair*: ...*I've been taking the temperature among the people on the street and the mood is very delicate.*

The Queen: *So what do you suggest, Prime Minister?* (Regina vorbește calm, însă mișcările rapide ale mâinii cu care își șterge ochelarii indică altceva.)

T. Blair: *Flying the flag at half-mast above the Buckingham Palace and coming down to London the earliest opportunity would be a great comfort to people and will help them with their grief.*

The Queen: (Se enervează și ridică receptorul pe care l-a pus jos anterior) *there, ...grief?* Și cu o tonalitate înaltă a vocii continuă: *Do you imagine I am going to drop everything and come to London before I attend to my grandchildren who have just lost their mother?* (apoi se calmează și aproape în șoaptă explică cine sunt englezii, fiind foarte încrezătoare) *I doubt if there is anyone who knows British people more than I do Mr Blair.* Regina spune că englezii fac totul în liniște și cu demnitate.

Emoțiile nu se manifestă în public în cultura britanică, dar asta nu se referă la emoțiile personale ale reginei ca ființă umană și regizorul o arată pe maiestratea sa ca o doamnă sensibilă atunci când ea vede cerbul pe deal și apoi află că a fost împușcat la vânătoare. Elizaveta II se duce să vadă cerbul ucis și, atingând cu mâna rana pe capul lui, exclamă: (10) *I hope he didn't suffer too much, exprimând regret și milă.*

Și în discursul ei final adresat poporului britanic cu ocazia tristă a decesului Dianei, regina utilizează multe mijloace de exprimare a *simțului de pierdere (sense of loss)*, precum *disbelief, anger, concern, I say from my heart*, dar acestea sunt doar mijloace verbale care nu redau starea ei adevărată. Expresia feței reginei e nemișcată, fapt care vorbește despre valoarea falsă a cuvintelor pronunțate.

Referințe:

1. COSMOVICI, A. *Psihologie Generală*. Iași: Polirom, 1996. 256 p. [Accesat: 16.03.2015] Disponibil: www.scribd.com/doc/215437392/

2. ЛАРИНА, Т.В. *Категория вежливости и стиль коммуникации. Сопоставление английских и русских лингво-культурных традиций.* Москва: Рукописные памятники древней Руси, 2009. 512 с. ISBN 978-5-9551-0297-9.
3. *The Queen*. [Accesat: 3. 05.2016] Disponibil: <http://putlocker.is/watch-the-queen-2006-online-free-putlocker.html>

PROPER NAMES AND THEIR ORIGINS

Svetlana CORCODEL

At first sight there appears to be general recognition of the importance of names because so much has been written about them. Eldson C. Smith, in his excellent bibliography of works on personal names listed nearly 3500 books and articles. That was in 1952, and he extends the list with newly published works and new ‘discoveries’ every year in *Names*, the journal of the American Name Society.

Geographical names have also received an enormous amount of attention, but there the matter virtually ends. It is possible to find the occasional books that deal with place names but they are relatively few and far between.

What is serious about the situation is that statements about names, by writers on language and similar topics, invariably refer to personal and place names only or pay the merest lip-service to the existence of other nomenclatures. The position is thus very similar to the one that pertained 400 years ago in language studies, when it was only considered necessary to study seriously a handful of the world’s languages. It was assumed that all other languages followed the same pattern as those few, and then minor languages such as English were forced into a mould which was itself based on a misunderstanding [1, p. 16].

How did the older names come into being? We can usefully establish several different categories: the names began either as descriptions, or converted phrases, or they were inventions. They were formed by linking in some way to an existing name, or they were transferred from another naming system. Let us look at each of those categories in turn and consider some examples:

DESCRIPTIVE NAMES include generic descriptions such as **Charles**, ‘a man’, **Thomas**, ‘a twin’, and direct descriptions such as **Adam**, ‘of red complexion’. Activity descriptions occur, such as

George, ‘a farmer’, as do provenance descriptions: **Francis**, ‘Frenchman’. Sequential description led to names like **Septimus**, ‘seventh’. Many names may have been either morally descriptive-**Agnes**, ‘pure’, **Agatha**, ‘good’-or were commendatory conversions.

CONVERTED NAMES include those which seem to have reflected parental reaction to the birth. **Abigail**, ‘father rejoiced’, is an instance, as are **Benedict**, ‘blessed’, **Amy**, ‘loved’.

INVENTED NAMES have often been introduced by writers. They include **Fiona, Lorna, Mavis, Miranda, Pamela, Thelma, Vanessa, Wendy**.

LINK NAMES were frequently formed with **Yahweh** as an element, as in **John, Joan, Joseph** and many others.

TRANSFERRED NAMES have often been surnames which were themselves transferred place names. Examples are **Clifford, Graham, Keith, Leslie, Percy** [2, p. 25].

Name usage these days is generally simple, while during the last thousands of years, several distinct first-name periods have occurred. The names that were formed were meant to individualize their bearers, and duplication was avoided. This was partly because a name was felt to contain a person’s spirit. These first name-periods were divided into: **Norman Names** (with names like **Alan, Oliver, Richard, Constance** and **Emma**), **Christian names** (The protestants turned away from Catholic names such as **Mary**. Preferring names from the Old Testament such as **Aaron, Samuel** or **Adam**), **Flower names** (appeared at the end of the 19th century: **Rose, Lily, Ivy** and **Violet**) and other name-groups of names (such as jewel names – **Pearl, Ruby**; modern names like **Vikki, Mandi, Carolyn**, appear in the 1930s).

Similar groups of names which do not link with a particular period, are animal names (**Leo, Leonard** – lion; **Orson, Ursula** – bear; **Deborah, Melissa** – bee; **Arnold** – eagle), and colour names (**Candida, Blanche, Bianca** – white; **Roy, Russell, Ginger** – red; **Electra, Amber** – amber, **Boyd, Flavia** – yellow, **Aurelia** – gold; **Melanie** – black; **Douglas** – blue) [3, p.43].

The study of the origin of family names is at the same time quite simple and very difficult. Its simplicity consists in the fact that surnames can only come into existence in certain well understood ways. Its difficulty is due to the extraordinary perversions which names undergo in common speech, to the orthographic uncertainty of

our ancestors, to the frequent coalescence of two or more names of quite different origin, and to the multitudinous forms which one single name can assume.

There was a time when no one had a hereditary surname. The Norman Conquest of 1066 is a convenient point at which we can note the appearance of the first family names, but the Normans certainly did not have a fully developed surname system. Our remote ancestors had single personal names distinguishably by the place of living. There is quite enough legitimate cause for wonderment in the fact that **Tyas** is letter for letter the same name as **Douch**, or that strange ways, from a district in Manchester which, lying between the Irwell and the Irk, was formerly subject to floods, is etymologically strong-wash [3, p.52].

Many names are susceptible of two or more explanations. This is especially true of some of our commonest monosyllabic surnames. *Bell* may be from Anglo-Fr. *Le bel (beau)*, or from a stop sign, or from residence near the church or town bell. Finally, the ancestor may have been a lady called Isabel.

The name may also be personal, Anglo-Sax. *Bealheard*. *Bowe* may be local, from residence in a row, or it may be an accidental spelling of the nickname *Roe*, which also survives in the mid, English form *Ray*.

In a very large number of cases there is a considerable choice for the modern bearer of a name. Any *Boon* or *Bone* who wishes to assert the provenience of high blood can claim descent from de *Bohun*. *Dance* for *Dans*, and *Pearce* for *Piers*. *Swain* may go back to the father of Canute, who possibly tended the swine. But any *Goss* or *Gossett*, unwilling to trace his family back to John *Goose*, may choose the French *Josse Gosse*.

Some Old English personal names have survived as surnames. *Edrrich* for example, contained the elements of *ead* and *ric*, the first meaning 'prosperity' or 'happiness', the second indicating 'power' or 'rule'. This may well have come about because the mother's name contained *ead* (in a name like Edith) and the father's name *ric* (in a name like kenrick). Such names most often have been blended simply in order to show parentage. In their modern forms, many elements have more than one possible origin. For example: **Darwin** dear-friend, **Frewer** free-shelter, **Lemmer** people/dear-famous, **Youngmay** young-servant [4, p.70].

There exist many interpretations about the origin of surnames and our opinion is that no one has the right to change its family name at least from respect to the ancestors.

The Romanian Academic Iorgu Iordan considers toponymy to be “a nation’s unwritten history, a real archive that keeps the memory of many events, occurrences and deeds, more or less old or important; actions that took place during decades somehow left a stamp over the popular spirit. To combat this sort of confusion, scholars of English place names collect as many early forms of a name as possible and analyze them in the light of their knowledge of language and dialect, grammar, pronunciation, topography, sound shifts and other relevant factors. Although the generally available dictionaries on the subject may cite anywhere from one to a dozen dated forms for each entry, place name scholars may actually assemble a few dozen to a few thousand examples of early spellings of a name before coming to any conclusions.

Bibliography:

1. DUNKLING, L. *The Guinness Book of Names*, 5th Edition, 1998.
2. IORGU, I. *Toponimia Românească*, Bucuresti. 1963.
3. KEITH A. *Proper Names and the Lexicon*. Sheffield, 2001.
4. WEEKLEY, A. *The Romance of Names*. Oxford, 2006.

**EPONIMELE – RESURSĂ TERMINOLOGICĂ ÎN LIMBAJUL
SPECIALIZAT AL ÎNVĂȚĂMÂNTULUI SUPERIOR**

Victoria SOLOVEI

Distincția între numele proprii și numele comune de multe ori se estompează pe parcursul dezvoltării unei limbi, întrucât multe dintre cuvintele uzuale provin de la nume proprii, aceste cuvinte purtând denumirea de eponime. În *Dicționarul explicativ al limbii române* termenul „eponim” este explicat ca: **1.** s.m. magistrat care, în antichitate, dădea numele său anului. **2.** adj. care dă numele său unui oraș, unei regiuni etc. [1], totuși în dicționarele de eponime acest termen este definit ca „numele proprii devenite nume comune” [2, p.3]. Astfel, cuvinte uzuale precum *grevă, laconic, siluetă, fustă, igienă, liceu, huligan* își au de fapt originea în nume proprii de persoane, personaje sau locuri, însă vorbitorul de rând nu mai sesizează această legătură, întrucât de-a lungul timpului în forma

cuvintelor au intervenit modificări, de asemenea nu s-a mai păstrat folosirea majusculei. De exemplu, cuvântul *liceu*, care astăzi reprezintă „ciclu de învățământ urmând ciclului gimnazial în care se predau cunoștințele necesare continuării studiilor în învățământul superior sau diverse specialități pentru pregătirea cadrelor medii” [1], provine de la *Lykeios* „numele unui vechi loc de plimbare la Atena și al unui gimnaziu unde Aristotel își instruia discipolii” [3, p.154].

O altă optică se prezintă în domeniile specializate, unde legătura între numele proprii și termeni este mai accentuată, specialiștii fiind în mare parte conștienți de motivarea extralingvistică a termenilor ce au la bază nume proprii.

În prezentul articol ne-am propus să analizăm fenomenul eponimiei în domeniul învățământului superior (DÎS), or, limbajul specializat al educației este supus în ultimele decenii unei schimbări de paradigmă, astfel, în mod inevitabil apar noi termeni, iar eponimia în acest sens constituie o bogată resursă terminologică. Este de menționat că în urma consultării dicționarelor de eponime și generale, am descoperit destul de puține cuvinte eponime care aparțin DÎS, printre acestea fiind: *academie* – „instituție de învățământ superior ce își trage numele de la Akademos, erou mitologic din Atena, grădina unde și-a întemeiat școala filosofică Platon” [2, p.7], *lancasterian* – sistem pedagogic înființat de Joseph Lancaster, pedagog englez [3, p.149], însă din dicționarele și documentele specializate ce țin de învățământul superior am excerptat o varietate de termeni-eponime: *Programul Erasmus+*, *mobilitate Erasmus+*, *student Erasmus*, *Programul Minerva*, *Programul Jean-Monnet*, *Programul Leonardo da Vinci*, *Rețeaua Eurydice*, *Acțiunea Marie-Curie*, *mobilitate Eugen Ionesco*, *bursa Eugen Ionesco*, *programul Grundtvig*, *bursa Rhodes*, *program Fulbright*, *student Fulbright*, *efectul Pygmalion*, *efectul Rosenthal*, *taxonomia lui Bloom* etc.

Analizând din perspectivă lexico-semantică termenii-eponime din DÎS, am constatat că, din punct de vedere structural, majoritatea termenilor sunt formați prin juxtapunerea numelui propriu și a unui substantiv comun, numele propriu având rolul de determinant, iar substantivul comun de determinat: *program Erasmus*, *bursă Fulbright*, *profesor Fulbright*, *mobilitate Eugen Ionesco*, *acțiunea Marie-Curie*, *programul Grundtvig*. Această modalitate de formare a termenilor a îmbogățit semnificativ inventarul de termeni din DÎS, numele proprii

având capacitatea de a delimita eficient termenul unui concept concret. Este de menționat că spre deosebire de discursul specializat, în discursul uzual și cel de popularizare se atestă metonimizarea numelui propriu, acesta luând locul termenului compus: „*Erasmus este una dintre cele mai frumoase experiențe trăite care lasă amprente adânci în viața unui student*” (<http://www.allbasarabean.ro>); „*Eu doar am aplicat la Fulbright, această prietenie trainică între statul român și cel american*” (<http://musafiri.casajurnalistului.ro/>); „*Grundtvig vine în întâmpinarea nevoilor de predare/învățare ale adulților și se adresează instituțiilor sau organizațiilor care asigură sau facilitează educația acestora*” (<http://www.timpul.md>). Putem explica acest fenomen prin funcționarea principiului economiei lingvistice, dar și a lipsei de formalizare a discursului respectiv.

Din punct de vedere semantic, folosirea numelor proprii în cadrul termenilor din învățământul superior se explică în special prin funcția de omagiere a unor personalități marcante din domeniu: *Programul Erasmus* (Erasmus de Rotterdam fiind unul dintre cei mai importanți umaniști olandezi), *programul Jean-Monnet* (Jean-Monnet – om politic francez considerat arhitectul Unității Europene), *acțiunea Marie-Curie* (Marie-Curie a fost o savantă poloneză, dublu laureată a Premiului Nobel). O altă cauză a folosirii numelor proprii este reprezentativitatea unei persoane pentru o anumită noțiune, întrucât a dezvoltat și a pus în circulație un nou concept, idee. Spre exemplu, termenul *bursa Rhodes* este creat după numele omului de afaceri britanic Cecil John Rhodes, care a pus bazele acestui premiu internațional pentru studenții doctoranzi. Un alt termen-eponim din aceeași categorie este *efectul Rosenthal* – Robert Rosenthal fiind alături de Lenore Jakobson – cel care a realizat un experiment prin care s-a dovedit că așteptările cadrului didactic influențează în mod direct performanța studentului. Utilizarea numelor de personaje mitice în crearea termenilor din domeniul învățământului superior este mai puțin frecventă, totuși se atestă în termeni ca: *acțiunea Minerva*, *rețeaua Eurydice*, *efectul Pygmalion*. Recurgerea la elementul mitic în crearea termenilor ar putea fi explicată prin metaforizarea conceptului, conferindu-i univocitate prin analogia cu trăsăturile personajului menționat.

Este de menționat că majoritatea termenilor-eponime au pătruns în limba română prin traducerea literală din limba engleză (*Erasmus+*

program, Erasmus+ mobility, Erasmus student, Minerva Program, Rhodes Scholarship etc). Astfel, dacă la nivel lexical constituenții unităților terminologice păstrează aceleași clase morfologice în ambele limbi (substantiv comun și substantiv propriu), la nivel sintagmatic intervin schimbări. Acest lucru se explică prin faptul că limba română este de tip sintetic, determinantul fiind situat în postpoziție, pe când limba engleză, fiind de tip analitic, impune determinantului antepoziția față de determinat. Prin folosirea acestei metode se evită crearea de solecisme și se asigură caracterul transparent al termenilor, acest aspect fiind important în contextul internaționalizării noii terminologii ce apare în DÎS odată cu implementarea reformelor pe plan mondial, european și național.

Așadar, fenomenul eponimiei este unul ce capătă amploare în DÎS odată cu schimbarea de paradigmă, majoritatea termenilor de acest fel fiind destul de recenți. Eponimele din acest domeniu specializat înmagazinează tezaurul uman și cultural al lumii, demonstrând încă o dată legătura strânsă între lingvistic și extralingvistic în procesul de formare a terminologiei. Un alt aspect important este că termenii-eponime comportă un caracter universal, devenind din punct de vedere lexico-semantic niște clișee internaționale care fac discursul specializat lipsit de ambiguități și ușor traductibil. De asemenea, dacă în limbajul comun cuvintele eponime nu mai păstrează legătura cu numele propriu originar din motivul evoluției formei acestora, în domeniul limbajului specializat al învățământului superior numele proprii formează eponime prin păstrarea formei și scrierei cu majusculă, în majoritatea cazurilor folosindu-se juxtapunerea unui substantiv comun ce are rolul de determinat. Termenii-eponime ar putea crea unele ambiguități pentru publicul nespecializat, în special în cazurile de omonimie între numele propriu și termenul format prin metonimie de la acest nume propriu (*Erasmus, Minerva, Grundtvig* etc.), cu toate acestea, fenomenul eponimiei prezintă destule avantaje pentru a deveni tot mai productiv în procesul de creație terminologică a DÎS.

Referințe:

1. <https://dexonline.ro> [Accesat 29.04.2016].
2. COJOCARU, C. *Dicționar de eponime*. Chișinău: Pontos, 2011. 184 p.
3. MUȘAT, R. *Nume proprii – Nume comune: dicționar de antonomază*. Iași: Polirom, 2006. 312 p.

MANIFESTUL INTERTEXTUALITĂȚII ÎN SPAȚIUL ARTICOLULUI EDITORIAL

Nina ROȘCOVAN

Lingvistul Roman Jakobson distinge funcțiile limbajului deosebind șase funcții: „conativă” sau „persuasivă”, ce are scopul de a influența destinatarul; „expresivă” sau „emotivă” care transmite emoțiile; funcția „fatică” urmărește stabilirea și păstrarea contactului între emițător și receptor; funcția „metalingvistică” reglează discursul propriu; funcția „poetică” are în centru efectele de stil; cea „referențială” are ca scop transmiterea informației [2, p.73].

Prezintă interes opinia prof. Ludmila Zbanț, care subliniază împreună cu E.Axenti în articolul „Funcționarea inensemelor derivate în presă”, că e necesar a accepta faptul că textul jurnalistic se caracterizează prin co-funcționarea, practic, a tuturor funcțiilor limbajului prezentate de lingvistul R.Jakobson, fără care „s-ar rupe legătura dintre emițător (jurnalist) și receptor (cititor)”. Este de adăugat că reacția cititorului este o parte constitutivă a procesului de comunicare, prin urmare, este important ca „informația să circule în ambele sensuri” [4, p.502].

Articolul editorial, o categorie a discursului jurnalistic, reprezintă poziția oficială a publicației față de un subiect de actualitate și important pentru public. Literatura de specialitate consideră acest gen ca fiind „coloana vertebrală” a unei publicații. De obicei, cel care își asumă responsabilitatea unui articol editorial este un jurnalist cu experiență, din conducerea ziarului, cu reprezentare culturală și generală aprofundată, un tip care are simțul umorului și al ironiei. Este de adăugat că editorialistul are de ales dintr-o paletă foarte variată de tonuri, precum: umor, sarcasm, satiră, parabolă, parodie [5].

E lesne de remarcat că din cauza lipsei de alternanță între locutori, convențional editorialul face parte din genul monologal, prezentând textualitatea argumentativă asupra unei teme. Latura sa dialogică este asigurată la nivel global de intertextualitate și contextul discursiv (publicul și discursurile la tema editorialului), prin urmare, scriptorul interacționează cu celelalte discursuri la aceeași temă; și la nivel inferior (enunțare) se prezintă latura și interacțiunile semantice (cuvintele și semnificațiile). Articolul editorial este un discurs orientat către alte discursuri anterioare, dar și anticipate care reflectă același eveniment.

Drept consecință, textul editorial este motivat semantic, editorialistul mizează pe reprezentările create în mintea locutorului său de sensul conotativ al elementelor intertextuale utilizate. Un editorial este dogmatic utilizând un limbaj cu o mulțime de asocieri conotative, fie ele pozitive sau negative; un limbaj destul de expresiv/emotiv, probabil, la granița limbajului hiperbolic cu prejudecățile scriitorului prezentate pe mâneacă. Editorialul se deplasează spre persuasiune și părtinire și are menirea să influențeze opinia publică, să promoveze gândirea critică, și, uneori, motivează cititorii săi să ia măsuri privind o problemă.

Reamintim, în același context, opiniile susținute de Ajai Singh și Shakuntala Singh, care menționează că autorul de editorial presupune că cititorul său are cunoștințe destul de adânci despre ceea ce prezintă scriitorul, astfel include lexic specific domeniului și nicio descriere a diferiților termeni tehnici utilizați în cadrul articolului, deoarece se mizează pe faptul că cititorul știe despre ce vorbește autorul. Editorialistul își alege deliberat cititorul său model, care este departe de a fi mediocru, înzestrat cu un spectru larg de competențe necesare pentru a percepe mesajul intertextual, ce creează efecte pragmatice de sens.

În plus, prin prisma editorialului, cititorul este luminat, împuternicit sau ajutat în formarea propriei sale opinii cu privire la o problemă. În timp ce editorialul exprimă o opinie, ea nu este impusă cititorului. De reținut că un articol editorial este suficient de subtil pentru a face apel la bunul simț al cititorului informat. Sentimentul după un editorial este unul al profunzimii. Aceasta trebuie să creeze dorința de a-l citi încă o dată sau de a citi editoriale de același autor [1].

Intertextualitatea este modul în care textele interacționează pentru a crea semnificații sau, mai exact, pentru a produce conotații noi, chiar fără precedent, existența lor fiind condiționată de contextul pragmatic de comunicare. Conceptul de intertextualitate este folosit atât ca instrument de construcție utilizat conștient de autorul textului editorial, cât și ca un instrument folosit de către destinatar în procesul de interpretare a textului. În funcție de aceste criterii, putem afirma că editorialul este spațiul în care ambele aceste tendințe se conectează.

Ținem să evidențiem că, pe de o parte, intertextualitatea îl face să interacționeze atât cu contextul lingvistic (intertextualitate orizontală), cât și cu cel extralingvistic (intertextualitate verticală), cu discursuri anterioare, dar și anticipate. Jurnalistul dialoghează cu discursurile pe

care le citează și cărora se opune. Prin intermediul intertextualității, jurnalistul discută cu audiența sa, le propune liante pe care le așteaptă a fi valorificate, decriptate și interpretate, astfel limitând cercul celor inițiați în dialog. Editorialul nu admite „simpli asistenți”. Modificările de atitudine în conceperea raportului text–realitate, emițător–destinatar determină dialogismul articolului editorial.

Prin urmare, intertextualitatea derivă din acest mod de gândire a lumii. Scopul utilizării intertextualității nu este acela de a oferi „modele” de scriitură sau tipare interpretative, ci de a dezvălui legătura profundă a textului cu factorii implicați în devenirea sa. Căci există în cadrul fiecărui registru scriptic și forme ale discursului altuia, ascunse, semimascate, difuze. Există chiar texte care transformă exploatarea intertextualității în principiu al propriei lor generări.

Pe de altă parte, intertextualitatea în editoriale se prezintă ca țesătură de evenimente interrelaționale. Consumând articolele editoriale, mii de oameni se leagă prin infinitele fibre invizibile. Ca rezultat al expunerii la aceleași mesaje transmise de editorialiști, oamenii ajung să împărtășească valori și reprezentări culturale similare și chiar să gândească prin informații și simboluri comune. Din perspectiva acestei realități, Victor Moraru afirmă că „mass-media pot fi considerate un adevărat „ciment social”, care apropie diversitățile și coagulează societatea contemporană” [3, p.7].

Afirmațiile semnalate *supra* ne conving că intertextualitatea participă totodată la inventarierea și tezurizarea, în interiorul editorialului, a dimensiunilor stilistice proprii tradiției culturale. Ea își asumă funcția de actualizare a textelor anterioare prin „ajustarea” lor stilistico-semantică la sensibilitatea și orizontul de așteptare al cititorului său.

Referințe:

1. SINGH, A., SINGH, S. *What Is A Good Editorial?* [Accesat 03.03.2016] Disponibil: <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC3190447/>
2. JAKOBSON, R. *Essais de linguistique générale* vol. 1 Les fondations du langage. Traduit et préfacé par Nicolas Ruwet. Paris: Les éditions de Minuit, 1963/2003. 260 p.
3. LAVRIC, A., MORARU, T. *Mass media și comunicarea interculturală*. Chișinău: FPS Multicolor, CCRE Presa, 2005. 60 p. ISBN 9975-9695-9-3.
4. ZBANȚ, L., AXENTI, E., *Funcționarea insemnelor derivate în presă. În: Filologia modernă: realizări și perspective în context european*, *Limbă, Limbaj, Vorbire*. Chișinău: AȘM, 2010, p. 502-507.
5. <http://www.ghidjurnalism.ro/editorialul> [Accesat 10.03.2016].

ABORDARE SOCIOCULTURALĂ A TERMINOLOGIEI DIN DOMENIUL DREPTULUI INTERNAȚIONAL PUBLIC

Ina ZAPOROJAN

În prezentul studiu vom aborda terminologia care aparține domeniului dreptului internațional public, terminologie care se reliefează în diferite forme de concretizare prin analiza parametrilor lingvistici care sunt esențiali pentru fiabilitatea unei traduceri din acest domeniu. Aspectul transfrontalier al relațiilor interstatale determină apariția unor noi situații, realități, conjuncturi, ceea ce necesită imperios o abordare revizuită și holistică a acestui domeniu. Fiind parte integrantă a acestui amalgam de culturi și realități, statul Republica Moldova se încadrează sub diverse modalități în ancora dreptului internațional public, prin urmare abordarea aspectelor ce țin de terminologia acestui domeniu precedat de o abordare discursivă și de traducere ne va furniza materiale importante atât pentru specialiștii din domeniul terminologiei, traducătorii și interpreții din acest domeniu, dar și pentru specialiștii în domeniul dreptului care uneori sunt blocați din cauza barierei lingvistice. Caracterul plurifuncțional și pluridimensional al domeniului dreptului internațional public impune luarea în considerare a diverselor sale nivele, fiecare reprezentând un anumit tip de discurs: legislativ (normativ), prin transpunerea în legislația națională a condițiilor tratatelor la care statul nostru este parte, și contractual (al convențiilor și tratatelor internaționale), doctrinal (al jurisprudenței).

Realitățile juridice sunt diferite de la o țară la alta, ceea ce presupune o analiză în detalii a terminologiei domeniului dreptului internațional public, acesta constituind un domeniu de anvergură și cuprinde totalitatea relațiilor dintre state, precum și relațiile acestora cu organizațiile internaționale. Întrucât limba franceză este limbă oficială a Organizației Națiunilor Unite, vom aborda tratate ale ONU, dar și decizii ale Curții Internaționale de Justiție și vom încerca să scoatem în lumină și să delimităm ocurențele terminologice bilingve franceze-române, în vederea înțelegerii acestui domeniu și a terminologiei proprii.

Forma de concretizare textuală a discursului juridic o reprezintă:

- protocoale și tratate internaționale;

- actele particulare cu destinație juridică;
- documentele oficiale, referitoare la viața juridică din domeniul dreptului internațional public;
- scrisorile oficiale și decizii ale instanțelor de judecată internaționale etc.

În epoca în care globalizarea se generalizează, frontierele între state devin quasi virtuale, iar diversitatea culturală constituie o altă frontieră, mai subtilă, dar fundamentală, care persistă. Uneori ignorată sau chiar neglijată, această barieră culturală necesită un studiu aprofundat, pragmatic și teoretic, dat fiind faptul că traducătorii, interpreții, specialiștii din domeniul dreptului sunt ca intermediari ai culturii. Astfel limbajul juridic în general și cel al domeniului dreptului internațional public în particular este purtător al unei dimensiuni culturale care se reflectă nu doar prin cuvinte, termeni proprii, dar și prin maniera de a le exprima. Astfel, conform opiniei profesorului în drept Cornu Gérard, termenii din domeniul dreptului nu conțin doar un sens (juridic), dar și o valoare, care sunt indisolubile și constituie „încărcătura juridică” a fiecărui termen. Menționăm în acest context noțiunea de peisaj lexical folosită de autor, ceea ce ar presupune actualizarea fiecărui termen în context, în vederea nuanțării acelei valori corecte pe care o deține. Așadar, relația „semnificant–semnificat” (Ferdinand de Saussure „Cours de linguistique générale”) în domeniul dreptului internațional public se prezintă sub forma următoare:

Semnificant (termen din domeniul dreptului internațional public) = Semnificat1 + Semnificat2+ Semnificat3

Exemplul a): Protocol (Semnificant) = Semnificat1 – Act, document în care sunt consemnate rezoluțiile unei adunări, ale unor debateri, ale unei conferințe internaționale; document diplomatic cu valoarea unui acord internațional, care cuprinde hotărârile luate la o conferință internațională;

Semnificat2 – Formular oficial folosit pentru acte publice;

Semnificat3 – Totalitatea formelor și a practicilor de ceremonial care se aplică la festivități oficiale în relațiile diplomatice; serviciu însărcinat cu organizarea oficială a ceremonialului.

Exemplul b): Licență (Semnificant) = Semnificat1 – Titlu obținut la trecerea examenului de absolvire a învățământului superior; examen dat pentru obținerea acestui titlu; p. ext. diplomă care conferă acest titlu;

Semnificat2 – Autorizație eliberată de administrație prin care se permite practicarea unei anumite activități;

Semnificat3 – Contract de transmitere a drepturilor aferente unui brevet de invenție prin care titularul unei mărci autorizează o terță persoană să o folosească.

Aceste exemple au fost extrase din Protocolul pentru contracararea comerțului ilicit cu produse din tutun (Protocole pour éliminer le commerce illicite des produits de tabac), (Protocol to eliminate illicit trade in tobacco products).

Vocabularul juridic este studiat de către lingviști și specialiști din domeniul dreptului în scopul evidențierii particularităților pe care le reprezintă (Friedman, Gémar). Dificultățile de înțelegere a acestui vocabular se datorează particularităților sale. Aceste particularități sunt vizibile atunci când documentele juridice urmează a fi traduse. În acest caz, ne punem întrebări privind echivalența efectelor juridice [1, p.56].

În urma analizei Tratatului privind comerțul de arme al Organizației Națiunilor Unite, vom deduce că sintagmele substantivale constituie variabile foarte des întâlnite:

la course aux armes nucléaires – cursa înarmării nucleare;

l'acte constitutif d'infraction – faptă care constituie infracțiune;

le désarmement nucléaire – dezarmarea nucleară;

les exceptions préliminaires – excepțiile preliminare;

corps diplomatiques – corpuri diplomatice;

procédure préalable d'admission – procedura prealabilă de admisie;

demande d'admission – cerere de admitere a acțiunii;

criminalité transnationale – criminalitatea transnațională.

Evitarea ambiguității duce la suprapunerea „volumului” mesajului cu dezvoltarea textului prin păstrarea identității dintre planul paradigmatic cu semnele lingvistice specifice și prin anularea progresivă a polivalenței semantice a semnelor lingvistice în același plan sintagmatic. Exemplu: cerere de admitere a acțiunii, excepții preliminare.

Deși domeniul juridic este considerat a fi unul foarte clar, construit după reguli precise și care să nu ofere prea multe semne de întrebare, transpunerea mesajului din limba română în limba franceză și invers ne determină să conchidem că acest gen de traducere este unul destul de complicat, întrucât dreptul reprezintă un fenomen social, produsul unei culturi cu criterii diferite de elaborare și exprimare.

Putem cu siguranță afirma că domeniul dreptului internațional public dispune de o cultură proprie, cultură transpusă diferit în fiecare matrice juridică națională. Aspectul sociocultural reprezintă condiția sine qua non care va trebui respectată în studiul terminologiei dreptului internațional public. Actorii acestui domeniu vin cu o realitate culturală diferită, dar în funcție de scopurile comune aceste bariere culturale se diminuează și devin fragile. Friedman definește cultura juridică drept un ansamblu de idei, valori, atitudini pe care membrii unei societăți le rețin vis-à-vis de drept și vis-à-vis de sistemul juridic. El mai precizează că indivizii, în calitate de membri ai comunității, ai unei entități sociale, împărtășesc ideile și obiceiurile grupului. Din acest considerent, cultura juridică va fi ansamblul de idei, valori, atitudini întreținute de membrii colectivității privind dreptul și sistemul de drept care reglementează viața lor în societate [4, p.118].

În concluzie putem constata că discursul juridic poate pune în discuție probleme de orice tip și importanță. Astfel unghiul de studiu al terminologiei, în acest context, se lărgeste și avem de tratat o rețea mult mai largă a interacțiunilor culturale din ambele limbi, așa cum am enumerat *supra*. Demersul traducerii nu neagă interesul purtat, în acest caz, corespondenței acestor denotații, dar concomitent cu menținerea și păstrarea culorii locale proprie limbii din care se traduce.

Referințe:

1. CORNU, G. *Linguistique juridique*, 3e éd. Paris: Montchrestien, 2005, p.56.
2. FRIEDMAN, L. *Is There a Modern Legal Culture?* Ratio Juris, 1994, p.118.

ROLUL CUVINTELOR REALITĂȚI ÎN DISEMINAREA INFORMAȚIEI CULTURALE

Corina IORDAN

Esența culturii ca fenomen reprezintă un mod specific de organizare și dezvoltare a vieții umane, concretizată în produsele muncii spirituale și materiale, în sistemul de norme și instituții sociale, în valori spirituale, în relația dintre oameni, precum și în cea a oamenilor cu natura. Întrebarea dacă limba poate fi o reflectare a culturii ocupă un loc central în lingvistică. Răspunsul la această întrebare depinde de modul în care este rezolvată problema ce ține de capacitatea limbii de a reflecta realitatea, cultura fiind o parte

constituentă a acesteia. Limba prezintă toate caracteristicile culturii materiale și spirituale a oamenilor, fiind utilizată pentru păstrarea cunoștințelor, precum și pentru partajarea și transmiterea lor generațiilor viitoare.

Există cunoștințe familiare tuturor, care constituie moștenirea umanității ca întreg, dar există și cunoștințe specifice, cunoscute doar de un anumit grup de oameni, spre exemplu, o anumită națiune. Fiecare țară are trăsăturile sale naționale, iar limba conține numeroase cuvinte și expresii cu anumite sugestii și referiri culturale. Mulți experți oferă diverse denumiri pentru acest tip de cuvinte. P.Newmark utilizează termenul de „cuvânt cultural” [3], S.Vlahov și S.Florin le numesc „cuvinte realități” [6], iar B.Nedergaard-Larsen propune termenul de „elemente legate de cultură” [2]. Cuvintele realități sunt utilizate de purtătorii unei culturi în toate domeniile vieții: social, economic, politic, spiritual – și adesea sunt reflectate în textele scrise și orale, care sunt apoi supuse procesului de traducere. Datorită faptului că cuvintele realități reflectă aspectele vieții unei societăți și ale unui popor, în a cărui limbă ele au apărut, aceste unități lexicale constituie exponenții identității culturale și naționale. Anume prin intermediul acestor cuvinte poate fi observată legătura strânsă dintre limbă și cultură.

Potrivit lingviștilor bulgari S.Vlahov și S.Florin, cuvintele legate de o anumită cultură, numite cuvinte realități, reprezintă cuvinte (sau expresii) care denumesc obiecte caracteristice vieții (viața de zi cu zi, cultură, dezvoltarea socială și istorică) unei națiuni și străine alteia; fiind purtători ai coloritului național și/sau istoric, ele de obicei nu au un echivalent exact în alte limbi, necesitând o abordare specială în procesul traducerii [6, p.47]. O altă definiție a cuvintelor realități oferită de D.Robinson este următoarea: cuvinte și expresii care sunt fundamentate atât de puternic și exclusiv într-o cultură, încât acestea sunt aproape imposibil de tradus în termenii verbali ai unei alte culturi [4, p.171].

Cuvintele realități cuprind valorile unei comunități naționale, care lipsesc în totalitate într-o altă comunitate sau se deosebesc în mod semnificativ, alcătuind baza socioculturală națională, care, într-un fel sau altul, își găsește reflecția sa în limbă. Studiarea bazei socioculturale naționale și a lexicului care o reflectă este necesară

pentru înțelegerea profundă și în întregime a originalului și pentru redarea informației despre aceste valori în traducere cu ajutorul limbii unei alte culturi.

Diverși lingviști oferă clasificări diferite în ceea ce privește cuvintele realități. Astfel, spre deosebire de P.Newmark care propune o clasificare destul de simplă a cuvintelor realități, și anume [3, p.95]: 1) ecologie; 2) cultură materială: a) mâncare; b) îmbrăcăminte; c) case și orașe; d) transport; 3) cultură socială; 4) organizații și tradiții; 5) gesturi și obiceiuri; S.Vlahov și S.Florin oferă o clasificare detaliată. Aceștia clasifică cuvintele realități în [6, p.47-79]: A. cuvinte realități geografice – a) denumiri de elemente ce țin de geografia fizică și meteorologie; b) denumiri de elemente geografice care au anumite legături cu activitatea umană; c) denumiri de endemisme (ex.: colibri, muson, kiwi etc.); B. cuvinte realități etnografice – în această categorie sunt incluse majoritatea cuvintelor ce denumesc concepte care aparțin științei, ce studiază viața și cultura popoarelor, obiceiurile, religia, arta, folclorul etc.– a) mod de viață; b) muncă; c) artă și cultură; d) obiecte etnice; e) măsuri și bani (ex. leu (bancnotă), ie, nai etc.); C. cuvinte realități sociopolitice – a) organizarea administrativ teritorială; b) organe de conducere și autorități; c) viața sociopolitică; d. cuvinte realități militare (ex.: gubernie, șerif, baron etc.).

Un alt concept care se împletește cu limba, cultura și cuvintele realități este traducerea. Aceasta reprezintă atât o comunicare între două limbi, cât și o comunicare între două culturi. Potrivit lui Quale, traducerea este o comunicare dincolo de culturi; Snell-Hornby descrie traducerea ca fiind un eveniment intercultural [1, p.367]. Astfel, considerând traducerea un caz de contact intercultural, putem spune că în procesul traducerii are loc un fel de adaptare a culturii unei limbi străine. Traducătorul tinde spre redarea maximă a specificului național al unei anumite comunități lingvistice și culturale. Diverși cercetători propun diferite tehnici de traducere a cuvintelor realități. L.K. Latyshev [7, p.121-126] propune următoarele tehnici: transliterație, descriere, traducere aproximativă, crearea unui nou termen. Având la dispoziție mai multe tehnici de traducere, traducătorul profesionist trebuie să se gândească foarte bine la toate opțiunile de traducere existente pentru a o alege în cele din urmă pe cea mai bună, care ar transmite cu exactitate semnificația cuvintelor realități, fără a pierde coloritul acestora în procesul traducerii.

Totodată, vorbind despre traducerea interculturală, trebuie să menționăm că există două strategii de traducere care pot fi alese de către traducător atunci când acesta are de-a face cu un context social și cultural, și anume aclimatizarea (domestication) și alienarea (foreignisation). Aceste două strategii sunt propuse de către L.Venuti Astfel, alienarea este orientată spre textul-sursă și are ca scop păstrarea culturii textului-sursă. În acest caz „codurile culturale” ale limbii-țintă sunt sacrificate pentru a-l face pe cititorul textului tradus să simtă caracterul străin. De asemenea, aceasta poate fi văzută ca o modalitate de a încuraja cititorii limbii-țintă să fie interesați de alte culturi. Strategia de aclimatizare implică adaptarea textului-sursă la cultura textului-țintă. Această strategie este orientată spre limba-țintă și este concentrată pe așteptările cititorilor care doresc să aibă la dispoziție o traducere bazată pe cultura lor proprie. L.Venuti compară aceste două strategii, concluzionând că aclimatizarea poate reduce din mesajul textului-sursă, iar alienarea este cea strategie care trebuie utilizată la traducerea textului-sursă, chiar dacă unii cititori ar putea considera rezultatul traducerii ca fiind ciudat [5, p.20].

Coloritul național al unei opere literare adesea este exprimat prin cuvintele realității, afirmă specialiștii din domeniul literaturii și al traducerii literare. Cu cât o operă literară este mai aproape de viața națională în ceea ce privește tematica, și de folclor în ceea ce privește stilistica, cu atât mai clar poate fi observat coloritul său național. Coloritul este acea colorare a cuvântului pe care acesta o obține datorită apartinerii denotatului unui anumit popor, stat sau regiune unei epoci istorice concrete. În scopul păstrării coloritului național al unei opere literare, cuvintele realității în procesul traducerii în limba-țintă, de regulă, nu sunt traduse, ci transliterate, dat fiind faptul că acestea aparțin categoriei cuvintelor intraductibile.

Referințe:

1. BRATT PAULSTON, C., KIESLING, S.F., RANGEL, E.S. *The Handbook of Intercultural Discourse and Communication*. Oxford: John Wiley & Sons, 2012. 531 p.
2. NEDERGAARD-LARSEN, B. Culture-bound Problems in Subtitling. In: *Perspectives: Studies in Translatology*, 1993, nr. 1/2, p.33.
3. NEWMARK, P.A *Textbook of Translation*. Hertfordshire: Prentice Hall International, 1988. 306 p.

4. ROBINSON, D. *Becoming A Translator: An Accelerated Course*. London: Routledge, 2003. 344 p.
5. VENUTI, L. *The Translator's Invisibility: A History of Translation*. New York: Taylor & Francis e-Library, 2004. 353 p.
6. ВЛАХОВ, С., ФЛОРИН, С. *Непереводимое в переводе*. Москва: Международные отношения, 1980. 342 с.
7. ЛАТЫШЕВ, Л.К. *Курс перевода: Эквивалентность перевода и способы ее достижения*. Москва: Международные отношения, 1981. 246 с.

QUI ÉTAIENT CES LAMPADOPHORES PHANARIOTES ?

Constantin-Ioan MLADIN

Université «1 Decembrie 1918», Alba-Iulia (Roumanie)

Université «Св. Кирил и Методиј», Skopje (Macédoine)

Cette présentation portera sur la longue histoire d'amour (parfois excessive, parfois tortueuse, mais toujours étonnante) entre deux cultures : celle roumaine et celle française.

Plus exactement, cet exposé se focalisera sur un aspect des plus significatifs de l'influence de la culture et de la civilisation françaises sur l'esprit public roumain en tant que principal vecteur de ré-ancrage de l'espace roumain à la famille des peuples latins et à la modernité européenne.

L'auteur expose l'apport des princes grecs (des drogmans « convertis » en « hospodars phanariotes ») régnant dans les Principautés roumaines (1711-1821), dont la plupart étaient imbus de culture française.

L'affaiblissement du caractère oriental de la société et de la langue roumaine grâce au contact avec la langue et la littérature françaises a débuté conjointement avec l'arrivée des princes phanariotes en Valachie et Moldavie. Tout en commençant avec la seconde décennie du XVIII^e siècle, les deux pays roumains, vassaux de l'Empire ottoman, souffraient à cause d'un système politico-financier désastreux causé par la monarchie élective.

Pour y devenir prince régnant (voïvode, hospodar), il fallait être élu par l'assemblée des boyards (Divan) et entériné (adoubé) par le Sultan, suzerain des Principautés. Pour être maintenu au trône, aussitôt après avoir monnayé cher son accord, le voïvode devait payer gros à la

Sublime Porte. À cela s'ajoutaient les autres contributions, de plus en plus importantes, qu'il fallait verser aux Ottomans en signe de soumission ou d'allégeance, tels le *tribut* et la *dîme*. Afin de mieux parvenir au pillage des Principautés, la Sublime Porte y a installa des princes phanariotes, des anciens drogmans, en leur majorité.

Les *drogmans* ou *dragomans* étaient dans les pays orientaux des interprètes au service des Européens chargés des relations avec le Moyen-Orient et fonctionnaires au service de l'administration ottomane. La caste élitiste et assez restreinte des drogmans, souvent d'origine grecque, assumait des fonctions de traduction, mais parfois aussi de chargé de mission, de négociateur et d'intermédiaire. Descendant en partie de l'aristocratie et de la haute bourgeoisie byzantine, les dragomans siégeaient, après la prise de Constantinople par les Ottomans (1453), dans le Phanar, un quartier historique de la vieille ville d'Istanbul. C'est donc du nom de ce quartier que dérive leur appellation.

Les gérants des Principautés pour le compte de la Sublime Porte sur le plan politique, administratif et financier furent choisis donc parmi les Phanariotes. À cause du Coran, dit-on. Ce qui n'est pas du tout vrai, car aucune sourate ne formule une telle interdiction. Selon mon opinion, il s'agissait plutôt d'une longue tradition combinée à une commodité typiquement «orientale» dans le sens que les Turcs riches se permettaient de payer des personnes spécialisées, de vrais professionnels pour bien accomplir ces tâches. En fait, les dragomans étaient des petits despotes dans un monde assez barbare et très traditionaliste.

Ce changement a eu toutefois son bon côté. Paradoxalement, même si le régime phanariote a été une période ténébreuse pour la population autochtone à cause de la fiscalité excessive pratiquée au profit des Turcs, cette étape marqua le début de l'européanisation des classes supérieures roumaines, quoique ce procès ait été initialement assez superficiel. Malgré le caractère discontinu du régime (les Phanariotes étaient élus pour un mandat de trois ; ces mandats étaient toutefois renouvelables et interchangeable entre la Valachie et la Moldavie), les Phanariotes ont été les intermédiaires de la culture moderne, plus exactement de la culture des Lumières françaises. Les Phanariotes se donnèrent pour but exclusif de s'approcher de l'Occident, afin de faire lever la culture de la Grèce au niveau de celle ouest-européenne et... au préjudice des Turcs. Agissant toujours au nom du patriotisme grec,

ils ne se ménagèrent en rien pour saboter ceux aux services desquels ils se sont mis pourtant.

Polyglottes innés, par vocation et aussi par profession (les dragomans devraient maîtriser les langues étrangères auxquelles les Turcs n'avaient pas accès), les princes régnants phanariotes ont eu un rôle essentiel dans la pénétration des idées illuministes dans le domaine politique, économique, social et culturel. Possédant le sentiment de la culture et un vif intérêt pour ce qui se passait en Europe, les Phanariotes dont les aptitudes intellectuelles et le niveau culturel étaient beaucoup supérieurs à ceux des Moldo-Valaques, se sont entourés d'érudits, ont fondé des écoles, ont stimulé les traductions et les publications. Plusieurs hospodars, grands admirateurs de la culture française ont eu des contributions significatives quant à l'intérêt porté à la civilisation occidentale et à la francisation de la langue roumaine. Les personnalités les plus emblématiques restent: Nicolas Mavrocordato, Constantin Mavrocordato, Alexandre Ypsilantis, Nicolas Caradja.

L'exemple des hospodars phanariotes a été suivi aussitôt et de près par des boyards roumains (et grecs) de Moldo-Valachie. Pas par tous les boyards. Cette modernisation a été souhaitée par certains, mais ignorée, nié ou même redoutée par d'autres. Les conservateurs, plus attachés aux valeurs traditionnelles ou simplement très intéressées à ne pas manquer les privilèges gréco-turcs furent nommés par les jeunes *tombatera*, allusion à la façon démodée dont ils s'habillaient. Ce processus s'est produit dans le cercle restreint de la haute classe gréco-roumaine qui n'avait aucun contact avec les larges masses de la population.

ACTUALIZAREA ABREVIERILOR ÎN LIMBAJUL COMUNITAR

Victoria POPA

Dinamica actelor de comunicare a crescut atât de mult, încât a fost necesar ca și structurile limbii să se adapteze la acest ritm. Soluția cea mai eficientă a constat în a recurge la abrevieri. Astăzi aproape că nu mai există domeniu de activitate în care să nu se aplice acest procedeu. Lexicologii nu au ajuns la un consens în ceea ce privește includerea abrevierilor în procesul de formare a cuvintelor nici până în prezent.

Lingviști ca M.Grevisse, D.Gehenit, J.Dubois, L.-J.Calvet, A.Dopagne consideră abrevierea drept un procedeu de formare a cuvintelor noi, iar lingviștii ruși ca В.Н. Андреева, Н.Н. Лопатникова, Н.А. Мовшович, М.М. Коровкин – drept variație a cuvântului inițial.

Cercetătoarea M.Filary definește abrevierile în modul următor:

Substantivul „abreviere” provine din verbul *a abrevia*, pătruns în limba română din latinescul *abbreviare* <ab- + breviare> „a scurta”, „a tăia”. *Le Petit Larousse* definește verbul *abrégé* astfel: „raccourcir (un mot) par suppression d’une partie des lettres ou des syllabes”, iar substantivul *abréviation* „réduction graphique d’un mot ou d’une suite de mots; mot ou suite de lettres qui résulte”.

Dicționarul explicativ al limbii române (DEX) pentru verbul *a abrevia* dă următoarea explicație: „a prescurta (în scris sau în vorbire) un cuvânt, un titlu etc.: a nota ceva printr-un simbol, printr-o siglă”, iar pentru substantivul *abreviere* găsim următoarea definiție: „acțiunea de a abrevia și rezultatul ei; (concr.) cuvânt, titlu etc. prescurtat, prescurtare, abreviație, simbol.”

George Beldescu, preluând o definiție dată de Jean Dubois și colaboratorii săi în *Dictionnaire de linguistique*, vede în abreviere „o reprezentare a unei unități sau a unei suite de unități printr-o parte a unității sau a unei suite de unități respective”. În *Dicționarul general de științe ale limbii* (DGȘL) abrevierea este „procedeu de reprezentare prin reducere a unei unități lexicale sau a unui grup de elemente cu valoare de unitate lexicală” [1, p.98].

Abrevierile pot fi clasificate din diverse puncte de vedere: după natura lor pur grafică sau/și orală; după aria, gradul și restricțiile de folosire (generale și speciale, chiar particulare; uzuale sau curente și rare, chiar ocazionale; libere sau absolute și contextuale); după caracterul lor național sau internațional, de unde și concordanța sau neconcordanța cu cuvântul reprezentat și folosirea unor litere din alte alfabet; după sensul sau valoarea lor (monovalente și polivalente pe plan lexical și gramatical); după categoriile lingvistice ale bazelor abreviate (cuvinte simple, cuvinte compuse, îmbinări de cuvinte; părți de vorbire și clase sau specii ale acestora, ca substantivele comune și proprii, pronumele de politețe; categorii onomasiologice); după felul abrevierii (pur literale – cu litere din alfabetul limbii române sau/și cu litere din alte alfabet – și mixte, realizate din litere asociate cu cifre

sau cu alte semne grafice); după mecanismul de obținere a abrevierii (din litere inițiale, din litere nesucesive și din fragmente de cuvinte); după accesibilitatea abrevierii (ușor decodabile și ermetice) [2, p.245].

Abrevierea poate fi clasificată în *apocopă, afereză, trunchiere, cuvinte telescopate, siglă, acronim*, însă cea mai mare parte a lingviștilor consideră că anume *sigla* și *acronimul*, la momentul de față, sunt cele mai productive abrevieri.

Sigla este o abreviere compusă din literele inițiale ale unui ansamblu de cuvinte formând un singur cuvânt. Literele care constituie sigla se pronunță separat, spre exemplu: *ULC – Union luxembourgeoise des consommateurs*.

Acronimul este o siglă care se pronunță ca un cuvânt obișnuit, spre exemplu: *ONU – Organisation des Nations unies*. Atunci când acronimul devine un substantiv de uz general, acesta se ortografiază cu minuscule și poate avea forma de plural, de exemplu: *smic (le salaire minimum interprofessionnel de croissance)*; *un ovni (objet volant non identifié)*, *des ovnis*.

Atât sigla, cât și acronimul se scriu fără puncte de abreviere și nu iau accente, de exemplu: *OCDSE (Organisation de coopération et de développement économiques)*, iar articolul care le precedă se acordă în gen și număr cu primul cuvânt din care acestea sunt compuse, de exemplu: *la CJUE (Cour de justice de l'Union européenne)*; *les TIC (technologies de l'information et de la communication)*. În cazul în care articolul precedă un acronim format dintr-un cuvânt străin, acesta preia genul cuvântului de bază din traducerea franceză, de exemplu: *la SADC (Southern African Development Community) – Community se traduce prin «communauté» în fr., deci articolul preia genul feminin*.

Dacă abrevierea începe cu o vocală se produce eliziunea, de exemplu *l'APE – Assemblée parlementaire européenne*; *l'OMS – Organisation mondiale de la santé*.

Siglele și acronimele nu preiau niciodată forma de plural, contrar celor din limba română, spre exemplu: *des CD – Cd-uri*; *des ONG – ONG-uri*. Sigla se scrie întotdeauna cu majuscule indiferent de lungimea acesteia, de exemplu: *FNCTTFEL – Fédération nationale des cheminots, travailleurs du transport, fonctionnaires et employés, Luxembourg*. Acronimele se scriu și ele cu majusculă, doar că lungimea acestora trebuie să fie până la 5 litere inclusiv, atunci când sunt de la 6

litere în sus, majuscula se folosește doar pentru prima literă din acronim, de exemplu: *Unicef – Fonds des Nations unies pour l'enfance*.

Semnarea și ratificarea Acordului de Asociere Republica Moldova – UE aduce cu sine o invaziune a abrevierilor, UE fiind considerată drept o sursă de denaturare a limbajului prin procrearea de abrevieri, care sunt și ele într-o mișcare continuă, date fiind aspectele politice complicate și evoluția instituțiilor europene. Multe dintre abrevieri sunt preluate direct din spațiul românesc care a integrat UE cu mult înaintea Republicii Moldova. S.Pitiriciu considera că „Integrarea României în Uniunea Europeană este un eveniment sociopolitic cu mare impact asupra lexicului limbii române. Numeroase sigle propriuzise și acronime, calcuri din franceză și engleză, care circulă în limba română actuală, au intrat atât în limbajele profesionale, cât și în limba comună [3, p.74].

Utilizate pentru a denumi diferite instituții locale, naționale sau internaționale, fiind în ascensiune continuă, deoarece siglarea a devenit un procedeu productiv și extrem de economic atât în limba scrisă, cât și în comunicarea orală, abrevierile pun în mare dificultate actul comunicării, unele fiind indescifrabile chiar în funcție de context, nu numai pentru vorbitorii neinițiați în materie de limbă, ci și pentru specialiști. Acestea fac parte din texte care stau la baza legislației limbajului UE, care este influențat de limbile franceză și engleză, iar drept urmare generează abrevieri interlingvistice care condiționează dificultăți de comprehensiune și de traducere. Folosirea corectă a abrevierilor în acest context a implicat respectarea anumitor reguli și restricții conform naturii textelor pentru a asigura înțelegerea acestora. În acest scop, precum și pentru a facilita elaborarea textelor lipsite de ambiguitate în vederea validității și transparenței procesului legislativ, munca traducătorilor și comunicarea eficientă cu cetățenii UE, în anul 2007 s-a înființat IATE, Terminologia Interactivă pentru Europa, unica bază de date terminologice a UE, care conține aproximativ 9 milioane de termeni în toate limbile oficiale ale UE. Deși unele sigle circulă în limba română sub forma lor originală, fiind echivalente ale termenilor din franceză ușor decodabile, spre exemplu: *CE – Comisia Europeană* și *CE – Commission européenne*; *CIJ – Curtea Internațională de Justiție* și *CIJ – Cour internationale de justice*, se creează și anumite concurențe, spre exemplu: *NATO – prin*

engleză și OTAN – prin franceză. Din acest motiv și drept urmare a pătrunderii masive în lexicul românesc a abrevierilor fie prin creații interne cu sau fără model, fie prin împrumuturi, cu rolul realizării economiei în limbă sub toate aspectele ei și de a fi practice în modul uzual, cunoașterea abrevierilor utilizate în spațiul comunitar devine imperativă.

Referințe:

1. FILARY, M. *Abrevieri de uz general utilizate în Uniunea Europeană*. Nr. 1(1), 2010. [Accesat 12.05.2016] Disponibil: http://romdoc.amu.edu.pl/-romdoc1_2010.pdf
2. AVRAM, M. *Elab. Ortografie pentru toți*. București-Chișinău: Litera internațional, 2002. 245 p.
3. PITIRICIU, S. Despre siglele eurojargonului în limba română. În: *Limba română*, 2009, nr. 11-12(173-174), p.74-80.

**TEORIA ARGUMENTĂRII ȘI TEXTUL MEDICAL
PROBLEME ACTUALE ALE CERCETĂRII TEXTULUI
ÎN CADRUL TEORIEI ARGUMENTĂRII**

Ala DAVID

Universitatea de Stat de Medicină și Farmacie „N. Testemițanu”

Articolul are drept obiectiv prezentarea unei sinteze a principalelor repere teoretice în studiul teoriei argumentării, precum și inițierea unor reflecții asupra particularităților argumentării în textul cu conținut medical. Mai mult decât dimensiunea sa pragmatică, teoria argumentării tinde astăzi să evidențieze una din principalele activități ale limbii prin depășirea limitelor caracterului informativ al unui enunț și trecând la ceea ce ghidează interlocutorul sau cititorul spre concluzii concrete. Pornind de la varietatea și complexitatea discursului specializat, textul de vulgarizare medicală prezintă un interes deosebit sub aspect lingvistic și pragmatic. Destinat unui public mai mult sau mai puțin informat, textul de vulgarizare medicală păstrează anumite secvențe argumentative, iar delimitarea unor repere teoretice permite identificarea principalelor mecanisme de argumentare în textul de specialitate medicală.

Racordată la obiectivele acestei cercetări, *teoria argumentării în vorbire*, dezvoltată de J.-C. Anscombe și O.Ducrot, ține de nivelul

profund al limbii, studiat de către lingviști, marcat printr-o dinamică discursivă și înlănțuirea argument + concluzii, „vorbind noi facem referință la lumea reală, vorbind noi gândim, argumentăm, deducem, sarcina lingvistului atunci când se ocupă de semantică și pragmatică este de a oferi o teorie a limbii capabilă să țină cont de capacitățile discursive ale vorbirii” [3, p.13]. Astfel afirmația „*orice enunț este un argument*” [3, p.13] diminuează prioritatea caracterului informativ și-i oferă o valoare argumentativă.

În domeniul de referință se face distincția foarte clară între argumentarea abordată la nivel de discurs și de interacțiune socială și argumentarea la nivel de organizare a textualității. Pornind de la principiul eterogenității genurilor discursului, prezentate de către Bahtine drept o caracteristică a limbajului uman, ajungem la ideea că „un text este o structură ierarhică complexă care conține *n* secvențe – eliptice sau complete – de același tip sau de tip diferit” [1, p.34]. De aici, schema elementară a argumentării – „o corelație între date și o concluzie fondată implicit sau explicit pe o susținere topică sau afirmare/negare” [1, p.110]. Insistând mai mult asupra naturii eterogene a textelor, identificăm secvența argumentativă la nivel de conectori argumentativi în exemplul preluat din pliantul despre hipertensiune. Destinat unui public comun, conținutul pliantului poate fi definit drept informativ-descriptiv, având și o anumită tentă publicitară care depășește cadrul comunicării specializate, astfel devenind text de vulgarizare medicală.

Hypertension : les dangers d'un tueur silencieux

Vous êtes anxieux; nerveux; vous dormez mal; vous fumez: il n'y a pas d'hypertension artérielle nerveuse. MAIS l'anxiété et l'impatience conjuguée avec le tabagisme vous prédisposent à en subir les effets.

Vous avez plus de 50 ans: vous devez surveiller votre tension à tout âge. MAIS après 50 ans c'est encore plus nécessaire; le risque d'hypertension est augmenté.

Pornind de la ideea că acest text este destinat unui public larg, dar care trebuie convins despre riscul și prevenirea hipertensiunii arteriale, vedem scopul principal al argumentării atins prin formularea frazei de început, care obține o ușoară notă metaforică, dar destul de incitantă pentru un text informativ: *Hypertension: les dangers d'un tueur silencieux*, interpretarea fiind orientată spre un eventual pericol. Astfel, la nivel lexical, atestăm prezența terminologiei specifice: ex. *pression*

systolique, pression diastolique, paroxystique, athérosclérose, urée sanguine, obstruction, situațiile de risc fiind descrise în termeni deveniți deja comuni ex. *hérédité, anxiété, tabagisme, excès alimentaires, sédentaire etc.* Așadar, observăm că datele informativ-descriptive ce țin de hipertensiunea arterială și simptomele ei sunt orientate spre identificarea situațiilor de risc, care, prezentate la sfârșit de secvență de text, devin mult mai expresive: ex. *Vous êtes anxieux; nerveux; vous dormez mal; vous fumez: il n'y a pas d'hypertension artérielle nerveuse. MAIS l'anxiété et l'impatience conjuguée avec le tabagisme vous prédisposent à en subir les effets.* Un astfel de exemplu, accentuat prin conectorul *mais*, vorbește despre un eventual pericol și permite construirea unor noi argumente în favoarea sau defavoarea unor convingeri deja formate și trecerea de la un text pur și simplu informativ la unul cu o anumită tentă argumentativă.

Ținem să subliniem că textul de vulgarizare medicală constituie o sursă specifică pentru inițierea unui studiu asupra particularităților de manifestare a argumentării în textele specializate. Căci, deși aspectul informativ-descriptiv predomină în acest tip de text, secvențele argumentative pot fi abordate atât din perspectiva transmiterii mesajului unui receptor care trebuie convins despre importanța unor măsuri importante pentru sănătate, cât și la nivel lingvistic, de cercetare lexicală și frastică.

Având în vedere tipologiile discursului științific deja existente, precum și din stabilirea unor parametri de identificare a obiectului de studiu, conchidem că textul medical în general este o unitate complexă de analiză care, pe lângă caracterul său obiectiv, imprimat de prezența unei terminologii speciale, necesită a fi abordat nu doar sub aspect lingvistic, ci și din perspectivă pragmatică.

Referințe:

1. ADAM, J.M. *Linguistique textuelle*. Paris: Armand Colin, 2011. 319 p.
2. ADAM, J.M. *L'argumentation publicitaire*. Paris: Armand Colin, 2011. 238 p.
3. ANSCOMBRE, J.-C., DUCROT, O. *L'argumentation dans la langue*. Liège: Mardaga, 1983. 184 p.
4. JACOBI, D. *Diffusion et vulgarisation – itinéraire du texte scientifique*. Paris: Annales littéraires de l'Université de Besançon, 1986. 182 p.
5. ROVENȚA-FRUMUȘANI, D. *Semiotica discursului științific*. București: Editura Științifică, 1995. 254 p.

COORDONAREA EFORTURILOR STUDENTULUI-INTERPRET ÎN COMUNICAREA MESAJULUI ÎN LIMBA-ȚINTĂ ÎN TRADUCEREA CONSECUTIVĂ

Ina SÎTNIC

La începutul secolului al XXI-lea cercetătorii din domeniul traductologiei își mai pun întrebarea dacă este cu putință să devii interpret sau acesta este un dar cu care te naști. Răspunsurile sunt diferite în această privință. Unii specialiști susțin posibilitatea de a fi un bun interpret doar dacă ești înzestrat cu aptitudini naturale deosebite, alții sunt de părere că talentul constituie o infimă parte pentru a te forma ca traducător, iar profesionist în acest domeniu poți deveni numai prin muncă asiduă. Meseria de traducător/interpret se poate însuși în mod autodidactic, însă pentru aceasta este nevoie de foarte mult timp și răbdare. În același timp, interpreții și traducătorii pot fi instruiți în instituții în care se predă și se învață teoria și practica traducerii, așa cum este Departamentul de Traducere, Interpretare și Lingvistică Aplicată (DTILA) de la Universitatea de Stat din Moldova.

Prezenta lucrare vizează domeniul didacticii interpretării de conferință (DIC) și abordează succesivitatea etapelor care compun procesul de traducere consecutivă (TC), dar și corelarea eforturilor întreprinse de către studentul-interpret în reconstruirea sensului în limba-țintă (LȚ). Demersul respectiv a apărut ca rezultat al monitorizării parcursului studenților și al observațiilor personale asupra procesului de traducere orală, combinate cu eforturile depuse de către studenți timp de trei semestre de ore de TC, perioadă în care viitorii interpreți își formează competența traductivă în mediul academic.

Actul de TC are loc în două faze distincte: faza de înțelegere a mesajului comunicat în limba-sursă (LS) (sau ascultarea discursului și luarea de notițe – (LN) și faza de producere a discursului-țintă (sau reformularea ideilor în LȚ). Fiecare dintre aceste etape cuprinde câteva operațiuni sau *eforturi*, așa cum sunt numite în literatura de specialitate. Modelul eforturilor propus de D.Gile pentru faza de înțelegere a mesajului este reprezentat de *efortul de ascultare a textului-sursă (TS)*, *efortul de producere a notelor și efortul memoriei de scurtă durată (MSD)*. Faza de reformulare constă în *efortul*

descifrării notelor făcute de interpret, efortul memoriei de lungă durată și efortul producerii discursului în LȚ [2, p.175].

Efortul de ascultare și analiză a TS este condiționat de tipul de text, de gradul său de specializare și de capacitatea studentului de a fi atent, de a înțelege și de a reține toate detaliile din TS pentru a reda integral și cu precizie informația în LȚ. Nivelul de percepere a mesajului direcționat către studentul-interpret depinde de emițătorul discursului-sursă (profesorul, un coleg sau un vorbitor nativ), de canalul de transmitere a mesajului (lecturarea textului, prezentarea orală a discursului sau înregistrare audio), de fluxul verbal al emițătorului etc.

Pentru îmbunătățirea efortului de ascultare și comprehensiune a TS propunem studenților activități de rezumare a textului. Rezumatul poate constitui o propoziție sau un paragraf scurt. Competența de a reda succint în LȚ mesajul comunicat, precum și abilitatea de a identifica ideea principală, de regulă, anticipează bune competențe de interpretare.

În primul semestru de predare a TC profesorul pune accent pe exerciții de dezvoltare a proceselor cognitive necesare unui viitor interpret: memorie, atenție, capacitate de concentrare, promptitudine în luarea deciziilor pentru o bună traducere etc. Menționăm că antrenarea MSD este primul pas în formarea viitorului interpret, de aceea activitățile de reformulare în LȚ, categorisirea lexemelor conform aceluiași proprietăți, exerciții de shadowing, comparare, descriere, generalizare nu trebuie să lipsească din arsenalul exercițiilor de traducere orală.

În semestrul doi de studii încep activitățile de LN, însoțite de explicații teoretice și practice despre procesul respectiv. Comunicarea sensului transmis în LȚ este coordonată de către interpret prin consultarea notițelor, prin reconstrucția mentală a mesajului produs de vorbitor și reformularea ideilor în LȚ. Rezultatele unui chestionar completat de 14 studenți de la DTILA în scopul evaluării rolului LN în TC au arătat că învățarea și practicarea acestui proces consolidează capacitățile analitice ale interpreților în formare și le îmbunătățește performanța de TC. Patru studenți au apreciat această afirmație indicând valoarea *total de acord* și 10 studenți – *de acord*. Aceste constatări fundamentează ideea că LN reprezintă o parte integrantă a fazei de înțelegere a mesajului în TC. Totuși, la întrebarea din chestionar

„Cât de des exersați luarea de notițe?”, adresată aceluiași eșantion de studenți, 10 au răspuns că o practică *rareori* și doar 4 exersează *deseori* LN. Din perspectivă pedagogică, este important ca studenții să întreprindă cât mai des astfel de activități, nu doar în cadrul orelor de laborator, ci și acasă, în lucrul individual sau ca activitate suplimentară pentru formarea și perfecționarea propriului sistem de LN.

Cercetători în domeniu avertizează despre pericolul concentrării asupra modului în care interpretul își notează ideile și mai puțin asupra ascultării mesajului și procesării informației transmise [3]. Cu toate acestea, lingviștii insistă că LN rămâne a fi una dintre cele mai importante etape în TC, în special în transpunerea unităților lingvistice foarte lungi, întrucât acest proces reprezintă un mijloc eficient de stocare a informației pe termen scurt și un mecanism util, care merită o deosebită atenție în DIC.

Totuși, de multe ori, lipsindu-i experiența, studentul transformă LN într-un proces dificil de transcriere a textului. În loc să utilizeze modalități eficiente de notare: simboluri, abrevieri, reprezentări schematice, unii studenți, din dorința de a înscrie toate detaliile într-un mod cât mai explicit, redau întregul text, neglijând, astfel, mijloacele care le-ar economisi timp și efort pentru a se concentra asupra unor detalii importante. Un exemplu elocvent de utilizare defectuoasă a LN este reprezentarea structurii *to decrease to 40% (a scădea până la 40%)* așa cum apare în TS, deși aceasta putea fi reprezentată simplu, prin simbolul unei săgeți orientate în jos 40%, fără a fi necesară notarea verbului.

O altă problemă corelată cu efortul LN și deseori reperată la interpretii în formare este abilitatea acestora de a descifra notele pentru o reproducere cât mai clară și exactă a discursului-țintă. Nu de puține ori se întâmplă ca, în timpul notării ideilor, studenții să utilizeze prescurtări ale cuvintelor sau sintagmelor, pe care, ulterior, le descifrează cu greu sau chiar sunt în imposibilitatea de a le înțelege din cauza notării ambigue. Un exemplu elocvent este unitatea lingvistică *international competitions*, pentru care unii studenți au folosit în timpul TC o notare mai puțin reușită: *intern^{al} comp^{ns}* sau *intrnl comp*. Astfel de notițe pot pune studentul în dificultate din cauza confuziilor pe care le creează multiplele interpretări ale unor asemenea reprezentări. În acest caz studentul se confruntă cu dificultatea de a discerne

între mai multe variante de traducere: *internal companies*, *internal competitions*, *international companies* sau *international competition*. Ca rezultat al interpretării greșite a notițelor, unitatea-sursă va obține un sens fals, iar calitatea TȚ va avea de suferit.

Conchidem menționând că producerea unui discurs coerent și adecvat din punct de vedere semantic și pragmatic în LȚ reprezintă suma tuturor eforturilor care alcătuiesc cele două faze ale TC, iar calitatea produsului traducerii orale este determinată de competențele lingvistice și traductive pe care interpretul și le formează prin practicarea intensivă a exercițiilor și activităților de traducere și control asupra proceselor sale cognitive.

Referințe:

1. GILE, D. The role of consecutive in interpreter training: A cognitive view. In: *AiIC*. 2001, nr. 14. Disponibil: <http://aiic.net/webzine/>
2. GILE, D. *Basic Concepts and Models for Interpreter and Translator Training*. Philadelphia: John Benjamins, 2009. 283 p.
3. MEAD, P. Co-ordinating Delivery in Consecutive Interpreting. In: *inTRAlinea*. 2011, nr. 13. Disponibil: <http://www.intralinea.org/archive/article/1666>

EDUCAȚIA PERMANENTĂ – PROVOCARE A CONTEMPORANEITĂȚII

Ina IONAȘCU

Necesitatea educației permanente a fost intuită cu mult timp în urmă, înainte de a se constitui într-un principiu fundamental de abordare și considerare a educației contemporane. J.A. Comenius apreciază că „pentru fiecare om, viața sa este o școală, de la leagăn până la mormânt”, afirmând că „tot ceea ce facem, ce gândim, vorbim, auzim, dobândim și posedăm nu este altceva decât o anumită scară pe care ne urcăm din ce în ce mai mult, spre a ajunge cât mai sus, fără să putem atinge vreodată suprema treaptă” [3, p.20].

Permanența educației poate fi analizată în două planuri: *social-istoric*, pe de o parte, și *individual*, pe de altă parte. Educația este privită ca o prezență continuă în evoluția umanității, fiind considerată o activitate „veșnică”, reprezentând un liant între diferitele momente de evoluție a societății omenești, asigurând: legătura între generații succesive, punerea în legătură a prezentului cu trecutul și viitorul,

transmiterea către generațiile tinere a ceea ce au gândit și au creat predecesorii și realizarea progresului societății. În egală măsură, educația trebuie considerată ca o dimensiune a întregii vieți, ca un continuum existențial, a cărui durată se suprapune cu durata vieții înseși și care nu trebuie limitată în timp (vârsta școlară) sau în spațiu (clase, locații școlare).

R.H. Dave afirma: „Educația permanentă este un proces de *perfecționare a dezvoltării personale, sociale și profesionale pe durata întregii vieți a indivizilor*, în scopul îmbunătățirii calității vieții atât a indivizilor, cât și a colectivității lor. Aceasta este o idee comprehensivă și unificatoare care include învățarea formală, nonformală și informală pentru îmbogățirea unui orizont de cunoaștere care să permită atingerea celui mai înalt nivel de dezvoltare posibil în diferite stadii și domenii ale vieții. Educația permanentă este în relație directă cu dezvoltarea individuală și progresul social. De aceea idei precum *a învăța să fii* și, *o societate a învățării* sau *o societate educativă* sunt asociate cu acest concept” [5, p.47-48].

Din punct de vedere *individual*, P.Lengrand descrie educația permanentă drept „un efort de reconciliere și armonizare a diferitor stadii ale instruirii în așa fel încât individul să nu mai fie în conflict cu el însuși. Orientarea spre unitate, coordonare și continuitatea dezvoltării personalității conduce spre elaborarea programei și a instrumentelor de educație care dezvoltă în permanență interacțiunea dintre trebuințe și lecțiile de viață profesională, de exprimare culturală, de dezvoltare generală sau alte diverse situații prin care fiecare individ se perfecționează și se desăvârșește pe sine însuși ” [7, p.54].

În mod similar, abordând această idee din punct de vedere *societal*, F.W. Jessup constată că educația permanentă „este un ideal care se manifestă în nenumărate feluri. Aceasta este o stare, o calitate a societății care se manifestă ea însăși în atitudini, în relații și în organizarea socială” [6, p.31].

Conceptualizarea termenului de educație permanentă, în ansamblu, este dificilă a fi realizată din cauza comprehensivității și a multiplelor ei modalități. Prin urmare, Institutul UNESCO pentru Educație din Hamburg a întreprins un studiu exploratoriu în literatura de specialitate, stabilind, pe această bază, un set de aproximativ douăzeci de caracteristici ale conceptului de educație permanentă, caracteristici ce descriu semnificația, funcțiile, obiectivele, relațiile și alte calități ale

acestui concept. Astfel, printre caracteristicile de bază ale conceptului de educație permanentă, conform studiului realizat de Institutul UNESCO, deosebit: educația permanentă – un *proces continuu, permanent*, care cuprinde și unifică toate stadiile educației, preșcolar, primar, secundar, *familia și învățarea în cadrul familiei* ocupă un rol crucial în inițierea procesului de învățare permanentă, învățarea permanentă – o *abordare dinamică* a educației, care permite *modele și forme alternative* de însușire a educației, având în același timp o *funcție corectivă* (se ocupă de deficiențele sistemului de educație existent, menținând și îmbunătățind *calitatea vieții*, furnizează un sistem *integral* pentru *toate* tipurile de educație etc. [8, p.3].

În pedagogia contemporană, educația permanentă devine un principiu de organizare/concepere a întregului proces instructiv-educativ, depășindu-se astfel concepția potrivit căreia permanența educației este o simplă caracteristică a acesteia. De altfel, considerarea formelor educației (informală, nonformală, formală) în interdependența și determinările corelate asupra evoluției personalității umane ne duce la înțelegerea și evidențierea ideii că educația permanentă constituie un răspuns specific la dinamismul existențial, o asumare individuală și colectivă/de grup a formării, ca răspuns adaptat și specific la multiplicarea solicitărilor externe (sociale).

Necesitatea educației permanente se impune în societatea contemporană datorită noilor condiții și tendințe ale evoluțiilor sociale:

- ritmurile accelerate ale schimbărilor sociale, progresul tehnico-științific impun reîmprospătarea cunoștințelor, bagajului de deprinderi, de competențe, în acord cu noile date ale cunoașterii umane;
- creșterea vitezei de învechire/uzare a cunoștințelor și formelor comportamentale;
- nivelul din ce în ce mai ridicat al aspirațiilor culturale și nevoilor spirituale la anumite vârste.

Dacă adăugăm și problemele subsumate conceptului de „problematică a lumii contemporane”, atunci tabloul exigențelor sociale care fac necesară formarea continuă, restructurarea permanentă a cunoștințelor și atitudinilor, a formelor de adaptare se multiplică.

La rândul său, Constantin Cucuș susține că învățământul, educația școlară trebuie să suporte o regândire calitativă, în sensul că este necesar să se înscrie în perspectiva educației permanente, atât prin conținuturile stipulate, metodele de predare și evaluare, dar mai ales,

prin promovarea și multiplicarea unor obiective cu puternice conotații formative [4]. Dacă învățământul tradițional puna accentul pe transmiterea de cunoștințe, formarea de priceperi și deprinderi, cultivarea unor atitudini și capacități intelectuale, astăzi, această triadă ierarhică trebuie inversată, este de părere G.Văideanu, pe primul loc plasându-se exigența formării de atitudini și capacități [9, p.82-83].

I.Comănescu afirma: „Devine astfel evidentă relația existentă între educația permanentă ca țintă a educației formale, oficiale (și nu numai) și autoeducație, ca modalitate autonomă de realizare a sa, ca educație „autopropulsată” [2, p.71]. Același autor, realizând o analiză complexă a relației autoeducație – educație permanentă, precizează că deși educația permanentă este un deziderat extrem de generos, fără capacitatea de autoeducație, procesul de formare și modelare continuă a omului rămâne încă o țintă greu de realizat sau chiar o simplă metaforă.

Implicarea propriei persoane în activitatea de formare a propriei personalități – ca mijloc, instrument de realizare a educației pe parcursul întregii vieți – considerarea procesului învățării ca un mijloc de stimulare a dezvoltării, aduce în discuție așa-numita *învățare inovatoare*, în opoziție cu *învățarea de menținere* [1, p.50].

Așadar, doctrina educației permanente devine o sursă de revizuire critică a conceptelor fundamentale ale educației; ea devine un factor decisiv în formarea unui concept educațional contemporan, care interpretează educația ca pe un proces de dezvoltare a vieții individului strâns legată de valorile umaniste.

Referințe:

1. BOTKIN, J., ELMANDJRA, M. *Orizontul fără limite al învățării*. București, 1981.
2. COMĂNESCU, I. *Autoeducația azi și mâine*. Oradea, 1996.
3. COMENIUS, J.A. *Didactica Magna*. București, 1985.
4. CUCOȘ, C. *Educația ieri-azi-mâine*. Iași: E.D.P, 2004.
5. DAVE, R.H. *Fundamentele educației permanente*. București, 1991.
6. JESSUP, F.W. *The Idea of Lifelong Learning – A Symposium on Continuing Education*. Oxford, 1969.
7. LENGAND, P. *Introducere în educația permanentă*. București, 1973.
8. *Memorandum cu privire la învățarea permanentă*, Comisia Europeană, 2001.
9. VĂIDEANU, G. *Educația la frontiera dintre milenii*. București, 1988.

REFLECȚII ASUPRA PRINCIPILOR DE ELABORARE A MATERIALELOR DIDACTICE PENTRU DISCIPLINA LIMBA ENGLEZĂ LA NIVEL PREUNIVERSITAR

Marcela CALCHEI

Problema manualelor școlare la disciplina limba engleză este continuă datorită mai multor factori: curriculumul național la disciplină, Cadrul european comun de referință pentru limbi: învățare, predare, evaluare (CECR), calitatea didactică și lingvistică, politica educațională în domeniul manualelor școlare promovată de către ministerul de resort, schimbările sociale și culturale care au loc în societate, pregătirea profesională a profesorilor și, nu în ultimul rând, particularitățile elevilor țintă. Această publicație are ca scop analiza unor principii glotodidactici și practici în elaborarea manualelor școlare de limba engleză.

Bell și Gower discutau despre necesitatea autorilor de a face compromisuri de principiu pentru a satisface toți profesorii și elevii care studiază să articuleze 11 principii care ghidează elaborarea lor. Cele mai importante principii constatate de acești autori sunt:

- flexibilitate, care permite profesorilor să ia anumite decizii independent;
- trecerea de la text la limbă (de exemplu, se începe cu activități de sus în jos, *top-down*, și apoi se trece la cele de jos în sus, *bottom up*);
- asigurarea unui conținut atractiv;
- dezvoltarea elevului (elevul trebuie să progreseze lingvistic, comunicativ, dar și analitic, ca de exemplu, elevul trebuie să învețe să observe fenomene lingvistice, astfel devenind un elev autonom) [1, p.122].

Brian Tomlinson stipulează că principiile de elaborare a materialelor didactice sunt divizate în cele de învățare a limbii și în cele de predare. Principiile de învățare includ (1) expunerea elevilor la cât mai mult input comprehensibil pentru ei; (2) implicarea afectivă și cognitivă a elevului în învățare; (3) elevii acumulează multă informație prin simpla observare a fenomenelor lingvistice; (4) implicarea în studiul limbii străine a unor activități cognitive care sunt utilizate în stadiul limbii materne. Principiile de predare includ (5) elaborarea materialelor didactice care permit adaptarea lor la diferite

stiluri de învățare, număr de elevi etc.; (6) materialele trebuie să ofere oportunitatea de creștere emotivă și intelectuală a elevului.

În Moldova manuale școlare sunt deja elaborate și, în cea mai mare măsură, continuitatea lor nu este asigurată, deoarece diferite grupuri de autori lucrează la diferite trepte școlare, ceea ce duce la resimțirea unor dificultăți a comprehensiunii input-ului la trecerea de la o treaptă la alta. Este vital ca anumite principii generale să fie respectate, ceea ce ar duce la producerea unor manuale coerente, care ar promova dezvoltarea integră a elevului.

În primul rând, este necesară actualizarea periodică a conținutului pentru a oferi elevului un input motivat, ceea ce va asigura implicarea lui afectivă și cognitivă. Aceasta se referă atât la text cât și la imagini.

Predarea activităților comunicative este o altă problemă a manualelor. Este clar că o unitate este centrată pe un text, însă fidelitatea pe care o au manualele publicate în Republica Moldova față de textul scris este exagerată. Este importantă încercarea de a transfera această centralizare pe un text oral și astfel de a accentua oralitatea. Pe lângă aceasta, activitatea orală este preponderent producerea orală, care este exemplificată prin anumite modele și însărcinări. Dialogul nu este folosit în textele audiate astfel elevul nu este expus la această formă de comunicare, care este cel mai frecvent utilizată conversații.

Axarea pe o acțiune ar fi un alt principiu de elaborare a manualului, ceea ce este stipulat și în CECR. Axarea pe acțiune permite elevului să realizeze utilitatea materialului lingvistic pe care îl studiază și, de asemenea, îi permite să urmărească dezvoltarea sa comunicativă și intelectuală. De exemplu, elaborarea unei agende pentru o zi îi permite elevului să dezvolte competența de a elabora *to-do-list*, dar și de a-și gestiona timpul [2, p.11].

Predarea competenței lingvistice este parțial regulată de documentele regulatorii, precum curriculumul național și CECR. Corpusul lingvistic utilizat este o problemă majoră în manualele școlare de limbă engleză. Tematica vocabularului prezentat în manuale este ghidată de tematica conținuturilor și de nivelul de cunoaștere a limbii străine stipulate de către curriculumul național la limba străină. Însă curriculumul nu stipulează care ar fi setul de itemi lexicali noi prezentați și practicați în manual. Însă în prezent dicționarele cele mai renumite de limbă engleză clasifică fiecare item lexical conform

nivelului de cunoaștere a limbii la care acestea trebuie achiziționate. De exemplu, *Cambridge Dictionaries Online* clasifică nu numai itemii lexicali conform nivelurilor CECR, dar și fiecare sens al acestuia. Iar toate dicționarele COBUILD oferă informație referitoare la frecvența utilizării fiecărui item lexical. Aceste dicționare permit autorilor de manuale să determine nivelul de dificultate a cuvintelor.

Temele gramaticale ce trebuie incluse în fiecare manual de limbă engleză sunt indicate în curriculumul la disciplină. Însă unele teme gramaticale nu corespund nivelului de cunoaștere a limbii. Descrierile gramaticale conform nivelului de referință sunt prezentate în English Profile, care a fost elaborat de Anne O'Keeffe și Geraldine Mark. Dacă vom compara stipulările Curriculumului național la limba străină I și English Profile, atunci vom găsi anumite divergențe, de exemplu, curriculumul stipulează că structura gramaticală ce exprimă regretul efectuării unei acțiuni în trecut (should+not+have+done) trebuie predată în clasa a VII-a (nivelul CECR A2), iar English Profile clasifică această structură de nivel C1. Autorii de manuale trebuie să-și asume responsabilitatea de a respecta sau de a nu respecta curriculumul. În caz de nerespectare, această structură gramaticală poate să nu fie predată în cadrul învățământului preuniversitar, însă, în același timp, nerespectarea va duce la o structurare corectă a funcțiilor și a actelor comunicative predate în manual.

Un alt principiu care trebuie respectat în elaborarea manualelor școlare este valorificarea lingvistică a textelor atât scrise cât și orale. Elevii sunt expuși la anumite texte fie autentice sau adaptate/neautentice care sunt valorificate din punct de vedere lexical, însă gramatical acestea nu sunt explorate. Este necesar ca textele să fie selectate nu numai din punct de vedere tematic, dar și din cel gramatical, ca ulterior elevii să poată observa forma, semantica și pragmatica anumitor structuri gramaticale. Acest principiu de selectare a textelor este foarte important, deoarece elevii sunt expuși la aceste texte foarte mult, lucrează cu ele și ei pot fi încurajați să observe structurile gramaticale utilizate în ele, ceea ce va încuraja utilizarea lor ulterioară în producerea atât orală, cât și scrisă.

Autorii de manuale trebuie să fie încurajați să se dezvolte profesional și aceasta poate fi realizat prin implicarea în evaluarea manualelor la o disciplină a tuturor autorilor de manuale. Aceasta va permite asi-

gurarea continuității și a corespunderii manualului nivelului CECR stipulat de curriculum.

Referințe:

1. BELL, J., & GOWER, R. Writing course materials for the world: A great compromise. In: *Materials Development in Language Teaching*. Cambridge: Cambridge University Press, 1998, p.116-29.
2. BURDENIUC, G., ONOFREICIUC, E., CODEACOVA, L. et. al. *English for Life : Form 8 : Pupil's Book*. Chișinău: Prut Internațional, 2015.
3. MCDONOUGH, J., SHAW, Ch., and MASUHARA, H. *Materials and Methods in ELT: A Teacher's Guide*. Malden: Wiley-Blackwell, 2013.
4. TOMLINSON, B. *Developing Materials for Language Teaching*. Bloomsbury Academic, 2014.

**LA PLACE DE L'ÉVALUATION DANS
L'ENSEIGNEMENT / APPRENTISSAGE
DU FRANÇAIS LANGUE ÉTRANGÈRE**

Claudia PRIGORSCHI, Eufrosinia AXENTI

Évaluer est une démarche plus complexe, plus globale, qui vise à **interpréter** (c'est-à-dire à donner du sens) le travail de l'apprenant par rapport aux objectifs visés, en utilisant non pas un modèle mais un **ensemble de critères** choisis en fonction de l'objectif (qui sont des parties de l'objectif), en fonction du niveau d'apprentissage et en cohérence avec la conception de la langue enseignée. Si l'enseignement est communicatif, l'évaluation doit se construire dans une perspective communicative et actionnelle. D'après A.Beck, l'évaluation a des caractéristiques essentielles. Ainsi l'évaluation a un caractère cumulatif, limitatif, distributif, synchrone et subjectif [1, p.171].

Le caractère **cumulatif** tient à l'aspect global du discours. Pour se convaincre de cette spécificité, il suffit de comparer l'enseignement des langues vivantes à celui d'autres disciplines. En géographie ou en histoire, par exemple, on peut étudier séparément, placer en un endroit quelconque de la progression, et évaluer séparément l'ensemble des données relatives à tel ou tel continent, à tel ou tel pays, à telle ou telle époque, à tel ou tel aspect civilisationnel. Cette démarche est impossible pour les langues vivantes, où l'on ne pourrait prétendre examiner, par exemple, les connaissances des élèves pour le seul subjonctif, sans contrôler ce qu'ils ont retenu de l'indicatif etc.

L'évaluation des connaissances langagières a un caractère **limitatif**. Comme le constatait déjà Chomsky, la compétence linguistique d'un locuteur dans sa langue maternelle est illimitée, et nous ne pourrons jamais contrôler que des performances qui n'en représentent qu'une partie.

Un autre trait distinctif de toute évaluation dans le domaine linguistique est son caractère **distributif**. Car tout élément que l'on peut isoler dans les performances langagières relève, à la fois du lexique, de la grammaire et de l'acte de parole. L'examineur propose plusieurs exercices, plusieurs tests, ou procède à une appréciation fractionnée. Ces domaines, pour l'essentiel, sont maintenant bien connus, et désignés par le terme de *skills*, que l'on peut traduire par «capacités» : écouter, parler, lire, écrire.

Aussi il faut souligner le caractère **synchrone** dans l'évaluation des activités langagières. Le facteur du temps y joue un rôle prépondérant, bien plus important que dans les autres disciplines. Et même s'il y a simulation, celle-ci cherche toujours à imiter les conditions imposées à l'activité langagière dans la réalité.

Et enfin l'évaluation de toute performance linguistique a un caractère **subjectif**. L'activité langagière suppose obligatoirement un partenaire qui produit, et un autre qui juge la production selon des critères qui lui sont propres. L'évaluation peut prendre différentes formes selon le moment où elle est effectuée. En cours d'apprentissage l'enseignant peut effectuer soit une évaluation **sommative** qui se traduit par des tests et des résultats chiffrés (note ou lettre) parce qu'il a besoin de faire le point sur les progrès réalisés par ses apprenants; soit une évaluation **formative** qui lui permet d'adapter régulièrement son enseignement à la spécificité de son public par la prise en compte des résultats des besoins nouveaux des apprenants.

Selon les acceptions proposées par C.Cucoş, Vl. Guţu [3, p.217-228; 4, p.405-407], les items sont de deux types : le premier type d'items aux réponses ouvertes et le deuxième type d'items aux réponses fermées. Le premier type stimule la créativité, le jugement et l'esprit critique. Les apprenants ont l'occasion de développer un sujet, d'écrire un essai, de résoudre un problème etc. Les tests avec les réponses fermées incluent trois variantes d'items. Ce sont: les items à choix multiples où on propose plusieurs solutions parmi lesquelles une

solution est correcte; les items de type „pair” où les apprenants doivent trouver des notions ou des idées qui se trouvent en corrélation avec celles présentées dans les questions.

Aussi selon ces auteurs les items se classifient en trois catégories: les items objectifs, sémiobjectifs et les items subjectifs. Dans la première catégorie sont inclus ceux qui ont des réponses brèves (oui/non; vrai/faux; correct/erreur etc.) ; les items d'association et les items de choix multiples. C'est pourquoi les items objectifs développent chez les apprenants la capacité d'identifier, de sélectionner, de distinguer telle ou telle information, tel ou tel synonyme etc.

Les items sémiobjectifs peuvent être les items qui demandent une réponse brève formulée d'une manière précise et claire. Ce sont les items de complétion qui sollicitent comme réponses quelques mots, ce sont des réponses elliptiques, incomplètes, et aussi des items qui contiennent des questions structurées ou ce sont des questions liées par un élément commun. La spécificité des items sémi-objectifs consiste dans le fait que les apprenants doivent construire la réponse eux-mêmes.

Dans la troisième catégorie sont inclus les items subjectifs ou ceux avec une réponse ouverte. Ces items développent la capacité de l'apprenant de formuler, de décrire, de présenter ou d'expliquer différents concepts, relations, arguments ou méthodes de travail. Cette catégorie comprend les items de résolution de problèmes, l'essai structuré ou libre. Ce type d'items a l'avantage de former une pensée productive, développe l'attitude critique et l'autocritique et offre la possibilité d'analyser les erreurs parce que les erreurs sont considérées comme des moments pertinents dans la résolution d'un problème et non comme des faiblesses des apprenants.

Donc, l'évaluation est un appui pédagogique permettant une meilleure adaptation de son enseignement envers chaque apprenant. L'évaluation ayant pour objet d'informer l'apprenant et l'enseignant du degré de maîtrise atteinte et de découvrir où, en quoi un apprenant éprouve des difficultés d'apprentissage en vue de lui proposer ou de lui faire découvrir des stratégies qui lui permettent de progresser.

Finalement, on présente quelques modèles de tests que nous les avons mis en pratique accompagnés de leurs corrigés [1, p.161-163].

Test N 1.
Vrai ou faux?

		Vrai	Faux
1.	Toute évaluation doit se traduire par une notation.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.	Toute notation correspond à une évaluation.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.	Toute évaluation porte sur des résultats obtenus à la fin d'une séquence d'enseignement (étude d'un document, unité didactique, dossier de civilisation, projet, année scolaire, ensemble du cursus...)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.	Les évaluations les plus objectives se font lors d'un „contrôle surprise”, parce que les apprenants n'ont pas eu le temps de s'y préparer.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.	Une évaluation du niveau général de maîtrise linguistique doit toujours au moins en partie intégrer une évaluation séparée de chacune des compétences correspondantes (compréhension orale, compréhension écrite, expression orale, expression écrite).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.	Le principal critère d'évaluation doit toujours être la correction linguistique.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7.	Évaluer la compétence culturelle, c'est principalement évaluer les connaissances de la culture étrangère.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8.	Tous les élèves peuvent et doivent être formés à s'auto-évaluer.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9.	Les questions à choix multiples (QCM) et les exercices vrai/faux sont des moyens les plus objectifs d'évaluation.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10.	On ne peut évaluer que le résultat du travail d'apprentissage, pas les méthodes d'apprentissage.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11.	Les critères d'évaluation doivent toujours être strictement identiques tout au long de l'année dans toutes les évaluations des apprenants d'une même classe.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Les corrigés: Vrai – 2, 5, 8, 9; Faux – 1, 3, 4, 6, 7, 10, 11.

**Test N 2. Les différentes cases de chacune
des colonnes ci-dessous ont été mélangées
Reconstituez la grille originale**

Les différents types d'évaluation			
Évaluation	Moment	Objectif(s)	Exemple
I. sommative	1. à la fin	A. <ul style="list-style-type: none"> - s'informer sur la maîtrise des pré-requis - prévoir la meilleure adaptation possible de la séquence au niveau des apprenants - préparer les apprenants à tirer le meilleur parti de la séquence 	a. le „bac blanc”
II. diagnostique ou prospective	2. pendant	B. <ul style="list-style-type: none"> - s'informer sur les objectifs atteints - faire le bilan des acquisitions des apprenants - noter les apprenants - donner une certification aux apprenants 	b. le baccalauréat
III. formative	3. avant	C. <ul style="list-style-type: none"> - s'informer sur la qualité de l'apprentissage en cours - ajuster éventuellement les contenus et les méthodes de la séquence d'enseignement - adapter éventuellement les activités et les méthodes d'apprentissage 	c. l'évaluation à l'entrée en classe de seconde

Les corrigés: I – 1 : B : b; II – 3 : A : c; III – 2 : C : a.

La littérature utilisée:

1. BECK, A. Les caractéristiques de l'évaluation en didactique scolaire. In: *Se former en didactique des langues*, auteurs: C. PUREN, P. BERTOCCHINI, E. CONSTANZO. Paris: Ellipses, 2012.

2. *Cadre Européen Commun de Référence pour les Langues*, Paris, 2001.
3. CUCOȘ, C. *Teoria și metodologia evaluării*. Iași: Polirom, 2008.
4. GUȚU, V. *Pédagogie*. Chișinău: USM, 2013.
5. PERRENOUD, Ph. Evaluer les compétences. In: *Educateur*, 2004, numéro spécial, 01 mars, p.8-11.

DISCURSUL IDENTITAR – INSTRUMENT DE PREDARE A LIMBILOR STRĂINE

Valentina PRISECARI

De la analiza propoziției, urmată de lingvistica textului, în cercetările moderne treptat s-a trecut la analiza discursului. Discursul poate fi analizat din mai multe perspective, astfel, în comunicarea noastră vom aborda în paralel două axe, și anume analiza *discursului identitar și predarea limbilor străine*. În procesul învățării unei limbi străine se intermediază, concomitent, pe lângă contextul lingvistic și cel cognitiv, cel social, politic, cultural, istoric, căci ele nu pot fi separate. Pentru o înțelegere adecvată a discursului prin intermediul căruia este reflectată identitatea unei națiuni este necesară cunoașterea atât a structurilor lingvistice utilizate, cât și a contextelor prin care are loc exprimarea orală sau scrisă.

Din lecturarea surselor teoretice la subiectul propus spre investiga-re, am constatat că există o serie de lucrări consacrate analizei discursului: în cercetările întreprinse în România vorbim de teza de doctorat „Analiza interacțiunilor verbale în contexte didactice (nivel liceal)”, autor C.Măluțan, și „Înțelegerea limbajului figurativ în manualele de predare a limbii engleze ca limbă străină”, autor B.M. Cigan. Prima cercetare din 2011 analizează discursul, interacțiunea verbală, dintre profesor și elevi în timpul orelor de limbă franceză în clasa a IX-a în două licee. C.Mălăuț înregistrează discursurile, apoi le analizează după conceptul abordării pragmatice a discursului elaborat de C. Kerbrat-Orecchioni, V. Traverso și R. Vion.

A doua lucrare analizează limbajul figurativ (metaforele și idiomu-rile) din setul de manuale de predare a limbii engleze ca limbă străină „Pathway to English”; este o abordare interdisciplinară bazată pe teoria metaforei cognitive. B.M. Cigan face referire paralel la fenomenele metaforice din limba română. Întrebarea-cheie la care

căutăm un răspuns în cercetarea noastră ține de importanța analizei discursului, la momentul actual, în elaborarea manualelor de limbă străină. Ca metodă de cercetare servește analiza critică a discursului.

Reprezentative în această direcție sunt lucrările lui van Dijk, Halliday, Hasan, De Braugrande, Siclair și Coulthard, care au dezvoltat un model de analiză a discursului în cadrul clasei de limbă străină, ulterior adaptat de Francis and Hunston (1992).

Metoda de cercetare pe care o aplicăm în prezenta investigație este analiza discursului (AD). AD studiază relația dintre *limbă* și *contextele* în care este utilizată. Această metodă de cercetare s-a dezvoltat vertiginos în anii 1960 și 1970, având un specific interdisciplinar axat pe discipline ca: lingvistica, semiotica, psihologia, antropologia și sociologia. Zellig Harris este considerat pioner în analiza discursului, odată cu publicarea cercetării sale cu titlul „Analiza discursului” [apud 3, p.5]. Începând cu anii 1990, în discursurile ținute la diferite niveluri sunt analizate probleme legate de putere, inegalitate și ideologie, adică discursuri cu o tematică identitară, ele constituind în continuare centrul de interese al AD. Tradițional AD includea preponderent metode calitative, totuși în ultimii ani s-au răspândit și cele cantitative [1, p.70].

Analiza discursului identitar (DI) poate fi realizată în general la nivelul a *cinci dimensiuni*: fonetic (pronunția, intonația), morfologic (gramatică), sintactic (gramatică), semantic (vocabular), pragmatic (vocabular). Ele pot fi analizate separat sau în ansamblu. Este importantă alegerea corectă a suportului care urmează să fie analizat: discurs *oral* sau *scris*. De exemplu, McCarthy se axează pe intonație. Pe lângă aceasta, în analiza discursului, el pune accent pe vocabular și gramatică.

Scopul operării cu analiza discursului identitar în procesul de învățare a limbilor străine este de a contribui la familiarizarea studenților cu structurile naturale ale limbii studiate. În acest context, discursul identitar include nu numai cunoștințe lingvistice, ci și cele enciclopedice, specifice țării unde se vorbește limba respectivă. Acest aspect este esențial și pentru formarea viitorilor traducători și interpreți prin faptul că servește la diferențierea identităților într-un discurs în limba-sursă și în limba-țintă.

Analiza contrastivă a DI în două sau mai multe limbi poate duce la concluzii semnificative pentru *îmbunătățirea procesului de*

comunicare și relaționare în diferite situații: de exemplu, medic–pacient, vânzător–cumpărător, profesor–student, preot–enoriaș, prieteni, părinți–copii. Al doilea punct pozitiv pe care îl vom remarca este dezvoltarea *toleranței* față de diferențele culturale, lingvistice, naționale, istorice. Odată înțelese, diferențele pot fi acceptate mai ușor.

Din experiența de predare a limbii germane pe parcursul a trei ani în cadrul cursurilor pentru maturi și adolescenți, pentru grupe de trei persoane sau prin lecții individuale, pe un eșantion total de aproximativ 100 de persoane, am ajuns la următoarele concluzii:

- ✓ Tematica discursurilor prezente în manuale reflectă identitatea lingvistică, culturală, istorică, națională.

- ✓ Identitatea lingvistică reflectată în discursurile scrise sau orale (înregistrate pe CD și DVD) mijlocește identitatea individuală și colectivă a țării unde se vorbește limba respectivă.

- ✓ La nivelul A1 (conform Cadrului european comun de referință pentru limbi) cunoștințele enciclopedice și cele de discurs identitar încă nu apar bine pronunțate.

- ✓ La nivelul A2 începe abordarea contrastivă prin raportarea la structurile limbii materne, fie la nivel lingvistic sau cultural.

- ✓ Simultan cu aprofundarea cunoștințelor de limbă străină, începând cu nivelul B1, persoana începe să adopte inconștient o a doua identitate.

- ✓ Începând cu nivelul B2, se creează un mix de identități inseparabile ca parte componentă a personalității individuale.

Identitatea este creată și exprimată prin limbă, iar limba modelează și reflectă identitatea, nu numai lexico-gramatical și conceptual, dar și prin intermediul limbii ca discurs [2, p.35] astfel, rezultă că identitatea este modelată în discurs și, viceversa, discursul modelează identitatea.

Există o interdependență evidentă între discurs și identitate. Ambele se influențează reciproc și există doar în corelație. Sinele personal sau de grup, reflectat în discurs prin analiza titlului oral sau scris a unităților și/sau structurilor lingvistice, valorifică esențialitatea individuală sau colectivă, iar discursul influențează formarea identităților. Odată înțeleasă corelația respectivă, emițătorul poate avea, conștient sau nu, un impact constructiv și pozitiv sau distructiv și negativ, în funcție de alegerea unităților și construcțiilor lexicale și

gramaticale. Aceasta se referă la orice gen de discurs, începând cu simple conversații zilnice, până la cele înalt oficiale.

Referințe:

1. BAKER P., ELLECE S. *Key terms in discourse analysis*. India: Continuum / Replika Press Pvt Ltd, 2011. 234 p.
2. COTS, J.M. Bringing discourse analysis into the language classroom. In: *Links & Letters*. 1996, nr. 3, Universitat de Lleida. p. 77-101.
3. EVANS, D. *Language and Identity. Discourse in the word*. India: Bloomsbury, 2015. 249 p.
4. MĂLUȚAN, C. *Analiza interacțiunilor verbale în context didactic (nivel liceal)*/Teză de doctorat. Rezumat. Cluj-Napoca, 2011.
5. MCCARTHY, M. *Discourse Analysis for Language Teachers*. Cambridge University Press.

RELAȚIA TEXT– DISCURS: CAZUL PUBLICITĂȚII

Lucia VESTE

Studiile lingvistice, începând cu retorica lui Aristotel și terminând cu abordări mai recente de lingvistică textuală, operează frecvent cu noțiunile-cheie de *discurs* și *text*. Relația existentă între aceste noțiuni, deși aparent evidentă și explicită, prezintă, în realitate, „o distincție necesară, dificilă și pusă în discuție” [9, p.186]. „Între cei doi termeni poate exista o relație de *antonimie*, *sinonimie*, *hiperonimică* sau *hiponimică*” [C.Vlad *apud* 6, p.14]. Relațiile semantice existente între noțiunile de *text* și *discurs* diferă de la o școală lingvistică la alta, uneori chiar „în cadrul aceleiași orientări” [6, p.13], fie că e vorba de a „descrie coeziunea și coerența sau de a stabili tipologii” [7, p.3].

Unul din cele mai simple criterii ce stau la baza clasificării acestor două noțiuni este *canalul* de transmitere a mesajului. „În limbajul curent, *text* se referă în primul rând la un document scris și *discurs* la o comunicare orală” [2, p.27].

Studiile mai recente demonstrează totuși că în domeniul lingvisticii, termenul *text* are „o întrebuintare mult mai largă decât în limbajul curent” [2, p.28] și că el poate fi aplicat de asemenea „transcripției/înregistrării unui dialog sau oricărei alte situații orale formând o unitate sau un ansamblu de comunicare” [2, p.28] sau,

citându-i pe Brown și Yule, textul nu este altceva decât „reproducerea unui act de comunicare” [2, p.28]. Astfel categoria de text „cumulează în analiza și interpretarea sa atât fenomene verbale propriu-zise activând latura lingvistică, cât și nonverbale, cu trimitere directă la o situație particulară de comunicare” [6, p.225].

Acceptând caracterul universal al textului, și în funcție de lărgirea domeniului lingvisticii textuale, unii lingviști pun semnul echivalenței între *text* și *discurs*, estompând astfel diferențele existente între ele. „O analiză *transfrastică* nu poate face abstracție de *condițiile de producere* a textului supus studiului”, deci „text și discurs în calitate de *obiect formă și practica socială* se transpun” [2, p.29] și, în viziunea lui Fernandez, pot fi „utilizați în complementaritate” [2, p.25]. Prin urmare, „textul poate fi conceput ca un receptacol-spațiu, produs și proces, unde se condensează, în forme explicite sau implicite, actul comunicativ în totalitatea lui” [C. Vlad *apud* 6, p.13].

Există totuși numeroase școli lingvistice care se opun ideii de echivalență între *text* și *discurs*, afirmând că aceste noțiuni „intră adesea în concurență în analiza lingvistică” [8, p.3-34]. Una din principalele distincții între text și discurs, formulată de J.-M. Adam, se rezumază astfel: „*Discurs = Text + Condițiile producerii; Text = Discurs – Condițiile producerii*” [J.-M. Adam *apud* 9, p.186]. Altfel zis, discursul este „un ansamblu de practici sociale” [7, p.107] sau „o unitate de comunicare” [Maingueneau *apud* 6, p.14] ce există într-o anumită situație de comunicare [2, p.25] luând în considerație „factorii situaționali și interpersonalii” [2, p.25], „în condiții determinate de producere” [Maingueneau *apud* 6, p.14], pe când textul, fiind mult mai general, reprezintă „un obiect formal abstract” [2, p.28]. Rastier definește textul drept o structură lingvistică „autonomă, orală sau scrisă, produsă de un enunțiator în cadrul unei practici sociale specifice și constituind un obiect empiric, coeziv și coerent” [7, p.107]. Întrucât discursul este produs și variază în funcție de „condițiile de producere”, el poate fi perceput conform unor lingviști drept „actul producerii” [C. Vlad, *apud* 6, p.14], pe când textul reprezintă „produsul său” [C. Vlad *apud* 6, p.14].

Încercând o ierarhizare a termenilor text și discurs, mai ales în raport cu alte concepte și entități lingvistice, unii specialiști susțin că „discursul este conceput ca limbaj în acțiune, actualizat de către un

subiect vorbitor, ca mecanism ce condiționează *enuțul*, cu volum superior frazei” [8, p.3-34]. În viziunea lui D.Maingueneau, textul poate fi limitat la o singură unitate sintactico-semantică, pe când discursul se dezvoltă la nivel *transfrastic*, într-o structură complexă, ca eveniment comunicativ ce reflectă un comportament lingvistic individualizat [5, p.38-39]. F.Nevu susține că discursul semnifică utilizarea de către emițător a unui ansamblu de semne ce permit exprimarea gândirii [7, p.105]. Într-o accepțiune mai largă, însă și din punct de vedere semiotic-comunicațional, textul însuși este un *semn lingvistic* care indică un desemnat. Mai mult decât atât, luând în considerație structura sa semică triunghiulară (semnificant, semnificat, referent), textul ar putea fi numit *super-semn*, *hiperstructură* sau *iconotext publicitar*. [Plett *apud* 5, p.21]. Sensul super-semnului este de fiecare dată „construit” prin interpretare, decodificare [6, p.225]. Obiectul la care se ajunge prin decodificare este *referentul*, iar procesul de interpretare este în acest sens un „act referențial” [6, p.226].

Spre deosebire de *cuvânt*, în cazul *textului/discursului*, o analiză strict lingvistică a referinței ar fi insuficientă, iar recursul la extraverbal devine o necesitate în interpretarea fenomenelor textual-discursive [6, p.227]. Astfel, pentru ca actul de referință să se realizeze cu succes, se cere ca referința la care face trimitere locutorul să coincidă cu cea înțeleasă de interlocutor [6, p.46]. În funcție de referința lingvistică sau extralingvistică, referentul poate fi *endoforic* sau *exoforic* [6, p.48-49]. În viziunea noastră, referentul endoforic ar putea fi identificat cu *textul emic*, care, conform lui H.F. Plett, „are determinări exclusiv interne, manifestând o anumită autonomie” [5, p.24]. Cât despre *referentul exoforic*, considerăm că acesta caracterizează textul numit *etic* de către H.F. Plett, „cu delimitări exterioare textului, deductibile în timpul lecturii” [5, p.25].

Cele menționate *supra* prezintă o abordare generală a textului/discursului. Totuși, dacă ar fi să analizăm un tip concret de discurs, atunci caracteristicile de bază, ar putea fi completate cu altele specifice. De exemplu, în cazul publicității, în viziunea lui I.C. Corjan, acționează principiul de *complementaritate interreferențială* a textului și imaginii. Și totuși, în majoritatea discursurilor publicitare prevalează *referentul exoforic*, textul fiind astfel calificat drept *etic* [5, p.28]. Având o referință, de obicei *extralingvistică*, una din strategiile

discursive ale publicității devine *ambiguitatea referențială*, ce se construiește prin „actualizarea concomitentă a polisemiei sau omonimiei” [6, p.131]. D.R. Frumușani susține că *eșantioanele de ambiguitate* acoperă o sferă largă în lingvistică: „ambiguitatea *lexicală, morfologică și sintactică*” [D.R. Frumușani *apud* 6, p.131-132]. Astfel, „contextul angajează cititorul/consumatorul la o lectură multiplă” [6, p.131], deoarece, în viziunea lui J-L. Chiss, orice cuvânt, fiind emis de un subiect într-o anumită situație, are un conținut conotativ [4, p.40]. A.Ciobanu, analizând concepția lui S.Karcevski cu privire la *dualismul asimetric al semnului lingvistic*, explică *omonimia* (redarea unui semnificant prin mai multe semnificate), precum și *sinonimia contextuală* care constă în procesul invers (redarea unui semnificat prin mai multe semnificante). Un semn lingvistic poate funcționa, după părerea lingvistului, nu doar în raport de [1:1], adică *semnificant : semnificat*, ci și de [1:2], [1:3] etc. [3, p.5-35]. De altfel, D.Rovența-Frumușani deosebește publicitatea de alte tipuri de discurs, înscriind-o în categoria de *discurs mitologizant*, a cărui dezambiguizare se produce prin *raportare la context*, cu eforturi interpretative mai mari sau mai mici din partea interlocutorului/destinatarului” [D.R. Frumușani *apud* 6, p.131-132].

J-M. Adam de asemenea recunoaște complexitatea semiotică și pragmatică a discursului publicitar, afirmând, inspirându-se din terminologia clasică a lui Austin, că există trei dimensiuni ale actelor de discurs publicitar. Primele două țin de comunicarea verbală: dimensiunea *locuționară* (exprimarea scrisă textuală și iconică a discursului publicitar) și dimensiunea *ilocuționară* (forța de persuasiune transmisă de anunț), pe când a treia dimensiune ține de comunicarea comercială: dimensiunea *perlocuționară* se referă la efectul actului ilocuționar, la reacțiile cititorului. Astfel, comunicarea publicitară are un caracter indirect, fiind dominată, în viziunea lui J-M. Adam, de un act ilocutor directiv, de obicei implicit și disimulat printr-un act constativ [1, p.25].

Toate acestea dovedesc un anumit „izomorfism” al textului și discursului publicitar, ambele având o *natură procesuală* și o *natură creatoare* [5, p.40]. Totuși, considerăm folosirea termenului de discurs, în cazul publicității, mai motivat, drept argument îl vom cita pe D.Maingueneau, conform căruia, discursul presupune articularea limbajului în parametri *nonlingvistici*: discursul opune un *nucleu*

„dur” (ce se pretează studiului limbii) unei *periferii* cu contururi instabile, în contact cu disciplinele vecine (sociologie, istorie, psihologie...) ce nu au legătură cu *limbajul* [7, p.107].

Referințe:

1. ADAM, J.-M., BONHOMME, M. *L'argumentation publicitaire. Rhétorique de l'éloge et de la persuasion*. Armand Colin, 2007. 238 p.
2. CARTER-THOMAS, S. *La cohérence textuelle. Pour une nouvelle pédagogie de l'écrit*. L'Harmattan, 2000. 400 p.
3. CIOBANU, A. Probleme de metodologie în lingvistică. În: *Cursuri și seminare speciale*. Chișinău, 2002, p.5-35.
4. CHISS, J.-L., FILLIOLET J., MAINGUENEAU D. *Introduction à la linguistique française. Tome I*. Hachette Supérieur, 2001. 159 p.
5. CORJAN, I.C. *Enunț, text și discurs publicitar*. Disponibil: http://www.rosfir.goldenideashome.com/archiv/2003_1-2/11IonCorjan2003.pdf, Accesat pe 19.04.2016
6. MUNTEANU, M. *Semantica textului și problema referinței nominale*. BCU Cluj-Napoca: Editura Accent, 2006. 265 p.
7. NEVEU, F. *Dictionnaire des sciences du langage*. Paris: Armand-Colin, 2004.
8. NEVEU, F. *Lexique des notions linguistiques*. Paris: Nathan HER, 2000. 128 p.
9. PAVEAU, M.-A., SARFATI, G-E. *Les grandes théories de la linguistique. De la grammaire comparée à la pragmatique*. Armand Colin, 2003.

INCONTESTABILITATEA PREDĂRII ȘI ÎNVĂȚĂRII LIMBII ENGLEZE

Mariana NIȚA

Competența de comunicare într-o limbă străină precum este limba engleză reprezintă o problemă majoră a învățământului contemporan, devenind astfel o sarcină complexă a formării personalității studentului. Diversele aspecte ale predării și învățării limbii engleze scot în evidență dinamica continuă a acestui proces. În plan metodologic, toate cercetările sunt concentrate pe integrarea situațiilor de învățare care duc la formarea competenței de comunicare specializate. Eforturile cadrelor didactice de limbi străine fundamentate pe dezvoltarea competenței de comunicare în planul integrării profesionale constituie un argument și o motivație reală în dezideratul

lărgirii și diversificării obiectivelor care ar avea vectorul unei civilizații și mentalități europene. *Raportul final al Proiectului Sigma* al Comitetului Științific asupra Limbilor Străine recomandă ca în învățământul superior limba străină să fie abordată la nivel intermediar și avansat și în niciun caz la nivel începător [3, p.125]. Iată de ce se va impune și restructurarea procesului didactic atât sub aspectul conținutului, cât și sub aspect metodologic.

În condițiile în care nevoia de comunicare în domenii specializate la nivel internațional a devenit inerentă fenomenului de globalizare, mediile culturale multimedia și plurilingvistice trebuie să fie coordonate de profesioniști care au capacitatea de a se exprima în majoritatea limbilor de circulație europeană. În acest caz, învățarea limbilor străine a devenit o componentă majoră a programului de adaptare/integrare în lumea europeană [1, p.29].

Experiența cadrelor didactice demonstrează că educații/studentii învață și se formează după modelul educatorului, adică al cadrului didactic, după felul lui de a preda, după tipul lui de personalitate și comportament. Așadar, în viziunea pedagogiei moderne, cadrul didactic nu reprezintă doar persoana care dă lecții și conținuturi, ci persoana care trebuie să creeze condiții în care studentul să fie interesat, motivat să învețe, să solicite spontaneitate, cadrul didactic trebuie să descopere și să caute probleme și situații de cunoaștere, să dezvolte gândirea divergentă, studentul hrănindu-se din spiritualitatea profesorului.

Capacitatea de a învăța o limbă străină precum este limba engleză reprezintă o abilitate individuală și unică pentru fiecare individ în parte, fiind o sarcină destul de dificilă. Competența de comunicare în limba engleză are legătură directă cu procesul educațional universitar și vizează abilitatea studentului de a elabora mesaje atât educaționale cât și sociale, în conformitate cu particularitățile domeniului abordat.

Competența lingvistică a fost mereu în vizorul cercetătorilor, întrebându-se diferite definiții în funcție de specialitatea și scopurile fiecăruia dintre noi. Chiar și în prezent, lingviștii țin să discute această problemă, deoarece fiecare are explicația lui în ceea ce privește definiția competenței de a vorbi o limbă străină.

„O limbă străină o cunoaștem, de fapt, abia atunci când o putem folosi; prin folosire numai cunoștințele noastre devin eficiente” [4,

p.110]. Competența comunicativă în limba străină reprezintă un obiectiv primordial în vederea integrării în spațiul european, astfel devenind o preocupare atât pentru cercetătorii din domeniul științelor umane, cât și pentru cadrele didactice interesate în dezvoltarea acestei competențe, deoarece comunicarea rămâne a fi una dintre cele mai complicate probleme ale societății umane. Obiectivele învățării limbii engleze trebuie să fie determinate în funcție de parametrii unei situații individuale și concrete, urmărindu-se:

- fixarea, îmbogățirea și adecvarea cunoștințelor de limbă străină însușite în ciclul preuniversitar, în vederea formării competenței de comunicare în limba comună, dacă este posibil în cele 4 subcompetențe: înțelegere scrisă/orală; exprimare scrisă/orală;

- sensibilizarea, inițierea publicului în specificitatea limbajului din domeniu de profil, pentru crearea bazei de formare a competenței de limbaj specializat;

- formarea competenței generale de comunicare în limbaj specializat, cu insistență pe înțelegerea documentelor scrise, pentru domeniile unde prioritară este documentarea sau exprimarea în scris, cum este cazul profilului științific sau al profilului economic, sau pe exprimare orală, în cazul unde contactul direct cu partenerii este indispensabil. Aceste obiective pot fi realizate doar atunci când limba străină este prevăzută pe o perioadă de studii de 4-5 ani în regim de disciplină obligatorie sau facultativă și atunci când publicul este puternic motivat [3, p.120].

Conceptul de *competență de comunicare* a apărut în anii 70 datorită lucrărilor lui Chomsky, într-o perioadă a schimbărilor majore în didactica limbilor străine. Habermas și Luhmann (1971), Dell Hymes (1971), Canale și Swain (1980), Harley și Bachmann (1990), North, McNamara, Palmer (1996) au schimbat această noțiune, atribuindu-i modele, tehnici, strategii, concept și subcompetențe.

Cercetătoarea T.Callo afirmă că „lumea modernă este o lume a comunicării, pentru că ea este, mai ales, orală” [2, p.9]. Formarea competenței de comunicare în limba engleză este realizabilă atâta timp cât este posibilă realizarea procesului de predare-învățare a disciplinei limba engleză, solicitând formarea unor abilități și deprinderi la nivelul comunicării orale.

Problematica competenței de comunicare este cercetată și valorificată în domeniul științelor educației de către numeroși cercetători precum T.Callo, I.Șoitu, V.Pâslaru, L.Sadovei, M.Cojocaru, K.Rogers, A.Bolboceanu, V.Guțu ș.a.

În prezent, limba engleză este percepută ca fiind „lingua-franca”. Fiind constituenții societăți globalizate, suntem presați să dobândim abilități de comunicare în limba engleză, deoarece orice job și instituție care are un prestigiu incontestabil, care reprezintă un model pentru generațiile viitoare insistă asupra faptului că limba engleză este unicul mijloc de comunicare și dezvoltare între ei și țările sau culturile europene. Deci, predarea limbii engleze trebuie să fie concentrată pe cele mai utilizate structuri lingvistice în cadrul diverselor arii ale vieții cotidiene, precum și pe pregătirea studentului în utilizarea unor limbaje specializate, în funcție de domeniul profesional. Engleza este una dintre cele mai populare limbi străine cerute pe piața muncii și cea mai studiată limbă atât în instituțiile primare, cât și în cele universitare. Este o limbă internațională – o limbă întrebuintată de oameni de diferite naționalități pentru a comunica unii cu alții.

Dezvoltarea societății, a perspectivelor multiculturale și tehnologia modernă produc numeroase schimbări în domeniul predării și învățării limbii engleze. Dat fiind faptul că procesul de învățare este modelat după procesul de dezvoltare a limbajului, abilitatea de a învăța o limbă străină ține de capacitatea fiecăruia dintre noi de a învăța în general, ține de dezvoltarea personală a fiecărui individ în parte.

Fenomenul de competență de comunicare în limba engleză este unul complex, deoarece implică diferite aspecte lingvistice, contexte comunicaționale, nivele de cunoaștere diferite, diverse activități, însă scopul final este de a avea capacitatea de a vorbi această limbă în funcție de orice perspectivă profesională sau individuală. Preocupările și eforturile de formare a specialiștilor în și prin limbi străine sunt o realitate care solicită cercetare și dezvoltare continuă.

Referințe:

1. BUDNIC, A. *Formarea competenței de comunicare interculturală la viitorii profesorii de limbă engleză*. Chișinău: UPS „Ion Creangă”, 2008. 217 p.
2. CALLO, T. *Educația comunicării verbale*. Chișinău: Litera, 2003. 148 p.

3. CUNIȚĂ, A., DRĂGHICESCU, J., POPA, E., DOROBĂȚI, D. *Predarea și învățarea limbilor străine în România în perspectivă europeană*. Alternative, 1997. 208 p.
4. GRIGOROVITȘĂ, M. *Predarea și învățarea limbilor străine*. București: Editura Didactică și Pedagogică, 1995. 125 p.

JURNALISM ȘI ȘTIINȚE ALE COMUNICĂRII

CAMPANIILE MEDIATICE TV: VIZIUNE DE ANSAMBLU

Georgeta STEPANOV, Marina BOTNARIUC

Un element al jurnalismului social îl constituie campaniile mediatice ce reprezintă, în general, încercări de a preveni sau de a educa publicul larg în privința unor probleme care îi vizează în mod direct existența, scopul fiind de a influența, de a sensibiliza opinia publică asupra problemelor care există în societate, promovând astfel valori sociale precum: receptivitatea, ajutorul reciproc, solidaritatea socială etc. Specificul campaniilor mediatice rezidă în avantajul acestora de a mediatiza individul social și problemele cu care se confruntă el, de a contura un tablou reprezentativ al situației, oferind suficientă informație pentru ca cititorii să-și formeze opinii și să acționeze într-un mod care să favorizeze incluziunea socială. Adevăratul scop al campaniilor mediatice este schimbarea în bine a mentalităților, a obiceiurilor și a acțiunilor sociale. Unele campanii, îndeosebi cele care își propun să lupte cu nedreptățile sociale și cu realitățile oribile pe care le trăiesc anumiți indivizi sociali în fiecare zi, folosesc strategii de sensibilizare care acționează la nivel sentimental și provoacă reacții afective de asociere și, respectiv, de implicare întru soluționarea problemei. Alte campanii mediatice, pe lângă latura afectivă a personalității, fac apel și la rațiune: este cazul campaniilor menite să prevină riscul reprezentat de bolile cu transmitere sexuală, cardiace sau pulmonare, precum și al campaniilor împotriva consumului de droguri și fumatului. Produsele jurnalistice de acest gen își propun să ilustreze cât mai expresiv realitatea, așa încât, pe de o parte, să sensibilizeze cititorul, să-l provoace și să-l ajute să se autodefinească ca parte integrantă a societății, iar pe de altă parte, să protejeze demnitatea umană și socială a persoanelor care devin obiectul campaniilor mediatice.

Primul post de televiziune autohton care a început să utilizeze pe larg campaniile de socializare este *PRO TV Chișinău*. Printre cele mai ample și mai reușite activități de acest fel se numără *Dăruiești și câștigi* – campanie menită să ajute unor persoane concrete ce se confruntă cu o problemă care poate fi soluționată doar cu ajutorul întregii societăți. Este o campanie de sensibilizare a populației pentru

a se implica în diverse acțiuni de ajutorare și binefacere. *Fă-ți Europa acasă* și *Am cu ce* sunt campanii care promovează practici pozitive, iar campaniile *Moldova fără oameni*, *Nu mă bate*, *Vreau părinții înapoi* au menirea să atragă atenția societății asupra unor probleme sociale majore și să cultive spiritul civic și cel de implicare socială.

Dăruiești și câștigi este campania de referință a *PRO TV Chișinău*. Ea reușește an de an să aducă pe ecranele TV povești de viață care, ulterior, sunt practic schimbate de către telespectatori. Ea se desfășoară, tradițional, în perioada 1-25 decembrie, timp în care echipa *Pro TV Chișinău* difuzează istorii ale unor oameni care au nevoie de ajutor. Cazurile care devin subiecte ale campaniei de presă sunt identificate și analizate în cadrul ședințelor de perspectivă ale organizatorilor, luându-se în calcul caracterul și specificul fiecărui caz în parte, precum și potențialul postului TV de a găsi resurse și pârgihii pentru rezolvarea lor.

Aceste mediatizări adoptă pe deplin stilul *Pro TV Chișinău*, stil caracterizat de acel vampirism emoțional ce are la bază doi termeni de referință: tragismul și fatalitatea. Materialele sunt însoțite de imagini cutremurătoare, de un fundal muzical depresiv și de vocea gravă a reporterului. La finele reportajului sunt afișate atât numărul de cont la care pot fi depuse donațiile, cât și numărul de SMS la care telespectatorii pot trimite acel mesaj salvator. Totodată, echipa oferă tuturor celor interesați datele de contact ale eroilor campaniilor, întrucât există un număr mare de oameni ce preferă să meargă singuri la fața locului și să doneze celor nevoiași bani, haine, produse alimentare sau oricare alte bunuri materiale.

Timp de șase ani, peste 20 de familii au primit ajutor în cadrul campaniei sociale *Dăruiești și câștigi*, campanie care de fiecare dată culminează, în perioada 23-25 decembrie, cu spectacole în Piața Marii Adunări Naționale, în cadrul cărora se face public bilanțul activităților de promovare și rezultatul acestora. Un element forte al campaniei respective îl constituie continuitatea acțiunilor de mediatizare. Astfel, de-a lungul anilor sunt prezentate poveștile de viață care s-au schimbat în urma ajutorului primit datorită *Dăruiești și câștigi*, oamenii având posibilitatea să urmărească cum au fost cheltuiți banii, la ce au ajutat SMS-urile sau donațiile lor, să se bucure că au contribuit la depășirea unor obstacole sau la soluționarea unor probleme. Campania *Dăruiești și câștigi* a reușit de-a lungul anilor să-și formeze un public constant,

să-i câștige încrederea și simpatia, dar cel mai important, a reușit să „trateze” oamenii de indiferență, schimbându-le viziunile și mobilizându-le acțiunile sociale. Or, dacă acum șase ani, pentru ajutorarea persoanelor se colectau aproximativ câte 18 000 de lei pentru fiecare familie, în anul 2010, doar pentru un băiețel ce a suportat o operație la inimă s-a reușit colectarea sumei de 320 000 de lei, iar în anul 2012, pentru patru familii nevoiașe – protagoniste ale campaniei – au fost adunați peste 700 000 de lei doar din SMS-urile telespectatorilor [1]. La aceste sume se adaugă donațiile persoanelor particulare, trimise direct beneficiarilor, și darurile venite din partea oficialilor, cum ar fi: cheile de la un apartament (4 la număr), o casă construită, cheile de la mașini sau sume de bani.

Se face remarcabilă prin campaniile sale și *Publika TV*. Printre cele mai memorabile campanii inițiate și realizate de acest post de televiziune se numără:

- campaniile de binefacere: *Dăruiește o carte, Renaște Moldova, Aproape de oameni, Oameni pentru oameni;*
- campaniile de promovare a valorilor naționale: *Arborează un drapel, Eu sunt Moldova, Susține Moldova;*
- campaniile de promovare a valorilor europene: *Moldova aproape de Europa, Moldova pe cale europeană;*
- campaniile de promovare a practicilor în domeniul incluziunii: *Pune mâna pe lopată, Dă-i de lucru primarului tău;*
- campanii de sensibilizare: *Viața are prioritate; Adevăruri adevărate; Zâmbește, lumea te iubește; Copiii văd, copiii fac; Moldova are glas; Nu dau, nu iau mită.*

Cel mai frecvent, în categoria protagoniștilor campaniilor mediatice sunt incluse persoanele cu dizabilități, copiii orfani, persoanele solitare, purtătorii HIV/SIDA, persoanele în etate, persoanele cu boli incurabile etc. Jurnaliștii I.Guzun și V.Ciornei susțin că există anumite categorii sociale care, prioritar, trebuie să devină subiecte ale campaniilor de presă. „Copiii, tinerii și femeile sunt categorii de populație prioritare și sub aspectul perspectivelor. Copiii și tinerii stau la baza viitorului societății în virtutea vârstei și a oportunităților virtuale, iar femeile în virtutea faptului că, deocamdată, sunt menținute la periferia vieții sociale și tind să depășească acest handicap. Calitatea de protagoniști în temele abordate de presă le propulsează treptat în calitatea de protagoniști ai vieții sociale ca atare” [2, p.14]. Cam-

paniile sociale sensibilizează publicul și educă toleranța în mase, care este un indice al maturității civice a unei societăți.

Așadar, campaniile mediatice „promovează o abordare personalizată și profesionistă a unor probleme majore ale societății prin intermediul unor subiecte cu dimensiune umană. Aceste subiecte media includ istorii ale unor persoane reale și vizează teme de interes public” [2, p.13]. O campanie de presă care pune în circuit cicluri de materiale cu o pronunțată dimensiune umană poate deveni punctul de pornire pentru anumite campanii sociale de binefacere sau de susținere a unor persoane concrete sau chiar a unor categorii sociale, pentru că impactul unor astfel de articole este destul de mare și foarte frecvent catalizează societatea spre a se pronunța și a lua o anumită atitudine, a se implica în soluționarea comună a unor probleme vitale.

Referințe:

1. Campania *Dăruiești și câștigi*. <http://protv.md/campanii/daruiesti-si-castigi-2013.html>
2. GUZUN, I., CIORNEI, V. *Omul, mai ales*. Chișinău: Logos Print, 2005.
3. MORARU, V. *Mass-media și societatea*. Chișinău: FJȘC, 2001.

DE LA EMANCIPARE LA ANGAJARE

Dumitru ȚURCANU

Tradițional, la începutul lunii mai se face mare forfotă în jurul problemei libertății presei, rolului ei în societate, independenței instituțiilor media, realizărilor mijloacelor de comunicare în masă în direcția dezvoltării și consolidării democrației. Spre regret, în acest sens, mesaje protocolare și mai mult de consolare se fac auzite cu preponderență din partea elitelor politice, fie internaționale sau naționale. În spatele unor fraze generale, de etichetă, se ascunde, de fapt, starea reală a mass-mediei în Europa, Republica Moldova remarcându-se aici într-o lumină din ce în ce mai proastă.

Secretarul General al Consiliului Europei Thorbjørn Jagland s-a adresat către cele 47 de state membre ale Consiliului Europei, ca acestea să se asigure că legislația lor națională cu privire la defăimare nu duce la autocenzura mass-mediei. „Suntem martorii tendințelor îngrijorătoare din partea unor guverne care folosesc defăimarea în scopuri politice, aplicând arbitrar legile cu privire la defăimare. De asemenea, aproape jumătate din cele 47 de state membre ale

Consiliului Europei nu garantează securitatea jurnaliștilor într-un mod satisfăcător: situația a degradat anul trecut, numărul de agresiuni fizice împotriva lor și atentatele asupra bunurilor acestora nu au încetat să sporească. Acestea sunt printre concluziile raportului meu privind situația democrației, drepturilor omului și a statului de drept în Europa 2016”, a declarat Secretarul General [1].

În aproape jumătate din statele membre ale Consiliului Europei jurnaliștii activează în condiții anormale. Poate nici nu este cazul, atunci, să ne îngrijorăm că în ceea ce privește libertatea presei Republica Moldova s-a situat în anul 2015 pe poziția a 76-a din cele 180 de țări din lume, participante la clasament?! [2]. Chiar dacă în anul trecut ne-am coborât cu patru poziții mai jos decât în anul 2014 și cu 20 față de anul 2013?!

Am spus la început că de Ziua Mondială a Libertății Presei la tribune se ridică oficialitățile, în timp ce vocea jurnaliștilor rămâne din ce în ce mai ștearsă, mai anemică, mai lipsită de orice culoare (cu excepția celei politice). Acest lucru în al treilea deceniu de independență a RM este mai mult îngrijorător decât straniu.

Cum de am ajuns într-un declin perpetuu în ceea ce privește libertatea presei? De ce am trădat eforturile de emancipare a presei, de constituire a ei, fie și în stare embrionară, ca „putere a patra” în Republica Moldova și am admis rostogolirea ei umiltoare spre monopolism și servilism? Libertatea presei în țara noastră, ca pe întregul spațiu postsovietic, a fost percepută ca un act de eliberare de cenzura ideologică, de partid, statală, de orice încercări de a dicta jurnalistului **ce, despre cine și cum să scrie**. La început această libertate de exprimare, de comunicare a mass-mediei era și un drept cucerit de fiecare cetățean, liber de a obține orice informație obiectivă despre realitățile din jurul său și de pretutindeni. Libertatea era reală pentru creatorii media, care lucrau pentru public. Libertatea era reală și pentru consumatorii media, care aveau acces la informare echidistantă, imparțială, pluralistă, completă, necenzurată.

Această relație dintre jurnalist și public în primii ani de tranziție a societății și presei moldovenești de la un regim autoritar doctrinar la democrație este descrisă plastic de cercetătorul Mihail Guzun. La baza nașterii unui articol de presă, scrie M.Guzun, trebuie să stea cu necesitate cineva, care să dorească să afle ceva. Adică un om curios –

cititor de ziar, radioascultător sau telespectator, care dorește să afle ceva de la cineva. Și aici apare în mod necesar acel care vine să împlinească această necesitate, adică reporterul, jurnalistul – autorul textului tipărit, difuzat prin radio sau televiziune. De aici și acreditarea ideii că autorul textului publicistic este acel care conferă greutate demersului ziaristic, nu numai prin mesajul difuzat, dar și prin atitudine, tonalitate, prin stilul expunerii [3].

În acea perioadă, când pentru deschiderea unui ziar, unei reviste, lansarea unui post de radio sau televiziune nu erau necesare sume mari de bani, presa era liberă prin publicul său, care prin participare feedback la programele de actualități, dezbateri, discuții, consolida temeliile unei mass-medii libere, aducea un suflu viu în procesul de afirmare a valorilor și principiilor democratice din țară. În același timp, practica a demonstrat incontestabil că libertatea mass-mediei nu poate exista decât într-un aliaj puternic cu responsabilitatea ei. Or, după scurt timp, libertatea de a informa a fost confundată cu propaganda politică, care în prezent este practic dominantă în programele de actualități ale posturilor de radio și televiziune, în rețelele internet. Divertismentul inteligent a fost substituit cu programe de prost gust. În goana după profit a patronilor de presă, în politica editorială a instituțiilor media din Republica Moldova, de altfel, ca și în alte țări din această parte a lumii, nu se găsește loc pentru domeniile de educație. Astfel, într-un mod evident se încalcă echilibrul dintre rolul presei de a informa, de a distra și de a educa.

Noile tehnologii informaționale, care, la prima vedere, au sarcina de a extinde agora virtuală mediatică pentru un public mai larg, au dus în Republica Moldova la un fenomen contrar celui așteptat. Apariția și dezvoltarea unor numeroase posturi de radio și TV, includerea lor în sistemul unor corporații și holdinguri mediatice au fost posibile în urma unor serioase investiții de capital. Astfel, concentrarea instituțiilor mediatice în mâinile unui grup îngust de persoane din cercurile politice-financiare, apoi monopolizarea lor, au adus o lovitură puternică independenței și libertății presei. Emanciparea presei este substituită de o angajare mai mult sau mai puțin vădită la interesele private sau de grup ale oligarhiei moldovenești.

Produsul mediatic al instituțiilor media autohtone, care continuă să afirme despre independența și libertatea lor, este direct orientat spre

apărarea unor interese clare sau obscure ale unor cercuri restrânse politice și economice. Dispar principiile de bază ale unei presei libere, ele apărând doar episodic ca niște slogane propagandistice în luările de cuvânt, la anumite ocazii, ale oficialilor sau la manifestările plătite din banii occidentalilor ale unor și aceiași ong-iști. Lupta din culise pentru putere, pentru bani, pentru influență, devenind dominantă în ultimii ani, se strecoară în paginile presei tipărite și în internet, la ecrane și microfoane. Patronii comandă materiale denigratoare la adresa concurenților și adversarilor lor, iar jurnaliștii încearcă să-și demonstreze, care mai de care, abilitățile de a servi interesele celor care îi plătesc.

Publicul consumator pierde din libertatea de a alege. În segmentarea pieței mediatice după principiile de proprietate și aservire, consumatorul media se trezește în captivitate. El pierde dreptul de a avea acces la o informare veridică, obiectivă și imparțială. Presa nu mai este preocupată de grijile cotidiene ale cetățenilor simpli, de viața și interesele lor. Prioritatea creatorilor media este de a prezenta elitele politice, economice, scandalurile, în toată goliciunea lor. Senzaționalul și divertismentul degradant marginalizează materialele de opinie și comentative. Mai multe categorii de populație sunt subreprezentate în paginile de reviste, la radio și televiziune, cum ar fi copiii, adolescenții, bătrânii, muncitorii și țăranii, o bună parte a intelectualității de la orașe și sate.

Am putea polemiza ori nu cu aprecierea pesimistă, pe care o face politologul, profesorul universitar Victor Moraru stării reale a mass-mediei din Republica Moldova vis-à-vis de independența și libertatea lor. Practica reală, subliniază savantul, demonstrează..., de cele mai multe ori, inconsistența aspirațiilor de independență a mijloacelor de comunicare: este evident că structurile politice nu au cum să renunțe la exploatarea potențialului unor resurse, practice, indispensabile activității lor, cum este mass-media; pe de altă parte, funcționarea mediei în cadrul economiei de piață implică respectarea regulilor jocului, respectiv, comercializarea informației, dependența de aflurile publicității, necesitatea unor investiții, provenite de la deținătorii pârghiilor economice, ceea ce, în consecință, determină pactizarea cu puterea, fie cu cea politică, fie cu cea economică, ori cu simbioza acestora [4].

Referințe:

1. <http://infoeuropa.md/campanii-europene/ziua-internationala-a-libertatii-presei-2016> [Accesat la 12.05.2016].
2. <http://independent.md/ziua-mondiala-libertatii-presei-republica-moldova-sta-tot-mai-rau-la-acest-capitol/#.Vzg-FLIXrcc>. [Accesat la 12.05.2016]
3. GUZUN, M. Mass-media în perioada de tranziție: oportunități axiologice. În: *Moldoscopi* (Probleme de analiză politică), nr. 3(LXX), 2015, p.103.
4. MORARU, V. *Mass-media – „a patra putere ?” Realitățile politice și realitățile mediatice*. Chișinău, 2014, p.13.

SCHIMBAREA STRUCTURII SOCIALE PRIN MIGRARE ORGANIZATĂ

Andrei DUMBRĂVEANU

Odată cu instaurarea în RSSM după 1940/1944 a ideologiei marxiste leniniste, a politicii comunist-bolșevice, caracterul strict planificat al noilor relații economice solicită un mare număr de activiști de partid, ideologi propagandiști, conducători de toate nivelurile, contro-leri, verificatori.

În republica formată după alipirea Basarabiei la U.R.S.S. apare un nou segment social – nomenclatura sovietică. Nomenclatura reprezintă clasa conducătoare și este constituită din demnitari de stat și partid cu funcții importante, având totodată și privilegiile pe măsură. Nomenclatura îmbină prestările de servicii sociale pentru populație și controlul ideologic asupra oamenilor. Din punctul de vedere al educației, al salariilor și al prestigiului, nomenclatura nu era departe de pătura intelectuală.

La începutul lunii decembrie 1944, din diferite regiuni ale URSS au fost trimiși în RSSM 9118 persoane, în mare parte activiști de partid, conducători sovietici. Demarează formările segmentului nomenclaturist din RSSM. Reprezentanții Partidului Comunist Român, care până în 1944, aflându-se în ilegalitate în Basarabia, au activat executând poruncile venite de la PC (b)U, nu au fost recunoscuți ca forță politică conducătoare. O parte dintre ei a fost supusă represiunilor staliniste, iar alții au fost încorporați în eșaloanele de nivel inferior ale conducerii în funcții de secretari ai sovietelor sătești,

agitatori de partid etc. Problema cadrelor moldovenești a rămas acută tot timpul. Un raport secret al Secției Cadre a Comitetului Central al PCM ne dovedește că din ianuarie 1945 și până la 1 septembrie 1946 numărul membrilor și candidaților în membri a sporit de 3 ori, ajungând la 15 853 [1, p.130].

Analizând componența națională a cadrelor de partid din anul 1950, constatăm că numărul comuniștilor moldoveni constituia aproximativ 14% din numărul total al membrilor organizației de partid din RSSM [1, p.54]. Numărul moldovenilor în nomenclatura de partid începe să sporească abia peste 30 de ani, adică odată cu apariția primei generații de băștinași, crescută și educată de regimul sovietic. Însă și în aceste circumstanțe, numărul de moldoveni nomenclaturiști nu reprezenta ponderea națională conform structurii demografice a populației. În 1987 în nomenclatura CC al PCM erau înregistrați 54% de moldoveni, față de 42,5% – în 1967. În guvern moldovenii constituiau 48,6% în 1984, față de 37,2% în 1965 [3, p.103].

Elitele politice nomenclaturiste, preponderent străine tradițiilor, istoriei limbii și culturii românești din RSSM, și-au concentrat eforturile pe direcția economică: a industrializării, dezvoltării agriculturii. Industrializarea și creșterea economiei agricole cu ritmuri sporite au stimulat un exod masiv de cadre din Federația Rusă și Ucraina: ingineri, tehnicieni, muncitori. În anii 60-80 numărul angajaților în industrie a crescut de 16 ori, în timp ce în URSS în ansamblu de 4,7 ori. Urmărind evoluția etnică și demografică în această perioadă, Nicolas Dima constata: „Pe baza ratei naturale a natalității, numărul rușilor în Moldova fusese prevăzut a fi de 537 000 în 1989, dar era de fapt de 562 000. Cei 28 000 de ruși în plus reprezintă numărul net al celor ce migrează spre Moldova. În același timp, numărul ucrainenilor crește de la 561 000 la 600 000, adică cu 17 000 de indivizi mai mult decât se prevăzuse. Prin urmare, migrația combinată ruso-ucraineană din timpul deceniului (1979-1989) a fost de 45 000 de persoane, care, raportată pe ani, dă un număr de 4500 de ruși și ucraineni pentru fiecare an. Cu toate că presiunea etnică exercita asupra Moldovei a continuat, ea s-a diminuat între 1959 și 1979, numărul de indigeni scăzând până la 12 000 pe an [3, p.156].

Personalul unei uzine de proporții medii, conform standardelor sovietice, se încadra în numărul 12 000 de angajați. Deci, timp de două decenii, în RSS Moldovenească puteau fi deschise 20 de uzine

noi numai din etnici ruși și ucraineni emigranți. În această perioadă au fost fondate mari întreprinderi ale industriei grele și constructoare de mașini cu subordonare unională, uzinele de: tractoare, frigidere, mașini de spălat, combinatul metalurgic din Râbnița; întreprinderile complexului militar industrial: „Semnal”, „Microprovod”, „Alfa”, „Mezon” – din Chișinău, „Lenin” din Bălți, „Moldavizolit” și „Kirov” din Tiraspol. Toate acestea în condițiile în care RSSM nu dispunea de resurse naturale (materie primă), ca să poată asigura de una singură funcționarea industriilor respective, nu dispunea nici de capital uman. Numărul muncitorilor și funcționarilor încadrați în economia națională a crescut de la 439 mii în 1960 la peste 1.619 mii în 1985. Doar 46% din numărul muncitorilor și funcționarilor din industrie în 1977 erau băștinași. Urmărind creșterea numerică a populației angajate în sectorul industrial și agrar industrial din RSSM în perioada 1940-1985, cercetând datele statistice ale dezvoltării economice și sociale din această perioadă, constatăm că RSSM a cunoscut cele mai ridicate ritmuri de creștere, fiind depășită în URSS doar de Lituania. În 1985 creșterea economică era de 65 de ori mai mare în comparație cu anul 1940, de 2-3 ori mai mare decât ritmurile creșterii producției industriale ale unor republici precum Federația Rusă, Belarus, Georgia, de 4 ori mai mare decât ritmul de creștere al Ucrainei și Azerbaidjanului [1, p.67]. Este demonstrat faptul că ritmul industrial s-a produs în cea mai mare parte din contul industriei alimentare și ușoare, adică pe baza materiei prime locale, furnizată de agricultură, adică de spațiul rural. Prin urmare, creșterea ponderii industriei la formarea indicelui de dezvoltare a RSSM n-a însemnat și crearea unei economii bazate pe industrie, cu o structură viabilă diversificată, capabilă să supraviețuiască în condiții de crize și transformări. Tranziția spre o economie de piață liberă ne-a demonstrat faibilitatea și vulnerabilitatea unei industrii ce funcționa numai pe materii prime provenite din import. Întreprinderile industriei grele și constructoare de mașini, ale complexului militar industrial din RSSM au falimentat. Într-o perioadă scurtă de timp au rămas fără locuri de muncă circa 800 mii de muncitori și ingineri calificați care formau un strat social cu un nivel de viață asigurat.

Referințe:

1. TURTUREANU, O. *Societatea RSS Moldovenești de la acalmie la stările de conflict (1953-1991)*. Chișinău, 2012. [Accesat 27.12.2015] Disponibil: /Siles/thees/2012/1641/ turtureanu_ovidiu_thesis.pds

2. CAȘU, I. *Politica națională în Moldova Sovietică, 1944-1989*. Chișinău, 2000.
3. DIMA, N. *Basarabia și Bucovina în jocul geopolitic al Rusiei*. Chișinău: Prometeu, 1998.

CONSIDERAȚII GENERALE PRIVIND ASIGURAREA CALITĂȚII PE DIMENSIUNEA ÎNVĂȚĂMÂNTULUI JURNALISTIC

Zinaida GRIBINCEA

Etapa contemporană în evoluția învățământului jurnalistic este caracterizată de schimbare, modernizare și de identificare a unor strategii funcționale în scopul asigurării calității procesului instructiv-didactic, astfel încât absolvenții facultății de profil să obțină calificarea necesară pentru a fi competitivi pe piața muncii. Sub acest aspect, competitivitatea este asigurată de oferta educațională a instituției de învățământ acreditată în domeniul formării profesionale, a cărei activitate este adaptată în conformitate cu paradigmele educaționale moderne, dar și conform schimbărilor mediului socioeconomic contemporan. Problema eficienței și calității învățământului superior, în general, și a celui jurnalistic, în particular, este abordată frecvent în mediile academic și profesional, calitatea reprezentând un indicator sintetic, complex și multidimensional, condiționat de o serie de factori care influențează, în final, percepțiile vectorilor implicați în conturarea parcursului profesional al beneficiarilor facultății de profil.

Abordarea strategică a managementului calității pe dimensiunea învățământului jurnalistic implică, în mod cert, angajarea în realizarea tuturor prevederilor și reglementărilor în vigoare, privind calitatea învățământului superior, dar și evidențierea unui ansamblu de factori care particularizează procesul de formare academică a specialiștilor în comunicare mediatică. În linii generale, principiile managementului calității se bazează pe orientarea spre clientul serviciilor educaționale, leadership, implicarea personalului, abordarea bazată pe proces și pe management ca sistem, îmbunătățire continuă, relații avantajoase cu furnizorul [2].

Evaluarea calității învățământului jurnalistic presupune o analiză sistemică a tuturor elementelor componente: a misiunii, scopului, obiectivelor, obiectului și a subiectului acțiunii educative, precum și a finalităților preconizate. Abordarea sistemică determină posibilitatea evaluării eficienței, funcționării și a prognozării schimbărilor în sistemul de formare profesională. În opinia autorului T.Vladimirova, sistemul de formare în jurnalism întrunește următoarele caracteristici:

- funcționalitate (este creat având la bază misiune și obiective clare, dar și utilitate socială);
- structuralitate (conține o anumită configurație structurală);
- interacțiune organizată a tuturor elementelor din sistem. În acest context, problema calității învățământului ține de sistem în integritatea lui, iar acesta reprezintă o valoare mult mai mare decât evaluarea sumară a calității tuturor elementelor componente [3].

Actualmente, nu există o apreciere echilibrată, unitară și echivocă a mediului academic și a comunității mediatică, referitoare la procesul de pregătire a cadrelor pe domeniul mediatic-comunicațional, fiecare exprimând o poziție separată, viziuni și opinii, care accentuează că domeniul de formare profesională necesită o resetare inovativă permanentă. Perspectiva mediului academic asupra calității actului educațional presupune, în mod expres, dezvoltarea unei personalități profesionale integre, care posedă un ansamblu de cunoștințe, competențe și aptitudini, precum și un set de achiziții de norme și valori general-umane, necesare exercitării atribuțiilor profesionale într-un context în care jurnalistul trebuie să fie un etalon al corectitudinii, responsabilității și al implicării în raport cu audiența, societatea. Jurnalistul contemporan trebuie să posede o serie de calități personale și profesionale, fundamentale, printre acestea se numără următoarele: cunoștințe profunde în domeniul științelor umanistice, responsabilitate profesională și socială, nivel înalt de cultură, competențe necesare activității profesionale sub toate aspectele, reflexivitate dezvoltată, capacitatea de conștientizare a rolului primordial al mass-mediei în societatea contemporană și înțelegere a particularităților de funcționare a diverse tipuri de media, capacitatea de autoeducare și autoperfecționare [6]. Astfel, competențele dezvoltate în mediul academic reprezintă un indicator integral al calității învățământului jurnalistic, în general, dar și al calității

interacțiunii ulterioare dintre jurnalist și societate, jurnalistul fiind factorul principal în modelarea opiniei publice și a conștiinței sociale în procesul îndeplinirii atribuțiilor profesionale. În contextul procesului de modernizare a învățământului jurnalistic în raport cu schimbările de ordin tehnologic, social, economic etc., calitatea specialistului în comunicare mediatică tinde să se ralieze astfel unui nivel normativ căruia trebuie să corespundă produsul procesului educațional.

În materialele UNESCO, învățământul jurnalistic universitar este fundamentat pe trei direcții de dezvoltare: norme, valori, instrumente, standarde, practici jurnalistice; aspecte sociale, culturale, politice, economice, legislative ale practicilor jurnalistice; cunoștințe despre societate și despre problematica domeniului jurnalistic [4]. Astfel, dimensiunile stipulate reflectă o anumită proiecție asupra finalității actului educațional prin prisma competențelor elaborate în acest sens și, în mod implicit, asupra calității specialistului în comunicarea mediatică.

În opinia autorului Lucian Chișu, mediul academic de formare în jurnalism se confruntă cu o serie de probleme, care generează anumite disfuncționalități în planul eficienței, calității instruirii: predomină latura aplicativă limitată, ca rezultat al colaborării ineficiente dintre universități și instituțiile mediatiche, acestea având o implicare moderată în domeniul instruirii studenților, dar se arată din ce în ce mai interesate de crearea unor „școli vocaționale”; angajatorii – reprezentanți ai acestor companii își exprimă nemulțumirea față de calitatea pregătirii cadrelor; mediul de afaceri a devenit mai exigent cu forța de muncă tânără, motiv pentru care absolvenții își găsesc mai greu un loc de muncă; nu există o bază de date la nivel național pentru monitorizarea inserției profesionale pe piața muncii a absolvenților de la jurnalism și nici studii sistematice în baza cărora să fie posibilă estimarea și evidențierea impactului sistemului educațional jurnalistic asupra performanțelor companiilor angajatoare din sectorul media [1].

În acest context, putem menționa o serie de contradicții dialectice privind finalitatea procesului educațional de specialitate ori viziuni divergente asupra cerințelor vizând calitatea studiilor și a profilului eventualului angajat în câmpul muncii. În altă ordine de idei, poziția mediului profesional privind calitatea pregătirii cadrelor este una dominată de pragmatism, însă exigențele angajatorilor nu prevăd în mod cert și prezența unei diplome de studii care certifică gradul de

pregătire al potențialului angajat, or, absența criteriilor de angajare în câmpul muncii de pe poziții concurențiale demotivează absolventul unei facultăți de profil, care nu va percepe adecvat necesitatea de perfecționare și autoperfecționare.

Calitatea instruirii în domeniul mediatic este condiționată, nu în ultimul rând, și de nivelul intelectual, aptitudinile și motivația candidatului care optează în favoarea studiilor la facultatea de profil. Problema calității învățământului jurnalistic are legătură cu abordarea învățământului superior în general și necesită o analiză sistemică pentru a putea evidenția anumite particularități, cauze și efecte, tendințe și perspective de dezvoltare. Autorul A.Puiu menționează că în prezent asistăm la devalorizarea studiilor superioare, din cauza faptului că începând cu anii '90, școala superioară a devenit accesibilă tuturor doritorilor, astfel s-a produs masificarea, deelitizarea învățământului superior [5]. O fațetă a acestei stări de fapt se referă și la inocularea în conștiința maselor a percepției învățământului superior ca sferă ce oferă servicii de masă, latura formativă, nefiind conștientizată la justa valoare.

Referințe:

1. CHIȘU, L. The dark side of the Moon sau despre fața nevăzută a jurnalismului de tip academic. În: *Industria media și învățământul jurnalistic*. Tritonic, 2014.
2. Motivații și obstacole ale asigurării calității în învățământul superior. [Accesat: 2.05.2016] Disponibil: <http://mepopa.com/Pdfs/draguwrk9iun.pdf>.
3. ВЛАДИМИРОВА, Т. Дидактическое моделирование процесса профессиональной подготовки журналистов в вузах. [Accesat: 1.05.2016] Disponibil: <http://jq.isea.ru/reader/article.aspx?id=20624>
4. ВЛАДИМИРОВА, Т. Теоретико-методологический анализ проблемы профессиональной подготовки журналистских кадров в условиях модернизации высшего образования. [Accesat: 12.05.2016] Disponibil: <http://www.science-education.ru/ru/article/view?id=15125>
5. ПУЮ, А. Современные студенты более амбициозны и требовательны. В: *Журналист*. 2011, № 7, С. 62-63.
6. ШЕСТЕРКИНА, Л.П. Подготовка журналиста универсального типа в условиях конвергенции СМИ. [Accesat: 10.05.16] Disponibil: <http://www.ipk.ru/index.php?id=2109>

CONVERGENȚA MEDIIEI: AVANTAJE ȘI DEZAVANTAJE

Maria GUGULAN

Numeroase studii au arătat că, în domeniul mass-mediei, convergența aduce cu sine și avantaje, dar și dezavantaje. Bettels (citată de Klaus Meier) susține într-un studiu, publicat în 2005, realizat în redacțiile *Main Post* (Germania) și *Nordjyske Medier* (Danemarca), că 60% dintre jurnaliștii interogați văd o îmbunătățire a calității jurnalismului, datorată convergenței mediei [1]. Alții consideră însă că acest fenomen înseamnă mai degrabă implementarea unor strategii de marketing (transformând știrile în afaceri) sau subterfugii manageriale (angajând mai puțini jurnaliști, care sunt nevoiți să lucreze mai mult, cu resurse mai puține). În aceeași ordine de idei, potrivit unei anchete realizate, în 2010, în rândul jurnaliștilor australieni, calitatea jurnalismului scade din cauza lucrului pentru mai multe suporturi [2]. Aidan White e de părere că această exigență de calificare multiplă duce la marginalizarea activității jurnalistice creative. Se pune accentul mai mult pe partea tehnică decât pe însușirea și respectarea, de către jurnaliști, a principiilor de bază ale acestei meserii. Or, „întâi de toate, e necesar ca conținutul informațiilor să fie fiabil, relevant și de calitate”. Dacă acesta nu răspunde rigorilor în ceea ce privește calitatea jurnalistică, noile media nu fac decât să submineze încrederea publicului față de mijloacele de informare în masă. „Pregătirea jurnalistică, precum și jurnalismul în sine, trebuie să se adapteze noilor condiții, dar fără ca aceasta să fie în detrimentul calității” [3].

Tot la capitolul dezavantaje, Henry Jenkins invocă problema *diferenței de participare*. Profesorul se referă la faptul că, deși convergența mass-mediei încurajează publicul să participe la procesul de creare a conținutului, acesta întâmpină dificultăți de însușire a tehnologiilor moderne. În consecință, anumite segmente ale publicului rămân neglijate și în imposibilitatea de a participa pe deplin la noua cultură media [5]. Pe de altă parte, mediul online aduce cu sine o avalanșă de informații care poate provoca suprainformarea publicului și, implicit, imposibilitatea acestuia de a face distincție între informația de calitate și cea superficială.

După cum menționează Mike Gasher, convergența mass-mediei împiedică intrarea pe piața mediatică a noilor concurenți, iar „evoluția

rapidă a formatelor, dinamismul conținutului numeric și cantitatea masivă de date creează probleme de stocare, conservare și protecție a comunicațiilor și a materialului cultural, important pentru domeniul public”. Facilitatea cu care conținutul numeric poate fi copiat, manipulat și redistribuit reprezintă o provocare pentru dreptul de autor și complică toate încercările de împiedicare a pirateriei de conținut intelectual [6].

Printre avantajele convergenței, Aidan White enumeră:

- accesul cetățenilor la surse de informare noi, ceea ce contribuie la dezvoltarea pluralismului;
- dezvoltarea activităților economice și sporirea posibilităților de lucru ale jurnaliștilor;
- extinderea profesiei de jurnalist spre domenii noi (online);
- reevaluarea rolului mass-mediei în societate și îmbunătățirea nivelului profesionalismului jurnaliștilor [3].

Iar în ceea ce privește companiile media, acestea beneficiază de reducerea costurilor de întreținere a personalului (micșorând numărul angajaților), precum și de reducerea costurilor de producție (un material jurnalistic poate fi difuzat de mai multe tipuri de media: radio, TV, ziar) [6].

Janet Kolodzy analizează, în cartea sa *Convergence Journalism: Writing and Reporting across the News Media*, beneficiile convergenței pentru fiecare tip de media. Potrivit autoarei, presa scrisă beneficiază de acces la consumatorii care nu citesc niciodată ziarele, dar se informează de la TV sau online. Prin intermediul site-ului, jurnaliștii din presa scrisă pot utiliza conținut vizual, care îmbunătățește calitatea materialului și pot publica mai multe știri în timp util. Mai mult, după cum susține Kolodzy, convergența contribuie la stoparea declinului presei scrise. Citându-l pe David Underhill, jurnalista subliniază că ziarele se confruntă cu această provocare din cauza îmbătrânirii cititorilor, iar prin promovarea încrucișată, publicul tânăr, care se îndreaptă preponderent spre mediul online, poate fi convins că merită să cumpere și ediția tipărită a ziarului.

În cazul televiziunii, avantajul este că poate produce conținut mai bun prin raportare la ziar sau resursele de cercetare și poate atrage public din rândul celor care nu au acces la semnalul TV sau nu au vizionat, în timp real, o anumită emisiune.

La rândul său, Web-ul își poate îmbunătăți conținutul prin raportarea la ziar, poate avea acces la publicul care nu este conectat la Internet și își poate spori credibilitatea prin asocierea cu partenerii săi media [4].

Așadar, utilizând toate tipurile de media, ca urmare a fenomenului de convergență, jurnaliștii pot informa în orice moment un public vast. Însă, pentru a culege beneficiile, jurnaliștii trebuie să analizeze atent ce informații sunt potrivite pentru ziar, ce să difuzeze la TV sau la radio și ce să publice online.

Totodată, convergența este un fenomen complex care presupune strategii manageriale proprii fiecărui mijloc de informare în masă, context social, economic și cultural. Se cuvine detalierea diferitor elemente strategice (fuziunea sau separarea redacțiilor, instalarea liderilor de opinie, instalarea unei mese de convergență, integrarea jurnaliștilor web în reuniunile redacționale etc.) pentru a vedea în ce măsură acestea contribuie la îmbunătățirea produsului jurnalistic.

Referințe:

1. MEIER, K. Innovations in central European newsrooms. In: *Journalism practice*, nr.1. Routledge, London, 2007, p.4-19.
2. ESTE, J. et. all. *Life in the clickstream II. The future of journalism*. The media Alliance, December, 2010.
3. WHITE, A. Convergence des médias et journalisme. In: *La convergence multimedia: rompre le silence*, 1998, nr.110/111, p.49-54. [Accesat 21.04.16]. Disponibil: http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_dialogue/---actrav/documents/publication/wcms_112495.pdf
4. KOLODZY, J. *Convergence Journalism: Writing and Reporting Across the News Media*. Rowman & Littlefield, 2006. [Accesat 25.04.16] Disponibil: https://books.google.be/books?id=oaM6ux8OT3QC&pg=PA78&hl=ro&source=gbs_selected_pages&cad=3#v=onepage&q&f=false
5. JENKINS, H. Dirigée par Eric MAIGRET. *La culture de la convergence. De médias au transmédia*. Paris: Armand Colin, 2013. 320p.
6. GASHER, M. *Convergence des médias*. 2011. [Accesat 2.05.16] Disponibil: <http://www.thecanadianencyclopedia.ca/fr/article/media-convergence/>.

NORME DEONTOLOGICE PE REȚELELE DE SOCIALIZARE

Maria GUGULAN

Internetul joacă un rol determinant în activitatea noastră de zi cu zi. Rețelele de socializare reunesc un număr tot mai mare de utilizatori. Pentru jurnaliști, acestea sunt un mijloc de interacțiune cu publicul, de promovare a produselor mass-media, dar și o sursă de documentare.

Potrivit unui studiu realizat de compania CISION, în anul 2015, în rândul jurnaliștilor francezi, rețelele de socializare constituie pentru ei un instrument de lucru esențial. Mai mult de 91% dintre cei 240 de jurnaliști intervievați utilizează rețelele de socializare în cadrul muncii lor, iar 70,26% consideră că acestea le-au ameliorat capacitatea de reacție. Totodată, 64% dintre jurnaliști susțin că folosesc rețelele de socializare pentru a-și promova materialele jurnalistice, iar 35% sunt de acord că acestea le permit să-și dezvolte un „brand personal”[1]. Deși un asemenea studiu nu a fost realizat deocamdată în rândul jurnaliștilor din Republica Moldova, aceste date ar fi în mare parte valabile și pentru mass-media din țara noastră. În aceste condiții, întrebările care apar sunt: Cum trebuie să se comporte jurnaliștii pe rețelele de socializare? Trebuie să respecte anumite norme deontologice? Cât de veridice și sigure sunt informațiile culese din mediul online?

Chiar dacă interacțiunea jurnaliștilor cu resursele din rețeaua Internet nu sunt reglementate de cadrul legislativ, cercetătorii medialogi consideră că, indiferent de suportul pe care difuzează informațiile, jurnalistul trebuie să respecte aceleași norme etice și să ia aceleași măsuri de precauție pe care le ia în procesul obișnuit de documentare.

În acest sens, organizațiile de media au revizuit codurile deontologice, iar mijloacele de informare în masă au editat, rând pe rând, ghiduri de bune practici pe rețelele de socializare, care sunt actualizate încontinuu. În anul 2011, American Society of News Editors (ASNE) a publicat un *Ghid de 10 bune practici pe rețelele de socializare*, destinat jurnaliștilor. Documentul preconizează că etica tradițională se aplică și în mediul online; jurnaliștii trebuie să pornească de la principiul că tot ceea ce scriu pe rețelele de socializare devine public; dialogul cu cititorii trebuie să fie profesional; informațiile colectate de către jurnalist (aflându-se la un eveniment) trebuie, în primul rând,

difuzate de instituția media la care lucrează, apoi pe rețelele de socializare. Jurnaliștilor li se recomandă să se ferească de percepții, să verifice minuțios informațiile colectate din mediul online și să se identifice întotdeauna ca jurnaliști. În ghid se menționează, de asemenea, că rețelele de socializare sunt unelte, nu jucării, și toate informațiile eronate trebuie rectificate, iar deliberările din cadrul redacției trebuie să fie confidențiale [2].

În *Ghidul de bune practici ale colaboratorilor France Télévisions pe rețelele de socializare*, se menționează că „o bună utilizare a rețelelor de socializare începe prin respectul legii”. Jurnaliștii trebuie să dea dovadă de transparență, politețe, responsabilitate și să nu posteze informații pe care nu le-ar spune la TV [3].

Un astfel de ghid a editat și Agenția France-Presse: *Ghid de participare a jurnaliștilor AFP pe rețelele de socializare* [4]. Jurnaliștii sunt îndemnați să se abțină să critice alte instituții media și „chiar dacă rețelele de socializare permit utilizarea unui limbaj mai familiar, vulgaritatea este interzisă” [4]. Ghidul mai recomandă jurnaliștilor să rezerve agenției informațiile în exclusivitate adunate în cadrul muncii lor și să nu publice alerte pe o rețea de socializare, ci doar să le posteze pe cele difuzate de agenție (link-ul știrii). Dacă o postare care conținea o eroare a fost pe larg difuzată și comentată, autorul acesteia nu trebuie să șteargă nimic înainte de a lua legătura cu redactorul-șef. Iar dacă jurnalistul dorește să se exprime într-un context privat, are dreptul să-și deschidă un cont personal, însă fără a face referință la calitatea sa de jurnalist la AFP.

La rândul său, Associated Press (AP) recomandă jurnaliștilor să se identifice corect pe rețelele de socializare, să nu folosească logoul agenției ca poză de profil sau AP ca nume de utilizator. Ei trebuie să indice, în profilurile lor, că sunt angajații acestei agenții, dar nu trebuie să includă afilierea politică sau postări care exprimă opiniile lor politice, pentru a garanta neutralitatea. De asemenea, jurnaliștilor li se recomandă să se abțină să-și exprime opiniile cu privire la subiecte publice controversate sau să participe la diverse acțiuni organizate în susținerea unor cauze. Iar pentru a utiliza fotografiile, video sau alt conținut multimedia de pe rețelele de socializare, jurnaliștii trebuie să ceară permisiunea celor care dețin drepturile de autor [5].

În Belgia, Consiliul de deontologie jurnalistică (mass media francophone și germanofone) a adoptat, în 2010, un aviz în care se menționează că și atunci când se exprimă pe rețelele de socializare, jurnaliștii trebuie să respecte normele deontologice. „Sigur, persoanele care exercită o activitate de informare, ca fiecare individ, are dreptul la o sferă de exprimare privată. Dar când aceste persoane difuzează informații pe un suport digital destinat unui public nedefinit și nelimitat, trebuie să considere că exercită o activitate jurnalistică. Prin urmare, ele sunt obligate să respecte deontologia profesională” [6].

În Republica Moldova, un ghid de bune practici jurnalistică care vizează interacțiunea jurnaliștilor cu rețelele de socializare și alte resurse online a fost editat în 2014 de Consiliul de Presă. Jurnaliștilor și redacțiilor care folosesc rețelele de socializare li se recomandă să respecte Codul deontologic; să verifice minuțios conținutul pe care a fost plasată informația, fotografia sau imaginile video pe care intenționează să le preia; să analizeze când a fost creat conținutul și cu cine interacționează deținătorul de conținut; să verifice veridicitatea informației plasate, originalitatea fotografiilor sau a imaginilor video și să ceară permisiunea pentru preluarea acestora. Și, nu în ultimul rând, „jurnalisticul trebuie să acționeze transparent și corect în raport cu ceilalți utilizatori ai rețelelor de socializare” [7].

Oamenii nu au destul timp pentru a verifica toate informațiile pe care le găsesc pe rețelele de socializare. Postările jurnaliștilor constituie adesea un mijloc rapid de informare. De aceea, jurnaliștii trebuie să fie conștienți de importanța corectitudinii și imparțialității informațiilor pe care le difuzează în mediul online.

Referințe:

1. CISION. *Les journalistes français et les réseaux sociaux: décryptage*. [Accesat 5.05.16] Disponibil: <http://www.cision.fr/a-propos-de-cision/-communiqués-de-presse/communiqués-de-presse-2015/journalistes-et-reseaux-sociaux-decryptage-de-leurs-usages/>
2. American Society of News Editors. *Guide to 10 best practices for social media*. [Accesat 11.04.16] Disponibil: http://asne.org/Files/pdf/10_Best_Practices_for_Social_Media.pdf
3. France Télévisions. *Guide des bonnes pratiques des collaborateurs sur les réseaux sociaux*. [Accesat 11.04.16] Disponibil: <http://slidesha.re/dossierRS4>
4. Agence France-Presse. *Guide de participation des journalistes AFP aux réseaux sociaux*. [Accesat 19.04.16] Disponibil: <http://www.ifc.org/wps/>

wcm/connect/20cce9004bea5100a54fe71be6561834/guide_participation_r%C3%A9seaux+sociaux+def.pdf?MOD=AJPERES

5. Associated Press. *Social Media Guidelines for AP Employees*. [Accesat 19.04.16]. Disponibil: http://www.ap.org/Images/Social-Media-Guidelines-7-24-2012_tcm28-8378.pdf
6. Conseil de déontologie journalistique. *Code de déontologie journalistique. Article 7: réseaux sociaux. Avis du Conseil de déontologie journalistique du 13 octobre 2010 sur l'application de la déontologie journalistique aux réseaux sociaux*. [Accesat 18.04.16] Disponibil: <http://www.deontologiejournalistique.be/telechargements/codedeontologie2013coverpdf.pdf>
7. Consiliul de Presă din Republica Moldova. *Ghid de bune practici jurnalistice „Interacțiunea Jurnaliștilor cu rețelele de socializare și alte resurse online”*. [Accesat 18.04.16] Disponibil: <http://consiliuldepresa.md/fileadmin/fisiere/documente/Ghidul-resurse-web-RO.pdf>

CERCETĂRI EMPIRICE ALE NOILOR MEDIA: PROBLEME, SOLUȚII, METODE

Liliana RUSU

Elaborarea unor modele sau formularea unor teorii ale noilor media, de cele mai multe ori, a constituit un proces de cercetare marcat de anumite dificultăți de ordin metodologic. Conform afirmațiilor lui Benjamin Barber, în cazul abordării empirice și cantitative a noilor media, natura fluctuantă a spațiului web reprezintă principalul dezavantaj. În opinia lui Steven Jones, investigarea mediului on-line este o adevărată provocare pentru cercetătorii din domeniul științelor umane. Autorul lucrării *Doing Internet Research* a descris spațiul Web drept mediu în continuă schimbare și flux de informații cu caracter efemer [4]. Aceleași probleme metodologice au fost constatate de Rosanna De Rosa – teze prezentate în cadrul Conferinței Anuale a Societății Italiene din domeniul Științelor Politice (septembrie 2000, or. Napoli). După părerea sa, perioada precedentă alegerilor prezidențiale din SUA din 1996 a condiționat reorientarea cercetării din domeniu spre abordarea coraportului *comunicare on-line – sfera politică*. În consecință, au fost formulate diverse paradigme, dintre care cel mai des discutată a fost paradigma democratică, în contextul căreia reprezentarea avea rol de principiu de bază al democrației moderne. Tendința de schimbare de accent de la reprezentare la participare, remarcată în ultima perioadă, a fost condiționată de dezvoltarea și

extinderea ariei de aplicabilitate a noilor tehnologii de comunicare și informare. În acest sens, interacțiunea dintre Internet și sfera politică concordă cu procesul de hipermediere a sferei publice și sporirea nivelului de control al recepției mesajelor în mediul on-line.

Toate aceste modificări au fost luate în calcul de comunitățile științifice care și-au propus argumentarea ipotezei că noile media au influențat domeniul comunicării politice. Cunoașterea modalităților și a nivelului de influență a noilor tehnologii de comunicare asupra sferei politice a constituit, pentru un șir de investigații științifice realizate în SUA, Canada și ulterior în unele state europene precum Franța, Italia, Marea Britanie (în perioada anilor 2000 și din 2007 în România, Rusia, Ucraina), importante obiective ale cercetării empirice. Noii indicatori capabili de a reprezenta aspectele de bază ale realității studiate, noile elemente de evaluare cantitativă a fluxului informațional și valabilitatea temporală a datelor au fost principalele probleme metodologice ce au marcat perioada de început a investigații comunicării politice on-line. O primă încercare de clasificare a publicațiilor științifice din domeniu, conform celor menționate de Rosanna De Rosa, permite evidențierea a trei tipuri principale de abordări analitice ale noilor tehnologii de comunicare. *Abordarea structurală* este descrisă, în acest context, drept investigație a principalelor caracteristici tehnice ale website-urilor, realizată în scopul determinării funcționalității unităților studiate în cadrul procesului de transmitere-receptare a informațiilor. Nivelul de navigabilitate a website-ului, cel al interactivității sau al personalizării pot fi evaluate ca rezultat al examinării atente a componentelor structurale ale acestor forme ale noilor media: numărul de pagini, cantitatea unităților informaționale sau ierarhizarea itemurilor, prezența elementelor de comunicare interactivă sau capacitatea de descărcare, copiere, redirecționare a conținuturilor. Cercetătorii care optează pentru cel de-al doilea tip de investigație analitică, denumit *abordare retorică*, consideră important a studia „ce se comunică, dar mai cu seamă, cum se comunică” [1, p.199]. În acest caz, conținuturile website-urilor sunt examinate în baza următoarelor unități de analiză: formă, stil, limbaj, semnificație, tematică. Al treilea tip de abordare – la nivel sociocultural are la bază studierea noilor media în calitate de părți integrante ale unui proces social complex. Este obligatorie, pentru

astfel de investigații științifice, nu doar înțelegerea fenomenului propriu-zis, dar și delimitarea unor caracteristici contextuale. Drept exemplu poate servi analiza website-urilor politice, utilizate de către candidați pe perioada preelectorală, care însumează nu doar examinarea conținuturilor postate pe respectivele platforme de comunicare on-line, ci și capacitatea concurențială a actorilor politici vizati, dialogul pe care îl au oponenții sau mesajele pe care le transmit prin intermediul mass-mediei tradiționale. Drept model de abordare socioculturală a noilor media poate servi studiul teoretico-practic al densității spațiului Web realizat de către Pippa Norris în 2001. Analiza website-urilor partidelor politice și cele ale guvernelor din diferite state a fost realizată în baza următoarelor variabile: nivelul de dezvoltare socioeconomică și cel de democratizare al țării, tipul de sistem politic, gradul de dezvoltare al sistemului informațional. Rezultatele au demonstrat tendința de aplicare a inovațiilor tehnologice la un nivel mai ridicat în cazul instituțiilor politice reprezentative, în comparație cu partidele politice ale statelor studiate. De asemenea, a fost constatat faptul că indicele de utilizare al noilor media în calitate de canal de transmitere a informațiilor politice este interdependent de nivelul de dezvoltare economică al fiecărui stat [3].

În urma analizei a 19 publicații, semnate de cercetători cu experiență din domeniul științelor comunicării, Sally J. McMillan a constatat că spațiul web reprezintă o realitate mult prea flexibilă, dar care poate fi investigată științific. Analiza de conținut este, conform concluziilor realizate în baza acestui studiu teoretic, cea mai adecvată metodă de abordare a realității dinamice pe care o reprezintă spațiul Web. Singurele probleme ce pot apărea în cazul investigării empirice a comunicării on-line sunt dezvoltarea rapidă a website-urilor și schimbul continuu de conținuturi din spațiul numeric. Totuși, acest procedeu a permis, la acea etapă (începutul anilor 2000), studierea următoarelor trei tematici: diversitatea, comercializarea și utilizarea noilor tehnologii de comunicare și informare.

Având drept scop formularea unor recomandări de utilizare a acestor metode în cazul studierii comunicării on-line, Sally J. McMillan a considerat utilă găsirea răspunsului la două întrebări principale: 1. Cum au fost readaptate principiile analizei de conținut la această formă emergentă de comunicare din mediul virtual? 2. Care sunt

principalele probleme de aplicare a acestui procedeu pentru cercetarea Web-ului ?

În succinta prezentare a evoluției noționale a analizei de conținut au fost menționați Kippendorff, Berelson, Lazarsfeld – cei care au formulat teoretic și au demonstrat practic avantajele acestei metode de cercetare. Citându-l pe Kippendorff, autoarea respectivei lucrări delimitează cele patru oportunități oferite de acest procedeu: 1) este discret, 2) poate fi utilizat atunci când obiectul cercetării este un material nestructurat, 3) se ține cont de context, 4) are capacitatea procesării unui volum mare de date. După părerea sa, posibilitatea examinării unui volum mare de date constituie principalul avantaj „în termeni de analiză a Web-ului” [2, p.81].

Conform recomandărilor formulate de Sally J. McMillan, pentru viitoarele cercetări ale comunicării realizate prin intermediul noilor media, analiza de conținut se așteaptă să fie un procedeu de investiție științifică eficient în cazul respectării a două principii de bază:

- 1) sunt urmate cele cinci etape-cheie de aplicare a metodei respective;
- 2) sunt examinate particularitățile definitorii ale noilor mijloace de comunicare: difuzare multidirecțională de conținuturi, flux continuu de informații la distanțe mari, hipertextualitate, opțiuni de comunicare interactivă.

În prezent, Website-urile oficiale, paginile de Facebook, Twitter, YouTube sunt principalele forme ale noilor media aplicate în procesul de comunicare politică a majorității statelor democratice europene. Aceste noi mijloace de comunicare și informare servesc la vizualizarea activității instituțiilor reprezentative și a liderilor politici, contribuie la promovarea democrației electronice și implicarea activă a cetățenilor în procesul de luare a deciziilor. Analiza de conținut și cuantificarea caracteristicilor tehnice, a indicatorilor de informare și a indicatorilor interactivității ne pot furniza răspunsul la întrebarea dacă aceste platforme de comunicare politică on-line favorizează sau nu deliberarea publică și, respectiv, corespund sau nu idealului de democratizare a dialogului dintre guvernanți și guvernați.

Referințe:

1. DE ROSA, R. Fra comunicazione e politica. Gli spazi virtuali della democrazia che cambia. In: FRUNGILLO D. *La transizione incerta*. Vol. 5. Avellino: Studi Meridionali, 2001, p.195-205.

2. MCMILLAN, S.J. The Microscope and the Moving Target: The Challenge of Applying of Content Analysis to the World Wide Web. In: *Journalism & Mass Communication*, vol. 77, nr. 1, 2000, p.80-98.
3. NORRIS, P. *Digital Divide: Civic Engagement, Information Poverty and the Internet Worldwide*. Cambridge: Cambridge University Press, 2001. 303 p.
4. STEVEN, J. *Doing Internet Research. Critical Issues and Methods for Examining the Net*. Thousand Oaks: SAGE Publication, 1999. 282 p.

NOȚIUNEA DE PLURALISM: ASPECTE ISTORICE

Ana GONȚA

Singurele materiale pe care le avem la dispoziție pentru a stabili tabloul lumii în totalitatea sa sunt furnizate de diferitele părți ale lumii pe care o cunoaștem datorită experienței. Nu am ști să inventăm noi concepții care s-ar aplica exclusiv la totul, fără a fi sugerate mai întâi de părți. (William James, A Pluralistic Universe)

Trăim într-o lume conjugată la plural. Nu ne putem face auziți și înțeleși dacă rostim un singur cuvânt, nu putem exista socialmente decât dacă interacționăm cu alți oameni, nu putem trăi 80 de ani mâncând un singur fel de bucate și nici nu purtăm o viață întregă o singură haină. Pluralitatea și diversitatea fac parte din cotidianul nostru, dar, așa cum se întâmplă cel mai des, noțiunile în sine interesează puțin spre deloc, ele fiind utilizate în mod automat și considerate o normalitate. În acest sens, *pluralismul*, aparent un cuvânt cunoscut la auz, are și el o istorie lungă și interesantă, iar utilizarea lui în diferite tandemuri (pluralism politic, religios, cultural, etnic, lingvistic, economic, și mai nou, pluralism mediatic) îi aprofundează și mai mult semnificația și valoarea.

Așadar, ce înseamnă *pluralism*? Istoricul ungar André Reszler susține că „pluralismul nu este, de fapt, nici un fenomen recent, nici agregatul tradițiilor, al sistemelor de valori, al manierelor de a trăi și de a gândi diferite, și integrate într-o vastă structură constructivistă. El este prelungirea practică, prin amplificare și diversificare a unei acomodări istorice...” [4, p.16]. Altfel spus, oamenii, în procesul de evoluție a societăților, au simțit necesitatea de a cere, de a aborda și de a studia ceea ce cu timpul a devenit un adevărat fenomen. Cercetările efectuate de-a lungul timpului de către savanți din diferite țări și domenii de activitate și interes se referă în primul rând la *pluralismul religios* și la cel *politic*, apariția celor două dimensiuni ale fenomenului datând din cele mai îndepărtate perioade istorice. Primele referiri la noțiunea de

pluralism vin totuși din sfera științelor exacte, de la cercetătorii din domeniul fizicii, astronomiei sau al chimiei, dar și de la marii filozofi care, se știe, erau foarte erudiți, adică aveau cunoștințe *pluraliste* în cele mai diverse domenii.

Astfel, filozoful grec presocratic Anaxagora din Clazomene (500-428 î.Hr) este recunoscut ca „părintele spiritual al *pluralismului*... prezentând lumea ca pe o uniune de părți disparate într-un tot compozit” [4, p.22]. Fără a utiliza cuvântul *pluralism*, filozoful german Friedrich Nietzsche sugerează, în lucrarea sa *Știința veselă* (1882), că fenomenul își are rădăcinile în religia politeistă din antichitate. Autorul vorbește despre societatea Greciei antice, care „inventa dumnezei, zei, eroi, creând astfel un număr mare de modele” și în care „niciun dumnezeu nu constituia negarea sau blasfemia altuia” [3, p.228-229]. În același context, autorul afirmă că anume în acea perioadă istorică apar „drepturile indivizilor, gândirea liberă și gândirea multiplă a omului” [3, p.228-229]. Gaston Bachelard (1884-1962), filozof și critic literar francez, îl completează pe Nietzsche spunând că „în filozofia antică, orice reducere a diversității substanțiale era întotdeauna văzută ca o pierdere a calității, sau cel puțin ca o dizolvare a calității complexe în favoarea unei oarecare calități considerată în mod arbitrar ca fiind simplă și stabilă” [apud 4, p.30].

André Reszler, în lucrarea *Pluralismul. Aspecte istorice și teoretice ale societăților pluraliste*, sugerează că aspecte esențiale ale noțiunii de *pluralism* în accepțiunea modernă trebuie căutate în decretul împăraților Constantin și Licinius din anul 313. Decretul acorda creștinilor „libertatea cea mai completă, cea mai absolută de a-și practica cultul” [4, p.39]. Documentul mai spunea că „este bine și rezonabil să nu refuzăm niciunui om, fie el creștin sau aparținând altui cult, dreptul de a urma religia care-i convine mai bine. Este demn de secolul în care trăim ca libertatea să fie completă pentru toți de a-și adora dumnezeul ales, și ca niciun cult să nu fie privat de onorurile care i se aduc” [4, p.22]. Dovezi ale existenței și importanței *pluralismului* încă din cele mai vechi timpuri sunt și discursurile unor filozofi (tot ei și susținători ai anumitor opinii politice), cum ar fi Themistius, Libanius sau Symmac (petiția lui Symmac din anul 384 este considerată unul din primele texte fondatoare ale *pluralismului*). Mai târziu, teologul german Nikolaus von Kues (1401-1464) pledează „nu pentru o lume

cu mai multe voci, dar pentru o *pluralitate* fără număr” [apud 4, p.26]. În *A Pluralistic Universe* (1909), filozoful american William James stabilește clar, pe plan filozofic și psihologic, trăsăturile unui demers intelectual *pluralist* marginalizat puternic de predominarea monismului [apud 4, p.14]. Pentru teoreticienii liberalismului clasic francez „*pluralismul* este, de rând cu libertatea, trăsătura distinctivă a societăților moderne” [4, p.21].

Noțional vorbind, filozoful german Christian Wolff a fost primul care a utilizat către anul 1720 termenul de *pluralism*, iar apariția sa în dicționare este mult mai târzie. *Larousse*, de exemplu, propune prima definiție în 1932, conform căreia *pluralismul* este „o doctrină filozofică ce interzice cercetarea unității legilor universale, deoarece în această lume nu există decât ființe multiple, individuale”. Dicționarul *Littre* din 1958 definește *pluralismul* ca pe un nume generic al doctrinelor (filozofice) conform cărora există o pluralitate de principii ireductibile. *Le Robert* din 1982 definește *pluralismul* ca: 1) o filozofie, doctrină potrivit căreia ființele sunt multiple, individuale și nu depind de o realitate absolută; 2) sistem politic care presupune mai multe organe de conducere. Același dicționar propune și sintagma *pluralismul sindical* [apud 4, p.19-20]. La o distanță de 30 de ani, *Le Nouveau Petit Robert* completează definiția dată *pluralismului* cu următoarele: „sistem care admite existența opiniilor politice și religioase, a comportamentelor culturale și sociale diferite în sânul unui grup organizat [2, p.1983]. Apariții similare a avut termenul și în dicționarele din Marea Britanie, SUA, Germania etc. *Dicționarul explicativ al limbii române* propune pentru *pluralism*, în varianta cea mai recentă, câteva explicații: „1. Doctrină care admite că realitatea include mai multe genuri de existență (principii, esențe) sau că există descrieri diferite ale realității. 2. Principiu al democrației care preconizează menținerea mai multor forțe social-politice (partide, sindicate, organizații religioase etc.) interpușe între indivizi și stat, ca o condiție și o garanție a limitării puterii, a funcționării democrației. Orice concepție care, într-un domeniu determinat, admite o multiplicitate de factori echivalenți, de principii etc. care nu pot fi reduse la unitate; stare de lucruri caracterizată prin existența acestei multiplicități” [1].

Așadar, istoria și-a urmat cursul, și limbajul utilizat de savanți a evoluat. Esența *pluralismului* însă, din punctul nostru de vedere,

rămâne aceeași în 2016 ca și pe timpul lui Anaxagora din Clazomene. Tocmai de aceea, studierea evoluției noțiunii, dar și a fenomenului constituie o adevărată provocare.

Referințe:

1. *Dicționarul explicativ al limbii române* (ediția a doua revăzută și adăugită). Academia Română, Institutul de Lingvistică „Iorgu Iordan”. București: Univers Enciclopedic Gold, 2009 Accesat [09.05.2016] Disponibil: <https://dexonline.ro/definitie/pluralism>
2. *Le Nouveau Petit Robert. Dictionnaire alphabétique et analogique de la langue française*. Texte remanié et amplifié sous la direction de Josette Rey-Debove et Alain Rey. Paris, 2002. 2950 p.
3. NIETZSCHE, F. *Le Gai Savoir*. Paris: Le club français du livre, 1965.
4. RESZLER, A. *Le pluralisme. Aspects historiques et théoriques des sociétés pluralistes*. Paris: La table ronde, 2001. 221 p.

PLURALISMUL MEDIATIC EXTERN ÎN REPUBLICA MOLDOVA: NIVELURI DE RISC ȘI AMENINȚĂRI

Ana GONȚA

Condițiile în care se dezvoltă piața mass-mediei din Republica Moldova în ultimii ani constituie (sau ar trebui să constituie) o îngrijorare permanentă pentru breaslă, pentru cercetătorii din domeniu, pentru factorii de decizie și, nu în ultimul rând, pentru public. Asistăm la fenomene periculoase de concentrare a proprietății în presă, de sfidare a normelor deontologice și profesionale, de manipulare și dezinformare. În aceste condiții, este logic să ne întrebăm dacă și cu ce este mai bună presa din 2016 față de cea din perioada sovietică, de exemplu. Este mai multă? Da, din punct de vedere cantitativ poate că este superioară. Dar oare este și de calitate mai bună această presă? Și dacă este mai multă, este și diversă? Multiplele întrebări de acest gen au făcut ca interesul pentru *pluralismul mediatic*, un fenomen multidimensional și complex, să crească, în special în ultimii ani.

Până în anul 2014, tema *pluralismului mediatic* nu a constituit subiect de cercetare în Republica Moldova. Acum doi ani a fost realizat primul studiu la subiect, constând din două părți (*pluralismul extern și intern al mass-mediei din Republica Moldova*) [2,4], precum și o *Foaie de parcurs* [1] pentru consolidarea *pluralismului* în țara

noastră. Cercetarea fenomenului a continuat cu adaptarea metodologiei europene de măsurare a *pluralismului* (**Media Pluralism Monitor**, un instrument de măsurare bazat pe domenii de risc, riscuri și amenințări la adresa *pluralismului mediatic* extern și intern, cu ajutorul indicatorilor cantitativi și calitativi de tip juridic, economic și sociodemografic). Astfel, în 2015 a fost elaborată metodologia pentru Republica Moldova, și prezentată în cadrul primului Forum Mass-media din țară, în octombrie 2015. Metodologia permite a măsura 32 de riscuri evaluate în baza a 88 de indicatori [5]. Ulterior, o echipă de cercetători a realizat prima testare a metodologiei, aceasta fiind ajustată astfel încât să determine nivelul riscurilor pentru *pluralismul extern* al mass-mediei în anul 2015, cu referire la radiodifuzori și distribuitori de servicii (televiziuni terestre, cablu și IPTV). Pentru aceasta au fost selectați 21 de indicatori, juridici și economici, din 4 domenii de risc.

Dimensiunea externă a *pluralismului* se referă la piața media în ansamblu, la numărul și diversitatea furnizorilor activi de conținuturi mediatice. În context, utilizarea unei părți a metodologiei a avut drept rezultat stabilirea nivelului de risc – înalt, mediu sau scăzut anume pentru *pluralismul mediatic extern*. Rezultatul a fost obținut în urma evaluării setului de indicatori ai riscurilor în cadrul domeniilor de risc. Stabilirea nivelului de amenințare pentru fiecare risc sau domeniu de risc s-a făcut luând în calcul media generală a tuturor indicatorilor utilizați. Media generală nu poate oscila decât între 1 și 3 puncte. Astfel, se consideră:

- **risc scăzut**, dacă media generală este mai mică de 1,5 puncte;
- **risc mediu**, dacă media generală este cuprinsă între 1,5 și 2,0 puncte;
- **risc înalt**, dacă media generală este mai mare de 2,0 puncte.

Datele rezultate din cercetarea efectuată în conformitate cu metodologia arată că mai bine de jumătate din cei 21 de indicatori analizați (11 din 21 sau 52%) denotă un nivel de risc înalt pentru *pluralismul mediatic*. În celelalte 10 cazuri au fost atestate în proporții similare (câte 5 din 21 sau câte 24%) situații de risc mediu și scăzut. Rezultatele pe cele 4 domenii de risc demonstrează că, în ansamblu, situația este destul de gravă și trezește îngrijorare. În trei domenii de risc s-au înregistrat valori specifice pentru un nivel înalt de amenințare: *Proprietate și control* (Pc – 2,22), *Tipuri și genuri media* (Tg –

2,25) și *Pluralismul geografic* (G – 2,50). Un nivel mediu de pericol pentru *pluralismul mediatic* este atestat în domeniul de risc *Reglementări de bază* (B – 1,58).

Reglementări de bază

Au fost evaluate 2 riscuri în baza a 5 indicatori. Atât riscul B1 *Libertatea de exprimare, drepturile și libertățile conexe* nu este suficient protejat, cât și riscul B2 *Insuficiența unei supervizări independente în sectorul mass-media* se încadrează în limite caracteristice pentru nivelul mediu de risc.

Proprietate și control

Au fost evaluate 3 riscuri în baza a 7 indicatori. O situație alarmanță este constatată în privința *nivelului înalt de concentrare a proprietății atât în televiziunea terestră* (Pc1), cât și *în cablu și IPTV* (Pc2). Riscul Pc3 (*Lipsa transparenței în structurile de proprietate*) este considerat de nivel scăzut.

Tipuri și genuri media

A fost evaluat un risc în baza a 4 indicatori. Riscul Tg1 (*Lipsa, subreprezentarea sau dominația unor genuri de media*) este considerat de nivel înalt.

Pluralismul geografic

Au fost evaluate 2 riscuri în baza a 5 indicatori. Riscul G1 *Centralizarea înaltă a sistemului mediatic național* este de nivel mediu, în timp ce în cazul G2 *Dezvoltarea insuficientă a mass-mediei regionale/locale* ne confruntăm cu o situație îngrijorătoare, fiind vorba de un risc de nivel înalt.

În ansamblu, în 4 din cele 8 riscuri identificate nivelul de amenințare este înalt. În cazul a 3 riscuri nivelul amenințării este considerat mediu și doar într-un singur caz din cele 8 se atestă un nivel scăzut [sursa: 3].

În concluzie, autorii afirmă că principalele amenințări la care este supus *pluralismul extern* în țara noastră vizează cadrul legal (*pluralismul mediatic* nu este recunoscut expres în legislație drept parte intrinsecă a libertăților mass-mediei și nu există politici publice care să asigure dezvoltarea adecvată a domeniului); lipsa protecției de ingerințele de ordin politic și/sau economic a Autorității de reglementare în domeniul audiovizualului; concentrarea masivă a proprietății în audiovizual (în top 3 proprietari, nivelul de concentrare (cotă de audiență și cotă de piață) oscilează între 44% și 54% în tele-

viziunea terestră, respectiv 63% și 65%, în cablu și IPTV); prezența dominantă în oferta distribuitorilor de servicii prin cablu și IPTV a serviciilor de programe distractive și insuficiența celor educative; lipsa reglementărilor privind diversitatea serviciilor de programe difuzate în multiplexele naționale, repartizarea disproporționată a serviciilor de programe în Multiplexul A etc. [sursa: 3].

Evident, pentru un tablou complet este nevoie de testarea întregului set de indicatori, pe ambele dimensiuni ale *pluralismului mediatic*, obiectiv ce urmează a fi atins în cadrul cercetărilor viitoare.

Referințe:

1. Foaie de parcurs pentru consolidarea pluralismului mediatic în Republica Moldova. Chișinău, 2014. 23 p. Disponibil: http://soros.md/files/publications/documents/Foaie_de_parcurs_PLURALISM_2014.pdf.
2. GANEA, L., GANEA, O., GAMURARI, L., GHINEA, C. *Pluralismul extern al mass-media în Republica Moldova: între oportunitate și realitate*. Chișinău: Arc, 2014. 52 p. ISBN 978-9975-61- 821.135.1(478).09. Disponibil: <http://soros.md/files/publications/documents/Pluralismul%20extern%20al%20mass-mediiei%20din%20RM.pdf>;
3. GONȚA, A., BUNDUCHI I., STATE, V. *Pluralismul extern al mass-mediiei din Republica Moldova în anul 2015*. Chișinău, 2016. 62 p.
4. GONȚA, A., RUSNAC, C., MACOVEI, P., STATE, V. *Pluralismul intern al mass-mediiei în Republica Moldova: oportunitate și realitate*. Studiu. Chișinău: ARC, 2014. 100 p. ISBN 978-9975-61-829-8. Disponibil: http://apel.md/public/upload/md_Pluralismul_intern_al_mass-mediiei_din_RM_2014.pdf
5. GONȚA, A., STATE, V., RÂBCA, E. *Metodologie de evaluare a pluralismului mass-mediiei din Republica Moldova*. Studiu. Chișinău, 2015. 67 p. Disponibil: <http://mediaforum.md/upload/help/Metodologie%20de%20evaluare%20a%20pluralismului%20mass-mediiei%20din%20Republica%20Moldova.pdf>.

FACTORII CE INFLUENȚEAZĂ POLITICILE EDITORIALE

Boris PARFENTIEV

În toată perioada de tranziție de la sistemul totalitar la cel democratic, dacă ne referim la spațiul nostru sociopolitic, s-au făcut încercări continue de a spori nivelul controlului statului asupra mass-mediiei prin legi, reguli și reglementări, dar și prin **factorul economic**, având

proprietatea sau controlul statului asupra mijloacelor de distribuție, tipărire și asupra audiovizualului. Privatizarea mijloacelor de comunicare în masă nu poate fi o soluție ideală în diminuarea impactului provocat de factorul economic, deoarece mass-media comercială nu poate servi ca promotoare a interesului public sau drept instrument de captare a încrederii audienței atâta timp cât își consideră publicul ca fiind format mai degrabă din consumatori decât din cetățeni.

În mai multe state europene cu o democrație avansată sunt adoptate legi restricționale în ceea ce privește puterea financiară asupra mass-mediei și a politicilor sale editoriale. Spre exemplu, legea franceză din 1 august 1986 fixează un prag de concentrare – limitează (la 20 de procente) partea capitalului deținut de străini (în afara UE), interzice colaboratorilor unei întreprinderi de presă să primească bani sau orice alt avantaj al unui guvern străin [1, p.168].

Vorbind despre factorul economic și influența sa asupra politicilor editoriale ale mass-mediei și pornind de la practica de domeniu a țărilor din Europa de Vest, vom constata că atât statul, cât și grupurile economice pot sprijini diferitele instituții ale mijloacelor de comunicare în masă, însă fără a interveni în politicile editoriale ale acestora, fără a încerca să le influențeze sau să le impună punctul lor de vedere și interesele specifice. Raționamentele unei participări neinteresate pot fi de ordin politic – sprijinirea, susținerea, protejarea democrației, sau filantropic – ocrotirea creației culturale. În cea mai cunoscută variantă a acestui model, concretizată în Europa, statul sprijină financiar și logistic mass-media de interes public, fără a interveni direct în politica acestora. Prerogativele de reglementare și control sunt transmise de către factorii politici și administrativi unor instanțe independente, constituite din specialiști sau personalități independente, ale căror caracteristici – prestigiu, onestitate, incoruptibilitate, integritate – pot fi o garanție a independenței lor de acțiune și al căror scop este excluderea intervenției directe a reprezentanților puterii sau a grupurilor economice.

Un exemplu elocvent de susținere financiară neinteresată din partea statului în scopul susținerii democrației îl poate servi legea olandeză cu privire la reglementarea activității mass-mediei din partea organismelor executive. Referindu-se la factorul economic, legea este foarte explicită: „Sprijinul financiar poate fi acordat exclusiv acelor organe de presă, care respectă următoarele condiții: oferă publicului mai cu seamă știri, analize, comentarii sau informații suplimentare care se referă la diferitele sectoare

ale vieții sociale și care contribuie la cristalizarea opiniilor politice [2, p.55]. Legea scoate în evidență faptul că orice finanțare dintr-un fond central este condiționată de conținutul publicației.

Un alt factor important pentru elaborarea politicilor editoriale îl constituie **sfera publică**. Filosoful german J.Habermas susține că rațiunea și comunicarea sunt mijloace de a îmbunătăți societatea. Pentru J.Habermas, dezvoltarea comunicării, dezbaterile politice și sociale raționale sprijină publicul în lupta cu birocrăția omniprezentă din societățile contemporane. Spațiul dezbaterii publice este denumit spațiu public (opus sferei private a casei și familiei). Dar pentru facilitarea acestor dezbateri sunt necesare accesul la media și schimbul liber de informații. Centralizarea proprietății și controlului asupra mediei și lipsa de participare a oamenilor obișnuiți la acestea sunt principalele probleme ale contemporaneității [3, p.129]. În opinia teoreticianului J.Habermas, în ultimele decenii mass-media a încetat să mai reprezinte o agenție a acordării puterii și a raționalității, devenind tot mai mult un mijloc prin care publicul era pus pe o linie moartă. În loc să ofere o conduită a dezbaterilor rațional-critice, mass-media manipula opinia maselor. Ea a definit politica drept un spectacol, oferind un mod de gândire predigerat, de conveniență și a condiționat publicul să preia un rol de consumator pasiv [4, p.222]. Din cele expuse de J.Habermas, se poate extrapola un model al sferei publice ca zonă neutră în care accesul la informații relevante, ce afectează binele public, este permis pe scară amplă, în care dezbaterile sunt eliberate de dominația statului și toți cei ce participă la dezbaterile publice o fac pe baze egale. În cadrul acestei sfere publice, indivizii determină în colectiv, prin procesul argumentației raționale, modul în care doresc ca societatea să evolueze, lucru care, la rândul său, modelează conduita politicilor guvernamentale. Mass-media înlesnește acest proces, oferind o largă arenă dezbaterilor publice, reconstituind cetățenii privați ca un corp public sub forma opiniei publice. J.Habermas le cere indivizilor să lupte pentru a câștiga accesul la media și să o folosească pentru dezbateri politice întemeiate. În opinia cercetătorului J.Curran, „există motivații pentru punerea la îndoială a valorii studiului lui Habermas din perspectivă strict istorică. Cu toate acestea, el oferă o viziune puternică și captivantă pentru rolul mass-mediei într-o societate democratică, iar în acest sens stadiul istoric este irelevant” [5, p.223].

Impactul publicului asupra politicilor editoriale ale instituțiilor mass-media este un factor important pentru activitatea acestora. Aici vom menționa doar că cercetătorii olandezi, la care am făcut referință anterior, acordă o importanță primordială „confluenței dintre politicile editoriale redacționale pe care le urmează emitentul și preferințele publicului său. Dacă nu se poate vorbi de confluență, atunci nimeni nu trebuie să se mire că procesul de comunicare nu-și atinge scopul” [6, p.156]. Adaptarea politicilor editoriale redacționale la preferințele publicului în Olanda este studiată în cadrul unor cercetări care, făcând apel la analiza de conținut, trec apoi la analiza procesului de recepție – cercetare care, din acest motiv, este denumită cercetare integrantă. În cadrul cercetării integrante, pe baza unui model de analiză care cuprinde atât proprietățile mesajului, cât și caracteristicile publicului, datele obținute prin analiza de conținut sunt certificate cu datele provenind din anchetarea publicului.

Cunoașterea tuturor factorilor ce influențează politicile editoriale ale mass-mediei este necesară pentru elaborarea și promovarea unor asemenea politici editoriale, care ar fi adecvate principiilor democratice, în urma implementării cărora „fiecare cetățean are acces la toate informațiile disponibile, este liber să-și exprime ideile și să conducă societatea în care trăiește” [7, p.145].

Referințe:

1. BALLE, F. *Larousse Dicționar de media*. București: Univers Enciclopedic, 2005. 368 p.
2. CUILENBURG, J.J., SCHOLTEN, O., NOOMEN, B.W. *Știința comunicării*. București: Humanitas, 2000. 384 p.
3. BIGNELL, J., ORLEBAR, J. *Manual practic de televiziune*. Iași: Polirom, 2009. 312 p.
4. POP, D. *Mass-media și democrația*. Iași: Polirom, 2001. 264 p.
5. *Ibidem*.
6. CUILENBURG, J.J., SCHOLTEN, O., NOOMEN, B.W. *Op.cit.*
7. SORLIN, P. *Mass-media*. Iași: Institutul European, 2002. 208 p.

FENOMENUL CRIMINALITĂȚII CIBERNETICE ȘI MANAGEMENTUL COMBATERII INFRAȚIUNILOR INFORMATICE

Ionel PINTILII,

Universitatea „Apollonia”, Iași

Criminalitatea informatică este un fenomen al prezentului reflectat în mod curent în mass-media din România. Se consideră că teama față de atacurile cibernetice este mai mare decât cea pentru fraude penale obișnuite.

În studiile și analizele efectuate pe plan internațional (a se vedea și Raportul Comitetului European pentru Probleme Criminale) se folosește expresia „criminalitate legată de calculator” (engl. computer-related crime) sau „criminalitate informatică”, expresie care nu este general acceptată.

Renumiți specialiști în domeniu au elaborat o definiție de lucru sub forma: „abuzul informatic este orice comportament ilegal sau contrar eticii sau neautorizat care privește un tratament automat de date și/sau o transmitere de date” [1]. După cum se poate observa, acești experți nu au realizat o definiție suficient de explicită a expresiei „criminalitate informatică”, dar au reținut o clasificare funcțională, ca bază de studiu [1].

De asemenea, abuzul informatic îl putem defini ca „orice incident legat de tehnica informatică în care o persoană a suferit sau ar fi putut să sufere un prejudiciu și din care autorul a obținut sau ar fi putut obține intenționat un profit” sau prin „totalitatea faptelor comise în zona noilor tehnologii, într-o anumită perioadă de timp și pe un anumit teritoriu bine determinat” [2].

Dezvoltarea fără precedent a tehnologiei informatice, la nivel mondial, concomitent cu implicațiile benefice, deschide o poartă către producerea de fapte antisociale, denumite „criminale”, atât în dreptul internațional penal, cât și în rapoartele experților în domeniul informaticii, fapte care nu ar fi putut exista în condițiile tehnice actuale cu două decenii în urmă, de exemplu.

Conexiunile dintre rețelele de calculatoare oferă, în prezent, oportunități noi, unele chiar sofisticate, de încălcare a legislației actuale și creează un potențial ridicat de comitere a unor noi tipuri de infracțiuni, întreprinse în alte moduri decât cele cunoscute, tradiționale.

Deși în societatea contemporană, în ansamblul ei, se resimt efectele negative cauzate de „criminalitatea informatică”, aceasta continuă să

se bazează pe sistemele computerizate în aproape toate domeniile vieții sociale: coordonarea serviciului medical sau al securității naționale, controlul traficului aerian, al trenurilor și metrourilor etc¹.

Expansiunea transnațională² a rețelelor de calculatoare³ și extinderea accesului la aceste rețele prin intermediul tehnologiei actuale (telefonie mobilă) au dus la creșterea vulnerabilității acestor sisteme și la crearea de numeroase posibilități pentru producerea de infracțiuni.

La nivel global, statele sunt preocupate de îmbunătățirea legislației în aceste domenii, care este în continuă schimbare, datorită dezvoltării tot mai accelerate a tehnologiei informatice, iar cooperarea internațională este pusă în fața unor provocări continue produse, determinate de creșterea criminalității informatice transnaționale. Totodată, statele au trecut la armonizarea propriilor legislații în vederea combaterii fenomenului criminalității cibernetice, însă rezultatele sunt nemulțumitoare și, în prezent, nu se poate vorbi de limitarea și, mai ales, de eradicarea acestuia.

Un prim studiu privind armonizarea legislației în domeniul combaterii infracțiunilor informatice a fost realizat de Organizația pentru Cooperare Economică și Dezvoltare (OECD). Astfel, OECD a publicat în anul 1983 un raport prin care a propus Comunității Internaționale, Uniunii Europene, adoptarea câtorva recomandări legislative esențiale, precum și o listă cu activități ilegale, care trebuie sancționate, dintre care enumerăm: fraudarea și falsificarea realizată prin calculator, alterarea programelor de calcul și a datelor, copyright-ul, interceptarea comunicațiilor sau a altor funcții a unui calculator, accesul și utilizarea neautorizată a unui calculator⁴.

¹ „Societatea informației” se referă la importanța rolului informației în societate, iar „societatea interconectată” se referă la logica interconectării existente în toate funcțiile societății.

² Se estimează că aceste conexiuni cresc cu 10% în fiecare lună (Anderson, 1999). Considerând implementarea și modernizarea sistemelor de telecomunicații în țările în curs de dezvoltare, această tendință va continua în viitorul apropiat.

³ Economia Internet suportă direct 3,088 milioane de angajați, mai mult decât industriile de asigurări sau imobiliare; comerțul Internet a generat peste \$127 miliarde în prima parte a anului 2000 (Internet Indicators, 2001).

⁴ Recomandarea R(85) 10 – Norme de aplicare a Convenției Europene de Asistență Mutuală în Materie Informațională, cu privire la interceptarea telecomunicațiilor; R(95) 13 – Aspecte de procedură penală în legătură cu Tehnologia Informației; Rezoluția 1 adoptată de miniștrii europeni ai justiției (1977) care recomandă Comitetului de

Urmare acestor acțiuni, Consiliul Europei a realizat un studiu de caz în vederea dezvoltării cadrului legal mai amplu, privind combaterea criminalității informatice. Comisia de experți în domeniul criminalității pe calculator a Consiliului a adoptat Recomandarea R(89)9 care reprezintă un ghid de acțiune pentru toate statele membre ale Uniunii Europene.

Organizația Națiunilor Unite a continuat să se implice în domeniul infraționalității cibernetice, publicând documente deosebit de importante, dintre care remarcăm: Raportul „Propuneri privind concertarea acțiunilor internaționale privind combaterea oricărei forme de activitate criminală” (1985); Rezoluția introdusă de reprezentantul Canadei privind combaterea criminalității pe calculator (1990); „Declarația Națiunilor Unite privind principiile de bază ale justiției aplicabile victimelor abuzului de putere și crimei” (1990); Raportul „Provocarea fără frontiere: Cybercrime – eforturi internaționale pentru combaterea crimei organizate, transnaționale” (2000) [3].

În România, Ministerul Comunicațiilor și Tehnologiei Informației a realizat un portal (www.efraude.ro) care dă posibilitatea oricărui utilizator să sesizeze autoritățile competente cu privire la o posibilă fraudă sau alte activități ilegale pe Internet.

Era monitorizării omului și omenirii a început, remarcă numeroși informaticieni. Globalizarea și Internetul, tehnologia spațială și diversele interese duc, implacabil, la o supraveghere electronică fără precedent a „tot ce mișcă” în lumea noastră [4].

Există grupuri de apărare a confidențialității, între care Electronic Frontier Foundation, care au avertizat în repetate rânduri că informațiile personale vor ajunge să fie folosite în mod abuziv și că, prin multiplicarea dispozitivelor conectate la Internet, posibilitățile de supraveghere a indivizilor se vor mări exponențial, fără ca utilizatorii să aibă dreptul de control sau de apărare în fața acestor metode intruzive.

Referințe:

1. VASIU, I. *Criminalitatea Informatică*. Nemira, 1998, p.27.
2. AMZA, T., AMZA, C.P. *Criminalitatea Informatică*. Lumina Lex, 2003, p.13.

Miniștri sprijinirea Comitetului European pentru Probleme Infraționale în combaterea criminalității informatice printr-o armonizare a prevederilor legale naționale în Materie.

3. NISTOREANU, Gh., PĂUN, C. *Criminologie*. Europa Nova, 1996, p.23
4. <http://www.pr-romania.ro/articole/pr-20/169-pr-20-i-consecinele-noilor-tehnologii-asupra-relaiilor-publice.html>

PARTICULARITĂȚI ALE PUBLICITĂȚII AMBIENTALE

Valentin DOROGAN

Publicitatea citadină a luat amploare odată cu dezvoltarea sectorului serviciilor din economie. Firește că publicitatea din diferite orașe este diferită, întrucât fiecare oraș are specificul său arhitectural, are un spirit al său, are legile sale, scrise și nescrise. „Orașul este în prezent un instrument material al vieții colective și un simbol al acelei concordanțe de țeluri și consimțăminte, care se naște în circumstanțe favorabile. Ca și graiul, acesta rămâne poate cea mai mare operă de artă a omului” [1, p.49]. Pentru sociologi, orașul este o așezare relativ întinsă, densă și permanentă, alcătuită din indivizi eterogeni din punct de vedere social. Pentru specialiștii în domeniul economiei, orașul este un spațiu economic în care se concentrează, pe o suprafață relativ mică, un anumit număr de activități și, deci, fluxuri de capital, de bunuri, de forță de muncă, servicii etc. Pentru semioticieni, orașul este o structură care generează semne, simboluri și conotații sociale. Din punctul de vedere al semioticii citadine, publicitatea implică utilizarea unui limbaj simplu care ce împletește cu o tehnică creativă de reprezentare, textul având în special valoare de identificare, atenția concentrându-se pe formă, culoare, amplasare. Încărcătura semiotică a orașului este folosită de specialiștii în publicitate pentru a conferi produselor anumite calități.

Dacă ar fi să estimăm importanța mediului citadin pentru publicitate, atunci observăm că acesta este unul vizibil, capabil să cuprindă audiențe maxime cu costuri și spații minime. Problema cea mai acută rezidă în faptul că eficiența acestui mijloc de promovare este greu de măsurat, de asemenea nu se pot emite mesaje complexe și apar dificultăți în ceea ce privește adaptarea stilului publicității la arhitectura clădirilor [2, p.154]. În ciuda acestui fapt, publicitatea exterioară este un element pregnant al orașelor moderne. „Publicitatea outdoor se face simțită în diferite modalități: de la panourile publicitare de diferite mărimi amplasate pe marginea drumului, pe clădiri, la panourile amplasate pe stadioane, arene sportive, la bannere aeriene și

luminoase amplasate fie aerian stradal, fie în diferite săli sau pe clădiri, pe chioșcuri, în gări și aeroporturi, în stațiile de autobuz, la autovehicule care conțin imaginea vizuală a unui mesaj publicitar” [3, p.182-183]. Într-adevăr, publicitatea în aer liber este un mijloc dominant care combină niveluri ridicate de acoperire și frecvență, o prezentare pitorească a produselor și un CPM scăzut, reușind în același timp să ajungă la un public aflat deja pe piață. Este una dintre ultimele posibilități de a ajunge la consumatori înainte ca aceștia să cumpere [4, p.437].

Fiecare oraș are un anumit stil, arhitectură, proiecție spațială, ale cărei legități sunt stabilite în funcție de gradul de respectare a tradiției în zonă. Ambient advertising este un tip de publicitate stradală care sfidează legile arhitecturii și se răspândește după principiul hazardului, ceea ce-i asigură succesul. Publicitatea de mediu, sau publicitatea ambientală, semnifică amplasarea de elemente promoționale în locuri unde ele, de obicei, nu pot fi întâlnite, ceea ce le conferă proprietatea de a atrage atenția și de a uimi. Publicitatea ambientală creează mesaje directe și/sau contextuale prin folosirea sau modificarea elementelor existente ale mediului de o manieră neașteptată și, drept urmare, surprinde publicul. Specialiștii sunt de părere că acest tip de publicitate este capabil să asigure transmiterea eficientă a mesajului, întrucât poate reda nu doar o informație, ci și o stare, o amintire, o reprezentare din memorie sau poate chiar amuza și distra orașenii. Publicitatea ambientală este genul de promovare care încearcă să folosească mediul înconjurător în avantajul mesajului pe care dorește să-l transmită. Elementele de decor ale mediului sunt special concepute ca să nu deranjeze, ci, dimpotrivă, să impresioneze, să creeze o atmosferă, o senzație de confort sau chiar să provoace un sentiment de admirație. De la simplele figuri alcătuite din flori în parcuri, ce exprimă denumirea sau logoul unei mărci, până la instalațiile nostime de pe pereții unor edificii – toate sugerează tendința publicității de a armoniza cu felul de a fi al orașelor.

Astfel, prin publicitatea ambientală înțelegem o publicitate prietenoasă mediului înconjurător, înțelegem un mod de promovare ce scoate în evidență valorile mediului, pe care, totodată, îl utilizează ca mijloc sau suport. În definitiv, trebuie să facem o legătură între oraș, arhitectura acestuia și progresul economic care poate fi stimulat cu

ajutorul publicității, contribuind la facilitarea liberei concurențe, precum și la edificarea identității mărcilor, dar și a orașelor.

Publicitatea ambientală poate fi amplasată pe bannere sau poate fi exclusiv de mediu. Ambient advertising-ul este plasat în special în orașe, pentru că are nevoie de a-și exercita impactul asupra unui număr cât mai mare de persoane. Publicitatea de mediu este eficientă și, de aceea, necesită un grad de cercetare și de creativitate mai mare. Creativitatea, de fapt, este elementul-cheie al tuturor tipurilor de publicitate, fie ea tradițională sau netradițională.

În Republica Moldova publicitatea ambientală a apărut de curând, dar a reușit deja să se diversifice. Aici întâlnim atât bannere cu aspect diferit, cât și instalații care transmit anumite stări, emoții sau îndemnuri. Companiile de telefonie mobilă *Orange* și *Moldcell*, bunăoară, au fost printre primele care au plasat sitylight-uri de publicitate ambientală în Chișinău. Ambele promovează produsul smartphone, în special prin bannere. Cofetăriile *Crem de la Crem* și *Panilino* își demonstrează iscusința prin instalații capabile să atragă atenția consumatorului, precum un corn cu ceai – în primul caz, și o mașină de epocă – în cel de-al doilea caz. Aceste instalații ocupă un spațiu considerabil, însă trecătorii nu exprimă nemulțumire, dimpotrivă, sunt tentați să viziteze localurile. Jurnal TV la fel a apelat la publicitatea ambientală pentru a spori numărul de telespectatori, plasând instalații cu logoul său în centrul capitalei și folosind anumite simboluri, cum ar fi: *o inimă unde tinerii căsătoriți prind lacăte* și *un cub de verdeață* în parc. Aceste instalații nu dăunează anturajului, ba mai mult – contribuie la formarea unor tradiții noi ale orașenilor. În acest mod ar trebui să fie concepute toate produsele publicitare, astfel încât acestea, în niciun caz, să nu denatureze anturajul citadin, ci, dimpotrivă, să-l îmbogățească cu elemente estetice care s-ar încadra armonios în mediu.

În concluzie, putem afirma cu certitudine că publicitatea ambientală, care reprezintă un instrument relativ nou de promovare, câștigă tot mai mult teren și la noi în Republica Moldova, mai ales în capitală, dar și în alte orașe, datorită faptului că este una creativă, atrăgătoare, memorabilă, mai de lungă durată, armonizează cu mediul urban și, nu în ultimul rând, îi ajută de multe ori pe orașeni să evite momentele de plictiseală.

Referințe:

1. ALPOPI, C. *Elemente de urbanism*. București: Ed. Universitară, 2008.

2. PETRE, D., NICOLA, M. *Introducere în Publicitate, comunicare.ro*. București, 2004.
3. BALABAN, C.D. *Publicitatea*. Iași: Polirom, 2009, p.182-183.
4. THOMAS, Russel, W. Roland Lane. *Manual de publicitate*. București: Teora, 2002.

GENUL ÎN CREAȚIA JURNALISTICĂ: DELIMITĂRI TEORETICE

Mihail GUZUN

Noțiunea de gen jurnalistic sau de gen gazetăresc nu s-a prea bucurat de atenția pe care o merită din partea autorilor de manuale în materie de jurnalism. Nu vom găsi articole în care ar fi tratat separat genul publicistic, nici în cunoscutul „Dicționar de media” [1], (Larouse), nici în „Dicționarul explicativ de jurnalism, relații publice și publicitate” [2], autor Cristian Florin Popescu. Iar definițiile termenului de gen, incluse în dicționarele explicative se referă în special la literatură, definiții care, evident, ne pot ajuta să înțelegem mai bine ce este genul jurnalistic, întrucât orice scriere jurnalistică, fiecare din genurile gazetărești, ca și cele literare, constituie, de fapt, **un act de creație**. În Dicționarul explicativ al limbii române (DEX), ediția a 2-a, revăzută [3], găsim următoarele definiții ale noțiunii de gen: „...Diviziune obținută prin clasificarea creațiilor artistice după formă, stil, temă. ...Fiecare dintre diviziunile fundamentale în care se împart operele literare și care cuprind creațiile asemănătoare prin modul de a reprezenta realitatea”.

În teoria literaturii „genul trebuie conceput ca o grupare de opere literare bazată, teoretic, atât pe forma externă (metrul sau structura socială), cât și pe forma internă (atitudinea, tonul, scopul în general, subiectul și publicul cărora ele se adresează)” [4, p.306], iar „genul literar reprezintă ...o sumă de procedee estetice aflate la dispoziția autorului și care sunt inteligibile pentru cititor. Scriitorul bun se conformează în parte genului așa cum există, și în parte îl lărgeste” [4, p.311].

În contextul celor expuse până acum, apreciem în mod deosebit eforturile întreprinse de grupul de autori ai volumului „Gen, text și discurs jurnalistic” [5], care și-au propus în primul rând „definirea conceptului de gen jurnalistic în cadrul unei teorii a genurilor de discurs” [5, p.10].

Generalizând mai multe interpretări ale noțiunii de gen jurnalistic, propunem și noi o definiție a categoriei de gen, care, în viziunea noastră, corelează cu exigențele moderne față de prestația mass-mediei: **Genul ziaristic este o grupare de scrieri publicistice care au trăsături comune în ceea ce privește tema, modalitatea de exprimare și de expunere (de relatare), de prelucrare a informației și a opiniilor despre ea, asemănătoare ca stil, ca formă și ca manieră de prezentare a mesajului/ conținutului/ faptelor și ideilor.**

Astfel, putem concluziona că genul de presă este o categorie de prezentare. Prin urmare, ca și în cazul genurilor literare, putem vorbi de o formă externă (corelația dintre conținut și formă) și de o formă internă (atitudinea, tonul, stilul narațiunii).

E logic să ne întrebăm: ce are o importanță mai mare – conținutul informației sau maniera, modalitatea, felul de prezentare a conținutului? Care este corelația dintre conținut și formă?

Este clar: conținutul determină forma. Aceasta nu înseamnă însă că forma are o pondere nesemnificativă.

„Sunt subiecte, remarca Tudor Teodorescu-Braniște, care nu pot fi tratate decât într-un roman de trei sute de pagini. Și sunt altele care nu pot fi expuse decât în trei acte de teatru... De ce? Pentru o mie de motive, a căror înșirare aici ar transforma această cronică într-o prelegere didactică! Ca exemplificare, am putea spune că o operație chirurgicală, într-un sanatoriu, poate fi un formidabil capitol de roman. Dar nu poate fi – în niciun caz – un act de teatru... Sunt, adică, momente care *pot fi rescrise* în cuvinte, pe o pagină de carte, dar *nu pot fi trăite în scenă*, de câțiva actori – oricât de buni ar fi ei.

Și tot astfel, sunt momente care impresionează când sunt redată pe scenă, de actori – dar nu produc nici un efect când sunt descrise în carte de autor” [6].

Este o observație care poate fi extinsă fără nicio rezervă și asupra produselor ziaristice.

Prin urmare, pentru a realiza o știre, un interviu, un reportaj, o corespondență etc., se impune nu numai necesitatea cunoașterii profunde a vieții, a realității ce ne înconjoară și a proceselor ce au loc, dar se mai cere și o abilitate de utilizare a anumitor mijloace și modalități de prezentare a informației, a textului, ce ar permite atingerea scopului pe care și l-a propus jurnalistul, dar și sursa de informare.

Genul gazetăresc este „unealta de lucru a jurnalistului”. Genul poate fi privit și ca o potențială posibilitate ce se deschide în fața fiecărui jurnalist pentru a-și atinge scopurile propuse. Un ziarist este și va fi pus, spre deosebire de reprezentanții altor profesii, în cu totul alte dimensiuni, în alți parametri ai competenței și ai performanței profesionale. De ce? Să ne gândim la rolul mass-mediei în societățile contemporane și atunci o să găsim răspunsul la această întrebare.

Iată de ce, atunci când ne referim la profesionalismul în jurnalism, termenul ca atare se află într-o dublă ipostază. El presupune o sumă de deprinderi tehnice, dar și un ansamblu de valori etice. Ne referim, așadar, la tehnicile specifice muncii de creație, dar și la exigențele morale ale jurnalistului, care nu pot fi excluse.

În consecință, putem califica genul de presă drept o expresie a personalității ziaristului, o modalitate de afirmare a acestuia în lumea pe care o trăiește, o „carte de vizită” a talentului său...

Fiecare gen jurnalistic se caracterizează prin: (I) conținutul propriu-zis, mesajul ca atare; (II) anumite însușiri structural-compoziționale și (III) particularitățile sale lingvo-stilistice. De fapt, aceste particularități pot fi considerate concomitent și criterii de clasificare a genurilor jurnalistice.

Este necesar să facem o remarcă esențială: în practica gazetărească nu există un hotar strict între genuri, de obicei ele au zone de interferență. În această ordine de idei, prezintă interes afirmația criticului literar și publicistului Vissarion G. Belinschii: „Arta, pe măsura apropierii sale de unul din propriile hotare, pierde treptat câte ceva din chintesența sa, absorbind din natura textului proxim, astfel că în locul unei linii de demarcare strictă apare o zonă, ce împacă ambele părți” [7].

Alegerea genului este o prioritate a jurnalistului, a autorului demersului publicistic. În anumite cazuri conducerea redacției îl poate mobiliza pe ziarist să scrie anume un reportaj, un interviu sau o relatare, de exemplu [1].

Să nu ignorăm și factorul subiectiv, ne referim la personalitatea jurnalistului, la experiența de viață acumulată, la competență, la ascuțimea spiritului de observație. Sunt semnificative în contextul celor spuse vorbele regizorului Alexandr Dovjenko: „Doi privesc în jos, unul vede băltoaca în care a nimerit, altul stelele, care se reflectă în ea” [8].

Opțiunea pentru un gen sau altul mai depinde și de tema abordată, de proporțiile problemei examinate, de esența, „greutatea” evenimentului relatat. De multe ori un eveniment important, „îmbrăcat” în hainele „modeste” ale știrii, poate genera o largă rezonanță în rândurile cititorilor... Și viceversa, după ce lecturezi un articol de proporții, un eseu, un reportaj bogat în mijloace artistice și publicistice alese, impresiile sunt recutate doar din zona regretului.

Genul poate fi examinat și ca instrument de constrângere, „îl pune” pe autorul textului publicistic să lucreze într-o anumită manieră. Bunăoară, obiectivul activității jurnalistului intervievator este viața omului în societate, este individul surprins în toate circumstanțele posibile și cu problemele ce-l preocupă. Într-un interviu, de exemplu, nu poate fi reliefată starea de lucruri din domeniul de cercetare în general, decât doar prin felul cum percepe această stare persoana interviuată (sau persoanele interviuate, dacă ar fi să ne referim la unul din tipurile interviului colectiv), persoană care, fiind provocată de întrebările care-i sunt puse, se deschide în fața publicului. Ziaristul, evident, se va conforma acestor imperative.

Actul de creație al ziaristului se finalizează cu realizarea unui text (mesaj), iar articolele alcătuite trebuie scrise. Astfel că ziaristul nu este „un oarecare care scrie la ziar”, dar este un individ pregătit, care cunoaște și stăpânește regulile de redactare gazetărească.

Articolele de ziar au drept scop comunicarea exactă și obiectivă, clară și convingătoare a unor informații obținute în urma documentării pe teren. Să nu uităm că textele publicistice nu sunt opere literare, prin urmare, trebuie să fie logice și obiective. Apoi, putem spune că la redactarea articolelor de ziar se utilizează *stilul propriu*, care urmărește doar o singură funcție – de informare exactă, operativă. Acest stil în jurnalistică mai este cunoscut sub denumirea de *stil publicistic*. Pe lângă faptul că autorul trebuie să dea dovadă de integritate și obiectivitate, el tinde să scrie convingător, să nu fie plat și plictisitor, să fie cât mai atractiv pentru cititor.

Referințe:

1. *Dictionnaire des Médias/* Sous la direction de F. BALLE. Paris: Larousse-Bordas, 1998. Dicționarul a apărut și în variantă română: *Dicționar de Media/* Coord. F. BALLE. București: Univers enciclopedic, 2005.
2. POPESCU, C. F. *Dicționar explicativ de jurnalism, relații publice și publicitate*. București: Tritonic, 2005.

3. *DEX – Dicționarul explicativ al limbii române/* Academia Română. Institutul de Lingvistică „Iorgu Iordan-Al. Rosetti”. Ed. a 2-a, rev. București: Univers Enciclopedic Gold, 2009.
4. WELLEK, R., WARREN, A. *Teoria literaturii*. București: Editura pentru literatură universală, 1967.
5. *Gen, text și discurs mediatic/* Coord. Ligia Stela Florea. București: Tritonic, 2011.
6. TEODORESCU-BRANIȘTE, T. *Între presă și literatură*. Vol.II. București: Minerva, 1989. 211 p.
7. BELINSCHII, V. *Izbrannîe socinenia v 3-h tomah*. Vol.3. Moscova: Gospolitizdat, 1948. 805 p.
8. Cu mai mult timp în urmă ziarul „Tinerimea Moldovei”, ulterior „Tineretul Moldovei”, care apărea de trei ori pe săptămână, găzduia în prima pagină de miercuri rubrica „Reportajul de miercuri”, iar în prima pagină de vineri rubrica „Interviul de vineri”, astfel că reporterii „Tinerimii...” aveau misiuni de la redacție de a pregăti pentru numărul de miercuri un reportaj, iar pentru numărul de vineri un interviu.
9. DOVJENKO, A.P. *Sobranie socinenii*. Vol.2. Moscova, 1967. 549 p.

EVENIMENTUL SPECIAL CA TEHNICĂ DE PROMOVARE A IMAGINII PARTIDELOR POLITICE – CONCEPTE TEORETICE

Natalia CODREAN

În perioada actuală se constată o tendință de scădere a eficienței publicității. Supus unei presiuni publicitare din ce în ce mai puternice, individul nu mai poate recepționa, înțelege și reține cu ușurință mesajul pe care instituția îl transmite. El devine indiferent în fața anunțurilor publicitare, identificându-le numai pe acelea care, într-un fel sau altul, reușesc să-i atragă atenția. În plus, repetarea mesajului nu garantează corecta sa înțelegere. În asemenea condiții, comunicarea prin evenimentele speciale poate fi colacul de salvare, care să ajute ca mesajul să iasă la suprafață din mulțimea de anunțuri care împânzesc presa, radioul, televiziunea, spațiile de afișaj, asaltând zilnic consumatorul. Transmițând mesajul prin intermediul unui eveniment, acesta este mai rapid recepționat și înțeles, fixându-se totodată mult mai bine în mintea destinatarului.

Orice organizație, indiferent de obiectul său de activitate, trebuie să comunice cu un public diferențiat. Oamenii sunt cei ale căror vieți și

atitudini sunt influențate de modul în care acționează organizațiile. Însă doar simpla acțiune a organizațiilor nu este suficientă pentru a produce influențe asupra publicului vizat. Mai este necesar ca acest public să perceapă acțiunile instituțiilor. În acest scop, organizațiile trebuie să comunice permanent și eficace cu publicul lor. Prin urmare, evenimentul special este un instrument necesar în stabilirea relațiilor cu publicul.

Dacă vorbim despre piața din Republica Moldova, este important să facem distincția dintre evenimentele obișnuite, ne semnificative și evenimente speciale (special events). Ultimul concept este nou și destul de vag în industria de evenimente din țara noastră, chiar dacă nu este deloc lipsit de importanță. Tocmai din acest motiv merită toată atenția privind cercetarea acestui subiect.

Evenimentele speciale, privite ca entitate distinctă, reprezintă un fenomen nou pentru Republica Moldova. Fundamentarea teoretică se regăsește sporadic în lucrările de specialitate, de cele mai multe ori fiind dedusă din „paginile” care se referă la tehnicile de promovare a imaginii.

Astăzi, mai mult ca oricând, vorbim de evenimente ca despre un fenomen aflat în plină dezvoltare, fiind punctul central al vieții noastre sociale, parte importantă, dacă nu chiar esențială, a strategiilor de marketing, de promovare a imaginii publice a companiilor comerciale, sociale sau a instituțiilor publice. Din această listă nu lipsesc nici instituțiile politice, care în ultimii ani tot mai des apelează la această tehnică.

Preocupate în permanență de găsirea unor mijloace originale și eficiente care să le permită să se exprime și să comunice cât mai bine cu publicul, numeroase organizații recurg, tot mai frecvent în ultimul timp, la tehnicile de comunicare prin evenimentele speciale. „Evenimentul special este un complex de organizare a activităților menite să promoveze brandul sau produsul cu ajutorul evenimentelor frapante și memorabile. Contactul emoțional cu publicul, care este stabilit în timpul evenimentului, oferă oportunitate de a influența publicul țintă direct și eficient” [1].

În cartea „Managementul Marketingului” de Philip Kotler evenimentele speciale din perspectiva marketingului sunt instrumente de promovare, fiind definite ca manifestări speciale „firmele pot atrage atenția asupra noilor lor produse sau altor activități pe care le execută,

organizând manifestări speciale” [2]. Dintre acestea Kotler le evidențiază pe următoarele: „conferințele, excursiile de studiu, expozițiile, concursurile și competițiile, aniversările, precum și sponsorizările de evenimente sportive și culturale, toate acestea fiind menite să înlesnească contactarea publicului vizat” [2]. Totodată Kotler evidențiază faptul că „evenimentele speciale sunt caracterizate de formula FINT: format, intrigă, nume și temă. Elementele care conșcară un eveniment ca fiind special sunt: motivația informațională, „spectacolul” în jurul evenimentului, elementul de cooptare și faptul că evenimentul nu se consumă într-o zi” [2].

Eficacitatea evenimentelor speciale, mai ales în contextul politic, este explicată prin faptul că participanții se simt vizati personal și implicați în eveniment, în timp ce organizatorii au posibilitatea de a observa impactul mesajului promoțional asupra acestora. Organizând o manifestare interesantă, atractivă pentru categoria de public vizată, recepționarea rapidă și corectă a mesajului este garantată.

Pentru un partid politic, posibilitățile de a crea evenimente sunt practic nelimitate. Important este să știe când și cum să utilizeze această tehnică. De aceea, fiecare instituție trebuie să aibă în vedere câteva aspecte care, în opinia specialiștilor, sunt esențiale:

1. Trebuie să existe o concordanță între eveniment și mesajul care se dorește a fi transmis.

2. Eficiența evenimentului este condiționată de calitatea sa. Pentru a corespunde din punct de vedere calitativ, un eveniment trebuie, printre altele, să fie original și să prezinte interes pentru categoria de public vizată.

3. Costul operațiunii nu trebuie să depășească posibilitățile financiare ale companiei.

4. Ținând seama de toate celelalte operațiuni prevăzute în planul comunicațional al organizației, este necesară o corectă distribuire în timp a evenimentelor create. Pentru aceasta, se va avea în vedere starea de receptivitate a publicului vizat, întrucât se urmărește, pe de o parte, menținerea în permanență a interesului publicului, iar pe de altă parte, evitarea atingerii unui prag de saturare.

În concluzie putem menționa faptul că odată cu dezvoltarea domeniului mediatic și a celui publicitar, toate instituțiile, dar mai cu seamă cele politice trebuie să găsească metode tot mai inovative și mai directe de a-și promova mesajul. Iar când spunem „mai cu

seamă”, avem în vedere specificul domeniului politic, care este mai puțin agreat de marea parte a populației, dar care este un domeniu ce influențează direct viața fiecăruia. Astfel, actualmente, evenimentul special ar fi o metodă mai nouă și mai eficientă de promovare, atâta timp cât partidele politice din Republica Moldova îl utilizează mai rar și publicul încă nu este suprasaturat.

Referințe:

1. KOTLER, Ph. *Managementul Marketingului*. Teora, 1997. 1112 p.
2. MOISE, Z. *Târgurile, expozițiile și convențiile, ca instrument de marketing*. București, 2002. 567p.

NOUA ERĂ A JURNALISMULUI DE INVESTIGAȚIE

Petru BOGATU

De la un timp încoace mass-media internațională revarsă asupra mapamondului o avalanșă de dezvăluiri răsunătoare a căror țintă sunt prim-miniștri, președinți, deputați și senatori, familii regale, conducători ai unor influente organizații de talie planetară, vedete sportive etc. Asistăm la o lovitură fără precedent aplicată de jurnalismul de investigație pe plan global unor persoane sau instituții ce păreau infailibile încă adineaori.

Piramida Big Brother s-a răsturnat

Începând cu a doua duminică a lunii aprilie 2016, întreaga lume a fost bulversată de explozia unei bombe mediatice ieșite din comun. Scurgeri masive de documente aparținând firmei panameze Mossack Fonseca, verificate de jurnaliști din întreaga lume, au expus secretele financiare ale unor lideri mondiali, capete încoronate, corporații internaționale, membri marcanți ai crimei organizate și afaceriști controversați.

S-au dat în vileag o mulțime de abuzuri, fraude și acte de corupție care îi inculpă pe președintele rus Vladimir Putin, liderul comunist chinez Xi Jinping, familia premierului britanic David Cameron, premierul Islandei Sigmundur Gunnlaugsson, înlăturat deja de la putere în urma scandalului izbucnit, celebrul fotbalist Leo Messi și mulți alții. Se creează impresia că nicio persoană, oricât de puternică ar fi, nu se poate sustrage supravegherii publice.

Investigația globală, supranumită „Panama Papers”, a provocat un adevărat tsunami social în lume. S-au adus probe indubitabile că

firmele offshore le permit politicianilor, oamenilor de afaceri, vedetelor sportului și câteodată unor întregi regimuri dictatoriale să ascundă sume amețitoare.

Chiar dacă în urma dezvăluirilor făcute puțini dintre cei vizați au avut de suferit, impactul lor latent este uriaș, întrucât pentru prima oară în istoria omenirii piramida Big Brother s-a inversat. A devenit evident faptul că Fratele cel Mare nu numai că și-a pierdut monopolul de a ține sub control „frații mai mici”, ci și a ajuns el însuși în situația de a fi urmărit și chiar vânat. Astăzi, oricât s-ar ascunde de ochii lumii, riscă mai mult chiar decât oamenii simpli să compară în toată goliciunea sa în fața publicului.

În treacăt fie spus, Panama Papers nu poate fi nicidecum confundată cu fenomenul Wikileaks. Deși în ambele situații avem de a face cu o imensă scurgere de informații compromițătoare la adresa celor mai influente persoane de pe glob, similitudinile se termină aici. În cel dintâi caz e vorba de o anchetă jurnalistică, în cel de-al doilea caz – de o ordinară deconspirare a unor informații brute.

Aproape 12 milioane de documente (facturi, contracte de credit, scrisori, e-mailuri, certificate, fotografii), în total aproximativ 2,6 TB de date, fuseseră expediate în 2015 de către un informator anonim (*whistleblower*) publicației germane *Süddeutsche Zeitung*, care ulterior le-a transmis organizației internaționale de jurnalism de investigație ICIJ (fondat de către *Center for Public Integrity*, CPI). Aceasta din urmă, la rândul-i, le-a pus la dispoziția filialelor sale de pe diferite meridiane ale globului, dar și unor prestigioase instituții media cu răsunset mondial.

Astfel, 109 instituții media din 80 de state au fost antrenate în investigarea infracțiunilor de ocultare a unor averi uriașe în paradisurile fiscale. Fiecare echipă a acționat de sine stătător, publicând pe propria ei răspundere anchete distincte. Acestea demască afacerile ilicite a 128 de înalți demnitari, în speță, actuali și foști șefi de guverne și de state, implicați în spălare de bani, evaziune fiscală și acte de corupție.

Puterea a șasea a planetei

Se discută la ora actuală despre modul în care mass-media a intrat în posesia informațiilor care au condus la izbucnirea scandalului „Panama Papers”. Se fac speculații pe tema unei prezumtive antrenări a serviciilor secrete care, se spune, ar fi facilitat scurgerea de date confidențiale către mass-media. Se analizează posibilele efecte ale

acestui caz ieșit din comun. Se teoretizează în legătură cu rolul nou al presei în lume.

Se vehiculează ideea că, în condițiile erei digitale, după cum arată publicațiile *La Repubblica* și *L'Espresso*, mass-media devine puterea a șasea a planetei. Se sugerează astfel că, după cei cinci membri permanenți ai Consiliului de Securitate ONU (SUA, Marea Britanie, Franța, Rusia și China), presa este cea de-a șasea forță a mapamondului.

Ca alegorie, sună frumos și chiar convingător. Ultimele dezvoltări într-adevăr par să demonstreze că nimeni, indiferent de puterea politică, economică sau financiară de care dispune, nu se poate sustrage supravegherii populare. Că până și dictatorii din cele mai izolate și antidemocratice state sunt vulnerabili.

Acest fapt conturează o situație inedită pe glob, un nou *modus vivendi* care intervine magistral în disputa dintre societățile deschise și cele autoritariste. Dintre filosofia libertății și filosofia supunerii. Dintre democrație și autoritarism.

Epoca noilor tehnologii informaționale demonstrează capacitatea fulminantă a presei de a penetra frontierele care până mai ieri păreau imposibil de spart, de a face breșe în redutele cele mai betonate ale unor fortărețe politice sau economice ce păreau de netrecut.

Totuși, în umbra scandalului Panama Papers și a performanței excepționale dovedite de mass-media se ascunde un fenomen nou, complex și nemaîntâlnit. În absența acestuia, ultimele anchete care zguduie în prezent lumea ar fi fost de neconceput.

Este vorba de o revigorare uimitoare a jurnalismului de investigație care a renăscut din propria cenușă precum pasărea Phoenix. Încă nu demult acesta părea pe ducă. Unii jurnaliști și cercetători proceau chiar sfârșitul iminent al acestui tip de presă. Vocile scepticilor care îi preziceau moartea s-au înmulțit mai cu seamă în ultimul timp, odată cu agravarea problemelor presei tipărite, care a început să capoteze în fața televiziunilor și internetului.

Jurnalismul de investigație, fiind o ocupație complexă, riscantă și extrem de costisitoare, de bună seamă în ultimul timp a bătat în retragere. Ziarele tot mai slăbite nu mai puteau să-și permită luxul unor anchete dificile cu un deznodământ imprezizibil. Acestea erau neglijate și de televiziunile care se văd silite să pună mai mult accentul pe spectacol și divertisment.

Nu este de mirare că, în această situație, presa de investigație în ultimul deceniu a început să se sufoce cumplit și să cedeze teren. Părea că cei care îi anunțau decesul au dreptate. Din fericire, prognozele lor nu s-au confirmat.

Calea asocierii internaționale

După cum adesea se întâmplă în această lume, când specia, sub presiunea unor noi condiții nefavorabile, se repliază pentru a se adapta la noua situație, și jurnalismul de investigație, pomenindu-se la ananghie, și-a luat o pauză pentru a-și trage sufletul.

Calea aleasă pentru a supraviețui și a se revigora a fost cooperarea, asocierea și internaționalizarea. Treptat, mai mult dintr-un instinct al autoconservării decât dintr-un calcul rațional, s-au înființat un fel de cooperative ale presei investigative pe plan național și cel mondial.

Tonul l-a dat mass-media din SUA, unde în 1989 jurnalistul Charles Lewis, un fost producător al canalului de televiziune CBS, a fondat Center for Public Integrity (*CPI*), o organizație nonprofit de jurnalism investigativ. Bazându-se inițial pe sprijinul unor jurnaliști și redacții din Statele Unite, aceasta ulterior s-a extins peste hotarele țării, fondând mai multe comunități independente ale presei de investigație, impulsionând astfel procesul de solidarizare și asistență reciprocă a jurnaliștilor de investigație.

În aceste împrejurări, organizații nonguvernamentale ale presei investigative au apărut în Europa, dar și în alte zone ale lumii. Republica Moldova n-a fost ocolită de acest proces. În 2003, a fost constituit grupul de presă numit Centrul de Investigații Journalistice. Și acesta a fost doar începutul unui lung proces de reînnoire care a permis astăzi presei de investigație să compare într-o ipostază nouă.

ART JURNALISMUL ONLINE CA O NOUĂ PARADIGMĂ

Laura TUGAREV

Noua evoluție tehnologico-informațională a făcut ca mass-media să ocupe un loc de frunte în existența umană. E-cultură, e-guvernare, e-sănătate – această trecere în spațiul virtual a atras și media, de la jurnalismul tradițional, la cel online, „Internetul a revoluționat viața persoanelor și a lansat o cursă nouă jurnalismului tradițional” [1, p.12].

Astăzi, art jurnalismul se re pozi ționează pe piața media din Republica Moldova, astfel, acest domeniu nu mai este unul de nișă, pe de o parte, datorită unei agende culturale vaste care este mediatizată pe site-urile de profil și zilnic este pusă la dispoziția publicului specializat, precum și celui generalist, pe de altă parte, grație abordării diversificate a speciilor de alternativă (nota culturală, recenzia, critica literară, critica teatrală).

Art jurnalismul are scop nobil de a aduce publicului larg informații cu tentă culturală, creionate în complexitatea și profunzimea procesului creativ. Noile mijloace de comunicare devin instrumente culturale cu o forță solidă în orientarea și schițarea percepțiilor, atitudinilor, în formarea imaginilor despre lume, societate, și în difuzarea unor modele de comportament sociocultural, în acest sens, Dumitru Coval, care a studiat în amănunte presa culturală românească, a remarcat că „Presa culturală își asumă funcția dificilă de educator estetic al cititorului său” [2, p.81].

Potrivit literaturii de specialitate, jurnalismul cultural „reprezintă o zonă eterogenă a mass-mediei, a genurilor și a produselor care înglobează producerea, circulația și consumul bunurilor simbolice în domeniul artelor, literaturii, științelor socioumane, în diferite scopuri: creativ, critic sau pur și simplu de a le face publice” [3, p.23]. Art jurnalismul studiază, dinamizează și mediatizează arena artistică și cea culturală, influențează formarea publicului (cultură generală, gust estetic) și oferă algoritmul de interpretare a culturii într-un anumit spațiu și timp. Aici pot fi încadrate ziarele generaliste cu rubrici de cultură și divertisment, revistele literare, suplimentul săptămânal al unui cotidian, reviste specializate (artă, muzică, cinema etc.), care, mai nou, au și varianta online, ceea ce permite unui public larg să acceseze și să consume produsul mediatic cultural.

Jurnalismul online este perceput diferit, dar, datorită rapidității și inovației, a fost ușor acceptat de către societate. Mike Ward afirmă în cartea sa că „Jurnalismul online ca niciun alt mediu nu permite consumatorilor receptarea informației în mod activ. Mediul comunicării este într-o permanentă evoluție. Dacă până acum știrile erau făcute pentru un public pasiv, de acum înainte audiența decide cum și cât din ceea ce oferă jurnaliștii se poate consuma. Televiziunile și ziarele informează pe un spațiu restrâns, unele la scară națională.

Dar știrile online pot servi arii largi de consum, din moment ce nu există nicio formă de restrângere” [4, p.32].

Etimologia cuvântului paradigmă provine de la lat. *paradigma* [5], care ar însemna model, pildă, învățătură, așadar, putem deduce că Art Jurnalismul online, ca nouă paradigmă, este un specimen de a reda evenimentele, procesele culturale sub toate formele și expresiile caracteristice jurnalismului cultural, convertite în format virtual, acest produs mediatic devine accesibil tuturor. Astfel, art jurnalismul online devine un spațiu public, o platformă care servește ca instrument de distribuire a producției intelectuale, a evenimentelor literare (lansarea noii ediții a romanului „Tema pentru acasă” de Nicolae Dabija, 10 mai 2016), a evenimentelor cultural-artistice (Spectacolul de divertisment „Cu drag de florar”, 18 mai 2016) etc. Formele art jurnalismului online vin din presa tipărită, prin urmare, site-urile, blog-urile abordează la fel și specii clasice, și cele de alternativă, textele cu specificitate literară, eseurile analitice, notele culturale punctează o zonă conflictuală, în care nu se poate distinge datoria jurnalistului și cea a specialistului, pentru că jurnalistul din domeniul culturii scrie pentru un public generalist, dar și pentru unul specializat, jurnalistul trebuie să fie și intelectualul, și filosoful care se regăsește fie în publicațiile culturale, fie în paginile dedicate arealului cultural.

Cultura europeană însumează o gamă vastă, o paletă de multiculturalism, iar dacă ne dorim ca cultura națională să se facă vizibilă în acest tablou, e nevoie ca art jurnalismul, prin forme noi de comunicare, să favorizeze acest dialog intercultural, deoarece scopul primordial atât al jurnalismului social, economic, politic, cât și al celui cultural rămâne cel de-a informa publicul, cetățeanul, consumatorul de informație asupra fenomenelor care se petrec în arena publică.

Art jurnalismul online deseori se orientează spre cultura de masă pentru dobândirea profitului, dar și pentru atragerea publicului, astfel, presa caută materiale de senzație, întrucât senzaționalul într-un amestec de literatură și jurnalism provoacă salturi vizibile în audiența unui portal de știri, site tematic, blog. În concluzie, presa culturală online poate fi concepută în două direcții:

- a) culturalizare, educare;
- b) aculturație, cultură de masă, senzaționalism.

Atunci când vorbim despre cultura de masă, senzaționalism, această alunecare în divertisment trebuie să fie urmată de un set de „norme”

în utilizarea internetului și a spațiului virtual, de asemenea, jurnalistul trebuie să țină cont de codul deontologic. Libertatea și superficialitatea oferită de mediul online sunt adesea probleme care ajung să cauzeze încălcări sau sancționări ale eticii profesionale. „Misiunea jurnalismului este să pună în circuit o informare exactă și utilă, iar misiunea divertismentului – o distracție plăcută și interesantă. Divertismentul mediatic deloc nu poate fi neglijat, însă este inadmisibil ca acesta să substituie sau să vulgarizeze informația veritabilă” [6, p.181].

Art Jurnalismul capătă tot mai mult teren în presa online, în blog-uri care promovează tot mai intensiv cultura, prin site-uri care prezintă la ordinea zilei agenda culturală și, nu în ultimul rând, paginile rețelelor de socializare, acest lucru se întâmplă din considerentul că individul de astăzi este inundat într-o avalanșă informațională imensă, iar internetul ocupă un loc de seamă în itinerarul existențial.

Concluzionăm astfel că jurnalismul, cu precădere cel cultural, trebuie să își reasume o responsabilitate educativă. Noua etică a jurnalismului cultural online trebuie să aibă ca bază acele cerințe stilistice care ar propulsa calitate, adevăr, pentru că nu spectacolul de presă este cel care trebuie promovat, ci adevărul și informația utilă, alături de permanentul scop educațional.

Referințe:

1. GORMAN, L., MCLEAN, D. *Media e società nel mondo contemporaneo. Una introduzione storica*. Bologna, 2005.
2. COVAL, D. *Ecouri dintr-un secol. Pagini din periodica moldovenească a secolului XIX*. Chișinău: Universitas, 1991.
3. RADU, Ilie. *Jurnalism cultural în actualitate*. Cluj-Napoca: Tribuna, 2005.
4. WARD, M. *Journalism On-line*. București: Focal Press, 2002.
5. *Dicționarul explicativ al limbii române*. [Accesat 19.05.2016]. Disponibil: <https://dexonline.ro/definitie/paradigm%C4%83>
6. STEPANOV, G. *Introducere în studiul jurnalismului*. Chișinău: CEP USM, 2010.

POLITICA EDITORIALĂ A PUBLICAȚIILOR PERIODICE LOCALE

Mariana TOACĂ

Politica editorială este coerența unor reguli, valori, viziuni după care se ghidează o redacție pe parcursul întregii activități. Potrivit lui Cristian Florin Popescu, politica editorială este o strategie care

decurge din scara de valori profesionale, morale, culturale, politice, asumate de corpul redacțional. Aceeași sursă mai scrie că o adevărată politică editorială, indiferent că e vorba de presă scrisă, radio sau televiziune, nu poate exista în afara independenței financiare a instituției de presă în raport cu guvernul, precum și cu grupurile de interese, or, anume pe baza acestui tip de independență se articulează seturile de norme profesionale și etice [1].

Dacă e să vorbim despre presa locală, atunci putem spune că, la fel ca și cea națională, ea îmbracă diferite forme de editare și poate fi editată de instituții sau companii de stat sau private, de partide sau alte organisme publice sau private, mai ales de cele cu impact local sau regional. Dar, spre deosebire de presa națională, impactul presei locale asupra publicului-țintă este mult mai mare, la fel precum și efectele acesteia, care sunt, de cele mai multe ori, directe, puternice, de lungă durată. Acest lucru se datorează, pe de o parte, apropierii spațiale care oferă posibilitatea jurnaliștilor locali să cunoască în detalii problemele cu care se confruntă cititorii lor, iar, pe de altă parte, diapazonului tematic care este axat pe interesele, necesitățile și așteptările consumatorului de produse mediatic. Publicul presei locale se află în proximitatea spațială a redacției, astfel redacția fiind constrânsă într-o anumită măsură să adopte o politică editorială pe placul consumatorului fidel. Totodată, jurnaliștii din presa locală, care valorifică în plan mediatic un anumit teritoriu, de obicei locuiesc pe acel teritoriu și sunt parte componentă a acelui mediu. Ei trăiesc aceleași evenimente, se confruntă cu aceleași probleme, fapt care facilitează modalitatea de abordare a realității sociale. Grație acestor particularități, presa locală adesea este preferată în locul celei naționale, dovadă a faptului fiind tirajele unor publicații periodice locale care depășesc cu mult pe cele ale publicațiilor periodice naționale și care continuă să fie în permanentă creștere. În acest context, studierea și monitorizarea evoluției presei locale este o obligațiune atât a instituțiilor de profil, cât și a cercetătorilor din domeniu.

Potrivit rezultatelor unui sondaj realizat de către Asociația Presei Independente, lumea de la țară preferă presa locală, în detrimentul ziarelor naționale. Sondajul realizat de către operatorii locali „relevă faptul că locuitorii din satele raionului Ungheni nu prea sunt interesați de presa națională. Doar opt la sută din respondenți dau preferință

ziarelor naționale. În schimb, presa locală se află în topul preferințelor a 37 la sută. Ceva mai mult de 30 la sută din respondenți susțin că preferă să citească atât presă locală, cât și cea națională, deși, consideră unii dintre ei, mult mai liberă e presa locală. La Ungheni, ziarul *Unghiul*, singura publicație periodică ce a reușit să se mențină de-a lungul anilor, are, la ora actuală, peste 10 000 de abonați” [3]. În timp, el și-a extins arealul de acoperire mediatică, actualmente fiind distribuit pe teritoriul a trei raioane: Ungheni, Călărași și Nisporeni.

Explicația e simplă: ziarul *Unghiul* a devenit o necesitate pentru oamenii din această regiune tocmai pentru că își proiectează politica sa editorială în funcție de necesitățile informaționale și nevoile sociale ale cititorilor săi. Potrivit aceluiași sondaj, unghenienii ar vrea să citească în presa națională mai multe știri din teritoriu: despre activitatea primăriilor, despre viața oamenilor simpli de la țară. Pe ei îi interesează subiectele cu tematică agricolă, problemele sociale, economice, cronică criminală și apoi cele politice.

Aceeași situație se atestă și în raionul Soroca. Publicația periodică *Observatorul de Nord*, grație caracterului său oarecum personalizat, a ajuns să înregistreze un tiraj de peste 7 000 de exemplare. Mai mult, deși a fost conceput ca un săptămânal raional, astăzi el a ajuns să fie distribuit pe teritoriul a trei raioane: Soroca, Telenești și Drochia. Succesul *Observatorului de Nord* se datorează faptului că problematica acestuia se axează prioritar pe domeniul social. Printre direcțiile prioritare de reflectare mediatică se numără:

- problemele sociale;
- deciziile administrative;
- integrarea europeană și impactul ei asupra regiunii;
- cultura;
- sportul;
- istoriile de succes și practicile sociale pozitive;
- spațiul rural: istorie, tradiții, locuri pitorești.

Cele mai solicitate rubrici stabile în *Observatorul de Nord* sunt:

- Tableta de vineri;
- Între Nistru și Prut;
- Turnul Babel;
- Cultură;
- În urma evenimentului;

- Oameni și destine;
- Educație;
- Interviu nostru.

Grație politicilor editoriale optimale și responsabile, mai multe ziare locale și-au găsit publicul lor și printre cititorii din alte zone (raioane) decât cele în care erau difuzate inițial. În această categorie se includ mai multe publicații periodice, cele mai influente fiind ziarul rezinean *Cuvântul* – distribuit și citit în raioanele: Rezina, Orhei, Șoldănești, Telenești și în orașul Râbnița; precum și ziarul *Cuvântul Liber* din Leova – difuzat și citit în raioanele: Leova, Hâncești, Cahul, Cantemir, Cimișlia.

Pe parcursul anilor de activitate, ziarele locale au trecut prin diferite remanieri de ordin administrativ-teritorial. În anii '90 ai secolului trecut, de exemplu, ele au fost reînregistrate. Prin urmare, s-a schimbat și politica statutară a acestora, începând cu conceptul (autodefinirea) publicației la nivel de denumire, cromatică, volum, format, frecvență, tiraj, chiar și aria de distribuire.

Evident, apartenența la editor a publicațiilor periodice determină obiectivele și scopurile acestora. Astfel, politica editorială a unei publicații periodice private va fi diferită de cea a ziarelor finanțate de stat. O discrepanță mare se atestă între politica editorială a publicațiilor locale private și cele finanțate din bani publici. De exemplu, ziarele locale din Republica Moldova fondate de consiliile raionale/municipale sunt influențate politic, fapt ce se atestă atât în mesajul jurnalistic, cât și în informația publicitară.

Cercetătoarea G.Stepanov susține că jurnalismul „are efecte simțitoare atunci când instituțiile mass-mediei sunt mult mai constructiv implicate în mediul în care activează și când își construiesc agenda mediatică în funcție de necesitățile, valorile și principiile de dezvoltare a acestuia. Expunerea imparțială și echidistantă a situațiilor, evenimentelor, fenomenelor sau problemelor care au semnificație și valoare socială reală validează abilitatea jurnaliștilor de a monitoriza viața publică a comunității. Siguranța publică urmează să fie abordată mediatic astfel încât să provoace oamenii la acțiuni de căutare a soluțiilor optimale și de implementare în comun a acestora” [2, p.34]. Este tocmai ceea ce face presa locală care, actualmente, grație politicii sale editoriale concepute de o manieră social-responsabilă, înregistrează evoluții cantitative și calitative vizibile.

Referințe:

1. POPESCU, C.F. *Dicționar explicativ de jurnalism, relații publice și publicitate*. București: Tritonic, 2002.
2. STEPANOV, G. *Jurnalismul social: aspecte definitorii*. Chișinău: CEP USM, 2015.
3. *Impactul crizei economice asupra presei locale din Republica Moldova*. Disponibil: <http://www.api.md/upload/files/impact.pdf>, [Accesat 12.05.2016].

FENOMENUL MIGRAȚIEI ÎN PRESA OCCIDENTALĂ: ABORDĂRI TEORETICO-METODOLOGICE

Mariana TACU

Fenomenul migrației reprezintă un aspect intrinsec al evoluției umane. Pentru a înțelege complexitatea proceselor migratorii la care asistăm în prezent, este necesar să percepem și să interpretăm într-un mod cât mai echilibrat schimbările la nivel politic, economic și social ce au loc în diverse zone ale lumii. Procesele migratorii, reflectate intens de mass-media occidentală, vor rămâne o caracteristică distinctivă a timpului nostru, marcată de:

✓ *căutarea de noi oportunități* (de către cetățenii țărilor în care sistemul politic și cel economic este inefficient);

✓ *drepturi la o viață mai bună* (de către cetățenii ale căror țări nu beneficiază de un pachet de asigurări ce le-ar oferi stabilitate în limitele unui cadru legislativ);

✓ *pace, securitate și speranțe* (de către cetățenii statelor unde au loc conflicte armate).

Comisarul Uniunii Europene pentru Imigrări Dimitris Avramopoulos susține că în prezent Europa se confruntă cu cea mai mare criză a refugiaților de după cel de-al Doilea Război Mondial, astfel, transformându-se în primă linie a unei situații de urgență la nivel internațional.

Potrivit Organizației Internaționale pentru Migrație (OIM), acest fenomen nu va putea fi stopat înainte de 2050, când populația mondială va atinge de la nouă până la zece miliarde de oameni. În acest sens, Europa, epicentrul „cutremurului” proceselor migratorii din vara anului 2015, se va confrunța cu o serie de schimbări și ajustări la nivel legislativ. Elaborarea unor strategii, atât generale, cât

și particulare, de abordare a scenariilor geopolitice este absolut necesară în procesul de fluidizare a fluxurilor migrației [4].

Migrația ilegală a crescut, în ultimii 25 de ani, cu 50%. În prezent, numărul migranților la nivel mondial reprezintă 3,2% din totalul populației, respectiv aproape 250 milioane de persoane [6]. Liderii statelor membre ale Uniunii *Europene*, Angela Merkel, Matteo Renzi, François Holland, susțin că este o datorie profund umană de a găsi un răspuns colectiv la această problemă, determinată de un fenomen ajuns la o anvergură ce impune soluții la nivel mondial.

OIM consideră *migrația* drept o mișcare a unei persoane sau a unui grup de persoane, fie peste o frontieră internațională, fie în interiorul unui stat. În această categorie sunt incluse: migrația refugiaților, migrația economică, precum și migrația persoanelor care se deplasează pentru alte scopuri sau sub influența altor factori, cum ar fi reîntregirea familiei [3].

În prezent, migrația refugiaților este subiectul de pe prima pagină a nenumărate publicații periodice din occident („La Repubblica” – Italia; „Le Figaro” – Franța; „El Correo” – Spania; „Athinaipoli” – Grecia; „Deutsche Welle” – Germania; „The Times” – Marea Britanie) și problema care a stârnit cele mai controversate reacții ale analiștilor politici europeni.



În acest sens, un exemplu elocvent este imaginea publicată de majoritatea ziarelor și difuzată de nenumărate posturi TV (din Statele Unite până în Europa, Australia și China), care a zguduit întreaga lume și care reprezintă copilul sirian înecat, aruncat de valuri pe o plajă din Turcia.

Sursa: <http://www.strettoweb.com/2015/09/immigrazione>

Organizația Națiunilor Unite (ONU) definește *migrantul* ca fiind o persoană care a domiciliat într-o țară străină pe o perioadă de mai mult de un an, indiferent de cauzele care au stat la baza schimbării domiciliului și de mijloacele folosite pentru a migra.

În funcție de anumite criterii, se disting următoarele *tipuri de migrație*:

✓ *după aspectul teritorial* – migrație internă, atunci când deplasarea se face în interiorul granițelor, sau migrație internațională, care presupune trecerea frontierei;

✓ *după factorul de timp* – migrație permanentă sau migrație temporară;

✓ *după motivație* – migrație voluntară, pentru muncă sau din motive economice, sau migrație forțată de calamități naturale, de persecuții politice, religioase sau de războaie;

✓ *după mijloacele folosite* – migrație reglementată sau ilegală [1, p.4].

Fenomenul migrației are un impact major și diverse efecte asupra Uniunii Europene, precum și a statelor membre. Creșterea fluxurilor migratorii au fost condiționate atât de fenomenul globalizării, cât și de diferite evenimente de pe arena internațională.

În acest context, mass-media joacă un rol principal, reflectând constant și în manieră multidimensională fenomenul ce reprezintă o expresie spațială a mobilității sociale, astfel definit fiind de către V.Miftode [2, p.93]. Fiecare mijloc de informare în masă constituie un instrument ce poate echilibra modul de reflectare a proceselor migratorii și modul de percepere a acestora.

În ultimii cinci ani, presa occidentală a dat nenumărate semnale de alarmă, printr-un număr impresionant de materiale publicate, cu referire la fenomenul migrației, care de altfel continuă să ocupe una din principalele poziții pe agenda mass-mediei la nivel european și mondial. Spre exemplu, în paginile cotidianului italian „Corriere della Sera” în primele luni ale anului 2016 au fost publicate aproximativ 70 de materiale ce vizează fenomenul migrației [5].

Unul din obiectivele fundamentale ale Uniunii Europene, care a devenit în egală măsură și un obiectiv al presei din Occident, este direcționat către o politică de migrație orientată spre viitor și bazată pe solidaritate. În acest sens, în parametrii unui jurnalism de calitate se optează pentru tehnici generale, principale, de mediatizare ale acestui fenomen:

1) *descrierea obiectivă a fenomenului migrației* – faptele fiind expuse exact, evitând crearea de noi semnificații, perceperea eronată sau interpretarea tendențioasă, din moment ce este tratată o problemă care ar putea ușor stârni reacții controversate, atât în rândul maselor, cât și la nivel înalt;

2) *descrierea sistematică a fenomenului migrației* conduce la crearea unui tablou complex al proceselor migratorii, constituit din date reprezentative și detalii relevante și care, nu în ultimul rând, presupune și o autoevaluare a obiectivității expunerii faptelor;

3) *descrierea cantitativ-calitativă a evenimentelor ce vizează fenomenul migrației* garantează calitatea produsului informațional, determinată de reprezentativitatea informațiilor selectate și ierarhizarea acestora;

4) *descrierea latentată sau manifestă* depășește prezentarea descriptivă a faptelor. Conținutul latent interiorizează detalii care pot deveni publice în orice moment, schimbând radical situații și realități. Conținutul manifest este recunoscut după forța cu care sunt puse în evidență anumite lucruri, gradul de certitudine impus în a demonstra poziții concrete și indiscutabile.

Responsabilitatea presei occidentale, în procesul de reflectare a fenomenului migrației este cu atât mai mare, cu cât acest fenomen capătă proporții de la o zi la alta. Cronologia reală a evenimentelor prezentate contribuie la crearea unui tablou complex al proceselor migratorii. Strategiile și tehnicile media aplicate în mediatizarea fiecărui aspect al acestui fenomen reprezintă la nivel sociostructuralist medii de influențare a atitudinii și, ulterior, a comportamentului social-politic, prin intermediul sintetizării sistemului existențialist uman global, în prezent caracterizat de o mobilitate socială continuă.

Referințe:

1. ONEAȘCĂ, I., POAPA, M., UNGUREANU, D., *Politica de migrație a Uniunii Europene: implicații pentru piața muncii*. București: Alpha MDN, 2013. 22 p.
2. Valtolina Giovanni Giulio. *Migrant Children in Europe. The Romanian Case*. Milano: IOS Press, 2013. 187 p.
3. International Organization for Migration. [Accesat 03.05.2016] Disponibil: <http://www.iom.int/migration>
4. Migrazioni di massa fino al 2050. Il fenomeno che cambierà l'Europa. [Accesat 04.05.2016] Disponibil: http://www.corriere.it/esteri/15_agosto_29/-migrazioni-massa-europa-dossier-895d5436-4e4f-11e5-a97c-e6365b5-75f76.shtml
5. Corriere della Sera. [Accesat 04.05.2016] Disponibil: <http://sitesearch.corriere.it>
6. Curierul Național. [Accesat 04.05.2016] Disponibil: <http://www.curierul-national.ro Eveniment/2015-01-05/Migratia>

REFLECTAREA EVENIMENTELOR POLITICE ÎN MESAJELE RADIOFONICE

Mariana MARCU

Angajarea radioului în reflectarea evenimentelor politice nu este o practică nouă. Chiar de la apariția sa, acest mijloc de comunicare în masă s-a dovedit a fi un instrument eficient de diseminare a informațiilor politice. Încă în 1903, la 18 ianuarie, președintele Statelor Unite ale Americii, Theodore Roosevelt, a transmis, prin intermediul radioului, un mesaj de felicitare regelui Eduard al VII-lea al Angliei. Și apariția primului post de radio comercial a fost marcată de un eveniment politic. Astfel, în prima emisiune oficială au fost anunțate rezultatele alegerilor pentru cel de-al 29-lea președinte al Statelor Unite. „Victoria lui Warren Gamaliel Harding a fost anunțată pe 2 noiembrie 1920, dintr-un studio improvizat pe acoperișul clădirii în care funcționa firma la care era angajat Frank Conrad. Leo Rosenburg a fost cel care a rostit primele cuvinte la radio KDKA: „Aici radio KDKA, din estul Pittsburgh-ului, Pensilvania. Vom transmite acum rezultatele alegerilor” [1].

Pe lângă emisiunile informative, în cadrul cărora erau reflectate și evenimentele politice, încă în anii '20 ai secolului trecut și-a făcut apariția un alt format comunicațional – talk-show-ul de radio, în care erau dezbătute mai multe teme și probleme, inclusiv legate de viața politică. Mai târziu, prin anii 50, în Statele Unite ale Americii, precum și în toată lumea occidentală, stațiile de radio au început să transmită emisiuni specializate exclusiv pe domeniul politic, cum ar fi: relatările în direct de la convenții electorale, întâlnirile și tratativele internaționale, inaugurările prezidențiale, discursurile electorale ale actorilor politici, adresările către națiune etc. De altfel, implicarea radioului în educația politică a fost recunoscută de mai mult timp. În urma realizării unor cercetări, un istoric al radioului, Francis Case JR., afirma: „Apariția radioului a făcut ca știrile despre guverne și modul lor de funcționare să devină informații de uz curent, așa cum niciodată până atunci nu s-a mai întâmplat” [2, p.10].

Dacă în Statele Unite și în unele țări europene radioul era utilizat pentru a difuza informația, în alte țări radioul a fost perceput din start ca un instrument de propagandă. Este cazul statelor cu regim politic dictatorial, totalitarist. De exemplu, în Rusia, guvernul sovietic relan-

sase încă din 1918 experiențe de radiotelefonie. Astfel, „radioul își dorea să depășească problemele de distanță și a fost conceput ca un mijloc de propagandă și de «educare a maselor» [5, p.248]. Punctul culminant în uzitarea radioului ca instrument de propagandă s-a atins în preajma și în timpul celui de-al Doilea Război Mondial, fapt ce a predominat până la înlăturarea regimurilor totalitare.

Și astăzi viața radioului este percepută prin producția radiofonică realizată în condiții democratice, mai puțin democratice sau total nedemocratice. Emisiunile transmise fac diferență de conținut și de politici editoriale. Cât despre efectele pe care le produce radioul în cadrul unei societăți, G.Rusu-Păsărin susține în studiul *Comunicarea radiofonică. Provocări actuale*: „Intensitatea impactului asupra receptorilor (ascultătorilor) se traduce în timp prin durata în memoria publicului și prin reiterare, prin efectul de catalizare asupra unei noi generații” [3, p.19].

Conceperea, creația/realizarea și difuzarea sunt etapele esențiale ale producerii materialului radiofonic. Ele sunt diferite ca durată, intensitate, implicare și dețin diferite grade de realizare, care sunt influențate atât de factorul uman, cât și de cel tehnic. Deseori, în procesul de realizare a unui material, a unei emisiuni, jurnaliștii politici se complac în postura de experți în domeniul politic și uită de rolul pe care îl au în procesul de informare a publicului, or presa în general, radioul și televiziunea în special se adresează unui public divers. Chiar dacă emisiunile sunt cu adresabilitate directă pentru un public-țintă stabilit pe criterii psihografice sau demografice, aceste emisiuni sunt ascultate întâmplător sau din fidelitate pentru postul de radio și de alți receptori. De aceea, informațiile politice trebuie formulate cu un grad de generalitate, pe înțelesul tuturor și cu un grad de specificitate, în funcție de nivelul de cultură politică și de nivelul de înțelegere al publicului vizat.

La etapa de concepere a unui material/emisiune radio este deosebit de important a conștientiza că „Un fapt nu este o informație. Un fapt nu devine informație, decât atunci când un informator informează un informat” [4, p.13]. De modul în care este conceput un material radiofonic depinde în mare parte felul cum va fi realizat și difuzat. Alegerea corectă a unghiului de abordare a unui eveniment politic face diferența dintre variantele difuzate de alte posturi de radio și televiziune. Chiar de la etapa de concepere a unui material pe teme

politice, „mesajul radiofonic este supus „bruijului” creat de factorii intenționalitate, subiectivitate, produs de un emițător și transmis unui destinatar (informat)” [3, p.45].

Orice tip de comunicare se bazează pe două nivele de sens: conținutul și relația. De aceea efectele comunicării radiofonice sunt abordate din două perspective: din perspectiva informațiilor receptate și din perspectiva influenței pe care acestea o vor avea asupra convingerilor, mentalităților și comportamentelor.

La etapa de realizare a unui produs radiofonic cu tematică politică, jurnalistul radio trebuie să-și pună în aplicare toate abilitățile de observator și să selecteze cele mai importante momente ce merită a fi transmise publicului. Dat fiind faptul că mesajul radiofonic are un caracter efemer, el trebuie să fie concis, pentru că există riscul de a îneca esențialul în detalii. De altfel, în literatura de specialitate o astfel de eroare de realizare a materialului este catalogată ca fiind o tehnică de dezinformare.

Publicul actual, spre deosebire de cel dinaintea de 1989, este conștient de faptul că poate fi dezinformat sau manipulat, inclusiv prin intermediul mesajului radiofonic. Astfel că deseori tehnicile moderne de realizare a materialelor radiofonice se bazează pe niște elemente persuasive bine gândite, precum: repetiția, asocierea, omisiunea, diversiunea, confuzia.

Procesul de realizare a unui material radiofonic comportă și alte riscuri care ar putea influența forma finală a produsului, și anume: relația dintre reporter și exponenții mediului politic, simpatiile politice și convingerile personale. Totodată, nu este de neglijat faptul că radioul scade dorința de participare la viața publică în condițiile în care jurnaliștii vorbesc din numele opiniei publice.

Radioul este un mediu fascinant, ce presupune o ascultare participativ-afectivă atâta timp cât catalizează procesele cognitive și afective și determină receptorul să descopere sensuri ale mesajului la diferite nivele de decodare, în funcție de propriile competențe culturale.

Ultima etapă pe care o parcurge produsul radiofonic în drum spre consumatorul său este difuzarea. Și în cadrul acestei etape pot interveni mai multe probleme. La o audiere atentă a mesajelor emise de către unele posturi de radio, pot fi depistate cu ușurință forme de manipulare precum: ambiguitatea, echivocul, subînțelesurile sau

prezența unor figuri de stil manipulatorii. Mesajul radiofonic poate folosi cu ușurință aceste forme, apelând la calitățile rostirii la microfon (intonație, timbru, amplitudinea vocii, frazare). Pauzele alogice și neglijarea accentelor logice în procesul de prezentare a informațiilor pot schimba radical mesajul, conceput și elaborat fără anumite abateri de la normele de redactare a textelor radiofonice.

În definitiv, ierarhizarea unui material pe teme politice în jumătatea a doua a programului informativ sau alocarea timpului minim de prezentare (30 de secunde) denotă o acțiune de diminuare a importanței subiectului, or deciziile și acțiunile politice au un impact direct asupra fiecărui cetățean.

Principiul libertății de exprimare și cel al pluralismului trebuie să anime mediile publice și private în egală măsură. În această ordine de idei, democratizarea societății moldovenești a permis noilor instituții media, precum și instituțiilor publice reorganizate să adopte o nouă abordare a evenimentelor politice. Pe lângă angajamentele oficiale de a respecta legislația națională și cea internațională, precum și codul deontologic al jurnalistului din Republica Moldova, instituțiile media trebuie să demonstreze zilnic că nu sunt sclavul preferințelor unor forțe politice sau economice, ci servesc cu maxim profesionalism interesului public.

Referințe:

1. <http://transilvaniareporter.ro/esential/istoria-undelor-cum-s-a-dezvoltat-cel-mai-popular-mijloc-de-comunicare/> [Accesat 28.03.2016].
2. SĂFTOIU, C. *Jurnalismul politic: manipularea politicianilor prin mass-media, manipularea mass-media de către politicieni*. București: Trei, 2003. 173 p.
3. RUSU-PĂȘĂRIN, G. *Comunicarea radiofonică. Provocări actuale*. București: Tritonic, 2012. 200 p.
4. VOLKOFF, V. *Tratat de dezinformare*. București: Antet, 2009. 256 p.
5. БЕЗПАЛОВА, А., КОРНИЛОВ, Е. *История мировой журналистики*. Москва: ИКЦ MapT, 2003. 432 с.

**PROVOCĂRI ÎN PROCESUL DE ALINIERE A LEGISLAȚIEI
MASS-MEDIEI DIN REPUBLICA MOLDOVA
LA STANDARDELE MEDIATICE ALE
CONSILIULUI EUROPEI (2001-2009)**

Dumitru LAZUR

Republica Moldova, în Declarația de Independență și, ulterior, în Constituție, a declarat că este un stat de drept, democratic, în care demnitatea omului, drepturile și libertățile lui sunt garantate. În virtutea aspirațiilor sale europene, Republica Moldova s-a angajat să protejeze drepturile omului, statul de drept și democrația, și, implicit, libertatea de exprimare și libertatea mass-mediei. Drumul spre atingerea acestor deziderate a fost și este anevoios, statul făcând cu greu față provocărilor de ordin politic, economic și social.

Republica Moldova a devenit stat membru al Consiliului Europei la 13 iulie 1995. La doi ani de la aderarea Republicii Moldova la Consiliul Europei, la 25 aprilie 1997, Adunarea Parlamentară a instituit un mecanism viabil de monitorizare a respectării obligațiilor și angajamentelor statelor membre asumate la aderare, fiind instituită Comisia de monitorizare. Cu toate acestea, coraportorii APCE au vizitat pentru prima dată Republica Moldova în 2002, fiind alarmați de tensionarea situației politice în țară ca urmare a dispariției deputatului Vlad Cubreacov și a amplificării protestelor antiguvernamentale organizate de Partidul Popular Creștin Democrat [3].

În perioada 19 aprilie 2001 (*investirea Guvernului condus de prim-ministrul Vasile Tarlev, la scurt timp după victoria Partidului Comuniștilor la alegerile parlamentare anticipate din 25 februarie 2001*) – 25 septembrie 2009 (*investirea Guvernului condus de prim-ministrul Vladimir Filat*), Adunarea Parlamentară a monitorizat îndeaproape modul în care Republica Moldova respectă obligațiunile și angajamentele asumate la aderare la Consiliul Europei. Timp de opt ani, autoritățile Republicii Moldova au fost deseori criticate de APCE și alte structuri ale Consiliului Europei pentru încălcarea drepturilor omului și standardelor Consiliului Europei, inclusiv standardelor mass-mediei.

În această perioadă, APCE a adoptat șase rezoluții în privința Republicii Moldova, analizând detaliat cauzele și efectele stagnării reformelor în domeniile-cheie, implicit în domeniul mass-mediei. Consiliul Europei, în rapoartele, rezoluțiile și recomandările sale

vizând Republica Moldova, a analizat și a propus soluții pentru rezolvarea a trei probleme-cheie în domeniul mass-mediei.

Consiliul Europei a fost preocupat de **problematica transformării companiei de stat Teleradio-Moldova într-o instituție publică independentă**, care, potrivit coraportorilor, „a fost un exercițiu dureros și uneori dramatic” [1]. În august 2002, Parlamentul a adoptat Legea cu privire la instituția publică națională a audiovizualului Compania „Teleradio-Moldova” (abrogată ulterior prin Legea nr. 260-XVI din 27.07.2006), fără să țină cont în totalitate de recomandările experților Consiliului Europei, unele prevederi ale legii fiind neconforme cu standardele Consiliului Europei. Ulterior, în 2004, Adunarea Parlamentară a criticat dur modul în care Teleradio-Moldova a fost reorganizată, opinând că acest proces nu a fost realizat în conformitate cu standardele privind funcționarea radiodifuzorului public. În 2007, coraportorii APCE s-au arătat nedumeriți de faptul că membrii Consiliului de Observatori al Teleradio-Moldova au fost numiți pe criterii politice [2]. Totodată, timp de opt ani, APCE a cerut autorităților să înceteze practica de cenzurare a emisiunilor televizate și să ofere tuturor partidelor politice de opoziție, parlamentare și extraparlamentare, acces la emisiunile de dezbateri.

O altă problemă stringentă de pe agenda Consiliului Europei în relațiile cu Republica Moldova a fost **revizuirea legislației în domeniul audiovizualului**. Deși în rezoluțiile din 2002 și 2005, APCE a cerut expres amendarea legislației audiovizuale, Republica Moldova a adoptat un nou Cod al audiovizualului abia în 2006. Coraportorii au salutat adoptarea noului cod, însă au remarcat că acesta conține prevederi prea generale, care lasă spațiu pentru interpretare și manevră, ajutând autoritățile să controleze în continuare domeniul audiovizualului [4]. În scurt timp, temerile Consiliului Europei s-au materializat: membrii Consiliului Coordonator al Audiovizualului și ai Consiliului de Observatori al Teleradio-Moldova au fost numiți pe criterii politice; posturile Antena C și Euro TV au fost privatizate în circumstanțe netransparente și controversate etc.

Excluderea pedepsei penale pentru calomnie, defăimare și insultă în 2004 a fost salutăată de Consiliul Europei. Coraportorii, însă, au recomandat modificarea prevederilor Codului Civil și stabilirea unui plafon al compensațiilor financiare pentru lezarea onoarei, demnității sau reputației profesionale. În 2005, Parlamentul a

modificat Articolul 16 al Codului Civil și a stabilit o serie de criterii ce urmează a fi luate în considerare la fixarea mărimii compensațiilor financiare pentru cauzarea daunelor morale, însă nu a introdus plafonul recomandat de Consiliul Europei.

Republica Moldova, în perioada 2001-2009, a reușit să facă pași modești în alinierea legislației la standardele mediatice europene. Autoritățile au reușit să adopte legi care, în general, sunt conforme standardelor Consiliului Europei, însă au întâmpinat dificultăți în procesul implementării lor. Elitele politice, cu mentalitate de sorginte sovietică, au încercat (și au reușit) să mențină controlul asupra presei, în special asupra celei audiovizuale, în pofida criticilor societății civile și ale organizațiilor internaționale.

Referințe:

1. Report Doc. 10671 Functioning of democratic institutions in Moldova, din 16.09. 2005. [Accesat 15.09.2015] Disponibil: <http://assembly.coe.int/nw/xml/XRef/X2H-Xref-ViewHTML.asp?FileID=11015&lang=en>
2. Report Doc. 11374 Honouring of obligations and commitments by Moldova, din 14.09.2007. [Accesat 30.09.2015] Disponibil: <http://assembly.coe.int/nw/xml/XRef/X2H-Xref-ViewHTML.asp?FileID=11705&lang=EN>
3. Resolution 1280 (2002) Functioning of democratic institutions in Moldova, adoptată la ședința din 24.04.2002. [Accesat 07.08.2015] Disponibil: <http://assembly.coe.int/nw/xml/XRef/Xref-XML2HTML-en.asp?fileid=16995&lang=en>
4. Resolution 1572 (2007) Honouring of obligations and commitments by Moldova, adoptată la ședința din 02.10.2007. [Accesat 30.09.2015] Disponibil: <http://assembly.coe.int/nw/xml/XRef/Xref-XML2HTML-en.asp?fileid=17578&lang=en>

RESPONSABILITATEA SOCIALĂ CORPORATIVĂ ÎNTRU OBLIGAȚIE ȘI ANGAJAMENT ASUMAT

Daniela ȘTIRBU

Începutul secolului al XXI-lea se remarcă printr-o creștere considerabilă a interesului antreprenorilor pentru mediul ambiant și pentru problemele societății în care activează. Tot mai multe întreprinderi tind să se afirme ca actori sociali cu drepturi și obligații depline, ceea ce a determinat dezvoltarea fenomenului numit responsabilitate socială corporativă.

Conștientizarea faptului că starea mediului social influențează în mod direct profitul unei întreprinderi i-a făcut pe oamenii de afaceri să-și asume „angajamentul corporativ de a spori bunăstarea comunității, prin intermediul unor practici de afaceri discreționare și al alocării de resurse corporative” [2, p.130].

Complexitatea conceptului de responsabilitate socială corporativă este demonstrată de caracterul multidimensional al acestuia, enunțat de specialistul american Archie Carroll în studiul *The Pyramid Of Corporate Social Responsibility: Toward The Moral Management*. În lucrarea sa, cercetătorul relevă patru dimensiuni ale responsabilității sociale, pe care le prezintă drept niveluri ale unei piramide, cunoscute actualmente drept *piramida responsabilității sociale corporative* (Fig.1). Astfel, în opinia lui Archie Carroll, instituțiile responsabile social își asumă, față de comunitate, obligații și angajamente de ordin economic (contribuția la creșterea economică prin obținerea profitului), legal/juridic (respectarea cadrului normativ și legislativ), etic (respectarea normelor și cutumelor morale) și filantropic (ajutorarea comunității benevol și necondiționat).

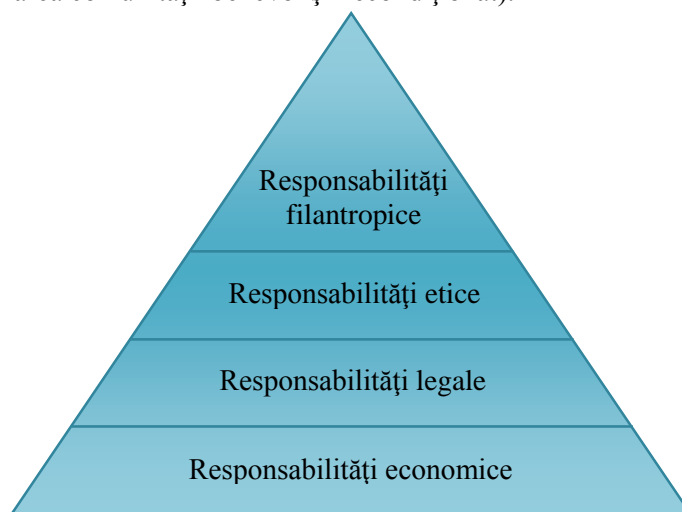


Fig.1. Piramida responsabilității sociale corporative după A.Carroll

Dimensiunile enunțate sunt valabile și pentru politicile de responsabilitate socială adoptate de întreprinderi din Republica Moldova,

însă, evaluând situația actuală, survine necesitatea de a estima raportul dintre obligativitate și angajament asumat în implementarea acestora.

În acest scop, am analizat programele de responsabilitate socială a două instituții financiare din țara noastră: *BC Moldova Agroindbank* și *BC Victoriabank*.

Responsabilitatea economică a băncilor este caracterizată de o poziționare competitivă în mediul afacerilor bancare, de obiectivul strategic de maximizare a profitului și de contribuția la dezvoltarea economică prin crearea locurilor de muncă. Ambele bănci ocupă poziții de top pe piața bancară din Republica Moldova și sunt percepute pozitiv de către publicul-țintă. În privința locurilor de muncă, în cadrul *Moldova Agroindbank* activează circa 1670 de persoane, iar *Victoriabank* are aproximativ 1500 de angajați⁵.

Astfel, la nivelul responsabilității economice ponderea o deține obligativitatea. Tendința de a obține profitul maximal prin creșterea randamentului investițiilor este o condiție intrinsecă a afacerilor, or, lipsa venitului face inutilă desfășurarea activității întreprinderilor. Obiectivul celor două instituții de a ocupa și a menține o poziție cât mai solidă pe piața bancară poate fi considerat un angajament economic, întrucât scopul respectiv este o dorință a managementului, și nu un proces indispensabil. Totuși, dacă insistăm asupra faptului că poziția pe piață influențează profitul băncilor, atunci atingerea acestui obiectiv, de asemenea, devine ceva obligatoriu.

Responsabilitățile legale presupun respectarea prevederilor documentelor normative și legislative ale Republicii Moldova. Activitatea băncilor cade sub incidența mai multor legi, care le vizează în mod direct sau indirect: *Legea cu privire la bănci și activitatea bancară*, *Legea instituțiilor financiare*, *Legea privind reglementarea valutară*, *Codul fiscal al Republicii Moldova* etc. Responsabilitatea juridică este în totalitate marcată de obligativitate, or, băncile nu doar își asumă angajamentul de a respecta normele legale, ci sunt constrânse, de aceleași legi, să le îndeplinească riguros, în caz contrar fiindu-le aplicate sancțiuni și penalități.

Responsabilitățile etice ale instituțiilor sunt înregistrate în codurile de etică aprobate la nivel managerial. Atât *Moldova Agroindbank*, cât

⁵ Conform datelor prezentate în rapoartele de activitate ale băncilor, accesibile pe site-urile oficiale www.maib.md și www.victoriabank.md.

și *Victoriabank* dispun de coduri de conduită, elaborate conform principiilor eticii în afaceri.

În cazul responsabilităților etice, raportul dintre obligativitate și angajament asumat este de 50/50. Faptul că instituțiile trebuie să activeze în conformitate cu normele morale și cutumele sociale este atât un angajament, cât și o obligație. Întrucât nu există un cod moral scris, impus la nivel național, comportamentul etic este ceva adoptat benevol de o instituție. Totuși, legile nescrise ale societății sunt situate la același nivel cu cele scrise, căci nerespectarea lor prevede sancțiuni la fel de drastice, cum ar fi periclitarea imaginii favorabile a companiei. În aceste condiții, nu mai vorbim doar despre un angajament voluntar, însă și despre o cerință obligatorie.

Dacă ne referim la responsabilitățile filantropice, observăm că, în acest context, obligația cedează teren în fața angajamentului. Băncile aleg independent ce proiecte să sponsorizeze sau să implementeze și își determină singure rolul social în cadrul comunității.

Astfel, *Moldova Agroindbank* este partener al unor proiecte precum *Burse de Merit*, *Caravana de Crăciun* și alte activități sociale și culturale, iar *Victoriabank* a implementat programele *Burse Victoriabank*, *Eu ajut copiii!* ș.a. Totuși, și în cazul respectiv, există un interes mercantil pentru sponsorizare și filantropie: conform legislației, investițiile de sponsorizare, care reprezintă 10% din venitul anual și sunt demonstrate de acte concludente, determină scutiri și reduceri de taxe pentru întreprinderea-sponsor. Lipsa transparenței informaționale, care este una dintre rigurile fundamentale ale activității de responsabilitate socială corporativă promovate la nivel internațional, ne face să credem că implementarea programelor de responsabilitate socială este influențată anume de un astfel de interes.

Analizând per ansamblu politicile de responsabilitate socială a celor două bănci, conchidem că, în Republica Moldova, activitatea de responsabilitate socială corporativă nu este percepută în adevăratul sens al noțiunii respective, însă este văzută drept un instrument pentru a ocoli anumite obligații fiscale sau, în varianta optimistă, este practică doar din considerentul că, la etapa actuală, reprezintă cea mai în vogă tendință a businessului.

Așadar, concluzia este că întreprinderile din Republica Moldova au încă de învățat la capitolul responsabilitate socială corporativă și necesită o remodelare a viziunii lor asupra acestui concept.

Referințe:

1. FILIP, R., IAMANDI, I. E. *Etică și responsabilitate socială corporativă în afacerile internaționale*. București: Economica, 2008. 352 p.
2. CARROLL, A. The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management. In: *Business Horizons*, 1991, 34, p.39-48.
3. www.maib.md
4. www.victoriabank.md

FACTORUL MEDIATIC ȘI GEOPOLITICA

Mihai LESCU

Mass-media a devenit un factor important al influențării tuturor proceselor ce au loc în societate. Acest fapt devine și mai evident când luăm în dezbateră aspectele ce țin de politica externă și cele de globalizare, deoarece anume presa scrisă, radioul și televiziunea, iar în ultimul timp și internetul, și multimedia sunt canalele care aduc la cunoștința publicului/auditoriului „tabloul” vieții internaționale, informând și comentând/interpretând evenimentele de anvergură care au loc în țară și pe mapamond.

Actualmente, în condițiile proceselor de globalizare, când sporește substanțial rolul statului ca subiect de drept internațional, dar și ca instrument al asigurării vieții social-politice, economice și culturale în unitatea teritorială pe care o deține, mass-media vede rostul de a se implica plenar în toate procesele vitale pentru umanitate.

Implicarea tot mai activă a mass-mediei în procesele și problematica politicii externe a statului nu este întâmplătoare. Acest lucru se întâmplă deoarece canalele mediatice au la dispoziție tot mai multe tehnologii noi, care le permit „să reducă timpul și să scurteze distanțele” în activitatea de prestare a serviciilor informaționale. Prin deschiderea posibilității de a transmite în timp real informația, dar și imaginea, mass-media, așa cum afirmă specialiștii, a instituit un fel de monopol în domeniul informațional. „Aici nu este vorba doar despre viteza de transmitere, ci despre ceva mult mai important... Deschizând televizorul, noi trăim cu realitatea lumii lângă noi, sistemele noastre de referință, criteriile de judecată, în fond substanța evaluărilor se schimbă, chiar fără să ne dăm seama. Un eveniment de la capătul lumii reflectat stăruitor în media devine mai apropiat chiar și pentru un locuitor al unui sat decât ce s-a întâmplat în satul vecin. Aceasta nu

rămâne și nu poate rămâne fără urme în conștiința noastră, în felul nostru de a judeca și aprecia” [1, p.382].

Din considerentele amintite *supra* rezultă și interesul de a studia legătura dintre mass-media și geopolitică, despre care dicționarele scriu că este o „teorie” sau „doctrină social-politică, apărută la sfârșitul sec. XIX și începutul sec. XX, care susține că politica unui stat este determinată de situarea sa geografică”.

Desigur, evoluția relațiilor geopolitice ale unui stat depinde în mare parte de poziția lui politico-geografică. După cum remarcă oamenii de știință, poziția statului este determinată de raporturile lui față de anumite state „prietene” omogene din punctul de vedere al opțiunilor politice, sau state „neprietene”, cu care se află în anumite dispute teritoriale, etnice sau de altă natură. De asemenea, specialiștii atrag atenția că poziția politico-geografică mai are în calcul și raporturile statului cu anumite organizații politice regionale sau internaționale, centre politice internaționale, care reprezintă o sursă de securitate sau, deopotrivă, un focar de instabilitate politică. În linii mari, *poziția geopolitică* a unui stat „este rezultanta dintre localizarea geografică, potențialul natural și demografic, pe de o parte, și raporturile politice, economice și militare cu statele vecine, cu puterile regionale/mondiale, pe de altă parte. Poziția geopolitică se regăsește în orientarea relațiilor externe pe anumite axe de interes geopolitic”[2].

În opinia noastră, intrând în relație cu geopolitica, mass-media încearcă să soluționeze un spectru larg de probleme, dintre care prioritare sunt:

- informarea cetățenilor/auditoriului asupra celor mai semnificative evenimente internaționale;
- asigurarea unui dialog civilizată între state, care ar permite rezolvarea tuturor divergențelor/conflictelor pe cale pașnică;
- consolidarea relațiilor interstatale (regionale, internaționale) în scopul soluționării unor probleme de securitate colectivă sau de luptă contra terorismului;
- inițierea de campanii mediatice (locale, regionale) privind protecția mediului ambiant;
- lansarea unor campanii sociale de ajutorare/asigurare materială/morală a oamenilor puși la grele încercări (calamități naturale, conflicte militare);

- reflectarea pe larg în presă, radio și la posturile TV a acțiunilor culturale și a competițiilor sportive regionale sau internaționale.

În această ordine de idei, putem afirma că mass-mediei îi revine un rol esențial în privința educației politice internaționale a populației, promovării și implementării valorilor democratice în statele care sunt pe calea tranziției spre democrația consolidată. Avem temei pentru această afirmație, dacă luăm în calcul faptul că în ultimul timp relațiile de colaborare dintre state, asistate de noile tehnologii comunicaționale și informaționale, devin tot mai laboroase în toate domeniile — social-politic, economic, cultural.

Comunicarea politică prin mass-media cunoaște mai multe teorii care varsă lumină asupra procesului de influențare prin mass-media a cetățenilor/populației atât în timpul campaniilor electorale, cât și în timpul altor acțiuni politice, sociale sau culturale de talie regională sau internațională. Aceste teorii au fost dezvoltate de diferiți oameni de știință în anumite perioade/etape ale dezvoltării sociale. În pofida faptului că ele aparțin diferitor școli și orientări științifice, aceste teorii converg în multe privințe, acceptând ideea că mass-media reprezintă un institut fundamental al sistemului politic al societății, care determină orientarea politică și cea comportamentală a cetățenilor. De altfel „Problema influenței media vizează puterea pe care o exercită aceasta asupra fiecărui individ, asupra întregii societăți sau asupra vieții internaționale în general” [3, p.169]. În favoarea celor afirmate *supra* vorbesc și rezultatele cercetărilor sociologice întreprinse la noi și peste hotare de către instituții de prestigiu din domeniu. Cu mici excepții, cca 50% dintre respondenții antrenați în sondajele de opinie subliniază faptul că au încredere în mass-media. După intensitatea influenței exercitate asupra opiniei publice și a comportamentului maselor, locul de frunte, după biserică, îi revine televiziunii, urmată, la o distanță mai modestă, și de alte segmente mass-media.

În virtutea celor afirmate anterior putem concluziona că mass-media contemporană, inclusiv cea din Republica Moldova, este folosită de către populație în primul rând în calitate de sursă de informație, publicul/auditoriul fiind prioritar preocupat de problematica politică și socială. Mai mult: oamenii se interesează nu numai de viața politică din țara lor, dar și de evenimentele ce au loc în lume. Din mai multe surse de investigație și sondaje de opinie rezultă

că cca 44 la sută dintre respondenți confirmă faptul că urmăresc evenimentele vieții politice. Aceștia confirmă că doresc să citească mai multe știri, comentarii și articole despre activitatea unor așa actori politici importanți precum: Uniunea Europeană, Consiliul Europei și NATO.

La noi, participanții la mai multe sondaje de opinie privind evenimentele politice internaționale reiterează faptul că vor mai multă informație despre viața social-politică din țările Uniunii Europene și Federația Rusă. Aceasta se explică prin faptul că atât în țările europene, cât și în Rusia actualmente se află la muncă peste un milion de conaționali de ai noștri, de soarta cărora, cei rămași acasă nu pot fi indiferenți. Interesul pentru soarta și securitatea conaționaliilor plecați la muncă peste hotare a sporit și mai mult în ultimii câțiva ani, odată cu intensificarea cazurilor de atentate teroriste în cele mai mari și mai prospere centre industriale și culturale din țările Uniunii Europene, acolo unde, în temei, sunt stabiliți cu traiul provizoriu, iar în multe cazuri pentru totdeauna, mulți foști și actuali cetățeni ai Republicii Moldova.

Procesele/evenimentele politice care se derulează în țările europene stârnesc interes deosebit și în rândurile tinerilor noștri, mulți dintre care încă nu au întreprins călătoriile peste hotare. De vreme ce nu găsesc informațiile dorite/căutate în mass-media națională, aceștia apelează la sursele informaționale străine, în primul rând, din România și Rusia. Prin aceasta se și explică faptul că mass-media din aceste țări, întâi de toate posturile TV care emit pe teritoriul țării noastre, au popularitate mai mare în rândurile telespectatorilor decât unele posturi TV private de la noi, care mai mult sunt dedate propagandei politice și lustruirii imaginii oligarhilor din anturajul puterii, decât să reflecteze obiectiv evenimentele actuale din țară și de peste hotare. Desigur, acredităm ideea că posturile TV străine, care emit în Republica Moldova, mai cu seamă cele ale Federației Ruse, nu întotdeauna interpretează obiectiv faptele și evenimentele, mai cu seamă cele social-politice. Poate anume din aceste motive mass-media națională ar trebui să-și revadă politica editorială cel puțin în domeniul legat de modul de abordare și reflectare a evenimentelor politice internaționale. Prioritar acest pas urmează sa-l facă operativ posturile noastre de televiziune, recăpătând pe această cale încrederea

publicului-telespectator. Dar și presa scrisă trebuie să țină seama de interesele și preferințele cititorilor săi în reflectarea vieții internaționale.

Referințe:

1. DOBRESCU, P. *Globalizarea*. Editura Comunicare.ro, 2003. 424 p.
2. <http://conspecte.com/Geoconomia/spatiul-geo-economic-si-geopolitic-al-lumii-contemporane.html>
3. *Dicționar de media*. București, 2005. 367 p.

CREDITELE EXTERNE – FACTOR DE CONTROL POLITIC ȘI DOMINAȚIE ASUPRA ALTOR STATE

Alexandru AMITITELOAIIE

Universitatea „George Bacovia”, Bacău

Lumea asistă astăzi la un fenomen controversat, pe care nu-l poate nici înțelege, nici opri. Este vorba de mult mediatizata „Globalizare”. Deși opinia publică este hrănită zilnic cu un mare și divers volum de informații despre acest fenomen, nelipsind nici studiile de specialitate, totuși cine ar putea să ne spună, nu însă ipotetic, care ar fi determinările acestui proces, în ce măsură este implicată acțiunea umană, pe ce legități se bazează, ce evoluții se anticipează, cine sunt beneficiarii și perdanții etc. Din perspectivă istorică, întotdeauna cei cu putere financiară și politică au fost capabili de urzeli odioase împotriva aproapelui lor. Au declanșat războaie, au produs recesiuni economice și au creat foamete, pentru a-și realiza interesele personale.

Procesele degenerative din Europa centrală și de est, vădit contrare năzuințelor de libertate și bunăstare ce au animat popoarele din aceste state, să fie pur și simplu un accident istoric sau un proiect al „stăpânilor lumii”.

Pentru țările din centrul și estul Europei, economia de piață a fost impusă ca alternativă la celălalt tip, respectiv economia etatizată, organizată și condusă de stat. Schimbarea, sau, mai bine zis, reînțoarcerea la un sistem considerat depășit de istorie este o problemă extrem de controversată, dat fiind declinul economic, și nu numai, pe care l-au înregistrat aproape toate statele ce-au fost supuse unei asemenea experiențe. De aceea, este dificil a răspunde la întrebarea

dacă acest proces a avut o determinare obiectivă sau dacă provocarea lui a fost cauzată de impulsurile imperiale ale marilor corporații.

Noul tip, respectiv economia de piață, nou în actuala conjunctură, se definește prin mai multe caracteristici cum ar fi: ascensiunea agresivă a proprietății private în detrimentul celei publice și dobândirea de către aceasta a unei poziții dominante din punct de vedere economic și juridic, organizarea și dezvoltarea producției de bunuri materiale și servicii în funcție de dinamica raportului cerere-ofertă, existența unui sistem de piețe interdependente (piața de capital, piața produselor de larg consum, piața muncii etc.), plasarea centrului de greutate în adoptarea deciziilor de partea întreprinzătorilor și prevalarea interesului personal al acestora, dinamizarea concurenței ca factor de selecție a agenților după criterii de performanță economică, limitarea posibilităților de intervenție a statului în dirijarea proceselor economice și, ca o consecință a tuturor acestor procese, pierderea controlului statelor, mai ales din aria geografică în care ne aflăm, asupra propriilor resurse și, în general, a întregului potențial economic, asupra căruia și-au pus stăpânirea puternicele corporații, componente ale imperialismului contemporan.

Chiar dacă ideologii și propagandiștii acestui sistem refuză să-și însușească conceptul, fiind, desigur, destul de incomod dată fiind asocierea cu dramele pe care omenirea le-a suferit de-a lungul întregii sale existențe de pe urma agresiunilor cu scop acaparator, era colonială fiind încă destul de proaspătă chiar în memoria contemporanilor, totuși o multitudine de caracteristici ale lumii de azi, absolut din toate domeniile existențiale, ne arată că era imperială n-a fost depășită de istorie, ci, din contra, ea a căpătat dimensiuni planetare. John Perkins își intitulează una dintre cărțile sale chiar „Istoria secretă a imperiului american”. Analiza fiind făcută asupra acestui centru de putere, găzduit de administrația americană, imperiul de care vorbește autorul pare a avea caracteristici naționale, însă esența sa, nu numai prin dimensiuni, ci chiar prin interferența și asocierea cu alte centre de putere, este una globală.

Deci, statele din centrul și estul Europei au întors ceasul istoriei, luând-o de la capăt cu refacerea sistemului numit „economie de piață”, deși regulile pieței n-au putut fi ignorate nici atunci când statul avea controlul asupra întregii vieți economice. În limbajul economic s-a impus, am putea spune cu agresivitate, noțiunea de „afacere”, oamenii

fiind ademeniți cu mult dorita prosperitate, care, deși era prezentată ca un fel de „fata morgana”, a reușit totuși să înșele largi categorii sociale, proces explicabil având în vedere starea de sărăcie în care se aflau. Literatura, la rândul ei, i-a dedicat largi spații de analiză, contribuind și ea la întărirea „încrederii” în miracolul numit „economia de piață” cu factorul ei motor „afacerea”.

Mobilul afacerii nu este altul decât profitul, care, ajungând astăzi un factor extrem de puternic, a pus stăpânire nu numai pe lumea afacerilor, dar și pe cea politică, asociere care a creat puterea ce guvernează practic pe tot globul. „Capitalismul modern – arată Ioan Petru Culianu – constă într-un interes aproape exclusiv pentru mijlocul de schimb, pentru bani, ceea ce înseamnă că unica realitate care subzistă în adevărata ideologie a capitalismului este cea a comerțului... care se substituie oricărei alte realități: viață, om, pasiune, credință, speranță, moarte etc”.

Afacerea însă, pentru a putea fi pusă în mișcare, are nevoie de o diversitate de resurse. Dintre toate acestea, se detașează ca importanță cele financiare. De aceea, capitalismul a creat, în decursul timpului, diferite modalități de finanțare a afacerilor, cel mai mare succes avându-l sistemul de creditare care, treptat, avea să devină și vector de extindere a dominației în zonele în care au fost identificate oportunități de maximizare a profitului.

E normal și firesc ca economia să poată prospera, asigurând resursele de care societatea are nevoie, atâta timp cât creditul se limitează la funcțiile sale tradiționale. Din păcate, el și-a depășit de mult condiția, devenind o pârghie de putere și control, de dominare, de imixtiune etc. O asemenea tendință s-a amplificat mereu, fără ca, cel puțin până în prezent, să i se poată opune ceva sau cineva.

Climatul economic și politic internațional i-a stimulat mereu această tendință, ajungându-se ca astăzi sistemul de creditare să devină el însuși un vector de realizare a politicilor de stat în diferite zone de interes extrateritoriale. Creditul internațional se situează și la originea globalizării, fiind chiar forța motrice a acesteia. Pentru a înțelege acest lucru este necesar să recurgem la câteva date de ordin istoric.

Războiul de independență american început în anul 1775 are mai multe cauze, însă cea mai importantă dintre ele constă în faptul că regele Angliei, George al III-lea, le-a interzis coloniilor să-și producă

bani pentru uz propriu, obligându-le să se împrumute de la Banca Centrală Engleză, ceea ce însemna plata unor dobânzi înrobitoare, precum și posibilitatea de a fi menținute sub dominație.

Când în 1913 elita bancară americană a pus stăpânire pe rezervele federale, kongresmenul Louis McFadden avea să afirme: „S-a pus la cale un sistem bancar mondial, un superstat controlat de bancheri internaționali... acționând împreună pentru a înrobi lumea pentru plăcerea lor personală.” Era, deci, în 1913 și pentru contemporani afirmațiile kongresmenului păreau de necrezut, nu însă și pentru generațiile ce-au urmat și mai ales pentru cea de astăzi.

Războaiele și în general conflictele armate oferă, după cum se știe, condiții mult mai favorabile decât în timp de pace pentru dezvoltarea unor afaceri verozase, cu mari posibilități de sporire a profiturilor. Asemenea oportunități nu puteau fi ignorate de marile grupuri bancare. Tocmai de aceea ele sunt prezente în mai toate acțiunile provocatoare care au aruncat omenirea în cele două războaie mondiale, precum și în cele care le-au urmat, iscate în zonele de interes pentru elita financiară.

Încă din 1966, referindu-se la capitalismul financiar mondial, profesorul Carroll Quigley de la Universitatea Georgetown afirma că acesta evoluează spre „crearea unui sistem global de control financiar aflat în proprietate privată, capabil să domine sistemul politic al oricărei țări și economia mondială pe de-a-ntregul... el ar urma să fie controlat într-o manieră feudalistă de către băncile centrale ale lumii, acționând în concert, prin înțelegeri secrete obținute la întâlniri frecvente și conferințe”. Un asemenea plan a devenit astăzi o realitate, cu toate că la timpul respectiv el nici măcar nu putea fi închipuit de opinia publică.

ROLUL ECHIPEI ÎN CULTURA INSTITUȚIONALĂ

Tatiana COȘERI

Biblioteca Municipală „B.P. Hasdeu”

Oamenii pot schimba viitorul instituției conștientizând rolul lor în echipă, contribuind cu doze de entuziasm și valoare adăugată. Calitatea de a lucra împreună pe aceeași lungime de undă își are rădăcini în cultura instituțională. Unii consideră că elementele culturii (regulile, politicile) sunt niște presiuni asupra dezvoltării individuale, alții – o

matrice a succesului. Tacticile aplicate se intersectează inerent și implicit cu identitatea instituției infodocumentare. Mai există și corelația dintre motivația financiară și cea a satisfacerii în muncă. Întâlnim persoane pentru care este mai importantă afirmarea profesională decât aspectul financiar. Ei își dedică timpul și efortul pentru reușitele instituționale. În mai multe situații sunt confundați cu brandul serviciului. Unitatea instituțională poate fi realizată, dar nu e ușor. Armonia în ansamblu se creează prin depășirea în mod constant a lucrurilor inutile și prin angajament. Potrivit studiilor, aceasta este calitatea gândirii colective care, în cele din urmă, determină performanța întregului grup de lucru.

Gândirea colectivă poate fi comparată cu păsările aflate în zbor. Cunoaștem că stolul de păsări este în forma literei „V”. Această formă permite comunicarea între păsări, asigură ajutorul reciproc în caz de necesitate, ajută păsările să-și conserve energia – conform estimărilor, păsărilor care zboară în spatele altor păsări în cadrul formației consumă cu 10%-14% mai puțină energie decât cele care zboară în față. Zborul sincronizat reflectă înțelegerea rolului fiecărei păsări în stol pentru a ajunge la destinație. Este un exemplu de management reușit direcționat spre rezultate, unde obiectivele sunt clar definite și detaliate.

Orientarea spre echipă permite consolidarea membrilor, câștigând încredere și vizibilitate publică. Succesul este garantat în cazul explicării clare a sarcinilor, cu repartizarea rolurilor axate pe rezultat. Această abordare elimină barierele și asigură calitatea totală. La rândul său, manualul calității (politicile, regulile, instrucțiunile, strategia) este un suport considerabil în realizarea lucrurilor bune, care pot fi măsurate prin indicatorii de impact. Dar există în cadrul organizațiilor și subculturi care aleatoriu respectă fundamentul juridic, afirmându-se printr-un comportament cu afinități. Fenomenul dat își are rădăcini în constituirea comunităților umane, în organizarea colectivă a oamenilor. Este unul bun pentru a cunoaște „suflul” instituției sau o altă fațetă a faptelor, acțiunilor prin care se gravitează crearea mediului unde se vor depune eforturi pentru a place cuiva. Capcana favoritismului diminuează munca executată bine, care, la rândul său, demotivează oamenii competenți. Apare indiferența, absentismul și dispare entuziasmul. Culturile instituționale puternice se bazează pe persoanele care doresc să aducă beneficii reale, punându-se accentul

pe abilități, responsabilități și gândire axată pe rezultate. Pentru a învăța și a merge mai departe este nevoie atât de flexibilitate, cât și de lucru asupra sinelui în vederea dezvoltării identității.

În constituirea grupului de lucru sau a echipei trebuie să se țină cont de personalul implicat. Recunoaștem că este complicat, dar finalitatea sau produsul are o conotație majoră. De aceea se recomandă a avea mai multă încredere în oamenii care recunosc obstacolele și care propun soluții sau un plan pentru rezolvarea erorilor, a aprecia eforturile celor care au contribuit. Inerent și implicit, fiecare dorește să aibă un statut ierarhic în instituția sa, dar identitatea socială depinde de trei componente independente: dominare, liderism și independență. În unele organizații componentele date coincid sau se realizează concomitent. Totuși, conducerea și independența, puterea și vizibilitatea sunt lucruri diferite. Oamenii aleg un comportament sau altul pentru a-și satisface nevoia de a se muta predominant într-unul din cele trei scale ierarhice. Pentru unii în primul rând sunt banii, urmați de abilitatea de a comanda, iar independența e a treia prioritate. Comun pentru toți este identificarea socială – apartenența la o comunitate, echipă.

Stilul de gândire al personalului este important în procesul de asigurare a calității și necesită o abordare esențială [1, p.30]. Astfel, persoanele care pun accentul pe:

- **idei:** cercetează și generează noi idei;
- **proces:** proiectează, elaborează sisteme eficiente;
- **acțiune:** motivează oamenii spre activități și dezvoltare;
- **relații:** formează relațiile interumane.

Aceste stiluri de gândire se caracterizează prin detalii și categorii distinse, incluzând de asemenea și rolurile în cadrul echipei și/sau al instituției:

- **Expertul** analizează obiectiv și înțelege global procesul/sarcina/impactul.

- **Optimizatorul** are grijă de productivitatea și eficiența muncii oamenilor, de dezvoltarea consistentă a proceselor.

- **Producătorul** realizează munca în corelația timp, cantitate și calitate.

- **Mentorul** dezvoltă oamenii și descoperă potențialul lor.

Cunoașterea stilurilor de gândire servește drept instrument util în procesul de decizie în bibliotecile orientate către resursa umană, axate

pe managementul pe rezultate și realmente adaugă valoare în sistemul de calitate totală. Culturii instituționale dăunează atitudinea negativă a angajaților. Studiile arată că emoțiile negative sunt foarte similare cu răceala – acestea sunt contagioase, se răspândesc rapid, iar riscul de a deveni un purtător de imagine „toxică” este mare.

La rândul lor, activele intangibile sunt considerate și „softul” infrastructurii organizaționale. Aici contribuțiile și eforturile oamenilor sunt diferențiate în corelație cu randamentul depus. Impactul direct depinde de nivelul de angajament al personalului:

- **Practicul** este atent la detalii, fixează erorile și barierele pentru a nu fi repetate, preocuparea spre lucrurile făcute bine la început prevalează.

- **Necesarul** face cel mai bine un proces, este expert într-un domeniu.

- **Nerăbdătorul** este în căutarea ideilor și aplicarea lor imediată, caută inovații și aplică schimbarea.

Succesul reciproc constă în stabilirea de relații care reprezintă valoarea generată de instituție per ansamblu. Capitalul intelectual deseori este analizat prin prisma indicatorilor relaționali: utilizatori per bibliotecar, împrumut per bibliotecar, cheltuieli per bibliotecar etc., dar mai puțin prin studii comprehensive ale cunoștințelor, competențelor, relațiilor. O provocare la acțiune este aplicarea *Monitorului Capitalului Uman*, care combină o gamă de măsurători ai activului uman (alinieri la valori, atitudini, comportament, cunoștințe, contribuții etc.) [2, p.61; 207-211].

Cu cât oamenii sunt mai bine apreciați și tratați, cu atât instituția prosperă. Dar să nu uităm de etica relațiilor. Chiar dacă avem oameni generatori de valoare adăugată, dar un climat psihologic tensionat, riscăm să creăm entități inadecvate misiunii. Orientarea spre resursa umană cuprinde următoarele elemente: tendința spre performanță și calitate, educarea și formarea angajaților, bunăstarea și satisfacerea angajaților. Elementele furnizează idei pentru politicile instituționale concentrate pe îmbunătățirea continuă, creșterea eficacității instituționale și pe învățarea continuă.

Abordările menționate sunt importante pentru instituțiile infodocumentare, care treptat sunt aplicate. Rezultate și succese pot fi obținute dacă membrii echipei au:

I. Scopuri comune = interesele fiecărui angajat + interesele instituției.

II. Roluri interconectate = fiecare membru al echipei își are rolul său + interacțiune, susținere și ajutor. Toată lumea ar trebui să înțeleagă în mod clar relația de personal, de echipă și rolurile organizatorice. Singur nu poți câștiga cursa – o victorie poate fi realizată cu condiția că participanții își vor îndeplini perfect rolul.

III. Actualizări = analiza lucrurilor făcute + compararea cu modelul ideal.

Astfel, putem concluziona argumentat faptul că oamenii sunt veriga prioritară în sinergia instituțională. Ei trebuie considerați ca valoare, ca active intangibile, și nu ca resurse și costuri. Ei sunt cei care determină valoarea.

Referințe:

1. COȘERI, T. Disfuncțiile muncii în echipă în contextul culturii instituționale. În: *Revista ABRM*, 2014, nr.2, p. 29-31.
2. MAYO, A. *Valoarea umană a organizațiilor*. București: Editura BMI, 2014, p. 60-61; 207-211.

SOCIOLOGIA CULTURII ÎN SOCIETATEA CONTEMPORANĂ

Georgeta SINIȚCHI

Universitatea „Apollonia” din Iași,

Institutul de Cercetări „Academician Ioan Hăulică” Iași,

Centrul Medical Alergologic „Atopia” Iași

Sociologia este o știință „tânără”, născută în a doua jumătate a secolului al XIX-lea, când își propune cunoașterea societății în scopul transformării ei, cum spunea A.Comte: „a ști pentru a prevedea, a prevedea pentru a putea” („savoir pour prévoir, prévoir pour pouvoir”) [1, p.101].

Rolul sociologiei este de a stabili conceptele și teoriile, legitățile cele mai generale care privesc ansamblul fenomenelor și proceselor sociale și diferite domenii ale vieții sociale. Ramurile sociologiei contribuie la îmbogățirea sociologiei generale.

Cultura este o caracteristică umană, este „un model de a trăi” [2, p.230] sau „un complex care include cunoștințele, credința asta, morala, legea, obiceiul, deprinderile dobândite de om ca membru al unei societăți” [3, p.1].

Cultura este „ereditatea socială a membrilor unei societăți” (Ralph Linton – [4, p.68-92]).

Cultura este „moștenirea învățată și transmisă a cunoștințelor, părerilor, valorilor făcute de om... care asigură membrilor unei societăți uneltele pentru a face față problemelor curente” [5, p.85].

Cultura extinde libertatea umană, dar și o limitează în mod inegal.

Cultura are două componente: una materială, care se referă la creațiile concrete ale societății și este transmisă generațiilor viitoare, și cultura nematerială, care este conținutul însuși al vieții sociale, ce este transmis din generație în generație.

Evoluția anatomică a omului combinată cu dezvoltarea culturală a condus specia umană la starea actuală dezvoltată.

Culturile tuturor societăților întruchipează idei despre mediul natural și despre lumea pe care au creat-o ființele umane.

Valorile sunt idei despre ceea ce societatea crede că este bun, iar în societatea modernă este apreciată munca. „Etica muncii” ne influențează comportamentul specific.

Valorile sunt interpretate diferit, uneori sunt limitate în cadrul unei societăți, sau ca timp, așa cum în ultimii ani se pun în balanță valorile filozofice față de cele financiare.

Normele societății duc la reguli sociale ale societății, sunt legi, moravuri, obiceiuri.

O societate are semne naturale, simboluri, limbă ca mijloc de comunicare.

O societate are o relativitate și o diversitate culturală.

Societățile umane contemporane au o mare diversitate (așa cum încă se nota în ipoteza Sapir-Whorf).

Notând diversitatea culturală, trebuie să subliniem și relativitatea lingvistică. Aceasta a fost formulată de doi antropologi: Edward Sapir în 1929 și Benjamin Lee Whorf în 1956 [6, p.182].

Perceperea lumii este deteriorată de vocabularul și structura gramaticală a unei limbi, după autorii citați.

Societățile moderne au deosebiri culturale care demonstrează variabilitatea organizațiilor omenești. Înțelegerea și aprecierea acestei diversități poate duce la respect față de deosebirile dintre popoare.

Relativismul cultural trebuie subliniat în societatea modernă, pentru că orice practică culturală trebuie înțeleasă în raport cu configurația sa culturală mai largă. Practicile culturale sunt modurile de

acțiune socială, referindu-se azi la raportarea membrilor societății, la rolurile și relațiile lor sociale [7, p.154-268]. Deci există o corelație între stratificarea socială și cea culturală.

Există o cultură elitistă, una de mijloc și una de masă [8, p.531].

Practicile culturale astăzi sunt alături de politicile culturale. Condițiile politice, culturale, sociale și societatea de astăzi pot avea ca obiective consolidarea culturii, dezvoltarea învățământului, echilibrarea centrelor de acțiune culturală, politica audiovizualului, propagarea internațională și dezvoltarea învățământului și a creativității tinerilor.

Cultura organizațională nu trebuie uitată. În ultimii ani asistăm la un proces amplu și permanent de multiplicare și diversificare a formelor de organizare a vieții sociale și pentru aceasta se dezvoltă organizații culturale, religioase, politice, juridice, economice, industriale.

Societățile moderne au ca rol fundamental marile organizații, iar secolul XX este considerat secolul colectivităților organizate, față de secolul XIX, care era considerat secolul individualităților. Deci, iese în evidență conceptul de societate organizațională sau societate organizată.

Teoriile moderne consideră că organizația este un sistem încheiat, dinamic, evolutiv [9, p.279] și au o perspectivă psihologică și psihosocială care se pot centra pe elementul cel mai dinamic și complex care este omul.

Cultura și identitatea națională este un alt capitol important de discutat. „Cultura este o componentă structurală în viața națiunilor, dar și o expresie a sufletului și a spiritualității lor. Culturile reprezintă elementul central al identității naționale, nucleul sau pivotul spiritual” [10, p.304-305].

În momentul istoric al integrării europene, societatea românească se confruntă cu o problemă fundamentală, aceea de a-și redefini identitatea culturală în termenii actualității, pentru că, așa cum nota D.D. Roșca [11, p.200], „Fiecare popor reprezintă o valoare unică în lume”.

În concluzie, cultura în perioada contemporană este factor important pentru realizarea unor pași înainte de către o unei societate.

Referințe:

1. COMTE, A. *Discurs asupra spiritului pozitiv*. București: Editura Științifică, 1999. 128 p.
2. KLUCKHOHN, C. *Mirror for man: The relation of anthropology to modern life*. New York: Whittlesey House Inc., 1949. 300 p.

3. BURNETT TYLOR, E. *Primitive Culture: Researches Into the Development of Mythology, Philosophy, Religion, Art, and Custom*. London: Murray, 1871. 528 p.
4. LINTON, R. *Fundamentul cultural al personalității*. București: Editura Științifică, 1968. 154 p.
5. GOODMAN, N., MARX GARY T. *Society Today*. New York: Random House, 1982. 561 p.
6. KENNISON SHELIA M. *Introduction to Language Development*. California: SAGE Publications Inc. 2014. 496 p.
7. HENRY CHOMBART DE LAUWE, P. *La culture et le pouvoir*. Paris: Stock, 1975. 386 p.
8. VALADE, B. Cultura. În: Raymond Boudon (coord.) *Tratat de sociologie*. București: Humanitas, 1997, 640 p.
9. LIKERT, R. *New Patterns of Management*. New York: McGraw-Hill, 1961. 279 p.
10. GEORGIU, G. *Istoria culturii române moderne*. București: Ed. Comunicare.ro, 2002. 395 p.
11. ROȘCA, D. D. Temeiuri filosofice ale ideii naționale. În: *Studii și eseuri filosofice*, București: Editura Științifică, 1970. 212 p.
12. CUCOȘ, C., *Educația. Dimensiuni culturale și interculturale*. Iași: Polirom, 2000. 288 p.
13. MEHEDINȚI, S. *Civilizație și cultură, concepte, definiții, rezonanțe*. București: Trei, 1999. 391 p.
14. LAU, D. MURNIGHAM KEITH, J. Demographic Diversity and Faultlines. In: *The Compositional Dynamics of Organizational Lease Groups*, 1998, nr. 23/2, p. 325-340.
15. WASSMER, Ch. Penser autrement les modes de vie en 2030. In: *Cahier des nouvelles problématiques de société*, 2014, tome 1, p.19.

CULTURA EMOȚIONALĂ A BIBLIOTECARULUI DIN PERSPECTIVA DEZVOLTĂRII PROFESIONALE

*Natalia ZAVTUR
Biblioteca Tehnico-științifică UTM*

Începând cu a doua jumătate a anilor '90, dezvoltarea profesională a specialiștilor de bibliotecă în Republica Moldova, ca formă și conținut, s-a îmbunătățit sensibil. Prin instituționalizarea formării profesionale continue, pregătirii formatorilor, diversificării acțiunilor de învățare au fost dobândite cunoștințe solide, care, fiind transpuse în

practică, au schimbat situația bibliotecilor, au deschis calea spre modernizare. În același timp, din punctul de vedere al impactului, unele probleme de importanță vitală persistă: profesia bibliotecarului nu este atractivă pentru tineri, numărul utilizatorilor bibliotecilor este în descreștere.

În căutarea soluțiilor, dezvoltarea profesională rămâne a fi oportună în continuare, constituind o sursă credibilă, realistă, decisivă pentru activizarea factorului uman. O nouă orientare, în acest sens, mai ales din perspectiva problemelor nominalizate, poate fi *formarea culturii emoționale* a bibliotecarilor, subiectul nefiind tratat de sine stătător în programele de formare profesională.

Conceptul culturii emoționale este relativ nou, la elaborarea lui participând specialiști din domeniile: psihologie, pedagogie, filozofie, management ș.a. El se regăsește în publicațiile din România și Republica Moldova din ultimii zece ani, în cele din străinătate, mai frecvent, de la mijlocul anilor '90. Adesea se identifică cu conceptul „*inteligența emoțională*”, acesta apărut înainte, evoluând substanțial. Unii teoreticieni însă atribuie „culturii emoționale” un sens mai larg, subliniind că între termenul dat și „inteligența emoțională” există „interacționări pozitive și raport de continuitate” [1].

Pe plan general, cultura emoțională reprezintă capacitatea și abilitățile persoanei de a integra emoțiile în comportament *într-o formă culturalizată* vizavi de recunoașterea emoțiilor proprii și a celor din jur, înțelegerea, utilizarea, reglarea emoțiilor. Beneficiile culturii emoționale sunt multiple: integrare în colectiv, comunicare favorabilă, managementul carierei profesionale, satisfacție în muncă, împăcare cu profesia, adoptarea poziției active de viață, optimismul etc.

Teoria culturii emoționale și a inteligenței emoționale oferă diverse cunoștințe privind: relațiile dintre gândirea rațională și gândirea emoțională, tipologia emoțiilor, pericolele hazardului emoțional, funcțiile, structura, competențele, nivelurile culturii emoționale, coeficientul inteligenței emoționale, valorile emoționale specifice profesiunilor etc. Este științific demonstrat faptul că inteligența emoțională influențează manifestarea persoanei în aceeași măsură ca și inteligența cognitivă (în anumite circumstanțe chiar prevalând).

Important, specialiștii asigură că emoțiile, deși vin cu moștenirea genetică, pe parcursul vieții pot fi modelate. Acesta este un argument

în plus pentru abordarea tematicii culturii emoționale în dezvoltarea profesională. În pedagogie, competențele emoționale sunt clar definite [2].

Din ce motive rezultă opțiunea bibliotecarilor pentru cultura emoțională?

În primul rând, profesia bibliotecarului ține de domeniul culturii, bibliotecile fiind în esență instituții de cultură. Aceasta presupune ca transferul de cultură să se producă integral, incluzând cultura emoțiilor, cultura înțelegerii, cultura limbajului, cultura vorbirii etc.

În al doilea rând, profesia bibliotecarului este o profesie umanistă. Principiul umanismului, prin care omul este recunoscut ca valoare supremă, stă la baza Codului etic al bibliotecarului din Republica Moldova. Profesioniștii de bibliotecă se obligă să promoveze valorile general-umane, dar și să le demonstreze în practică, dezvoltând relații favorabile interacțiunii cu utilizatorii, partenerii, colegii. Acestea din urmă implică neapărat emoționalitatea, fiindcă la nivelul ei se decide dacă relația este binevenită sau nu, dacă este plăcută sau neplăcută, dacă aduce satisfacție sau insatisfacție.

În al treilea rând, profesia bibliotecarului este una de comunicare, dimensiune în cea mai mare măsură dominată de emoții. Se știe, subtextul emoțional este inerent conținutului mesajului, limbajului verbal și nonverbal, ascultării, construcției dialogului, luării deciziei etc. Astfel, are loc nu doar transmiterea ideilor, ci și a emoțiilor. Comunicarea emoțiilor și a sentimentelor facilitează înțelegerea, credibilitatea, interesul pentru soluționarea pozitivă a problemelor. Amplificarea, la etapa actuală, a rolului bibliotecilor ca centre de comunicare sugerează îndeosebi necesitatea posedării artei comunicării, inclusiv la nivel emoțional.

În al patrulea rând, profesia bibliotecarului este caracterizată de predominarea sexului feminin, acesta prezentând emotivitate pronunțată. Calitatea dată are două semnificații: pe de o parte, este benefică, generând o comunicare emoțională; pe de altă parte, există pericolul prevalării reacțiilor emoționale asupra celor raționale, ceea ce poate influența negativ comunicarea. În acest sens, reglarea efectivă a emoțiilor devine o necesitate.

În al cincilea rând, profesia bibliotecarului se confruntă cu serioase provocări emoționale, determinate de: insuficiența resurselor bibliotecilor; concurența informațională; complexitatea lucrului cu utilizatorii,

diferiți ca personalități, cu cerințe mereu în schimbare; motivarea slabă a muncii; condițiile neadecvate de muncă etc. Aceste vulnerabilități creează emoții negative, afectând eficiența profesională.

Formarea culturii emoționale este un proces complex. La nivel de conținuturi, în centrul atenției trebuie plasate competențele emoționale propriu-zise. În același timp, este indispensabilă cunoașterea psihologiei comunicării, a comportamentului uman în organizație. De asemenea, este necesară conștientizarea orientării umanistice a activității de bibliotecă. Pe fundalul interferenței unor asemenea cunoștințe va fi reliefată clar ideea responsabilității bibliotecarilor privind umanizarea relațiilor de comunicare, modelarea, în acest context, a propriului comportament.

Contează formarea deprinderilor practice pentru cultura emoțională. E necesar să fie însușite regulile și tehnicile de depășire a blocajului emoțional, de eliminare a emoțiilor negative, de ascultare corectă, este nevoie de aservitate, de empatie etc.

Efectiv, succesul formării culturii emoționale este determinat de mediul organizațional, îndeosebi prin accentuarea importanței factorului uman vizavi de: declararea valorilor și normelor comportamentale, considerarea calităților umane în evaluarea personalului, motivarea etico-morală a muncii, crearea unui climat psihologic agreabil comunicării. Acești factori stimulează dezvoltarea emoțiilor pozitive.

Cultura emoțională este o modalitate de exteriorizare a profesiei bibliotecarului. Poate imaginea bibliotecii nu este înțeleasă fiindcă e puțin cunoscută? Poate cultura emoțională va da amploare descoperirii în adevăr a ponderii instituției bibliotecare?

Referințe:

1. Perspectiva istorică în definirea culturii emoționale. În: COJOCARU-BOROZAN, M. *Teoria culturii emoționale: studiu monografic asupra cadrelor didactice*. Chișinău: UPS „I.Creangă”, 2010, p. 52.
2. Cultura emoțională. Epistemologia culturii emoționale. În: COJOCARU-BOROZAN, M. *Tehnologia dezvoltării culturii emoționale*. Chișinău: UPS „I.Creangă”, 2012, p. 35.

INTEGRATED QUALITATIVE APPROACHES TO E-CITIZENS' (DE)LEGITIMATION STRATEGIES

Mădălina MANOLACHE, Camelia CMECIU
University of Bucharest, Romania

The digitalization of organizational communication has triggered the change of the traditional *word of mouth* into a virtual space, on the one hand, and the transfer of control from the few to the many, and from organizations to publics, on the other hand. This empowerment of consumers and/or citizens places an emphasis on interactivity focused on conversation and on the role of content producer attributed to internet users. The paradigmatic transfer from *business-to-consumer* monologues or *business-to-consumer-to-business* dialogues to *consumer-to-consumer* communication [1 p.134] determined organizations to combine creativity with credibility and visibility with interactivity. The „bottom-up” strategy has also been adopted by public organizations, and even European institutions. The European Commission has had a new approach to earn people’s interest and trust by applying the principles of subsidiarity and decentralization [2]. This approach has focused on listening, communicating and connecting with citizens by „going local”. The European e-platforms (Europa, Futurum, Debating Europe etc.) have gradually introduced the debate within the European online public sphere, thus providing a new insight into Bakhtin's participatory dialogue and heteroglossia [3]. Nowadays the online subsidiarity through which the European citizen is empowered has become more salient within the context of digitalization and it allows the development of a new form of European citizenship.

One important aspect that needs to be addressed within this new context where e-citizens have become prosumers of information is the type(s) of approaches to their online (de)legitimation strategies. In our paper we want to develop an integrated qualitative approach which will have as main input communication strategies (credit claiming, credit granting, admitting mistakes, blame shifting or requesting others, [4]) combined with a qualitative textual data analysis software (QDA Miner). This integrated approach will allow us to provide a conceptual mapping of the conceptual nodes and conceptual flows for a debate suggested by European citizens and for the responses offered

by policymakers. In order to illustrate how this integrated approach to (de)legitimation strategies works, we will use as corpus of our research the ‘Brexit’ issue debated by e-citizens on the ‘Debating Europe’ platform.

Acknowledgement: This work was supported by a grant of the Romanian National Authority for Scientific Research and Innovation, CNCS-UEFISCDI, project number PN-II-RU-TE-2014-4-0599.

References:

1. BROWN, R. *Public Relations and the Social Web. How to Use Social Media and the Web 2.0 in Communications*. London: Kogan Page, 2009, p. 134.
2. PÜTZ, C. Campaign Practices Ad Survey Use in the European Commission: The Eurobarometer Survey. In H-D Kligemann & A. Rommele (Eds.), *Public Information Campaigns and Opinion Research. A Handbook for the Student And Practitioner*, 2002, p. 105-124. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage.
3. WODAK, R., & KOLLER, V. (Eds.). *Handbook of Communication in the Public Sphere*. Berlin, New York: Mouton de Gruyter, 2008.
4. SOMMER, M., ROOSE, J., KANELLOPOULOS, K., KOUSIS, M., & SCHOLL, F. Assessing legitimacy in the Southern Eurozone crisis through discursive actor attribution analysis of media reports, 2009-2013. 2014 [Accessed 20.11.2015]. Available at: http://www.ggcrisi.info/publications/Articles_Papers/Paper-II-ECPR_Assessing-Legitimacy/index.html

**ARHIVE DIGITALE DESCHISE ÎN BIBLIOTECILE
UNIVERSITARE: ASPECTE LEGALE ȘI DE CONȚINUT**

*Natalia CHERADI, Ana GUDIMA
Academia de Studii Economice a Moldovei*

Biblioteca universitară, prin colecțiile sale tradiționale și digitale, sprijină realizarea obiectivelor privind asigurarea pregătirii superioare și a dezvoltării cercetării științifice în diverse domenii. Cu amplificarea mișcării internaționale a Accesului Deschis – Open Access (OA) la cunoștințe științifice, bibliotecile universitare au misiunea de a constitui depozite digitale instituționale și de a asigura metadate de calitate, securitatea și stabilitatea materialelor publicate.

Principalul motiv pentru care universitățile trebuie să creeze arhive instituționale este sporirea vizibilității și impactului cercetărilor reali-

zate. Nevoia de dezvoltare a arhivelor digitale deschise ca cea mai eficientă modalitate de a conserva potențialul intelectual al țării trebuie să fie recunoscută ca un obiectiv prioritar la nivel național. Autorii sunt dispuși să arhiveze materialele, dar ar putea avea nevoie de educație și informare privind publicarea în Accesul Deschis.

Pentru a edita materialele în arhivele digitale deschise și a le face cunoscute publicului larg, trebuie respectate o serie de prevederi legislative privind drepturile de proprietate intelectuală. Constituția RM garantează protecția dreptului de autor și libertatea creației artistice, literare și științifice. Codul cu privire la știință și inovare al Republicii Moldova, nr.259 din 15.07.2004 reglementează politica de stat în domeniul științei și inovării, inclusiv protecția proprietății intelectuale [1]. Dreptul de autor a fost reglementat și prin acte legislative. Astfel, vorbim despre lucrări ce intră sub incidența Legii nr.139 din 02.07.2010 privind dreptul de autor și drepturile conexe, de opere care se află în Domeniul Public și de cele ale căror deținători de drepturi nu sunt identificați (opere orfane) [3].

Comisia Europeană, în vederea armonizării legislațiilor fiecărei țări-membru, a adoptat câteva acte legislative: „Directiva Parlamentului European și a Consiliului din 12 decembrie 2006 privind durata de protecție a dreptului de autor și a anumitor drepturi conexe (2006/116/CE)” [2] și „Recomandarea Comisiei 2011/711/EU privind digitizarea și accesibilitatea online a materialului cultural și conservarea digitală” [4].

Deoarece drepturile de autor constituie o problemă dificilă, orice proiect de digitizare trebuie să stabilească, la primă etapă, statutul de copyright al documentelor care urmează a fi oferite online publicului. Astfel de probleme apar în constituirea și dezvoltarea repozitoriilor instituționale, și aici este nevoie de clarificarea aspectelor legale privind transmiterea drepturilor pentru gestiunea colectivă a patrimoniului științific și cultural în mediul online. Este necesar a studia cadrul normativ al universităților pentru a iniția corect procedura de implementare a Accesului Deschis la informația științifică, a conlucra cu responsabilii de activitatea științifică pentru a stabili cerințele legale care trebuie îndeplinite.

Politicile instituționale ale universităților privind Accesul Deschis se înregistrează în formă de mandat instituțional în registrul

ROARMAP (Registry of Open Access Repositories Mandatory Archiving Policies), care autorizează Accesul Deschis la rezultatele cercetărilor științifice, realizate din fonduri publice [5]. În conformitate cu normele elaborate de universități, este asigurată integritatea și identitatea textului autorului din versiunea tipărită, atunci când materialul intră într-o arhivă electronică. În afară de politică, este elaborat și regulamentul arhivei instituționale deschise, care definește Repozitoriul instituțional, determină scopurile, principiile creării, reglementează relația cu autorii articolelor științifice, identifică tipurile de materiale, stabilește ordinea plasării publicațiilor, formulează regulile de utilizare.

Permisiunea acordată de către autori reprezintă o licență, neexclusivă, irevocabilă, care exercită toate drepturile în conformitate cu drepturile de autor, ea permite distribuirea în Acces Deschis a materialelor publicate cu condiția că acestea nu vor fi utilizate cu scopul de a obține profit. Deschiderea accesului la textul integral este în competența autorului. Drepturile morale ale autorului nu sunt alienabile și se păstrează după autor, indiferent de metoda de publicare. Autorul își exercită dreptul exclusiv la publicație prin luarea în mod voluntar a deciziei privind prezentarea publicației sale pe Internet. Accesul Deschis este încurajat, dar nu și obligatoriu. Software-ul depozitelor permite autorilor să facă o alegere între accesul deschis (Open Access-OA) sau accesul restricționat (Restricted Access-RA).

Schimbările pozitive privind vizibilitatea cercetărilor pot fi realizate cu crearea depozitului digital instituțional. Topul arhivelor instituționale în lume poate fi analizat pe site-ul The Ranking Web of World repositories [6]. Implicarea bibliotecilor în promovarea repozitoriilor și asistența cercetătorilor pentru autoarhivare sporește procesul de creare a depozitelor digitale instituționale, dar este insuficient fără sprijinul administrațiilor instituțiilor.

Pentru dezvoltarea autoarhivării în țara noastră este oportună ideea susținătorilor OA, care propun autorilor, încheind contracte cu editori, să nu le transmită dreptul de autor, oferindu-le licența nonexclusivă de publicare – atunci nu vor exista obstacole juridice pentru publicare în arhive digitale. Această abordare este în concordanță cu interesele actuale ale comunității științifice.

Gestionarea procedurilor de arhivare ține de depunerea textului

integral al preprinturilor și postprinturilor pentru publicare în arhive, ceea ce va contribui la creșterea utilității rezultatelor de cercetare [7].

Este evident că majoritatea revistelor internaționale permit depunerea lucrărilor în arhivele digitale deschise, însă sunt cercetători și editori care impun o perioadă de „embargo” pentru acces la publicații. Depozite fie de Acces Deschis (OA) sau de Acces Închis (CA) sunt aspecte care vor trebui să fie luate în considerare la stabilirea celei mai adecvate soluții privind natura instituțională a producției academice din Republica Moldova.

Implementarea tehnologiei inovaționale de arhivare digitală deschisă în Republica Moldova va oferi noi posibilități de evaluare pentru Consiliul Național pentru Acreditare și Atestare (CNAA) pe baza de „măsurători”, sau a altor standarde pentru îmbunătățirea calității de investigație și integrare eficientă a cercetătorilor din Moldova în comunitățile internaționale științifice și educaționale. Fiind creat depozitul instituțional, va aborda o nevoie reală exprimată de învățământul superior din Republica Moldova, de conducerile instituțiilor implicate în evaluarea rezultatelor producției naționale de cercetare și punerea acestora la dispoziția comunității naționale și globale.

Bibliotecile implementează strategiile și modelele Accesului Deschis și promovează activ beneficiile arhivării electronice în rândul cercetătorilor ca un imperativ al timpului și o nouă cale de acces și utilizare a conținutului digital. Accesul Deschis oferă bibliotecilor universitare oportunități mai bune de dezvoltare a suportului informațional pentru educație și cercetare științifică, de asigurare a calității resurselor electronice. Bibliotecile participă activ la crearea și menținerea arhivelor electronice deschise și promovează noile modele de comunicare științifică în cadrul comunității academice.

Referințe:

1. Codul cu privire la știință și inovare al Republicii Moldova. În: *Monitorul Oficial*, 2004, nr.125-129.
2. *Directiva Parlamentului European și a Consiliului din 12 decembrie 2006 privind durata de protecție a dreptului de autor și a anumitor drepturi conexe (2006/116/CE)*. [Accesat 26.05.2016]. Disponibil: <http://www.orda.ro/fisiere/directive/Directiva%202011-77-UE.pdf>.
3. Legea Republicii Moldova privind dreptul de autor și drepturile conexe nr.139 din 02.07.2010. În: *Monitorul Oficial*, nr.191-193.
4. *Recomandarea Comisiei 2011/711/EU privind digitizarea și accesibilitatea*

tea online a materialului cultural și conservarea digitală [Accesat 25.05.2016]. Disponibil: <http://www.infoeuropa.md/cultura/recomandarea-comisiei-2011-711-eu>.

5. ROARMAP: *Registry of Open Access Repositories Mandatory Archiving Policies* [Accesat 21.05.2016]. Disponibil: <http://roarmap.eprints.org/>
6. *The Ranking Web of World repositories* [Accesat 26.05.2016]. Disponibil: <http://repositories.webometrics.info/toprep.asp>
7. ȚURCAN, N. *Comunicarea științifică în contextul Accesului Deschis la informație*. Chișinău: CEP USM, 2012. 324 p. ISBN 978-9975-71-253-8.

REVISTA „BASARABIA ECONOMICĂ” – SURSĂ PENTRU CERCETARE ȘTIINȚIFICĂ

Silvia GHINCULOV

Academia de Studii Economice a Moldovei

În ultimele două decenii, au apărut mai multe lucrări ample dedicate istoriei Basarabiei, în special perioadei interbelice. În anii 1918-1940 a fost adoptată Constituția și au fost realizate mai multe reforme importante: reforma învățământului, reforma administrativă, reforma agrară.

„Basarabia economică: revistă socială, economică, statistică și financiară” constituie o sursă informațională de prestigiu referitoare la perioada imediat următoare după Unirea Basarabiei cu România. Revista apare de sub tipar din anul 1918. Creșterea economică și ridicarea nivelului de trai al populației basarabene din perioada dată constituiau o problemă de mare importanță.

Primii autori ai publicației „Basarabia economică” au fost Teofil Ioncu, Eugeniu Giurgea, Mihai Chirițescu, Episcop Balamace, Vasile Puiu, ulterior, comitetul de redacție se completează cu încă câțiva membri: Corneliu Antonescu, Gheorghe Ivănuș și Mihail Gușacov. De la anul fondării până în 1930, revista apărea cu titlul „Basarabia economică” și subtitlul „Revistă socială, economică, statistică și financiară a Cercului de Studii Social-Economice al Basarabiei”. Sumarul includea cercetări și studii pe cele mai actuale teme privind economia regiunii, cu compartimente permanente ce conțineau date statistice și financiare.

Începând cu anul 1930, revista are subtitlul „Buletinul Camerelor de Comerț și Industrie din Basarabia”, redactori ai revistei rămânând

aceiași T.Ioncu, E.Giurgea, E.Balamace, V.Puiu, care publică, în special, informații cu caracter general din diverse domenii socioeconomice, abordate în cadrul ședințelor Camerelor de Comerț și Industrie.

Primul autor al primului articol din numărul întâi al revistei analizate este Eugen N. Giurgea, care ne informează despre „Importanța economică a Basarabiei pentru România”, semnalând: „Basarabia..., reîntorcându-se iarăși la Patria-mumă a adus cu dânsa câmpii mănoase, livezi și pomi, vii și lacuri pline cu tot felul de pești, care vor constitui în viitor pentru dânsa, ca și pentru țara românească întregă, un mare izvor de bogăție națională”. În încheiere, autorul concluzionează: „Din toate acestea putem vedea, deci, că noua provincie este un tezaur de bogăție pentru noi și nu trebuie neglijat nimic, nu trebuie a lăsa la o parte niciun sacrificiu din partea noastră, pentru ca să ridicăm din toate puterile noastre și din toate punctele de vedere Basarabia, convinși fiind că vom face și opera economică și națională” [2, p.16].

Al doilea autor după numărul, dar și după calitatea articolelor publicate în paginile revistei din anul 1919 este Teofil Ioncu, prezent cu 20 de materiale. Primul – „Impozitul pe venit în Basarabia” descrie istoricul impozitului pe venit în Rusia, introdus parțial în 1812, sub forma dării procentuale progresive asupra averilor imobiliare.

Următorul articol – „Asigurarea publică”, prin conținutul său, întregește volumul informației cu privire la modul și nivelul de trai al populației basarabene, și se deosebește prin faptul că demonstrează convingător necesitățile asigurărilor obligatorii și, în general, ale diverselor măsuri menite să ușureze povara celor căzuți la nevoie (din cauza calamităților naturale și a altor incidente).

Numerele din anul al treilea (1922) au avut un titlu modificat: „Basarabia economică, socială și financiară”, celelalte determinative, din primii ani de ediție, „Revistă economică, statistică și financiară a Cercului de Studii Social-Economice al Basarabiei”, fiind suprimate. A fost schimbat comitetul de redacție și periodicitatea ediției, apărând trimestrial.

În septembrie 1936 revista apare cu un titlu puțin modificat – „Basarabia economică: Buletinul Camerelor de Comerț și Industrie din Basarabia” (nr. 9), fără a fi indicat comitetul de redacție, periodicitatea sau altă informație. Majoritatea materialelor, spre deosebire de edițiile din 1919-1923, apăreau fără semnătura autorilor.

În varianta revistei din anii 1919-1923, problemele economice din Basarabia se studiau prin prisma unui autor, prin analiza situației într-un domeniu concret, fie cultivarea diverselor culturi agricole (grâu, porumb, fructe etc.), fie realizarea producției dobândite sau prelucrarea mărfurilor respective etc., în timp ce în partea a doua a revistei (din anii 1936-1940), în prim-plan se află studiile efectuate la nivel de stat, de instituții specializate, cum ar fi Camerele de Comerț și Industrie, Oficiul registrului comerțului etc., care, în mod organizat, adună, sistematizează și analizează informația economică, legată de diverse aspecte de producere, de prelucrare, de vânzare a mărfurilor, de care dispune ținutul basarabean.

Toate aceste documente, sistematizate în diferite forme: de studii documentare, de tablouri statistice, dări de seamă la diverse niveluri administrative etc., se publicau fără semnătura autorilor, doar cu numele instituției respective. În paralel cu aceste documente oficiale, revista publica un număr considerabil de articole informative cu privire la situația economică din ținut, de cele mai multe ori, după județe. Astfel, potențialii cititori, răsfoind revista, aveau să se familiarizeze cu multe articole, schițe, studii legate de economia Basarabiei: „Recolta și valorificarea cerealelor în Basarabia”, „Cum se combate specula la Cahul”, „Exportul de vite din Basarabia”, „Situația industriei din județul Hotin” etc.

Cele relatate anterior, credem, vin să mărturisească nu doar despre volumul impunător și veridicitatea informației aduse de revista „Basarabia economică”. Materialul selectat din viața economică a ținutului basarabean, fie chiar dintr-o perioadă destul de modestă (1919-1923, 1936-1940), este de o variabilitate excepțională și de o exactitate convingătoare, calități foarte necesare pentru a fi puse în circuitul științific. Aceste calități se manifestă la consultarea „Părții oficiale” a revistei. În contextul celor menționate, ar fi bine ca cercetătorii să acorde atenția cuvenită materialului statistic după județe și orașele județene: Chișinău, Lăpușna, Bălți, Orhei, Soroca, Tighina etc. Anume în aceste compartimente este concentrată informația cea mai relevantă referitoare atât la starea economică a regiunii, nivelul de trai al populației, istoria ținutului basarabean, în general, cât și la aspectele concrete ale vieții sociale din localitățile (comunele, satele) județelor respective. Aici, doritorii de a cerceta istoria unui sau altui sat, viața unei sau altei personalități etc. vor identifica diverse

documente referitoare la nivelul de trai, la domeniile de activitate (agricolă, industrială etc.) a populației, la raporturile administrative dintre centru și periferie.

Deosebit de complex este domeniul de informație statistică: cultivarea celor mai răspândite culturi agricole, prelucrarea și realizarea acestora, starea prețurilor mărfurilor produse în țară etc. Un loc aparte este rezervat depozitării informației referitoare la mișcarea populației și, în special, a averii cetățenilor. Aceste și alte aspecte, de regulă, se reflectă în paragrafe aparte: „Vânzări și cumpărări”, spre exemplu, unde sunt indicate numele și prenumele vânzătorilor, localitatea și costul obiectului vândut, sau în paragrafele „Firme individuale...”, „Firme sociale...” după județe, unde solicitanții vor afla numele și prenumele fermierilor și comercianților, localitatea și numărul de înregistrare al obiectului respectiv.

Trebuie să se țină cont și de faptul că în paginile revistei, alături de informația semnalată anterior, cercetătorii vor găsi documente (articole, studii, comunicări, dări de seamă, legi, decrete etc.) consacrate analizei diferitor teme și probleme, aspecte și domenii din viața socială și politică a regiunii, în ansamblu, cât și a județului, a comunei respective. Revista „Basarabia economică” oferă informații prețioase, care permit să reconstituim tabloul amplu al profilurilor economice din perioada respectivă, al preocupărilor agenților comerciali, proprietarilor și micilor negustori, precum și prețioase date statistice referitoare la aceste activități.

Referințe:

1. SUVEICĂ, S. *Basarabia în primul deceniu interbelic 1918-1928. Modernizare prin reforme*. Chișinău: Pontos, 2010.
2. ȘPAC, I., GHINCULOV, S. *Revista „Basarabia economică” (1919-1940): cercetare bibliografică*. Chișinău: Tipografia Departamentului Editorial-Poligrafic al ASEM, 2015. 191 p.

ROLUL STUDIERII COMPORTAMENTULUI CONSUMATORULUI ÎN LUAREA DECIZIILOR DE MARKETING AL INSTITUȚIEI DE ÎNVĂȚĂMÂNT SUPERIOR

Ecaterina ȘIȘCAN

Academia de Studii Economice a Moldovei

În prezent, învățământul superior din Republica Moldova se confruntă cu o serie de probleme importante atât la nivel de sistem, cât și la nivel de universitate. Printre acestea se enumeră: declinul demografic al populației, emigrarea în masă a populației tinere, nivelul înalt de concurență pe piața educațională, reducerea cantitativă și modificarea structurii cererii pentru serviciile de învățământ superior ș.a.

Studierea procesului decizional de alegere a instituțiilor de învățământ superior și a factorilor care pot avea impact asupra deciziilor consumatorilor potențiali permite identificarea soluțiilor și fundamentarea deciziilor de marketing ale universităților orientate spre atragerea și menținerea studenților.

Necesitatea descifrării aspectelor cantitative și calitative ale comportamentului au contribuit la elaborarea unor modele care explică mecanismul comportamental de cumpărare și consum. Mai mulți cercetători au încercat să explice modelele care stau la baza comportamentului consumatorilor de servicii educaționale. Primele încercări de elaborare a modelelor comportamentale în învățământul superior au existat încă la începutul anilor 1980. Hossler ș.a. susțin că cele mai multe studii încadrează modelele de comportament specifice alegerii instituției de învățământ superior în una din următoarele categorii: modele economice, de statut și combinate [1].

Aceste modele explică complexitatea procesului decizional și evidențiază factorii care influențează decizia de alegere a instituției de către potențialii consumatori. Majoritatea cercetătorilor propun modele relativ similare, marcând diferențe, în special, la nivel de număr de etape care le formează.

O trecere în revistă a modelelor comportamentale permit identificarea următoarelor etape ale procesului decizional de cumpărare în învățământul superior:

Recunoașterea nevoii. La această etapă universitatea urmează să

răspundă la următoarele întrebări: (1) care este natura nevoilor și (2) care sunt așteptările consumatorilor potențiali? Astfel, potrivit unui studiu realizat în scopul determinării intențiilor de cumpărare a serviciilor educaționale, la care au participat absolvenții din mai multe licee din țară (2015), printre cele mai importante motive care îi determină pe tinerii moldoveni să opteze pentru continuarea studiilor se regăsesc: „solicitarea pieței muncii” și „obținerea unui câștig în viitor”. Aceste rezultate confirmă teoria potrivit căreia oamenii sunt predispuși să investească în educație când consideră că vor obține câștiguri mai mari în viitor.

Totodată, pentru universitate este important să cunoască care din elementele „instituție de învățământ – program de instruire” este dominantă în topul preferințelor consumatorului potențial. Aceasta este legat, în primul rând, de faptul că instituția poate influența consumatorul în alegerea componentei secundare. În al doilea rând, procesul de modelare a comportamentului consumatorului va fi influențat de componenta prioritară. Potrivit rezultatelor aceluiași studiu, în cele mai multe cazuri, factorii luați în considerație în procesul luării deciziei de cumpărare sunt „imaginea instituției de învățământ” (84%) și „imaginea specialității” (78%).

Informarea. Informațiile care pot servi universitățile în procesul de modelare a comportamentului consumatorilor se referă la: (1) genul de informații solicitate de abiturienți, (2) sursele de informare cele mai populare și credibile, (3) limitele temporale ale procesului de căutare a informației etc.

Rezultatele studiului denotă că cele mai populare surse de informare pentru studierea ofertelor instituțiilor de învățământ superior din Republica Moldova sunt: site-ul instituției, indicat de 71% din respondenți, și sursele personale – 48,8%. Iar cele mai solicitate de către respondenți tipuri de informații se referă la „prețul programului” (82,6%) și „domeniul unde ar putea activa” (60,9%), ceea ce demonstrează predominarea motivelor raționale în alegerea produsului educațional.

Evaluarea alternativelor din punctul de vedere al avantajelor așteptate și alegerea variantei optime. Evaluarea alternativelor se realizează în baza unor criterii concrete, considerate în procesul de alegere. În baza criteriilor stabilite, consumatorul serviciilor educaționale formează un set de variante alternative.

Cel mai important criteriu, în opinia participanților la sondaj, este „calitatea serviciilor”, care a obținut cel mai înalt scor (4,36 p.) Pe următoarele poziții cu un rezultat destul de ridicat se plasează: „calitatea personalului didactic” (4,02 p.), „imaginea universității” (3,46 p.), „imaginea specialității” (3,21 p.) și „prețul programului” (3,17 p.).

Cu cât instituția oferă mai multe informații despre diversele aspecte ale activității sale, cu atât crește probabilitatea de a fi inclusă în setul de alternative examinate de consumatorul potențial. Variantele alese sunt evaluate în mod repetat de consumator în baza criteriilor cu cel mai înalt nivel de importanță.

Adoptarea deciziei de cumpărare. Înscriindu-se la studii, consumatorul își exprimă încrederea față de instituția de învățământ și acordul de a colabora timp de mai mulți ani. Studiile arată că, în momentul depunerii actelor, numai o parte din candidați și-au făcut alegerea finală, ceilalți, însă, sunt indeciși și au nevoie de ajutor. Acesta este un moment oportun pentru instituția de învățământ de a influența decizia consumatorului potențial.

Următoarele două etape ce decurg paralel în procesul decizional – *instruirea și evaluarea calității serviciilor educaționale* – se prezintă ca procesul de consum al serviciului educațional ales și evaluarea gradului de satisfacție în urma consumului. În timpul studiilor procesul de evaluare a serviciilor educaționale sau a altor aspecte ale activității instituției de învățământ continuă, studentul devenind mult mai critic ca urmare a obținerii unei experiențe proprii. Pe parcursul întregii perioade de studii, atitudinile consumatorului se pot modifica, ceea ce poate duce chiar la abandon.

În acest context, instituția de învățământ trebuie să evalueze periodic gradul de satisfacție al studenților pentru a reacționa cu promptitudine și a adopta cele mai potrivite strategii pentru retenția consumatorilor și stimularea cumpărării repetate.

Ultimele etape ale procesului decizional sunt *evaluarea perspectivelor de activitate în domeniul ales* – care presupune aprecierea de către consumator a posibilităților reale de angajare în muncă conform specialității urmate; și *activitatea profesională*, reprezentând procesul de aplicare a cunoștințelor și aptitudinilor dobândite în activitatea practică [2, p.371-387].

Așa cum a fost menționat mai devreme, intenția de a urma o

facultate este determinată, în mare parte, de cerințele impuse de piața muncii și de dorința unui câștig decent. Prin urmare, angajarea conform specialității urmate și o carieră reușită pentru majoritatea consumatorilor serviciilor educaționale prezintă însăși rațiunea alegerii făcute. Doar în condițiile realizării acestui scop poate fi atins un nivel înalt de satisfacție al consumatorului privind serviciul educațional oferit de universitate. În acest context, instituția de învățământ trebuie să-i ofere consumatorului posibilitatea să aprecieze perspectivele activității sale în domeniul ales și să-și testeze compatibilitatea încă pe parcursul studiilor.

În concluzie, înțelegerea procesului de alegere a unei universități și a programului de studii reprezintă un instrument cu potențial ridicat pentru dezvoltarea strategiilor de marketing universitar. Cunoașterea modului în care potențialii consumatori iau decizia oferă instituțiilor de învățământ superior posibilitatea de a atrage și de a menține cei mai buni studenți.

Referințe:

1. KUSUMAWATI, A., YANAMANDRAM, V.K., PERERA, N. University marketing and consumer behavior concerns: the shifting preference of university selection criteria in Indonesia. In: *Asian Studies Association of Australia 18th Biennial Conference*, 2010, p. 1-16. [Accesat 10.05.2016] Disponibil: <http://ro.uow.edu.au/cgi/viewcontent.cgi?article=1033&context=chsd>
2. *Менеджмент, маркетинг и экономика образования: Учебное пособие*/ Под ред. ЕГОРШИНА, А.П. Н.Новгород: НИМБ, 2001. 624 с.

МАРКЕТИНГ ВЗАИМООТНОШЕНИЙ – НОВЫЙ ПОДХОД В ОРГАНИЗАЦИИ РАБОТЫ БИБЛИОТЕК

Елена РАЙЛЯН

Молдавская Экономическая Академия

Большинство организаций обслуживания, в том числе и библиотеки, рано или поздно, но сталкиваются с проблемой оттока и миграции пользователей. Обращение к инструментарию маркетинга отношений становится все более актуальным в сфере современных тенденций развития научных коммуникаций и информационного общества в целом.

Маркетинг взаимоотношений (network marketing) – это процесс создания, поддержания и расширения устойчивых, полноценных взаимоотношений с потребителями и другими партнерами компании. Он охватывает установление взаимоотношений на многих уровнях – экономическом, институциональном, социальном [1, с. 9].

Маркетинг взаимоотношений, таким образом, обладает двуединой направленностью и сосредоточен как на привлечении, так и на удержании клиентов. То есть, – библиотеки должны обеспечивать как приток новых пользователей, так и ограничивать их отток. Целью деятельности библиотек становится, в первую очередь, удержание и увеличение числа обслуживаемых пользователей. Для достижения синергического эффекта, парные стратегии привлечения и удержания пользователей библиотек должны функционировать согласованно. Полагаем, что библиотека должна целенаправленно управлять потоком потребителей: именно это будет отражать результативность ее стратегии.

Маркетинг отношений предполагает целенаправленное создание и поддержание долгосрочных партнерских отношений с различными организациями и компаниями, что будет способствовать как развитию коллективного конкурентного преимущества, так и решению индивидуальных задач этих организаций. Развитие партнерских отношений библиотеки с различными субъектами информационного рынка становится ее важнейшим нематериальным ресурсом [2, с. 76].

В маркетинге библиотек появляются новые направления:

- установление и развитие коммуникаций с конечным пользователем;
- развитие сервисной компоненты и повышение качества библиотечного обслуживания;
- привлечение потребителя библиотек к процессу создания информационных услуг.

Библиотеки должны регулярно уделять внимание точкам контакта (соприкосновения с пользователями) и клиентоориентированности, чтобы вызывать позитивные и устойчивые ощущения у читателей. Необходимо больше внимания уделять удержанию своих читателей, так как затраты на привлечение новых обходятся намного дороже.

Топ-менеджменту библиотеки необходимо располагать всеми существующими и потенциальными точками контакта. Важно создать их список и сделать все возможное, чтобы все они были приятными, оперативными и профессиональными [3].

Точками контакта могут быть:

- визитки;
- проспекты;
- сайт библиотеки;
- вывеска библиотеки;
- оформление библиотеки;
- презентации;
- туалетные комнаты;
- другое.

Одна из важных составляющих успеха предприятия услуг – это стабильная база пользователей, нарабатываемая годами. Должен осуществляться мониторинг базы данных читателей. Необходимо анализировать, как изменяются потребности пользователей библиотек, а также поразмышлять над тем, как и чем привлечь и удержать лояльных пользователей.

Следует фокусироваться и на каналах привлечения пользователей в библиотеку. Необходимо знать, какие каналы работают эффективно, и опираться на недорогостоящие каналы привлечения, такие как емейл, сайт, социальные сети, публикации в СМИ, рассылки.

Пользователей можно привлекать в библиотеку посредством партнерских программ. Для этого необходимо договориться с организациями, работающими с той же целевой аудиторией. Взаимное продвижение и рекомендации становятся залогом эффективных партнерских отношений.

Поиск потенциальных партнеров можно осуществлять по ряду направлений.

1. Составление перечня сопутствующих видов деятельности, которые могут сотрудничать с вашей целевой аудиторией.
2. Выбор потенциальных партнеров. Можно для начала сконцентрироваться на 2-х -3-х.
3. Положительная репутация потенциального партнера.

Модификация совокупности экономических отношений на информационном рынке приводит к необходимости изменения

моделей деятельности библиотек и совершенствования подходов маркетинга и маркетингового инструментария.

Внедрив в практику концепцию маркетинга отношений, библиотеки добьются повышения эффективности управления ресурсами, развития социального капитала и активизации инноваций, что в целом обеспечит рост конкурентоспособности.

Литература:

1. ВАЛЬКО, Д.В. Системный подход к маркетингу взаимоотношений. В.: *Управление в современных системах*, 2013, №1, с. 9-14.
2. ИГАН, Д. *Маркетинг взаимоотношений. Анализ маркетинговых стратегий на основе взаимоотношений*. Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2008. 175 с. ISBN / ISSN: 0-273-68623-2; 978-5-238-01321-3.
3. МАНН, И., ТУРУСИН, Д. *Точки контакта*. [Посещение 14.05.2016]. Доступ: <http://www.mann-ivanov-ferber.ru/books/paperbook/pointofcontact/>.

МОТИВАЦИЯ ПЕРСОНАЛА СОВРЕМЕННОЙ БИБЛИОТЕКИ

Наталья СУВАК

Молдавская Экономическая Академия

Центральное место в системе управления персоналом современной организации занимает мотивация персонала, выступающая причиной поведения сотрудников. От того, насколько мотивированы сотрудники, зависит их ориентация на цели организации, желание в их достижении, обеспечении необходимого результата, что, в свою очередь, является основой эффективной работы организации в целом. Любая организация, прибегая к тем или иным методам мотивации, должна использовать их комплексно и подбирать их сообразно каждой конкретной группе работников.

Роль мотивации в управлении современными библиотеками обусловлена тем, что основным объектом целенаправленного воздействия является сотрудник библиотеки, его потребности, интересы, таланты и способности. Осуществление эффективного управления требует знания основ мотивации и особенностей использования механизмов мотивации.

Обобщая теоретические концепции мотивации, отметим, что мотивация сегодня рассматривается в двух аспектах:

- мотивация является внутренним состоянием;
- мотивация выступает как процесс внешнего воздействия с целью побуждения к совершению определенных действий, что в теории менеджмента часто определяется как *мотивирование*.

Внутренняя мотивация, по мнению Б.М. Генкина, обусловлена содержанием и значимостью работы. И в том случае, если работа интересует человека, позволяет реализовать его природные способности и склонности, то это само по себе уже является сильнейшим мотивом к активности, добросовестному и продуктивному труду [2, с. 133].

Внешние воздействия на человека (группу людей, организационную систему), которые могут влиять на процесс и результаты трудовой деятельности, это *стимулы* [1, с.131]. Эффект внешнего воздействия в данном случае опосредуется психикой человека и отвечает его мотивам. Б.М. Генкин выделяет три вида внешней мотивации: административную, экономическую и статусную [2, с. 134.].

Административная мотивация означает выполнение работы по команде, приказу, с соответствующими санкциями за успешное выполнение или нарушение установленных норм. *Экономическая мотивация* предполагает заработную плату, премии и т. п. *Статусная мотивация* основывается на изменении положения (статуса) сотрудника в организации и может выражаться в различных формах общественного признания заслуг сотрудника, его профессионального и морального авторитета. Изменение статуса сотрудника обусловлено результатами его деятельности [2, с. 133].

Практика менеджмента показывает, что будучи внедренными в сознание работника, стимулы усваиваются им и становятся мотивами деятельности. Человек, получая из внешней среды стимулирующий импульс, пропускает его через свою психику, затем переносит этот импульс на себя, соотнося его со своими потребностями, интересами, возможностями, желаниями, ожиданиями и целевыми установками. Из множества вариантов человек выбирает решение действовать определенным образом. Результат этого решения будет соответствовать тому, насколько внешние стимулы совпадут с внутренними мотивами работника. Нарушение этого баланса будет давать расхождение ожидаемых и фактических результатов труда работника.

Рассмотрим некоторые особенности мотивационного процесса профессиональной деятельности библиотечных работников. Мотивированность работы в библиотеке зависит от следующих факторов:

- информированности о библиотеке, ее миссии, целях, задачах, основных направлениях деятельности;
- степени совпадения организационных ценностей библиотеки и личных ценностей ее сотрудников;
- оценки возможностей участия библиотечных работников в деятельности библиотеки;
- личных ожиданий сотрудников от участия в деятельности библиотеки;
- готовности к восприятию последствий своей профессиональной деятельности (положительных или отрицательных) [3, с.7-8].

Мотивация персонала библиотеки складывается из составляющих, обусловленных как трудовой деятельностью и выполнением служебных обязанностей, так и жизнью сотрудника вне стен библиотеки (круг друзей, семья, досуг и др.). И очень важно учитывать взаимное влияние этих составляющих. Поэтому руководитель должен очень грамотно подходить к системе мотивации библиотечных работников, учитывая, что каждый из них – это личность с различными индивидуальными потребностями, и даже тщательное изучение мотивационной структуры не всегда может предсказать изменения в деятельности работника и его реакцию на воздействие внешнего мотивирования. Выбор системы мотивации сотрудников библиотек определяет многообразие их мотивов, к которым относятся потребности, интересы, желания, ожидания и воздействия внешней среды или стимулов.

В Республике Молдова общественную значимость библиотечной профессии заменили сегодня материальные ценности. Социальный статус профессии теряет свою первостепенность в силу того, что материальное вознаграждение не соотносится с системными ценностями в профессии.

Гарантия успешной деятельности современной библиотеки – высокий уровень внутренней мотивации персонала. Одним из способов формирования и развития внутренней мотивации библиотечного персонала является «мотивация через работу», что предполагает обогащение содержания библиотечного труда,

разнообразии функций библиотечных работников, развитие их профессиональной инициативы, повышение самостоятельности.

Эффективным фактором развития внутренней мотивации может стать делегирование полномочий, мотивирующая сила которого будет зависеть от творческой составляющей библиотечных специалистов. Вовлечение сотрудников библиотеки в процесс принятия решений также способствует формированию внутренней мотивации и формирует чувство сопричастности. Необходимым условием идентификации трудовой активности сотрудников библиотеки должны стать эффективные внутренние коммуникации и наличие обратной связи. Признание успешности сотрудников библиотеки в выполнении их функциональных обязанностей или любого задания – еще один важный способ формирования внутренней мотивации.

Главным ресурсом современной библиотеки являются ее сотрудники, а результат деятельности характеризует эффективность их работы. Достичь наибольшей отдачи можно только в том случае, если выгоду от труда работника имеет и библиотека, и он сам. Поэтому для достижения наилучших результатов работы библиотеки необходимо найти те мотивы, которые движут каждым сотрудником в его трудовой деятельности, и создать ему такие условия, чтобы он мог и хотел выполнять поставленные перед ним задачи. Игнорируя проблему мотивации персонала, добиться успеха сегодня невозможно. Осуществление программ стимулирования труда всегда требует больших затрат, но эффект, который они могут принести, будет значительно больше.

Литература:

1. ГАПОНЕНКО, А.Л., САВЕЛЬЕВА, М.В. *Теория управления: Учебник для бакалавров*. Москва: Юрайт, Серия Бакалавр. Базовый курс. 2014. 342 с.
2. ГЕНКИН, Б.М. *Экономика и социология труда: Учебник для вузов*. 7-е изд., доп. Москва: Норма, 2007. 448 с.
3. ЗАХАРЕНКО, М.П. Особенности проявления мотивации в сфере профессиональной библиотечной деятельности. В: *Научные и технические библиотеки*, 2012, №5, с. 7-8.
4. *Мотивация персонала в современной организации: Учебное пособие*/ Под общ. ред. С.Ю. Трапицына. Санкт-Петербург: ООО «Книжный Дом», 2007. 240 с.

Cuprins

Litere

<i>Irina CONDREA</i>	
Triodul publicat la Chișinău în 1862	3
<i>Lidia STRAH</i>	
Specificul cursului de limba română pentru studenții chinezi	6
<i>Alexandra GHERASIM</i>	
Tehnici de invocare a tradițiilor și obiceiurilor creștine în textul liric modern	10
<i>Emilia Oglindă</i>	
Particularități de ordin semantico-gramatical ale textului „Evangheliei” (1912)	14
<i>Elena VARZARI</i>	
Sferele de funcționare a expresiilor latinești nou-formate în limbile moderne	17
<i>Elena BANARI</i>	
Complexitatea relației dintre curriculum și evaluare	21
<i>Victoria BARCARU</i>	
Aspecte ale conceptului de câmp funcțional-semantic	25
<i>Viorica MOLEA</i>	
Textul publicistic între modernitate și tradiție.	
Limba în textul publicistic de informare	28
<i>Eugenia GOLOMOZ</i>	
Configurații ale timpului obiectiv în poezia lui Arcadie Suceveanu	31
<i>Victoria FONARI</i>	
Mitul și metoda arhetipologică	35
<i>Tatiana VERDEȘ</i>	
Mass-media și comunicarea politică (Campania electorală 2015, Republica Moldova)	39
<i>Alina LOPATIUC</i>	
Analiza discursului mediatic din punctul de vedere al subiectivității și al afectivității	42
<i>Cristina ANTOCI</i>	
Structuri gramaticale ale adresării în limba română	46

<i>Ina DRIGA</i>	
Convergența didascaliiilor nonverbale și paraverbale în discursul dramatic	49
<i>Aliona SOBOL</i>	
Ocazionalisme <i>politice</i> în limbajul publicistic	53
<i>Svetlana KOROLEVSKI</i>	
O lume într-un text. Pseudo-Enache Kogălniceanu	57
<i>Silvia MAZNIC</i>	
Valori stilistice ale coordonării juxtapuse	61
<i>Adela MANOLII</i>	
Elemente grecești atestate în textele religioase publicate la Chișinău în secolul al XIX-lea	63
<i>Victoria CODA</i>	
Dubiul la nivel semantico-sintactic (aspectul popular)	68
<i>Eugenia MINCU</i>	
Elemente de terminologie medicală în <i>Letopisețul Țării Moldovei</i> (Grigore Ureche, Miron Costin, Ion Neculce)	71
<i>Doina SOLTAN</i>	
Ludicul și parodicul în poezia lui Emilian Galaicu-Păun	75
<i>Eugenia DODON</i>	
Pleonasmul în textul publicistic	78
<i>Olga APOLONIC</i>	
Interpretarea fractalică a textului literar	83
<i>Aliona MERIACRE</i>	
Viziunea etnică asupra lumii – element esențial al nominării glotice	86
<i>Ludmila BALȚATU</i>	
Dimensiunea internațională a operei lui Grigore Vieru	89
<i>Argentina CHIRIAC, Tatiana TREBEȘ</i>	
Specificul predării limbajelor de specialitate (cu referire la limbajul medical)	91
<i>Владимир НОСОВ</i>	
Наказание без преступления, или за что 50 лет назад судили А. Синявского и Ю. Даниэля	94
<i>Всеволод ЧЕРНЕЛЕВ</i>	
Фольклор и кинематограф	98

<i>Ирина РЕМИЗОВА</i>	
Видеомы Андрея Вознесенского как компонент художественного синтетического текста	102
<i>Надежда ДОНЦУ</i>	
В картотеку молодой научной дисциплины	105
<i>Валерий ПАМИРСКИЙ</i>	
Поэтика романа «Венерин волос» М. Шишкина	109
<i>Татьяна ШАРШОВ</i>	
Региональные особенности русского языка	113
<i>Евдокия СОРОЧЯНУ</i>	
Славянизмы в обрядовой терминологии гагаузского языка	117

Limbi și Literaturi Străine

<i>Tamara MATEI</i>	
Motivation as an important factor in effective foreign language teaching	121
<i>Ion GUȚU</i>	
Axele sistemelor de comunicare în dimensiune cantitativă și calitativă	124
<i>Angela GRĂDINARU</i>	
Les difficultés de traduction de la littérature pour les enfants	128
<i>Lilia PARHOMENCO</i>	
Conceptualizarea colegiului colonial în fundamentarea învățământului superior american	132
<i>Aliona MACARI</i>	
Limbaje specializate <i>versus</i> limbaj general în studiul prefixoidelor	135
<i>Elena ȘAPA</i>	
Speech production theories and models	139
<i>Tatiana PORUMB</i>	
Manifestarea bilingvismului în Italia	142
<i>Viorica LIFARI</i>	
Tabloul lingvo-cultural al emoțiilor exprimate de englezi la funeralii	146
<i>Svetlana CORCODEL</i>	
Proper names and their origins	150

<i>Victoria SOLOVEI</i>	
Eponimele – resursă terminologică în limbajul specializat al învățământului superior	153
<i>Nina ROȘCOVAN</i>	
Manifestul intertextualității în spațiul articolului editorial	157
<i>Ina ZAPOROJAN</i>	
Abordare socioculturală a terminologiei din domeniul dreptului internațional public	160
<i>Corina IORDAN</i>	
Rolul cuvintelor realități în diseminarea informației culturale	163
<i>Constantin-Ioan MLADIN</i>	
Qui étaient ces lampadophores phanariotes?	167
<i>Victoria POPA</i>	
Actualizarea abrevierilor în limbajul comunitar	169
<i>Ala DAVID</i>	
Teoria argumentării și textul medical. Probleme actuale ale cercetării textului în cadrul teoriei argumentării	173
<i>Ina SÎTNIC</i>	
Coordonarea eforturilor studentului-interpret în comunicarea mesajului în limba-țintă în traducerea consecutivă	176
<i>Ina IONAȘCU</i>	
Educația permanentă – provocare a contemporaneității	179
<i>Marcela CALCHEI</i>	
Reflecții asupra principiilor de elaborare a materialelor didactice pentru disciplina limba engleză la nivel preuniversitar	183
<i>Claudia PRIGORSCHI, Eufrosinia AXENTI</i>	
La place de l'évaluation dans l'enseignement/apprentissage du français langue étrangère	186
<i>Valentina PRISECARI</i>	
Discursul identitar – instrument de predare a limbilor străine	191
<i>Lucia VESTE</i>	
Relația text-discurs: cazul publicității	194
<i>Mariana NIȚA</i>	
Incontestabilitatea predării și învățării limbii engleze	198

Jurnalism și Științe ale Comunicării

<i>Georgeta STEPANOV, Marina BOTNARIUC</i> Campaniile mediatice TV: viziune de ansamblu	203
<i>Dumitru ȚURCANU</i> De la emancipare la angajare	206
<i>Andrei DUMBRĂVEANU</i> Schimbarea structurii sociale prin migrare organizată	210
<i>Zinaida GRIBINCEA</i> Considerații generale privind asigurarea calității pe dimensiunea învățământului jurnalistic	213
<i>Maria GUGULAN</i> Convergența mediei: avantaje și dezavantaje	217
<i>Maria GUGULAN</i> Norme deontologice pe rețelele de socializare	220
<i>Liliana RUSU</i> Cercetări empirice ale noilor media: probleme, soluții, metode	223
<i>Ana GONȚA</i> Noțiunea de pluralism: aspecte istorice	227
<i>Ana GONȚA</i> Pluralismul mediatic extern în Republica Moldova: niveluri de risc și amenințări	230
<i>Boris PARFENTIEV</i> Factorii ce influențează politicile editoriale	233
<i>Ionel PINTILII</i> Fenomenul criminalității cibernetice și managementul combaterii infracțiunilor informatice	237
<i>Valentin DOROGAN</i> Particularități ale publicității ambientale	240
<i>Mihail GUZUN</i> Genul în creația jurnalistică: delimitări teoretice	243
<i>Natalia CODREAN</i> Evenimentul special ca tehnică de promovare a imaginii partidelor politice – concepte teoretice	247
<i>Petru BOGATU</i> Noua eră a jurnalismului de investigație	250

<i>Laura TUGAREV</i>	
Art jurnalismul online ca o nouă paradigmă	253
<i>Mariana TOACĂ</i>	
Politica editorială a publicațiilor periodice locale	256
<i>Mariana TACU</i>	
Fenomenul migrației în presa occidentală: abordări teoretico-metodologice	260
<i>Mariana MARCU</i>	
Reflectarea evenimentelor politice în mesajele radiofonice	264
<i>Dumitru LAZUR</i>	
Provocări în procesul de aliniere a legislației mass-mediei din Republica Moldova la standardele mediatic ale Consiliului Europei (2001-2009)	268
<i>Daniela ȘTIRBU</i>	
Responsabilitatea socială corporativă între obligație și angajament asumat	270
<i>Mihai LESCU</i>	
Factorul mediatic și geopolitica	274
<i>Alexandru AMITTELOAIE</i>	
Creditele externe – factor de control politic și dominație asupra altor state	278
<i>Tatiana COȘERI</i>	
Rolul echipei în cultura instituțională	281
<i>Georgeta SINIȚCHI</i>	
Sociologia culturii în societatea contemporană	285
<i>Natalia ZAVTUR</i>	
Cultura emoțională a bibliotecarului din perspectiva dezvoltării profesionale	288
<i>Mădălina MANOLACHE, Camelia CMECIU</i>	
Integrated qualitative approaches to e-citizens' (de)legitimation strategies	292
<i>Natalia CHERADI, Ana GUDIMA</i>	
Arhive digitale deschise în bibliotecile universitare: aspecte legale și de conținut	293
<i>Silvia GHINCULOV</i>	
Revista „Basarabia economică” – sursă pentru cercetare științifică	297

<i>Ecaterina ȘIȘCAN</i> Rolul studierii comportamentului consumatorului în luarea deciziilor de marketing al instituției de învățământ superior	301
<i>Елена РАЙЛЯН</i> Маркетинг взаимоотношений – новый подход в организации работы библиотек	304
<i>Наталья СУВАК</i> Мотивация персонала современной библиотеки	307

**Conferința științifică
națională cu participare internațională
„Integrare prin cercetare și inovare”**

28-29 septembrie 2016

**Rezumate ale comunicărilor
Științe socioumanistice
Volumul I**

Redactori literari:
Ana Ferafontov
Valentina Mladina

Procesare computerizată: Tatiana Bulimaga
Marianna Savva
Ana Baltag
Margareta Prohin

„Integrare prin cercetare și inovare”, conferință științifică națională cu participare internațională (2016 ; Chișinău). Conferința științifică națională cu participare internațională „Integrare prin cercetare și inovare” : Rezumate ale comunicărilor, 28-29 sept. / com. org.: Gheorghe Ciocanu (președinte) [et al.] ; com. program: Florentin Paladi [et al.]. – Chișinău : CEP USM, 2016 – . – ISBN 978-9975-71-812-7.

Științe socioumanistice : Vol. 1. – 2016. – 319 p. : fig., tab. – Antetit.: Univ. de Stat din Moldova. – Texte : lb. rom., engl., rusă. – Referințe bibliogr. la sfârșitul art. – 120 ex. – ISBN 978-9975-71-813-4.

[001.894+3+80/81]:378.4(478-25)(082)=00
I-58

Semnat pentru tipar 17.08.2016
Formatul 60x84 ¹/₁₆.
Coli de tipar 19,8 Coli editoriale 19,0.
Comanda 354. Tirajul 120 ex.

Centrul Editorial-Poligrafic al USM
str. Al.Mateevici, 60, Chișinău, MD 2009