

UNIVERSITATEA DE STAT DIN MOLDOVA

Cu titlu de manuscris

C.Z.U 81'23'42(043.3)

LOPATIUC ALINA

**UNIVERSUL EMOȚIONAL AL DISCURSULUI SPECIALIZAT
621.06 – TEORIA TEXTULUI, ANALIZA DISCURSULUI, STILISTICĂ**

Teză de doctor în științe filologice

Conducător științific:

Gherasim Alexandra,

dr., conf. univ.

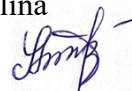
Semnătura



Autor:

Lopatiuc Alina

Semnătura



CHIȘINĂU

2023

Cuprins

ADNOTARE.....	4
LISTA TABELELOR.....	8
LISTA FIGURILOR	9
Introducere	10
1. DISCURSUL SPECIALIZAT – ABORDĂRI TEORETICE ȘI DELIMITĂRI CONCEPTUALE .	18
1.1 ASPECTE ISTORICE ALE DISCURSULUI.....	18
1.2 TEORII ALE DISCURSULUI SPECIALIZAT	26
1.2.1 TRĂSĂTURI LEXICALE ȘI SEMANTICE ALE DISCURSULUI SPECIALIZAT.....	30
1.3 METODOLOGIA ANALIZEI DISCURSULUI.....	39
2. DIMENSIUNEA COMUNICATIV-PRAGMATICĂ A EMOTIVITĂȚII ȘI AFECTIVITĂȚII	52
2.1 DIHOTOMIA EMOȚIONAL – RAȚIONAL – FACTOR AL INTELIGENȚEI EMOȚIONALE	52
.....	52
2.1.1. INTELIGENȚA EMOȚIONALĂ.....	59
2.1.2 VOCABULARUL EMOȚIILOR	62
2.2 CLASIFICAREA ȘI DESCRIEREA EMOȚIILOR	71
2.3 NIVELUL COMUNICATIV – PRAGMATIC AL EMOTIVITĂȚII ȘI AFECTIVITĂȚII	79
2.4 MANIPULAREA ȘI PERSUASIUNEA ÎN DIFERITE TIPURI DE DISCURS	87
CONCLUZII LA CAPITOLUL 2	92
3. UNIVERSUL EMOȚIONAL AL DISCURSURILOR SPECIALIZATE.....	94
3.1 INTERESUL, ANTICIPAREA, VIGILENȚA – UNIVERSUL EMOTIV AL DISCURSULUI	95
ȘTIINȚIFIC	95
3.2 DORINȚA ȘI FRICA – DOMINANTE EMOTIVE ÎN DISCURSUL ECONOMIC	102
3.3 TACTUL PEDAGOGIC ȘI EMPATIA – SUPORTUL EMOTIV AL DISCURSULUI	114
DIDACTIC.....	114
3.4 MILA EVLAVIA ȘI HARUL <i>VERSUS</i> SUFERINȚA, ÎNVRĂJBIREA, URA, ÎNDOIALA ȘI	127
SUPĂRAREA ÎN DISCURSUL RELIGIOS.....	127
3.5 EFECTUL CUMULATIV AL EMOȚIILOR ÎN DISCURSUL MEDIATIC	137
3.5.1 PLUSVALOARE ICONICĂ ÎN E-DISCURS – EMOTICOANELE.....	146

3.6 MIJLOACELE DE MANIPULARE A LOIALITĂȚII ÎN DISCURSUL PUBLICITAR.....	152
3.7 EMOȚIA – INSTRUMENT STRATEGIC ȘI ARGUMENTATIV ÎN DISCURSUL POLITIC	161
CONCLUZII PENTRU CAPITOLUL 3	172
CONCLUZII GENERALE ȘI RECOMANDĂRI.....	174
Bibliografie	178
Anexe	198
ANEXA 1: DISCURSURI ȘTIINȚIFICE.....	198
Anexa 2: DISCURSURI ECONOMICE.....	209
ANEXA 3. <i>DISCURSURI DIDACTICE</i>	217
ANEXA 4. <i>DISCURSURI RELIGIOASE</i>	234
ANEXA 5. DISCURSURILE MEDIATICE.....	240
ANEXA 6. DISCURSURI PUBLICITARE.....	245
ANEXA 7. DISCURSURI POLITICE.....	247
ANEXA 8. EMOȚIILE ȘI CARACTERISTICA LOR	255
Declarație privind asumarea răspunderii.....	266
CV-ul autorului	267

ADNOTARE

Lopatiuc Alina. Universul emoțional al discursului specializat Teză de doctor în științe filologice, specialitatea 621.06, Chișinău, 2023

Structura tezei: introducere; trei capitole; concluzii generale și recomandări; bibliografie din 220 titluri; diagrame (4), anexe (8). Textul de bază cuprinde 159 de pagini. Rezultatele obținute sunt publicate în 21 de articole științifice.

Cuvinte și expresii-cheie: discurs, discurs specializat, semantică, psiholingvistică, emoții, persuasiune, manipulare, emotivitate, afectivitate, argumentare, analiza discursului, inteligență emoțională.

Scopul cercetării constă în identificarea universului emoțional în discursurile specializate din perspectivă lingvistică și emotivă și evaluarea impactului acestuia asupra receptorului.

Obiectivele urmărite sunt: identificarea trăsăturilor lexicale și semantice ale discursului specializat din perspectiva caracterului interdisciplinar al termenilor; valorificarea analizei discursului și a elementelor discursive emotive ca fenomene comunicative sistemice complexe în organizarea discursului specializat; stabilirea dihotomiei emoțional-rațional, precum și a ierarhiei relațiilor dintre afectivitate/emoții și exprimare verbală; evaluarea intensității emoțiilor și a binarității acestora; estimarea gradului de persuasiune în procesul de manipulare discursivă etc.

Noutatea și originalitatea științifică rezidă în: realizarea unui studiu multispectual al discursului specializat prin prisma psihologiei limbajului și în special a emotologiei; sistematizarea particularităților esențiale ale emotivității în comunicare; estimarea gradului de emotivitate în structuri discursive specializate.

Rezultatele obținute care contribuie la soluționarea unei probleme științifice importante. În teză au fost interpretate științific discursurile specializate ce înglobează universul emoțional cu particularități specifice.

Metodologia cercetării științifice o constituie: analiza structural-semantică, metoda analizei selective, metoda analizei contextuale, metoda statistică, chestionarul etc.

Semnificația teoretică constă în: aprofundarea analizei universului emoțional al discursului specializat, interpretarea critică a surselor teoretice cu referire la tipologia discursului și la cea a universului emoțional, sistematizarea mărcilor emoționale ale discursului, analiza propriu-zisă a discursurilor.

Valoarea aplicativă a cercetării constă în faptul că rezultatele obținute ar putea fi folosite la elaborarea cursurilor universitare de psiholingvistică, analiza discursului specializat. Lucrarea dată poate constitui un factor stimulator pentru alte cercetări ulterioare în domeniu.

Implementarea rezultatelor științifice Implementarea rezultatelor științifice s-a realizat prin examinarea conceptelor emotivității proiectate pe discursul specializat, vizând diverse aspecte constitutive și de conținut. Analiza discursurilor specializate a fost efectuată prin examinarea diverselor mijloace ce denotă gradul de emotivitate: persuasiunea și manipularea, subiectivitatea discursului, actele vorbirii, analiza dihotomiei rațional-emoțional, dar și prin disocierea psihologică a emoțiilor.

ANNOTATION

**Lopatiuc Alina. The emotional universal of specialized discourse
PhD thesis in philological sciences, specialty 621.01, Chisinau, 2023**

Thesis structure: introduction; three chapters; general conclusions and recommendations; bibliography of 220 titles; figures, diagrams (4), annexes (8). The basic text consists of 159 pages. The obtained results are published in 21 scientific articles.

Key words and phrases: discourse, specialised discourse, semantics, psycholinguistics, emotions, persuasion, manipulation, emotiveness, affectivity, argumentation, discourse analysis, emotional intelligence.

The aim of the research is to identify the emotional universe in specialized discourses from a linguistic and psychological perspective.

Scientific novelty and originality is the interdisciplinary research of discourse. The discourse analyzed from the point of view of psychology and especially of emotiology describes to us an essential peculiarity of emotiveness in communication. Therefore, approached in general, the analysis of speech is a series of social scientific treatises, the purpose of which is to critically examining discourse, to analyze the ways in which mental processes are used in the understanding of the text by researchers.

The obtained results that contribute to the solution of an important scientific problem. In the thesis were scientifically interpreted the specialized discourses that incorporate the emotional universe with specific peculiarities.

The methodology of the scientific research is: structural-semantic analysis, selective analysis method, contextual analysis method, statistical method, questionnaire, etc.

The theoretical significance consists of: deepening the analysis of discourse from the point of view of psycholinguistics, the analysis of scientific materials that address the discourse and the emotional universe.

The applicative value of the research lies in the fact that the obtained results could be used in the elaboration of university courses of psycholinguistics, the analysis of specialized discourse.

The implementation of the scientific results was achieved by examining the concepts of emotion projected on specialized discourse, targeting various constituent and content aspects. The analysis of specialized speeches was performed by examining various means that denote the degree of emotionality: persuasion and manipulation, subjectivity of speech, speech acts, analysis of rational-emotional dichotomy, but also by psychological dissociation of emotions.

АННОТАЦИЯ

Лопатюк Алина. Эмоциональная сфера специализированного дискурса. Диссертация на степень кандидата филологических наук, специальность 621.06, Кишинев, 2023

Структура диссертации: введение; три главы; общие выводы и рекомендации; библиография из 220 наименований; рисунки, диаграммы (4), приложения (8). Основной текст состоит из 159 страниц. Полученные результаты опубликованы в 21 научных статьях.

Ключевые слова: дискурс, специализированный дискурс, семантика, психолингвистика, эмоции, манипуляция, эмоциональность, аффективность, обоснование, дискурсивный анализ, эмоциональный интеллект.

Целью исследования является идентификация эмоциональной сферы в специализированных дискурсах с лингвистической и психологической точки зрения.

Научная новизна и оригинальность – это междисциплинарное исследование дискурса. Дискурс, с точки зрения психологии и особенно с точки зрения эмотиологии, описывает нам существенную особенность эмоциональности в общении. Подход в целом к анализу речи представляет собой серию социально-научных трактатов, целью которых является критическое рассмотрение дискурса.

Полученные результаты, способствующие решению важной научной проблемы. В диссертации были научно интерпретированы специализированные дискурсы, включающие эмоциональную сферу.

Методология научного исследования: структурно-семантический анализ, метод селективного анализа, метод контекстуального анализа, статистический метод, анкета и др.

Теоретическая значимость исследования состоит в: углублении анализа эмоционального универсума специализированного дискурса, критической интерпретации теоретических источников применительно к типологии дискурса и эмоционального универсума, систематизации эмоциональных знаков дискурса, актуальном анализе дискурсов.

Прикладное значение исследования заключается в том, что полученные результаты могут быть использованы при разработке университетских курсов психолингвистики, анализе специализированного дискурса.

Реализация научных результатов Внедрение научных результатов было достигнуто путем изучения концепций эмоции, проецируемых на специализированный дискурс, ориентированных

на различные составляющие и содержательные аспекты. Анализ специализированных речей проводился путем изучения различных средств, обозначающих степень эмоциональности: убеждение и манипулирование, субъективность речи, речевых актов, анализ рационально-эмоциональной дихотомии, а также психологическая диссоциация эмоций.

LISTA TABELELOR

Tabelul 1.1.	Schema lui Jakobson privind funcțiile limbajului	p. 52
Tabelul 1.2.	Funcțiile limbajului	p. 52
Tabelul 3.1	Universul emoțional al discursului științific	p. 100
Tabelul 3.2	Universul emoțional al discursului economic	p. 112
Tabelul 3.3.1	Chestionar pentru identificarea emoțiilor trăite de către studenți	p. 119
Tabelul 3.3.2	Universul emoțional al discursului didactic	p. 124
Tabelul 3.4	Universul emoțional al discursului religios	p. 134
Tabelul 3.5.1	Explicarea emoticoanelor utilizate în e-discurs	p. 146
Tabelul 3.5.2	Universul emoțional al discursului mediatic	p. 149
Tabelul 3.6	Universul emoțional al discursului publicitar	p. 158
Tabelul 3.7.1	Schema discursului politic după Aristotel	p. 161
Tabelul 3.7.2	Elemente lexicale marcate emotiv	p. 165
Tabelul 3.7.3	Universul emoțional al discursului politic	p. 169

LISTA FIGURILOR

Figura 2.1	Cercul emoțiilor al lui Plutchik	p.76
Figura 2.2	Roata emoțiilor de la Geneva	p.77
Figura 2.3	Tehnica dublei victorii de Kevin Hoggan	p.91

Introducere

Actualitatea și importanța problemei abordate. Studiarea universului emoțional al discursului specializat este în deplin consens cu preocupările lingviștilor față de analiza discursului, în general, și a celui specializat, în particular. Dihotomia text-discurs reprezintă obiectul de studiu al multor lucrări din lingvistica universală, operându-se astfel un salt calitativ important în descrierea limbii – de la nivelul frastic la cel superfrastic și comunicativ.

În consecință, au apărut disocieri terminologice și analitice nuanțate în domeniu. Aspectul cercetat de noi se înscrie pe acest traseu, actualitatea lui constând în identificarea și descrierea particularităților elementelor discursive emotive ca fenomene sistemice complexe în organizarea discursului specializat.

Dat fiind faptul că emotivitatea, considerată ca particularitate a discursului artistic, a făcut obiectul numeroaselor studii de hermeneutică literară, am exclus-o din aria preocupărilor noastre și am considerat oportun să identificăm matricea emotivă a unor discursuri specializate (științific, economic, didactic, religios, mediatic, publicitar, politic etc.). În lingvistică, fenomenul emotivității nu a fost proiectat de discursul specializat decât sporadic, prioritar vorbindu-se despre caracterul manipulator al acestuia. Cercetarea noastră presupune identificarea potențialului lingvistic al modului de manifestare a emotivității în discursul specializat. În descrierea lingvistică a discursului specializat se impune clarificarea unor asemenea concepte precum „emoționalitate” și „emotivitate”, funcția emotivă a limbajului fiind una din cele cinci descrise de Roman Jakobson, cu repercusiuni prioritare în stabilirea standardelor de textualitate/discursivitate. Valoarea comunicativă a emotivității într-un discurs trebuie percepută drept o condiție importantă pentru înțelegerea intenției locutorului. Este necesar să se țină seama de valoarea expresivității pentru a determina tonul discursului, care servește drept sursă de informații relevante din punct de vedere profesional. Pentru a identifica acest ton al discursului sunt luate în considerare atitudinea autorului față de problemele în discuție și modalitățile de reflectare a emoțiilor în moduri tipice de reprezentare a emotivității în discursul specializat în raport cu preceptele lingvisticii.

Trebuie remarcat faptul că discursul specializat este un concept larg, care încorporează texte din diferite domenii de activitate, dintre care multe *a priori* nu implică emotivitate expresă.

Emotivitatea discursurilor specializate se datorează pragmaticii textelor de acest gen. Structura discursurilor se bazează pe intenționalitate, pe un complex de obiective și intenții

discursive ale destinatarului, inclusiv pe intenția de a exprima propria atitudine față de subiectul discuției și de a oferi o informare adecvată a destinatarului pe baza unui conținut bine definit. Aceasta include atitudinea vorbitorului față de actul discursiv, față de conținutul cuprins în acesta, de emoții în raport cu partenerii, de emoții asociate cu interacțiuni, precum stări generale, emoții și sentimente pe care oratorul și audiența le experimentează în comunicare.

Scopul cercetării constă în: identificarea universului emoțional în discursurile specializate din perspectivă lingvistică și pragmatică și evaluarea impactului acestuia asupra receptorului.

Pentru a atinge scopul prestabilit ne-am propus anumite obiective:

- Realizarea unei sinteze pentru definirea discursului, în general, și a discursului specializat, în particular, din punctele de vedere ale pragmaticei, psiholingvisticii, sociolingvisticii, stilisticii și analizei discursului;
- Identificarea trăsăturilor lexicale și semantice ale discursului specializat din perspectiva caracterului interdisciplinar al termenilor;
- Valorificarea analizei discursului și a elementelor discursive emotive ca fenomene comunicative sistemice complexe în organizarea discursului specializat;
- Stabilirea dihotomiei emoțional-rațional, precum și a ierarhiei relațiilor dintre afectivitate/emoții și exprimarea verbală;
- Abordarea critică a clasificării emoțiilor, evaluând intensitatea emoțiilor și binaritatea acestora;
- Estimarea gradului de persuasiune în procesul de manipulare discursivă;
- Descrierea caracteristicilor emoționalității în discursul științific;
- Argumentarea gradului minimal de afectivitate în discursul economic;
- Interpretarea empatiei și a tactului drept perceptive ale discursului didactic;
- Stabilirea mijloacelor de exprimare a milei, evlaviei, harului, valorificând emoțiile din discursul religios;
- Recunoașterea rolului de mediere a emoției;
- Evaluarea impactului emoțional asupra receptorului prin descrierea mijloacelor de manipulare în discursul publicitar;
- Caracterizarea emoțiilor ca „fenomene” și „instrumente politice” în discursul politic;
- Determinarea valorii simbolice a emoticoanelor în e-discurs.

Ipoteza de la care pornește cercetarea noastră este că în orice tip de discurs este prezentă latura subiectivă a locutorului, universul emoțional implicat în actul vorbirii și latura personală a interlocutorilor, care actualizează emoțiile trăite în timpul receptării discursului. Această corelație dintre universuri emoționale caracterizează comunicarea din punct de vedere psihologic. Dezvoltând această idee, vom purcede la identificarea particularităților emotive ale discursurilor specializate, care încorporează un întreg univers atât emoțional, cât și comunicativ.

Metodologia cercetării științifice. Pentru a realiza scopul cercetării noastre, care vizează universul emoțional din discursul specializat, am optat pentru o abordare critică calitativă, îmbinând următoarele metode: documentarea, sinteza, observația, analiza discursului; chestionarea; metoda analizei comparative; metoda descrierii.

Studiul emotivității, ca reflectare a emoțiilor umane în limbă, se realizează folosind metode și tehnici lingvistice adecvate bazate pe statistică. Acest lucru este logic, deoarece emotivitatea este o categorie semantică și descrierea ei trebuie realizată pe baza metodologiei lingvistice. Prin îmbinarea metodelor de cercetare am urmărit examinarea diverselor dimensiuni ale discursului, cum ar fi stilul, tipologia discursurilor, relația dintre discurs și context, precum și abordarea psiholingvistică a discursului.

Noutatea și originalitatea științifică rezidă în: realizarea unui studiu multiaspectual al discursului specializat prin prisma psihologiei limbajului și în special al emotivității; sistematizarea particularităților esențiale ale emotivității în comunicare; estimarea gradului de emotivitate în structuri discursive specializate.

Discursul, analizat cu instrumentele oferite de psihologia limbajului, ne dezvăluie particularități definitorii ale emotivității în comunicare. Prin urmare, abordată în plan general, analiza discursului se subordonează unei serii de tratate referitoare la științele sociale, al căror scop este de a examina critic discursul, de a analiza modalitățile în care procesele mentale coroborează la înțelegerea textului de către cercetători. În teza de față se realizează un studiu structural-semiotic și semantic al discursurilor specializate și reacția ascultătorului sau cititorului la acestea. Se cercetează semnificațiile latente ale mesajului, secundate de implicațiile emoționale ale participanților la actul de comunicare, contextul în care are loc producerea discursului, interpretările posibile și plauzibile ale cititorului/interlocutorului.

Rezultatul/rezultatele obținute care contribuie la soluționarea unei probleme științifice importante. În teză au fost analizate discursuri specializate, care ne-au permis elaborarea unor matrice discursive specifice, determinate de constituenții universului emoțional. Pentru a stabili gradul de emotivitate pentru fiecare tip de discurs, se vor valorifica toți factorii care pot influența un discurs, cuantificându-l cu gradul de emotivitate puternic sau scăzut.

Semnificația teoretică a lucrării constă în: aprofundarea analizei universului emoțional al discursului specializat, interpretarea critică a surselor teoretice cu referire la tipologia discursului și la cea a universului emoțional, sistematizarea mărcilor emoționale ale discursului, analiza propriuzisă a discursurilor.

Emotivitatea, fiind o caracteristică cognitivă a emițătorului unui discurs profesional este considerată drept bază cognitivă pentru dezvoltarea gândirii critice și a creativității, care contribuie la formarea abilităților de a analiza discursuri prin lectură „profundă”, de a prognoza atitudinile publicului și ale locutorului, precum și de a le evalua critic și obiectiv din punct de vedere profesional.

Schimbarea comportamentului interlocutorului sau a opiniei publice este determinată de identificarea corectă a impactului vizat de locutor, astfel încât persoanele manipulate să aibă impresia că acționează conform ideilor și intereselor proprii. Valoarea teoretică a acestui concept constă în capacitatea de a explora și de a înțelege mai profund modul în care comunicarea specializată interacționează cu emoțiile și percepțiile indivizilor implicați. Acesta poate aduce o perspectivă nouă asupra comunicării în domenii precum medicina, dreptul, tehnologia și altele, unde este crucial să se asigure înțelegerea corectă a informațiilor și să se gestioneze emoțiile asociate.

Valoarea aplicativă a lucrării constă în faptul că rezultatele obținute ar putea fi folosite la elaborarea cursurilor universitare interdisciplinare, la analiza discursului specializat. Lucrarea dată poate constitui un factor stimulator pentru alte cercetări ulterioare în domeniu.

O abordare emoțională adecvată poate contribui la menținerea atenției audienței și la creșterea nivelului de angajament. Dacă un vorbitor sau autor reușește să transmită pasiunea și relevanța subiectului, audiența va fi mai dispusă să asculte sau să citească cu atenție. Emoțiile pot fi folosite pentru a convinge și a influența deciziile sau opiniile audienței. Un discurs specializat cu o componentă emoțională bine gestionată poate fi mai eficace în convingerea publicului cu privire la argumente sau idei complexe. În contextul tehnologic și științific în continuă evoluție, discursurile

specializate pot ajuta la promovarea schimbărilor și a inovațiilor. Comunicarea emoțională poate face ca aceste schimbări să pară mai puțin înfricoșătoare și mai acceptabilă pentru audiență.

Aprobarea și validarea rezultatelor științifice. Rezultatele cercetării sunt publicate în 21 de articole în revistele de specialitate și/sau prezentate la conferințe și simpozioane științifice naționale și internaționale. 4 articole în reviste de categoria B, dintre care 3 articole în reviste de specialitate, 5 articole în lucrările conferințelor științifice internaționale (peste hotare), 4 articole în lucrările conferințelor științifice internaționale (Republica Moldova), 5 articole în lucrările conferințelor științifice naționale, un articol în alte culegeri de lucrări științifice editate peste hotare.

Rezultatele științifice obținute contribuie la soluționarea unei probleme științifice importante în teză care constă în identificarea valorii emoționale a discursului specializat, fapt ce a contribuit la identificarea particulară a emoțiilor în diverse tipuri de discursuri specializate în vederea utilizării lor în comunicarea științifică bazată pe inteligență emoțională.

Sumarul compartimentelor tezei. Din punct de vedere structural, teza conține: o adnotare în limbile română, rusă și engleză; introducere, trei capitole, concluzii generale și recomandări, lista de bibliografie ce cuprinde 220 surse, 4 diagrame, 8 anexe, declarația privind asumarea răspunderii și CV-ul autorului.

Introducerea este compusă din argumente despre actualitatea temei și despre necesitatea cercetării subiectului dat, inclusiv obiectivele propuse pentru cercetare. Introducerea cuprinde, de asemenea, valoarea aplicativă a rezultatelor, însemnătatea teoretică și elementele de noutate științifică. În aceeași ordine de idei sunt enumerate conferințele și articolele publicate în baza temei cercetate, care sunt prezente în lucrarea noastră.

Capitolul 1, *Discursul specializat – abordări teoretice și delimitări conceptuale*, este alcătuit din 3 paragrafe, care examinează problemele și dificultățile atestate în procesul de definire și conceptualizare a discursului specializat.

Punem în discuție natura limbajului, care înglobează atât elemente lexicale cu schelet cognitiv sau informativ, cât și cuvinte cu contur emotiv, pragmatic. Accentuăm legătura dintre emoții și comunicare, care este directă, iar discursul poate fi ușor modificat de starea emotivă a locutorului. Cantitatea de informații transmisă prin limbajul cu funcție emotivă e minimă, accentul cade pe impresie. Menționăm că în asemenea cazuri limba devine un instrument util în a-i încuraja, a-i consola ori, dimpotrivă, a-i irita sau a-i persuadea pe interlocutori.

Rolul terminologiei sau a limbajului de specialitate este mai mult decât o instanță tehnică sau particulară a limbajului general. Ca urmare a utilizării complexe a abordărilor filosofice, sociologice, culturale, psihologice, structuraliste și de altă natură, discursul este înțeles și considerat nu doar ca un text oral sau scris, ținând cont în principal de componenta verbală, ci și ca un text holistic. Fenomenul comunicativ și produsul reprezintă un sistem complex de ierarhie a cunoștințelor și include, pe lângă text, factori extralingvistici, sociali și de altă natură (cunoașterea lumii, opinii, atitudini, scopuri ale destinatarului etc.), necesari înțelegerii unui discurs.

În paragraful al treilea se abordează analiza discursului, care presupune o varietate de metode analitice și induce interpretarea diferitelor tipuri de texte sau afirmații ca produse ale activității de vorbire a locutorilor desfășurate în circumstanțe socio-politice specifice, condiții culturale și istorice diverse. Generalizând, analiza discursului specializat se rezumă la o practică de analiză textuală, care ar funcționa mai mult la nivel intuitiv, pentru că o asemenea analiză a discursului acceptă diferite interpretări ale secvenței textuale disociate și totul depinde de subiectivitatea autorului și de obiectivele cercetării lui.

În acest capitol am notificat și diferite interpretări teoretice din domeniul analizei discursive realizate de cercetători români și străini (Eugeniu Coșeriu, Zellig Sabbettai Harris, Michel Pesche, Dominique Maingueneau etc.).

Capitolul al doilea, *Dimensiunea comunicativ-pragmatică a emotivității și afectivității*, este alcătuit din 4 paragrafe, care probează particularitățile emoțiilor, ale persuasiunii, ale dihotomiei rațional-emoțional și ale nivelului emotiv-pragmatic al afectivității în discursul specializat.

Identificăm în lucrare două stări ale uneia și aceleași persoane și care tind să se manifeste în momente diferite: raționalitatea și emoționalitatea. Din perspectiva cognitivă, relația dintre emoții și limbă poate fi înțeleasă din cel puțin trei puncte de vedere: *unidirecțional*: limba /limbajul poate determina sau orienta conceptualizarea afectivă; felul în care indivizii gândesc este determinat de resursele lingvistice de care dispun; experiențele afective și conceptualizarea preexistentă determină sau orientează lexicalizarea, configurația culturală a unei comunități; *bidirecțional*: realitatea afectivă poate determina configurarea unui anume lexicon și a unui anume semantism al termenilor afectivi, dar, în același timp, vocabularul afectiv existent într-o limbă oferă vorbitorilor modalități predeterminate de categorizare a formelor de viață afectivă.

Am identificat diferite criterii puse la baza clasificării emoțiilor de către specialiști în psihologie, somitățile Robert Plutchik, Christopher J. Anderson, Daniel Goleman etc.

Menționăm că fiecare discurs poate fi manipulativ în funcție de situaționalitate și intenționalitate. Scopul pragmatic al discursului manipulativ este de a crea în conștiința destinatarului noi cunoștințe benefice, atitudini valorice schimbate și o imagine lingvistică schimbată a lumii, care nu va coincide cu ideile anterioare ale destinatarilor, pe care și le-ar putea forma singuri. Strategia influenței manipulative se realizează folosind o varietate de tehnici lingvistice pe mai multe niveluri, cum ar fi modalizarea, utilizarea metaforelor, a întrebărilor retorice, categorizarea publicului în prieten sau dușman etc. În paragraful al treilea sunt caracterizate particularitățile afectivității lingvistice: teoria actelor vorbirii, coeziunea, coerența, modalizarea, subiectivitatea etc.

În paragraful al patrulea am urmărit felul în care manipularea verbală este percepută ca un impact scontat asupra locutorului pentru a-i schimba comportamentul în conformitate cu interesul manipulatorului. Am analizat tehnica persuasiunii, care are capacitatea de a induce convingeri și valori altor persoane, influențându-le gândurile și acțiunile prin strategii specifice.

Capitolul al treilea, *Universul emoțional al discursurilor specializate*, are scopul de a sistematiza elementele discursive marcate de factori emoționali în funcție de tipul discursului specializat. Am analizat discursuri specializate din diferite domenii, demonstrând că gradul de afectivitate variază de la un domeniu la altul, dar este prezent în toate tipurile de discurs. Astfel, puterea de manifestare a afectivității și emotivității este reprezentată gradual în discursurile științifice, economice, publicitare, didactice, religioase, mediatice, politice. Am considerat oportună alegerea pentru analiză a discursurilor din domeniile respective, pentru că acestea acoperă o bună parte din interesele cotidiene ale populației. Astfel, am identificat pentru fiecare tip de discurs exemple edificatoare pentru a tria lexemele marcate emoțional, pentru a stabili gradul emotivității, strategiile de realizare a emotivității și impactul sau efectul spectrului emoțional propriu fiecărui tip de discurs specializat asupra publicului.

Concluziile generale și recomandările conțin idei importante deduse din cercetarea noastră. Am prezentat unele aspecte ale problemei, care se pretează a fi cercetate în continuare și am venit cu unele recomandări despre aplicarea rezultatelor cercetării.

Bibliografia cuprinde 207 surse în limbile română, engleză, franceză și rusă, aranjate în ordine alfabetică. Materialul empiric al tezei reprezintă discursuri din diverse domenii care sunt incluse în anexele tezei.

În **Anexe** sunt incluse discursurile propriu-zise din diferite domenii (**Anexa 1**: discursuri științifice; **Anexa 2**: discursuri economice; **Anexa 3**: discursuri didactice; **Anexa 4**: discursuri religioase; **Anexa 5**: discursuri mediatice; **Anexa 6**: discursuri publicitare și **Anexa 7**: discursuri politice). În **Anexa 8** sunt descrise emoțiile de bază (bucuria, tristețea, furia, fericirea, dezgustul, frica, surpriza). Teza conține și 4 diagrame, rezultatele chestionarului aplicat pentru estimarea gradului de emotivitate a discursului didactic.

1. DISCURSUL SPECIALIZAT – ABORDĂRI TEORETICE ȘI DELIMITĂRI CONCEPTUALE

1.1 ASPECTE ISTORICE ALE DISCURSULUI

Termenul „discurs” în secolul al XX-lea a devenit larg răspândit și este unul dintre conceptele de bază ale științelor umaniste moderne. În ciuda faptului că interesul cercetătorilor pentru teoria discursului are mai mult de un deceniu, o abordare unică și comună a studiului său nu există. Această situație s-a creat din cauza că, înainte de toate, conceptul de „discurs” a trecut prin lingvistică, ajungând să fie considerat un concept interdisciplinar. Datorită răspândirii metodologiei structuraliste, precum și ideilor din postmodernism, o expresie cunoscută sub numele de „întorsătură discursivă” a apărut chiar în cercurile intelectuale. Ca urmare, în multe domenii ale științei au apărut diverse teorii ale discursului, deși, desigur, toți le-au interpretat pornind de la teoriile din lingvistică. Inițial, termenul „discurs” a fost folosit în filosofia clasică în raport cu conceptul de „gândire discursivă” (o secvență de concepte și judecăți), care se opunea gândirii intuitive. În istoria ulterioară a filosofiei, acest concept a fost interpretat în mod activ, dar în esență a însemnat cunoștințe mediate prin limbaj.

În lingvistică, conceptul de „discurs” a început să fie studiat relativ recent. Până la mijlocul secolului trecut, lingviștii priveau limbajul din punct de vedere formal – ca pe un sistem abstract care este destul de „tehnic” folosit de oameni într-o anumită situație, în conformitate cu obiectivele lor. Discursul este supus unei analize formaliste, dar nu poate fi limitat la unul singur.

Până în anii '70 ai secolului al XX-lea, studiile științifice despre discurs și despre conceptul de text corelat cu acesta au fost împărțite în două grupuri: unii cercetători credeau că textul este un concept hiperonimic în raport cu discursul, al doilea, că discursul este un hiperonim relativ la text. Până la sfârșitul secolului al XX-lea, s-au format mai multe școli științifice, care cercetează discursul sub prisma nucleului său tematic, gramaticii, sintaxei, vocabularului.

Interpretările conceptului de „discurs” diferă în funcție de context: uneori înseamnă vorbire, altele – procesul conversației. În filosofia postmodernismului, acesta înseamnă chiar o mentalitate aparte.

Termenul „discurs” are două semnificații principale: clasic și postmodern. În primul caz, sunt implicate diverse forme de interacțiune a vorbirii. Acest sens este înglobat în etimologia cuvântului: din latinescul *discoursus* – „conversație, ceartă”; din limba franceză – „vorbire”.

În continuare vom analiza modalitățile de abordare a discursului prin prisma celor trei curente: funcționalismul, structuralismul și cognitivismul lingvistic.

Funcționalismul subliniază importanța contextului social, a utilizării și a funcției comunicative ale gramaticii, fonologiei, ortografiei unei limbi. Acest curent pornește de la conceptul lingvistic al lui Ferdinand de Saussure, care a fost remarcabil pentru inconsistența sa tranșantă, și, împreună cu teoriile care au dat motive lui Louis Hjelmslev de a trage concluziile sale extreme, fără îndoială, conținând o serie de gânduri, observații și concluzii valoroase. Tocmai aspectele pozitive ale învățăturilor lui Ferdinand de Saussure a căutat să dezvolte și să întruchipeze în studii concrete comunitatea lingviștilor care lucrează la Praga, numită Cercul lingvistic Praga sau Școala de Lingvistică funcțională din Praga. Cercul lingvistic de la Praga a fost organizat în 1926, unind un număr considerabil de lingviști, precum Nicolai Trubetskoy, Roman Jakobson, Sergey Kartsevski, Vilem Matesius etc. Abordarea de bază a studiului lingvisticii cercului praghez vede limba ca pe un sistem sincron și dinamic. Funcționalitatea elementelor de limbaj și importanța funcției sale sociale au fost aspecte-cheie ale programului său de cercetare.

Astfel, abordarea generală a școlii pragheze poate fi descrisă ca o combinație de funcționalism – fiecare componentă a unei limbi, cum ar fi fonemul, morfemul, cuvântul, propoziția, există pentru a îndeplini o anumită funcție – și structuralism – contextul, nu doar componentele, este ceea ce este important. În plus, abordările sincronice și diacronice sunt văzute ca interconectate și influențându-se reciproc. Ei privesc limbajul ca pe un sistem de subsisteme, fiecare dintre ele având propriile probleme, dar acestea nu sunt niciodată izolate, deoarece fac parte dintr-un întreg mai mare. Ca atare, un limbaj nu este niciodată într-o stare de echilibru, ci mai degrabă are multe abateri. Aceste abateri permit limbii să se dezvolte și să funcționeze ca un sistem viu [156, online].

Funcționaliștii iau în considerare nu numai forma de existență a limbii, ci și funcțiile îndeplinite de aceasta. Ei cred că o limbă are o anumită structură formală în funcție de scopurile pentru care este utilizată. Abordarea formal-structurală a studiului limbajului a făcut posibilă înțelegerea modului în care este aranjată limba, dar în a doua jumătate a secolului al XX-lea, domeniul problematic al științei s-a extins, iar lingviștii au început să studieze funcționarea limbajului. Prin anii '70-'80, paradigma formal-structurală a fost înlocuită cu o paradigmă funcțională și comunicativă în care se ținea seama de factorul uman, iar fenomenele lingvistice au început să fie luate în considerare din punctul de vedere al abordării personale în contextul utilizării lor.

Structuralismul este o direcție în lingvistică care își propune să descopere, în principal, cercetarea lingvistică, relațiile interne și dependente ale componentelor limbajului, structura ei,

înțeleasă însă diferit de diferitele școli structuraliste. Principalele direcții ale structuralismului sunt următoarele: 1) Școala lingvistică de la Praga, 2) Structuralismul american, 3) Școala de la Copenhaga, 4) Școala lingvistică din Londra. Reprezentanții școlii din Praga sau ai școlii de lingvistică funcțională, pornind de la ideea de limbaj ca sistem funcțional, evaluează fenomenul lingvistic din punctul de vedere al funcției pe care o îndeplinește și nu ignoră aspectul semantic al acestuia (spre deosebire, de exemplu, de mulți structuraliști americani). Acești lingviști dau prioritate studiului sincron al limbii, nu refuză studiul diacronic al acesteia și țin cont de evoluția fenomenelor lingvistice. Prin urmare, Școala de Lingvistică Funcțională din Praga ține cont de rolul factorilor extralingvistici, consideră că limbajul este în legătură cu istoria comună și cultura omenirii. Reprezentanții Școlii din Praga au avut o mare contribuție la dezvoltarea foneticii și fonologiei generale, a gramaticii (teoria articulării propriu-zisă a propozițiilor, doctrina opozițiilor gramaticale), a stilisticii funcționale, teoriei normelor de limbaj etc. Structuralismul american este reprezentat de o serie de curente, precum lingvistica descriptivă, școala de gramatică generativă și, în special, analiza transformațională cercetată de Noam Chomsky.

Școala de lingvistică din Londra joacă un rol mai puțin proeminent. Reprezentanții structuralismului acestei școli acordă o atenție deosebită analizei contextului lingvistic și situațional, precum și aspectelor sociale de limbaj, recunoscând ca semnificativ funcțional doar ceea ce are o expresie formală. O teză importantă cercetată în cadrul școlii din Londra este că sensul unei sau altei forme lingvistice poate fi dezvăluit numai pe baza unei analize a utilizării acesteia. Astfel, se introduce conceptul de context al situației, care include, alături de subiectul discursului, și semnele participanților, actele vorbirii și consecințele acestor acte. Sensul unei anumite forme este determinat de context sau de contextualizare. Școala lingvistică din Londra a acordat o mare atenție problemei de identificare a unității de limbă.

De la sfârșitul secolului trecut, paradigma dominantă sistemic-structurală și statică a fost înlocuită cu paradigma antropocentrică, funcțională, cognitivă și dinamică, care a readus omului statutul de „măsură a tuturor lucrurilor” și l-a readus în centrul universului” [174, online]. Paradigma antropocentrică este trecerea intereselor cercetătorului de la obiectele de cunoaștere la subiect, adică sunt analizate persoana din limbă și limba din persoană. Lingvistica cognitivă studiază limbajul ca un mecanism cognitiv care joacă un rol în codificarea și transformarea limbajului. Scopul lingvisticii cognitive este de a înțelege modul în care se desfășoară procesele de percepție, clasificare și înțelegere

a lumii, cum se acumulează cunoașterea, ce sisteme participă în diverse activități care operează cu informațiile.

Primele cercetări au fost conduse în a doua jumătate a anilor '70 de așa-numiții „părinți fondatori” ai lingvisticii cognitive: Ronald Langacker, George Lakoff și Leonard Talmy. Langacker, în această perioadă, a început să lucreze la teoria sa de gramatică cognitivă, apoi a fost numit „gramatica spațiului”. Lakoff lucra la o abordare conexă gramaticii, care a ajuns să fie numită Gramatica construcțiilor, precum și la o bază semantică pentru gramatică, numită „gestalte lingvistice” (Gestalt este un termen din psihologie. El provine din limba germană, unde Gestalt înseamnă o „formă, figură (chip), configurație, înfățișare”). Această noțiune a evoluat mai târziu în teoria metaforei conceptuale, dezvoltată împreună cu filosoful Mark Johnson.

În anii '80, Lakoff, influențat de colegii săi Charles Fillmore și Eleanor Rosch de la University California, Berkeley, a început să aplice noi abordări ale clasificării, în special teoria prototipurilor pentru modelarea reprezentării lingvistice în mintea utilizatorilor de limbi străine. Acest lucru a dat naștere, printre altele, unei noi abordări „cognitive” a semanticii, în special a semanticii lexicale. Între timp, Talmy a fost implicat în dezvoltarea unei teorii pe care a numit-o Semantică cognitivă.

Lingvistica cognitivă este o direcție în centrul căreia se află limbajul ca mecanism cognitiv general. Interesele vitale ale lingvisticii cognitive includ fundamentele „mentale” ale înțelegerii și producerii vorbirii în ceea ce privește modul în care structurile cunoașterii lingvistice sunt reprezentate și implicate în prelucrarea informațiilor.

Cogniția este, de asemenea, diferită de emoție, deoarece, operând cu unități și structuri discrete, strict specializate, diferite și sistematizate, cunoașterea este foarte structurată, iar structurile cognitive sunt orientate spre a reflecta structura lumii externe în legătură cu nevoile activității sociale – inclusiv comunicarea gândurilor. Deși structurile cognitive sunt legate de structurile verbale (simbolice), iar limbile lumii sunt foarte diverse, mecanismele de bază ale cunoașterii sunt universale, ceea ce se manifestă în semantica limbajului. Structurile (modelele) limbajului universal, categoriile gramaticale universale, precum și organizarea categoriilor în jurul prototipurilor indică faptul că o persoană nu doar „stăpânește” realitatea, ci o organizează activ și intenționat într-un anumit fel în scopuri specifice [175, online].

Aceste ipoteze stau la baza, printre altele, a practicii psihoterapeutice când cogniția este luată ca un fragment discret de cunoaștere, un element de înțelegere (inclusiv cunoaștere, interpretare,

înțelegere, gânduri care apar într-un individ despre aceasta într-un anumit mediu), iar afectivitatea și comportamentul uman sunt interpretate ca urmare a cognițiilor prin care o persoană structurează lumea. Cognițiile unei persoane (vorbirea sau „evenimentele” vizuale din fluxul său de conștiință) se bazează pe atitudini sau ipoteze (scheme) dezvoltate după o experiență anterioară.

Deoarece termenul „discurs” este folosit în multe discipline, se obișnuiește să se distingă mai multe clase de utilizare a acestuia. Mai întâi de toate, merită să ne întoarcem la diferențele pe marginea acestui termen dintre lingviști și oamenii de știință din domeniul social (domenii științifice filosofice, culturale și psihologice). O influență semnificativă asupra opiniilor acestor cercetători a fost exercitată de filosoful și istoricul cultural francez Michel Foucault. El a apelat la conceptul de discurs în descrierea sistemelor socio-istorice formate de cunoaștere umană, pe care le-a numit formațiuni.

Conform definiției lui Foucault, discursurile sunt practici care modelează sistematic obiectele despre care vorbesc. Foucault a susținut că discursul blochează oamenii în anumite moduri de gândire și de acțiune. Pe urmele lui Foucault, cercetătorii din cele mai diverse domenii au examinat discursul din diferite puncte de vedere.

Limbajul înglobează atât elemente lexicale cu schelet cognitiv sau informativ, cât și cuvinte cu contur emotiv, pragmatic. Legătura dintre emoții și comunicare este directă, discursul poate fi ușor modificat de starea emotivă a locutorului. Cantitatea de informații transmisă prin limbajul cu funcție emotivă e minimă, accentul căzând pe impresie. În asemenea cazuri limba devine un instrument foarte util în a-i încuraja, a-i consola ori, dimpotrivă, a-i irita sau a-i persuadea pe interlocutori.

Pentru a constata interdependența dintre universul cognitiv și universul emoțional al discursului, trebuie să definim și să descriem conceptele de bază despre discurs și cele despre emoții.

Diferitele modalități de a discuta un fenomen social și practicile lor însoțitoare (juridice, politice) formează un sistem de concepte și credințe care determină percepția realității. Practica include elemente direct legate de limbaj, cum ar fi definirea, descrierea și clasificarea fenomenelor. Conform teoriei lui Foucault, fiecare perioadă culturală și istorică corespunde propriilor discursuri, care formează legi generale în viziunea asupra lumii a întregii societăți.

O abordare interesantă este cea a lui Vladimir Karasik, lingvist rus, care studiază discursul din punctul de vedere al filosofiei lingvistice. El distinge două registre principale ale discursului, în funcție de scopul său: instituțional și de joc. Discursul instituțional orientează o persoană în realitățile lumii înconjurătoare (determină limitările cauzate de prezența instituțiilor și statuturilor sociale), iar cel de

joc vă permite să încălcați stereotipurile de vorbire și să vă mutați în așa-numitul spațiu creativ (crearea și percepția operelor de artă) [180, online].

Printre abordările studiului discursului putem distinge:

- abordarea structural-sintactică, care definește discursul ca o structură „supra propoziției”;
- abordarea structural-stilistică, care ia în considerare vorbirea din punctul de vedere al specificității sale stilistice;
- abordarea comunicativă, ce ține cont de dialogul discursului, adică o consideră din poziția unui vorbitor care se adresează cuiva.

Astfel, considerăm că cele mai reprezentative școli lingvistice care au cercetat discursul sunt:

- Școala anglo-americană, în care discursul este înțeles ca discurs coerent, iar discursul în sine este identificat cu dialogul. Analiza discursului în această tradiție vizează comunicarea orală, interacțiunea interactivă a subiecților săi;
- Școala franceză, unul dintre principalii reprezentanți ai căreia este Michel Foucault. Analiza discursului în Franța a prins contur într-o direcție independentă în anii '60 ai secolului al XX-lea și a combinat idei istorice, filosofice, psihanalitice și lingvistice despre acest concept. În plus față de Michel Foucault, Louis Althusser, Jacques Lacan și alții sunt clasați în această școală;
- Școala germană consideră conceptul de discurs acel care are un caracter predominant literar.

Analizând discursul în dinamică, observăm că diferite curente lingvistice îl caracterizează prin optică proprie, considerându-l nu doar unitate lingvistică, ci și o parte a comunicării, în funcție de tipul discursiv specializat. Astfel, lingvistul Teun A. Van Dijk (1985) definește discursul ca o articulare a textului și a limbajului folosit de către locutori reali, în situații reale și cu scopuri sociale/expresive/referențiale de producere. În acest sens, potrivit lui Tim O'Sullivan, se renunță la noțiunea vagă și ambiguă de limbaj în favoarea conceptului de discurs [53, p.112], percepute ca un eveniment al limbajului, realizate temporal, actualizând o funcție simbolică a limbajului și având un adresat, după cum precizează Paul Ricoeur [57, p.111-112].

Valeria Chernyavskaya în lucrarea sa privind lingvistica textului susține că analiza textului este punctul de plecare pentru analiza discursului: „Dacă ne referim prin discurs la expresia lingvistică a unei anumite practici sociale reprezentate de anumite texte, atunci analiza lingvistică a discursului ar trebui să înceapă la nivelul unui anumit text” [188, online].

În acest sens, se pune întrebarea cu privire la diferențele fundamentale dintre analiza textului și analiza discursivă, despre locul în care se termină analiza textului și începe analiza discursului. Valeria Chernyavskaya identifică mai multe niveluri de analiză a limbajului în ansamblu:

- 1) Nivelul actului comunicativ la care se stabilește scopul declarației;
- 2) Nivelul textului la care este stabilită tema și sunt dezvăluite funcțiile principale și secundare ale textului;
- 3) Nivelul de analiză macrosemantică profundă a textului, la care este luată în considerare structura sa semantică și sunt dezvăluite unitățile lingvistice care joacă un rol major în dezvăluirea designului semantic;
- 4) Nivelul analizei supratextuale, care ia în considerare factorii istorici, sociali, psihologici și alți factori extralingvistici.
- 5) Nivelul de analiză discursivă intertextuală, care ia în considerare tipuri omogene de texte care sunt legate colectiv între ele prin legile unui discurs [188, online].

În privința accepțiunilor științifice multiple ale noțiunii de discurs, Elena Dragoș oferă o trecere în revistă edificatoare: orientarea psiho-sistematică investeste discursul cu semnificația de producție verbală momentană, concretizată prin ceea ce John Austin numește acte de vorbire. Discursul va fi, prin urmare, spațiul în care se manifestă procesele de semnificare și de contextualizare și va constitui obiectul de studiu predilect al pragmaticii. Teoria enunțării, întemeiată de Emile Benveniste definește discursul ca eveniment verbal (accepțiune introdusă și susținută convingător de Paul Ricoeur). Discursul este rezultatul activității discursive care presupune utilizarea sistemului limbii de către un locutor care se adresează unui receptor conștientizat ca atare, fie că e real, fie că e virtual (presupus). Zelig Harris și colegii săi din școala distribuționalismului american adaugă discursul ca un nivel distinct de studiu al lingvisticii, nivelul transfrastic (superior frazei) [22, p.23].

Philippe Lane, cercetător irlandez, menționează că discursul este un enunț cu proprietăți textuale, care înglobează date de ordin contextual, ce reies dintr-un act de discurs îndeplinit într-o situație oarecare, ce include, la rândul ei, participanți, loc, timp etc. [96, p.7-8]

Jean-Michel Adams menționează faptul că discursul este definit drept o unitate maximală a limbajului, obiect concret, produs într-o situație oricare sub influența unei rețele complexe de fenomene extraglotice: sociale, ideologice etc. [90, p.8]

Cristian Radu definește discursul drept manifestare scrisă sau orală a unei stări de spirit; ansamblu de scrieri didactice, de desfășurări teoretice a unei doctrine etc. [56, p.75], pe când Camelia Beciu ne propune următoarea definiție: „discursul indică modul în care un actor social utilizează un limbaj (conversațional, științific, administrativ), precum și alte resurse comunicaționale pentru a construi un punct de vedere sau o poziție în legătură cu ceea ce se comunică și în raport cu interlocutorii” [2, p.32].

Constatând diversitatea definițiilor posibile, Anca Runcan-Măgureanu le sintetizează, distingând două accepțiuni de bază:

- discursul este, pe de o parte, rezultatul unei activități lingvistice individuale, exercitate prin mobilizarea competențelor cognitive și lingvistice;
- discursul este, pe de altă parte, o activitate lingvistică cu finalitate socială, întemeiată pe convenții stabilite în interiorul comunității care utilizează o anumită limbă.

Anca Runcan-Măgureanu, citându-l pe Jean-Blaise Grize, menționează faptul că autorul fundamentează discursul pe triada lui Charles Peirce (semne, gândire, cunoaștere) și îl asociază cu procesul ilimitat al semiozei, conchizând că, asemenea acesteia, discursul are un caracter dinamic, nu poate fi considerat perfect terminat și închis. Discursul nu va fi, prin urmare, un obiect concret și clar determinat oferit analizei; are un caracter procesual, dinamic, justificat de caracterul instabil al condițiilor de producere (trăsăturile locutorului și ale interlocutorului, determinările conjuncturale) [64, p.89].

Cercetătorul Mihail Bahtin precizează că discursul este un dialog care poate fi, de asemenea, înțeles într-un sens mai larg. Aceasta ar însemna nu numai o legătură directă, vocalizată, față-în-față dintre receptor și emițător, dar și comunicarea verbală de orice tip.

Discursul este adesea privit ca un ansamblu dintre text și context, prin urmare, relațiile de interdependență dintre domeniile textual și contextual trebuie să fie analizate în termeni de operații de limbaj, acestea din urmă constituind – de drept – un subansamblu de operații psihologice construite de umanitate [122, online].

1.2 TEORII ALE DISCURSULUI SPECIALIZAT

Interesul față de discursul specializat apare în anii '30 ai secolului al XX-lea, atunci când mai mulți cercetători germani introduc conceptul de FACHSPRACHEN, care ar însemna un limbaj al profesiilor și al afacerilor. Theodore Horace Savory publică *The Language of Science. Its Growth, Character and Usage*, care, de fapt, pune bazele teoriei limbajelor specializate.

După părerea lui Maurizio Gotti, în aceeași perioadă, discursul specializat devine obiect de cercetare pentru savanții Școlii din Praga, care și-au direcționat studiile către așa-numitul stil funcțional propriu discursului științific și tehnic. La început, abordarea lor a fost conservatoare, deoarece tindea să claseze acest tip de discurs la nivel elementar, total separat de limbajul utilizat zi de zi. Mai târziu, cercetătorii au căutat să elaboreze definiții și matrice clare ale diferențelor dintre discursul specializat și cel general. Astfel, unii lingviști trasează o demarcație clară între aceste două tipuri de discurs, menționând că diferența dintre discursul general și cel specializat poate fi identificată la toate nivelurile limbii și a manifestării ei în diferite moduri, atât cantitativ cât și calitativ [85, p. 17].

Mai mulți lingviști anglofoni (Alison Mackey și John Mountford, 1978; Tom Hutchinson și Alan Waters, 1987; Laurence Anthony, 1997; Tony Dudley-Evans și Maggie Jo St. John, 1998; Kristen Gatehouse, 2001) afirmă că adevărata schimbare în domeniul limbajelor de specialitate pornește în anii '60 ai secolului al XX-lea, deoarece, potrivit lor, în această perioadă are loc o adevărată revoluție în domeniul dat.

Studiul discursului specializat este complinit mai târziu de dicționarele marcate profesional și interpretate ca „sublimbi” ale unui anumit domeniu de cunoaștere. S-au efectuat cercetări menite să dezvolte un concept general de discurs specializat. Discursul specializat în termeni comunicativi avansează o perspectivă în care acesta diferă atât de modelele de discurs instituțional (pedagogic, medical, diplomatic etc.), cât și de cele ale modelului discursului de afaceri [11, p. 324].

Opinăm că discursul specializat se bazează pe o pregătire specială a cel puțin unuia dintre participanții la discurs și pe limitarea tematică a comunicării în cadrul subiectului corespunzător. De reținut că o astfel de pregătire poate fi atât teoretică, cât și pur practică. Etichetate profesional, strategiile comportamentului comunicativ se reduc, în opinia noastră, la definirea subiectului, adică la ceea ce este de făcut, la evaluarea reală a îndeplinirii setului de sarcini, la definirea condițiilor

specifice în îndeplinirea acestei sarcini, la termeni, complexități, factori care contribuie sau împiedică realizarea scopului [10, p.325]. O astfel de poziționare este un aspect al comunicării. Oxana Issers crede, pe bună dreptate, că strategiile de comunicare sunt, în general, împărțite în două clase: principale (cognitive) și auxiliare (pragmatice, dialogate, retorice) [104, p. 106]. Primele sunt legate de atingerea scopului principal – comunicare, al doilea – de căutarea modalității optime de a atinge acest obiectiv (cu alte cuvinte, strategiile care răspund la întrebarea „Ce?” și strategiile care răspund la întrebare „Cum?”). Lingviștii analizează detaliat, de obicei, al doilea tip de strategie.

În lumina celor relatate, considerăm că discursul specializat necesită o tratare nuanțată a rolului cunoașterii în prelucrarea discursului, care este deosebit de relevantă în relatarea discursurilor specializate (de exemplu, științifice), a căror producere și înțelegere depinde în mod esențial de diferite tipuri de cunoștințe de specialitate. Acest lucru este cel mai evident în utilizarea terminologiei tehnice, dar se extinde și la multe alte aspecte ale discursului specializat, cum ar fi subiectele preferate, formatul general sau schema textului, stilul, retorica (inclusiv metaforele sale tipice), modelele de argumentare, metodele de probă și demonstrație, utilizarea tabelor, a figurilor și a altor aspecte nonverbale ale discursului etc. Într-adevăr, cunoștințele despre proprietățile discursului de specialitate fac parte din cunoștințele specializate ale experților. În timp ce structurile discursive (specializate sau de altă natură) sunt atribuite în mod tradițional discursului în sine, cunoașterea nu este, evident, o proprietate a textului sau a vorbirii în sine, ci a utilizatorilor și a comunităților lor. Aceasta înseamnă că, acolo unde este cazul, cunoașterea face parte dintr-o categorie centrală a contextului (de utilizare) unui discurs, iar relațiile discurs-cunoaștere fac, de asemenea, obiectul cercetării pentru o teorie a relațiilor text-context.

Vorbind despre discursul specializat, nu putem evita cunoștințele interlocutorilor. Participanții la discurs sau chiar și simplii utilizatori de limbă trebuie să fie familiarizați cu limbajul. Utilizatorii unei limbi în multe privințe sunt „experți” în utilizarea limbajului, inclusiv au o sensibilitate extrem de rafinată pentru cele mai subtile variații de sens și acțiune. Cu toate acestea, în ciuda anilor de educație lingvistică, utilizatorii de limbaj uzual au foarte puține cunoștințe de specialitate despre limbă sau discurs, dincolo de sensul cuvintelor și de unele cunoștințe implicite despre ordinea cuvintelor.

Cunoștințele lingvistice specializate constau, în primul rând, în cunoștințe despre diferitele niveluri sau dimensiuni ale limbajului sau discursului, cum ar fi sunetul, structura propoziției, sensul,

actele de vorbire sau interpretarea, la rândul lor, așa cum sunt luate în considerare de diferite teorii specifice domeniului, cum ar fi fonologia, sintaxa, semantica sau pragmatica, printre altele. În al doilea rând, pentru fiecare dintre aceste câmpuri specializate se disting „unitățile” caracteristice, precum și relațiile dintre ele, cum ar fi fonemele și caracteristicile fonologice, structura frazelor, enunțurile și structura lor internă sau actele de vorbire și condițiile de adecvare a acestora. Dincolo de aceste diferite forme de analize „structurale” din ce în ce mai detaliate, descrierea lingvistică de către experți se angajează, de obicei, în analize mai pertinente: ce „fac” aceste structuri diferite în mediul lor specific, atât în cadrul structurii în sine (de exemplu, care este „funcția” pronumelor într-un text sau funcția titlurilor pentru articolele de știri), cât și în ceea ce privește „contextul” lor: utilizatorii săi, precum și acțiunile sau cunoștințele realizate de aceștia. În cele din urmă, cunoștințele de limbaj și cele despre discurs ale experților se ridică la o perspectivă detaliată asupra psihologiei limbajului, care vizează achiziționarea acestuia, utilizarea efectivă în producere și înțelegere și relațiile acestor procese psihologice cu alte procese cognitive, cum ar fi cele de învățare și memorie. Cunoștințe de specialitate similare privind limba pot fi furnizate într-o relatare sociologică a modului în care limba este utilizată în situații sociale de către membrii diferitelor grupuri sociale și pentru a realiza o serie de obiective sociale.

Astfel, discursul specializat poate exprima atât cunoștințe generale, cât și aplicarea sa specifică în „cazuri” concrete, particulare (situații, evenimente, obiecte, persoane etc.). În acest din urmă caz, discursul ia adesea forma unor povești (povești conversaționale de zi cu zi sau știri), în timp ce discursul specializat în acest caz ia forma unor studii de caz sau a unor „povești” specializate. Caracteristic unor astfel de povești nu este numai faptul că expresiile generale (variabilele) sunt înlocuite cu cele specifice (constante, nume), ci și faptul că prezintă combinații (unice) de cunoștințe generale care sunt, de obicei, organizate sau distribuite diferit. Astfel, într-un studiu de caz lingvistic, combinăm (prelucra sau utiliza) structurile fonologice, sintactice, semantice, pragmatice, retorice sau interacțiunea acestora și interrelațiile lor în care acest lucru nu este imediat evident la un nivel „mai general”.

Suntem de părere că o teorie a discursului specializat necesită mult mai mult decât o teorie cognitivă a expresiilor de cunoștințe specializate, fie în termeni generici, fie în ceea ce privește combinațiile de cunoștințe în modelele mentale. De asemenea, este nevoie de o teorie cognitivă a modelelor de context care să țină seama de interpretarea și gestionarea continuă a evenimentului

comunicativ actual de către utilizatori, precum și de o relatare socioculturală a evenimentelor comunicative și de relevanța proprietăților sale variabile în realizarea discursului. Cu alte cuvinte, o teorie a discursului de specialitate combină o teorie a textelor de specialitate cu o teorie a contextelor specializate. Și cum participanții (specializați) sau experții fac parte dintr-un astfel de context, și cunoștințele lor de specialitate fac parte teoretic din această relatare a contextelor de specialitate [10, p.325]. Această „contextualizare” reprezintă importanța componentelor de cunoaștere a discursului de specialitate și are avantajul considerabil de a se concentra doar pe aspectele relevante ale unor astfel de cunoștințe. De asemenea, experții nu trebuie să activeze cantitățile lor vaste de cunoștințe generale, ci doar fragmente care sunt relevante în înțelegerea sau descrierea problemelor, a cazurilor sau a detaliilor specifice.

Karl Hoffman, *apud* Maurizio Gotti, identifică particularitățile discursului specializat: exactitate, simplitate, claritate; obiectivitate; abstractizare; generalizare; densitate a informației; laconism; neutralitate emoțională; neechivocitate; impersonalitate; consistență logică; utilizare a termenilor, a simbolurilor, a figurilor tehnic definite [80, p.17].

Convergența acestor trăsături este iminentă în procesul de definire a discursului specializat în raport cu discursul în general. În subcapitolul următor vom descrie trăsăturile lexico-semantice ale discursului specializat, cuprinzând prevederile criteriilor menționate mai sus.

1.2.1 TRĂSĂTURI LEXICALE ȘI SEMANTICE ALE DISCURSULUI SPECIALIZAT

În lingvistică, faptul că limba este un fenomen social strâns legat de istoria și cultura vorbitorilor săi a generat în diverse perioade discuții controversate. În semantica fiecărei limbi există o reflectare atât a particularității culturii unui anumit popor, cât și a reflectării componentei generale, universale a culturilor. Limbajul este condiționat de unitatea viziunii asupra lumii de către oameni de culturi diferite: în orice societate, vorbitorii trebuie să facă distincția între subiectul acțiunii și obiectul, obiectul și trăsătura sa, între anumite relații spațiale și temporale.

Se consideră că limba română este dinamică și deschisă schimbărilor, ceea ce implică, printre altele, o mobilitate mare a vocabularului, mai ales în condiții extralingvistice speciale, cum sunt cele de după 1990. Introducerea unor cuvinte noi, dezvoltarea unor sensuri necunoscute înainte și mai ales, „migrarea” unor cuvinte din lexicul specializat spre lexicul comun determină supunerea vorbitorilor (instruiți în grade diferite) la „presiuni” lexicale intense și complexe. Presa scrisă și vorbită are spații rezervate în care se îmbină specializarea profesională (tehnică-științifică) cu tendințele de extindere dincolo de specializare [4, p.5].

După cum menționau Juan C. Sager et al., „lexicul limbilor speciale este caracteristica lor distinctivă cea mai evidentă” [120, p.230], care definește problema frecventă a lingvisticii discursive și vizează cel mai mult sintaxa.

În discursul specializat, faptul că într-un anumit context este permis un singur sens este denumit „monoreferențialitate”; legătura perfectă dintre cuvânt și sens garantează concizia, unicitatea semantică și apariția specifică a elementelor lexicale, reducând astfel ambiguitatea la minimum. Pe lângă faptul că sunt monoreferențiale, cuvintele, care sunt purtătoare de informații, au doar o funcție denotativă și nu au niciun fel de semnificație emoțională și conotativă. Ele indică nemijlocit un concept – o trăsătură care ia numele de precizie referențială – și sunt transparente: forma de suprafață, fie că este vorba de un cuvânt sau de un afix, care identifică imediat un concept, care privează limbajul specializat de ambiguitate și polisemie [44, p.53]. Concizia – o altă trăsătură definitorie a discursului specializat – este asigurată de morfeme, precum derivarea zero, de fuzionarea a două lexeme (monosilabice) într-un singur termen, de juxtapunere, de specializarea cuvintelor extrase din limbajul general, de utilizarea acronimelor și abrevierilor. Deși exactitatea, simplitatea și claritatea, obiectivitatea, abstractizarea, generalizarea, densitatea informațiilor, concizia, neutralitatea emoțională, lipsa de ambiguitate, impersonalitatea și consistența logică [80,

p.29] sunt criteriile esențiale, Maurizio Gotti evidențiază contraexemple în discursul specializat. Acesta reliefează, pe de o parte, nivelul ridicat de conservatorism (adică permanența trăsăturilor lingvistice clasice) care mai persistă, în special, în scrierea juridică și în limbajul de afaceri, și care este respins în prezent de unii specialiști, solicitând o înțelegere interpretativă mai clară; pe de altă parte, supraviețuirea formelor arhaice este acceptată de alții drept instrument care le permite să-și păstreze puterea asupra cetățenilor obișnuiți. De asemenea, au fost detectate cazuri de ambiguitate, imprecizie și instabilitate semantică, în special în cadrul disciplinelor umanistice (economie și științe non-exacte), iar uneori și în limbajul juridic, unde încălcarea principiului conciziei își găsește cel mai remarcabil model: redundanța și repetițiile constante dezvoltă competența adecvată în stăpânirea atât a limbii-sursă, cât și a limbii-țintă și a subiectului de specialitate în cauză [80, p.32]. Este un tribut plătit pentru a exclude duplicitatea mesajului.

Totuși, particularitățile lexicului specializat sunt complexe, deoarece o parte a lexicului specializat din toate domeniile investigate are o circulație destul de largă în limba comună, ceea ce justifică includerea acestor termeni într-un dicționar general. Marca diastratică nu este însă indicată cu consecvență. Unii termeni din lexicul specializat aparțin mai multor domenii, cu sensuri mai mult sau mai puțin diferențiate [5, p.10].

Vorbind de lexicul specializat, este oportun să menționăm importanța terminologiei într-un discurs specializat. Conceptul de terminologie are două accepții: disciplină cu caracter interdisciplinar și ansamblu de termeni folosiți de diverse terminologii (limbaje de specialitate), pentru a transmite cunoștințe într-un domeniu particular de activitate profesională. Terminologia, ca disciplină, se ocupă de sistemul organizat tematic al unităților lexicale ale științei și tehnicii. Toate schimbările din sistemul științelor presupun schimbări paralele în sistemul denumirilor, iar rolul terminologiei este să rezolve această problemă. „Intervenția terminologiei ca metodă specifică științei trebuie făcută mai ales în tehnologie, drept și în toate domeniile în care există o mare circulație a conceptelor” [157, online].

Știința terminologică nu percepe conceptele ca pe niște elemente separate, ci le relaționează cu alte concepte și le înglobează într-un sistem de concepte (arbore conceptual/noțional sau câmp conceptual/noțional) ce aparține unui domeniu de specialitate. Ca în oricare alt sistem și aici se stabilesc niște relații ce se bazează pe asemănarea dintre concepte și pe caracteristicile pe care le posedă [48, p.38].

Terminologia sau limbajul de specialitate este mai mult decât o instanță tehnică sau particulară a limbajului general. În societatea de astăzi, cu accentul pus pe știință și tehnologie, modul în care conceptele științifice specializate sunt definite, structurate, descrise și traduse au devenit accesibile tuturor. Informațiile din textele științifice și tehnice sunt codificate în termeni sau unități de cunoștințe specializate, care sunt puncte de acces spre cunoștințe complexe. La baza informațiilor din text stau domenii conceptuale întregi, care sunt prezente atât explicit, cât și implicit și care reprezintă cunoștințe de specialitate codificate. Pentru a crea un text specializat, autorii din domeniu trebuie să înțeleagă la perfecție sfera conceptuală, conținutul care trebuie transmis și nivelul de cunoștințe al destinatarilor textului. Pentru a înțelege un text lingvistic specializat, trebuie să depășim corespondențele la nivelul termenilor individuali și să stabilim referințe interlingvistice la structuri întregi de cunoștințe [44, p.55]. Numai atunci putem atinge nivelul de înțelegere necesar pentru a crea un text echivalent în diferite limbi. Prin urmare, considerăm că interpretarea terminologică a lexemelor este, în esență, o activitate lingvistică și cognitivă. În acest sens, termenii sunt unități lingvistice care transmit semnificația conceptuală în cadrul textelor de specialitate. În înțelegerea naturii termenilor, acest proces de transmitere a sensurilor este la fel de important ca și conceptul sau conceptele pe care le desemnează. Prin urmare, unitățile terminologice sunt supuse analizei lingvistice. Deoarece acest tip de analiză poate fi efectuată în mai multe moduri, este necesar să se aleagă abordarea lingvistică cea care este în concordanță cu obiectul de studiu. O astfel de abordare ar trebui să fie centrată lexical și bazată pe utilizare. De asemenea, ar trebui să se concentreze pe sens și reprezentare conceptuală. După cum se vede, acesta este cazul abordărilor teoretice bazate pe lingvistica cognitivă.

Terminologia are un caracter fundamental interdisciplinar, „terminologia din diverse domenii științifice având legătură cu lingvistica, ontologia, științele informatice” [120, online].

Extinderea sferei de utilizare a unor termeni dincolo de un domeniu strict specializat reprezintă un fenomen care determină un nou mod de investigare a graniței dintre cunoașterea științifică și cunoașterea obișnuită. În contextul „erei informaționale”, tendința de migrare a termenilor spre lexicul comun reprezintă o formă de manifestare a ceea ce Lerat numea „laicizarea progresivă a cunoașterii” [97, p.20].

O bună parte dintre lingviști numesc amalgamul cuvintelor dintr-un domeniu științific, profesional, de artă etc. – terminologie sau limbaj special.

Problema terminologiei trebuie discutată în raport cu problema stilului, deoarece aceasta, în ultimă instanță, duce la „configurarea unui stil” [65, p.10]. Trebuie menționată și ideea că suprapunerea sintagmelor terminologie juridică (vocabular juridic) – stil juridic sau limbaj juridic, terminologie medicală – limbaj medical etc. nu înseamnă, implicit, acceptarea faptului că un anume „stil”, de fapt, limbaj, se reduce la corpusul terminologic, ignorându-se existența „altor particularități specifice și de altă natură (morfologice, sintactice și chiar fonetice sau stilistice (n.n.) [28, p.16].

Mulți dintre lingviștii români sau străini vorbesc despre limbajele specializate ca fiind varietăți funcționale ale limbii în redarea conținutului de idei dintr-o activitate profesională [18, p.62], astfel se accentuează aspectele limbii vorbite și scopul locutorilor. Ideea că vocabularul utilizat într-un discurs specializat este foarte important a dus la egalarea terminologiei cu stilul funcțional, ceea ce este discutabil și până în prezent.

În cartea sa, *Terminology. Theory, methods and applications*, Cabre delimitează termenul de limbaje speciale evidențiind importanța subcodurilor limbajului general, caracterizat de următoarele: delimitează termenul de *limbajele speciale* evidențiind importanța sub-codurilor limbajului general [77, p. 56]

Domeniile specializate sunt acelea care constituie un obiect specific de studiu, care nu fac parte din cunoștințele generale ale vorbitorului. Vorbitorii care posedă astfel de cunoștințe sunt utilizatorii limbajelor specializate, cu alte cuvinte, experți în domeniu, deși trebuie făcută distincția între emițători/locutori și receptori/interlocutori ai mesajului specializat. Emițătorii care produc mesajul specializat trebuie să posede cunoștințe obținute prin instruire într-un domeniu de activitate specific. Interlocutorii pot fi alți experți sau publicul general, care recepționează în mod pasiv mesajul specializat în procesul de dobândire a cunoștințelor.

Comunicarea în limbajele specializate este, de regulă, formală și are loc în situații guvernate de criterii științifice sau profesionale.

Limbajele speciale sunt definite de un anumit număr de caracteristici lingvistice, cum ar fi reguli și unități lingvistice și de caracteristici ce vizează textul – tipuri de texte și de documente.

Un limbaj special nu este un subansamblu structural monolitic, ci mai degrabă permite următoarele variații, în funcție de utilizare și de situația comunicativă:

- gradul de abstractizare, care depinde de domeniul de activitate, de receptorii informației și de scopul comunicativ al emițătorului;

- scopul comunicativ, care determină variații în structurarea textului;
- dialectele geografice, istorice și sociale;
- stilul personal.

Limbajele speciale conțin un număr de caracteristici pragmatice, bazate pe limbaj, astfel permițându-ne să ne referim la ele ca la un subansamblu al limbajului general, configurat într-o unitate întreagă.

Limbajele speciale sunt un subansamblu al limbii în ansamblu. Ele se intersectează cu limbajul general, cu care nu numai că împărtășește anumite caracteristici, dar și mențin schimburi constante de unități și convenții [77, p.65-66].

În baza celor menționate mai sus, concluzionăm că, în comparație cu vocabularul uzual, limbajele de specialitate sunt relativ închise, deoarece cu ajutorul termenilor se transmit cât mai exact cunoștințe specifice unui domeniu dat.

Vorbind despre nivelul lexical al limbajului specializat, putem să-l descriem ca pe un lexicon bogat specializat, bine elaborat, diversificat, inovativ, dezvoltând un sistem derivativ destul de productiv la formarea cuvintelor. Lexemele împrumutate din alte limbi, siglele, cuvintele internaționale, acronimele etc. vin să complinească tezaurul lexical al limbajelor specializate. Actualmente se manifestă pregnant tendința de a utiliza cât mai multe împrumuturi, neologisme, în special termeni de origine anglo-americană.

Această atracție spre neologism este justificată din două puncte de vedere: pe de o parte, termenul neologic, având semnificația exactă a conceptului definit, circulă cu mai multă ușurință într-o limbă, comparativ cu termenii creați sau traduși, care au nevoie de timp pentru a se impune ca termeni de specialitate; pe de altă parte, specialistul este mai sigur de exactitatea informației pe care o transmite termenul original [117, online].

La nivel sintactic, limbajul specializat urmărește conceptul cauză-efect, iar construcțiile sintactice absolute (gerunziale și infinitivale) au funcția de depersonalizare a limbajului, cunoscută și ca obiectivizarea limbajului. În discursurile specializate se evită indicarea persoanei, din această cauză sunt utilizate verbe copulative și predicate complexe (moduri nepersonale: participiul sau supinul). Diateza reflexivă cu valoare impersonală predomină în acest tip de discurs. Registrul impersonal mai este susținut prin deasa utilizare a formelor pasive și impersonale pentru obiectivarea fenomenului descris sau pentru valorificarea experimentului din discursul specializat.

Frazele, de obicei, sunt lungi și complexe, oferind un cadru descriptiv amplu. Structura discursului specializat respectă o ordonare logică, cu introducere, cu text de bază și concluzii. Schemele, tabelele, diagramele, graficele sunt considerate o particularitate esențială în discursul specializat. Prin urmare, în discursul specializat sunt utilizate coduri semiotice extralingvistice pentru a configura mesajul transmis, iar acesta trebuie să fie, mai întâi de toate, funcțional.

Dacă ne referim la codificarea limbajelor specializate (coduri lingvistice), care sunt diferite de limba comună, constatăm reguli și unități specifice. Conform acestei abordări, un limbaj specializat ar fi, prin urmare, un limbaj independent; în acest caz, cum putem trasa o distincție clară între limbajul de specialitate și cel comun? Ținem cont de faptul că înțelegerea „fenomenelor lingvistice” care diferențiază limba de specialitate de cea comună este foarte importantă pentru a reduce bariera dintre ele – dacă un limbaj de specialitate ar fi un cod specific autentic, ar fi dificil să fie înțeles de un nespecialist, pentru că nu cunoaște acest cod. Dar această stare de fapt nu este întotdeauna valabilă – în plus, popularizarea/vulgarizarea discursului științific, actualizată prin „laicizarea” acestuia pentru a fi înțeles de mai mulți vorbitori, este destul de frecventă în zilele noastre.

În aceeași ordine de idei abordăm noțiunea de univocitate – caracteristică a unei unități de expresie de a beneficia de o singură unitate de conținut – care este recunoscută de terminologi și tratată cu atenție în discursul de specialitate. La polul opus, e de înțeles că un nespecialist se întâmplă să folosească unii termeni cu un sens modificat fie în mod deliberat, fie din cauza lipsei de cunoștințe în domeniu. Acest lucru se atestă mai ales în cazurile când principiul monosemiei termenului nu este întotdeauna respectat, inclusiv în discursurile de specialitate. Mobilitatea termenilor se realizează prin modificarea sensului. Această schimbare are loc printr-un câștig de semnificație în următoarea direcție: limbaj de specialitate → limbaj comun (prin neluarea în considerare a monosemului, „interpretarea” sensului) și o reducere semnificativă a direcției: limbajul comun → limbaj de specialitate (din toate sensurile posibile ale unei unități lexicale, doar una este actualizată în limbajul de specialitate).

Cele mai expresive terminologii sunt considerate cea publicistică și cea juridică. Terminologia juridică este una specifică, având denumiri organizate într-un sistem coerent. Textele juridice cuprind capitole, secțiuni, articole pe care le înțeleg, în parte, numai specialiștii. Codul juridic înglobează două categorii de termeni: cei specializați, utilizați în instituții juridice și administrative, și termeni din limba literară comună care cuprinde o mare parte din vocabularul stilului juridico-

administrativ. Întâlnim neologisme (curator, autoritate tutelară, acreditare) sau observăm termeni vechi din limba română (pricină, înșelăciune, plângere). Semnificația acestor termeni din limba comună a suferit schimbări mari – se înregistrează neologisme (ratificare, declinare a competenței, concurența infracțiunilor) sau termeni vechi populari românești (parte vătămată, dobândirea unui bun etc.). Aici apar și termeni paratextuali (articol, alineat, paragraf), termeni-suport (persoană, măsură, infracțiune) și formele perifrastice (punere în libertate, aplicarea pedepsei etc.), care completează discursul la nivel semantic și sintactic.

Analizând discursul politic, observăm relativ puține elemente terminologice specifice, cele mai multe sunt accesibile publicului larg, ceea ce poate constitui o caracteristică a acestui tip de emisiune televizată (clasă politică, opoziție, lider, afiliere politică, extremist, interese de clasă politică, opinia publică, principiul apolitismului). Se remarcă, de asemenea, apariția unor termeni ce aparțin lexicului specializat din alte domenii, în special din cel economic. Folosirea acestora s-ar putea datora faptului că un discurs politic de analiză a fenomenului politic nu poate să ignore realitatea extralingvistică a legăturilor dintre politic și economic (reeșalonare, creștere economică). Unii termeni din această categorie circulă și în limba comună cu sens economic larg (comision, afacere) [122, online].

Terminologia social-politică este bine reprezentată în limbajul publicistic. Cei mai mulți termeni social-politici sunt neologici (diplomație, delegație, independență, sindicat etc.), predominant fiind cei de origine franceză. O serie de termeni care provin din alte stiluri sau din limba literară comună au suferit modificări semantice [151, online] interne: ei sunt fie termeni neologici (dezvoltare economică, economie de piață), fie cuvinte vechi românești cu sensuri noi (cameră, subdezvoltare). Mulți termeni de origine engleză, care în ultimii ani au pătruns în stilul publicistic (variante orală sau scrisă), s-au menținut în forma lor străină (play-back, happy-end, summit, discount, horror etc.). Scrierea termenilor de origine engleză poate urma forma grafică (market, consulting, meci, trening), forma fonetică (lider, ghem) sau cea morfologică (designul vestimentar, fast-fooduri, auditare, involvare).

În cazul limbajelor de specialitate se poate observa influența unor terminologii asupra altora, influență realizată mai ales prin intermediul presei, de exemplu: a decela, a dezamorsa, lider etc.

Totodată, vocabularul de specialitate are un caracter tranzitoriu, dinamic și schimbător, răspunzând continuu activităților variate și progresului.

Popularizarea termenilor se realizează prin intermediul presei scrise și vorbite, care informează publicul asupra diferitelor aspecte din viața social-politică și cultural-științifică națională și internațională. Uneori, în presa scrisă și vorbită, termenii sunt folosiți în mod greșit (mortabilitate, reglarizare), fără să se țină cont de forma lor corectă, indicată în dicționare, fie pentru o exprimare mai pretențioasă, fie din ignoranță. Dicționarele explică vorbitorului atât asupra formei corecte a termenului respectiv, cât și asupra sensului, întrucât în definiții se îmbină elementele strict științifice cu informații pentru un nespecialist.

În accepțiune generală, terminologia, în același timp disciplină și câmp de cercetare, joacă un rol esențial în înlesnirea și cercetarea comunicării științifice. Obiectivele teoriei termenilor vizează descrierea formală, semantică și funcțională a lexemelor care pot primi o valoare terminologică, precum și definirea tuturor raporturilor posibile în cadrul aceluiași sistem.

O altă accepțiune a interdisciplinarității terminologiei ține de analiza problemelor generale ale terminologiilor: logica cunoștințelor, ierarhia conceptelor, codajul lingvistic și nonlingvistic, problemele îmbogățirii vocabularului specializat. În concepția lui Eugen Wüster, terminologia este o știință interdisciplinară datorită caracterului complex al termenului care aparține, deopotrivă, „lingvisticii, logicii, ontologiei, informaticii și științei lucrurilor” [127, online].

Totodată, esența analizei termenilor în context este definită drept o necesitate apărută tot mai frecvent în terminologia contemporană. Este o tendință care constă în valorificarea unității lexicale, care își capătă valoarea de termen și, prin urmare, statutul de termen, dacă este o parte componentă a ansamblului terminologic. Sager Juan C. consideră că un context reprezintă „o unitate textuală de lungime variabilă, care înconjoară un termen sau cuvânt în interiorul unui text și de care poate depinde semnificația cuvântului sau a termenului”. Există mai multe tipuri de context: contextul definitoriu, care explică conceptul; contextul enciclopedic, care oferă informații despre natura conceptului, a părților sale, a funcției etc.; contextul de utilizare, care ilustrează ariile discursului în care se folosește un cuvânt sau un termen; contextul formal, care ilustrează comportamentul morfologic al unui termen sau al unui cuvânt; contextul metalingvistic, care informează despre utilizarea autonomă a termenului [149, online]. Un termen, aflându-se în apropierea proximală a contextului sau, mai bine-zis, cuvintele situate în proximitatea imediată a acestuia, mai poartă denumirea de „cotext”.

Prin urmare, contextul formează un câmp conceptual care permite stabilirea corectă a conotațiilor lexemelor și dezvoltarea unei impresii referențiale. Termenul poate face parte dintr-un sistem, având în jurul lui alte unități terminologice și acest ansamblu dezvoltă un câmp semantic care definește domeniul de activitate spre care trebuie să ne orientăm pentru a actualiza corect referentul extralingvistic al unui termen în raport cu anturajul lui lingvistic. Prin urmare, un cotext, care mai poate fi numit și microcontext lingvistic, este alcătuit din alți termeni alăturați, care, împreună, formează un domeniu de referință, un câmp conceptual, ajutând la semantizarea tuturor componentelor acestuia și, respectiv, la actualizarea/înțelegerea lor de către destinatarul textului. Cotextul poate oferi indicii directe sau ambigue privind domeniul de proveniență al unității lexicale respective, însă există și situații când cotextul nu oferă niciun indiciu despre domeniul de proveniență al acesteia. În acest caz, ar trebui luat în considerare contextul mai larg în care apar. Indiscutabil rămâne însă faptul că analiza sintagmatică a termenilor poate fi realizată numai dacă se ține cont de cotextele/contextele în care apar. Toate limbile naționale, la o anumită etapă a dezvoltării lor, parcurg un proces de stratificare. În sens larg, stratificarea reprezintă o distribuție diferențiată a persoanelor într-un sistem social. Fiind un sistem, limba este un fenomen social în cadrul căruia se manifestă trăsăturile profunde ale omului și ale societății umane.

1.3 METODOLOGIA ANALIZEI DISCURSULUI

Definirea și descrierea domeniului de aplicare al studiului lingvisticii textului și al analizei discursului și stabilirea diferențelor dintre acestea nu este o sarcină ușoară. Este suficient să spunem că termenii text și discurs sunt folosiți într-o varietate de moduri de către diferiți lingviști și cercetători: există un număr considerabil de abordări teoretice atât pentru lingvistica textului, cât și pentru analiza discursului și multe dintre ele aparțin unor tradiții de cercetare foarte diferite, chiar și atunci când împărtășesc principii de bază similare. În utilizarea populară s-ar putea spune că termenul text este limitat la limba scrisă, în timp ce discursul – la limba vorbită. Cu toate acestea, lingvistica modernă a introdus conceptul de text care include fiecare tip de rostire; prin urmare, un text poate fi un articol de revistă, un interviu televizat, o conversație sau o rețetă de gătit, doar pentru a da câteva exemple. David Crystal (1997) definește lingvistica textului ca fiind „relatarea formală a principiilor lingvistice care guvernează structura textelor”. Robert De Beaugrande și Wolfgang U Dressler, *apud* Barbara Seidlhofer, prezintă o viziune mai largă; autorii definesc textul ca fiind un eveniment comunicativ care trebuie să îndeplinească următoarele șapte criterii: 1) Coeziunea, care are legătură cu relația dintre text și sintaxă. Fenomene precum conjuncția, punctele de suspensie, anafora, catafora sau recurența sunt de bază pentru coeziune. 2) Coerența, care are legătură cu sensul textului. Aici discutăm despre elemente de cunoaștere sau despre structuri cognitive care nu au o realizare lingvistică, ci sunt implicite în limbajul folosit și influențează astfel primirea mesajului de către interlocutor. 3) Intenționalitatea, care se referă la atitudinea și scopul vorbitorului sau scriitorului. 4) Acceptabilitatea, care se referă la pregătirea ascultătorului sau a cititorului pentru a evalua relevanța sau utilitatea unui anumit text. 5) Informativitatea, care se referă la cantitatea și calitatea informațiilor noi sau așteptate. 6) Situaționalitatea, care indică faptul că situația în care este produs textul joacă un rol crucial în producerea și primirea mesajului. 7) Intertextualitatea, care se referă la două fapte principale: a) un text este întotdeauna legat de un discurs precedent sau simultan; b) textele sunt întotdeauna legate și grupate în anumite soiuri sau genuri de text (de exemplu: narativ).

Unii autori, cum ar fi Michael Halliday, cred că textul este tot ceea ce este semnificativ într-o anumită situație: „Prin text, atunci, înțelegem un proces continuu de alegere semantică.” În abordările „pur” text-lingvistice, cum ar fi teoriile cognitive ale textului, textele sunt privite ca „epifenomene mai mult sau mai puțin explicite ale proceselor cognitive” [88, p.150], iar contextul joacă

un rol subordonat. S-ar putea spune că elementele text-interne constituie textul, în timp ce cele text-externe constituie contextul.

Prin utilizarea DHA (*discourse historical approach* – abordarea istorică a discursului), investigăm fenomene cu multiple fațete în societățile noastre. Acest lucru implică faptul că studiul limbajului (oral, scris, vizual) rămâne în mod necesar doar o parte a întregii întreprinderi – prin urmare, cercetarea noastră trebuie să fie interdisciplinară.

Analiza discursului poate fi definită drept o abordare sociolingvistică sau psihologică integrată al cărei scop primordial este studierea discursului din variate perspective. Datorită sferei largi de cercetare, analiza discursului a reușit să implice mai multe domenii. Disciplinele care au stat la baza constituirii analizei discursului includ: lingvistica, semiotica, știința comunicării, psihologia, sociologia, știința politică, studiile culturale, istoria etc. Astfel, abordată în plan general, analiza discursului cuprinde o serie de tratate științifice și sociale al căror scop este de a examina critic discursul, de a analiza modalitățile în care procesele mentale sunt folosite în înțelegerea mesajului de către cercetători. Potrivit lui Jonathan Potter, analiza discursului acordă o atenție specială modurilor în care sunt organizate versiunile lumii înconjurătoare, ale societății, ale evenimentelor și ale lumilor psihologice interioare produse în discurs [55, p.205].

Ca urmare a utilizării complexe a abordărilor filosofice, sociologice, culturale, psihologice, structuraliste și de altă natură, discursul a început să fie înțeles și considerat nu doar ca un text oral sau scris, ținând cont în principal de componenta verbală, ci și ca un text holistic. Fenomenul comunicativ și produsul său reprezintă un sistem complex de ierarhie a cunoștințelor, incluzând, pe lângă text și factori extralingvistici, sociali și de altă natură (cunoașterea lumii, opinii, atitudini, scopuri ale destinatarului etc.), necesari înțelegerii unui discurs.

Discursul acționează ca o caracteristică a originalității comunicative a agentului acțiunii sociale. Se accentuează influența factorilor sociali asupra produsului final al comunicării – opinii și atitudini, statutul lor social etc. Sarcina discursului, potrivit lui Teun van Dijk, este de a identifica un „eveniment comunicativ” ca o unitate complexă a lingvisticii cu formă, sens și acțiune [174, online]. În cadrul analizei discursului, orice eveniment comunicativ este caracterizat prin trei dimensiuni: text (vorbire, scriere, imagine vitală), practică discursivă (modul în care sunt produse și percepute textele) și practică socială (modul în care este utilizat textul). Analiza ar trebui să acopere fiecare dintre aceste niveluri. Astfel, cercetătorul ar trebui să fie interesat din care discursuri a fost

creat textul, în ce situații este utilizat (adus publicului), procesul de producere a textului, motivele și metodele pentru modificarea structurii și formei acestuia și particularitățile interpretării textului de către public.

Analiza discursului, privită ca „[...] disciplina care, în loc să procedeze la o analiză lingvistică a textului sau la o analiză sociologică ori psihologică a contextului” său, „vizează articularea enunțării sale (a textului) la un anumit loc social”, încearcă să rezolve problematica genurilor discursului, fie că este vorba despre apartenența acestora la anumite câmpuri discursive (politic, științific etc.), fie despre relația funcțională în spațiul social (instituții, organizații etc.). Acest tip de analiză armonizează perspectivele mai multor discipline încercând să ofere o imagine integratoare asupra discursului [136, online].

Mai mulți cercetători, lingviști au abordat tema analizei discursului, iar analiza critică a discursului a dat naștere unei școli franceze de cercetare. Școala franceză a fost fondată în anii ‘60 ai secolului al XX-lea și are la bază definirea și descrierea discursului critic. Astfel, afirmația potrivit căreia „ideologia și inconștientul locuiesc incognito în limbaj și că trebuie să fie înlăturate” constituie un reflex al alinierii într-o epocă dominată de ideologia burgheză. Maniera de abordare a școlii franceze se poate caracteriza prin interesul sporit pentru discursurile marcate de „constrângeri” din partea unor norme, în raport cu interacțiunile orale spontane.

Acest interes pentru „rutine”, cum ar fi cursul universitar, jurnalul tv etc. reprezintă cu exactitate obiectul de studiu al unui corpus de discursuri care au în comun realizarea lor după modele. Respectivul model se caracterizează printr-un grad mare de stabilitate și se supun unor constrângeri puternice, chiar dacă au o dinamică proprie, o tendință spre schimbare, spre evoluție [136, online].

Există mai multe principii în studierea analizei critice de discurs ca teorie:

- Aplică metode de analiză care sunt diferite de analiza propusă de studiile lingvistice;
- Abordează contextul social, politic, economic și cultural în care se produce discursul;
- Sunt analizate discursuri ce țin de domeniul social, politic, economic, medical etc.;
- Pun accent pe interacțiunea dintre limbaj și viziunea asupra lumii înconjurătoare.

Cercetând evoluția analizei discursului ca metodă, observăm că pe la mijlocul anilor ‘60 ai secolului al XX-lea, aceasta este aplicată în cadrul unor curente, centrate pe caracterul interactiv al limbajului, cum ar fi etnografia comunicării, etnometodologia, analiza conversațională, teoria

enuțării, pe care o valorifică în lucrările sale Emil Benveniste, sociolingvistica, lingvistica textului, studiate de Eugeniu Coșeriu. În anii '70 ai aceluiași secol, analiza discursului a fost abordată mai frecvent în contextul cercetărilor de sociologie, antropologie și mai puțin în lingvistică. Abia în ultimele două decenii ale secolului trecut, analiza discursului dezvoltă o serie de definiții pentru articularea psihosocialului cu cognitivul, culturalul și afectivul [97, p.185].

Una dintre problemele esențiale ale analizei discursului, în perioada anilor '60 din secolul al XX-lea, este definirea discursului în raport cu fraza și textul [137, online].

Analiza lingvistică a discursului de-a lungul timpului a început să fie completată prin abordări socioculturale, poststructuraliste și de altă natură. În 1969, Michel Pesche a publicat *Analiza automată a discursului*, în care a studiat problema relației dintre discursuri („formațiuni discursive”) produse de anumite comunități sociale cu formațiuni ideologice (termenul a fost inventat de Louis Pierre Althusser), atitudini, idei și valori colective, de clasă socială. Este considerat că în „formarea discursului” există o articulare, reprezentare și performanță a anumitor atitudini ideologice, valori și orientări mentale ale participanților la comunicare. Analiza discursului nu este doar una dintre metodele de studiu al unei anumite probleme printr-un mod specific de analiză a discursului, ci și un complex holistic care include premise filosofice (ontologice și epistemologice) privind rolul limbajului în structurile sociale ale lumii; modele teoretice și metodologia de alegere a unei direcții în studiul problemei; metode specifice de analiză. Aceasta are o anumită logică de dezvoltare. La mijlocul secolului al XX-lea, discursul a fost înțeles, în principal, ca o secvență asociată enunțurilor sau actelor de vorbire, care influențează comportamentul oamenilor. Abordarea lingvistică a jucat un rol definitoriu în popularizarea termenului de analiză a discursului și a fost facilitată de lucrările celebrului lingvist american Zellig Sabbettai Harris în *Discourse Analysis* (1952). Abordarea lingvistică explorează conceptele tradiționale de vorbire, text și dialog. Discursul a fost considerat a fi în cadrul unei situații comunicative, a unei descrieri și a unei anumite structuri de interacțiune în dialog, care este de natură dinamică, o categorie cu un anumit conținut social.

Zellig Sabbettai Harris, *apud* Elena Dragoș, promovează abordarea distributivă a studierii unităților lingvistice transfractice. În viziunea acestui lingvist, analiza propriu-zisă a discursului are ca scop primordial crearea unei tehnici de interpretare care să dezvăluie aspectul sociocultural (ideologic, politic, religios etc.) – premise pentru organizarea activității de vorbire, pentru prezentarea discursurilor, a diferitelor enunțuri. Potrivit lui Zellig Sabbettai Harris, analiza

discursului este o metodă de analiză a vorbirii, metodă care se concentrează doar pe analiza distinctivă a morfemelor. Utilizând această metodă, deși folosim proceduri similare cu analiza descriptiv-lingvistică, obținem informații noi despre discursul studiat. Informațiile sunt desprinse din mijloacele formațiunilor discursive, din coeziunea lingvisticii cu alte domenii științifice (sociale, culturale, politice, psihologice). O astfel de tratare a subiectului își propune să inducă două probleme interdependente, pe de o parte, extinderea metodelor lingvistice descriptive dincolo de analiza separată a enunțurilor, pe de altă parte, corelația dintre cultură și limbă – adică științele nonlingvistice și lingvistica propriu-zisă [22, p.55].

Prin urmare, nu putem trece cu vederea situaționalitatea discursivă. Trebuie să luăm în considerare faptul că orice discurs apare în cadrul unei situații specifice, a celui despre care vorbește emițătorul sau a celui care recepționează discursul. În aceeași ordine de idei, menționăm nivelul situațional și cel comunicațional. La baza nivelului situațional sunt determinate condițiile contractului de vorbire corespunzător genului de discurs, cum ar fi: finalitatea actului de limbaj, identitatea partenerilor, temele în discuție, cadrul fizic al schimbului (decor, media etc.). Nivelul comunicațional corespunde spațiului intern, acela în care subiectul adoptă diferite strategii pentru a-și îndeplini cu succes actul de limbaj, precum diversele moduri în care se poate realiza un discurs politic, un curs universitar sau un spot publicitar.

Din punctul de vedere al tipologiei analizei discursive, evidențiem două modele de analiză:

1. Modelul formal, care include cele mai importante direcții de cercetare ce se intersectează în cadrul analizei discursului. Retorica redivivă ocupă un loc central în studiul procesului de comunicare, care implică și intenționalitatea [136, online].

2. Modelul pragmatic se referă și ea la o parte componentă a limbii, alături de componentele semantică și sintactică. Prin prisma pragmaticii vom atrage o atenție deosebită relației semnelor cu realitatea și teoriei actelor de vorbire, inițiată de filosoful englez Austin, dezvoltată de John Rogers Searle pe dimensiunea „ilocuționară” a limbajului, asupra a ceea ce se face prin vorbire [136, online].

În consecință, analiza retorică aplicată preponderent în politică urmărește să ofere o imagine de ansamblu asupra instrumentelor conceptuale care poate fi folosită pentru a analiza argumentele, precum și caracterul argumentului în sine. Bazându-se pe teoria actelor de vorbire, se acordă atenție

analizei retorice a situațiilor în care are loc argumentarea, constituirea diferitelor poziții de vorbire/poziții de enunț în situația discursului, dar și constituirea destinatarului unui argument.

Analiza conversațională reprezintă un subiect de bază pentru analiza discursului. În sens larg, aceasta studiază interacțiunile comunicaționale la nivelurile verbal, paraverbal și chiar nonverbal. Studiu, prin excelență, multi- și interdisciplinar, analiza conversațională încearcă o sinteză a lingvisticii cu sociologia și cu abordările preponderent psihologice.

Modelul analizei conținutului este concentrat pe planuri semantice și istorice, atât din perspectivă teoretică, cât și practică. Materialul de cercetare este extras din istorie, din înregistrări scrise. Prin urmare, motivul încercărilor analiștilor de discurs de a corela textul, discursul și contextul se datorează faptului că analiza discursului nu este atât o metodă, cât o metodologie bazată pe o solidă viziune socio-constructivistă asupra realității sociale [82, p.120].

Abordările discursiv-analitice împărtășesc un deosebit interes pentru efectele constructive ale limbajului și sunt modalități reflexive – precum și interpretative – de analiză [76, p.98]. În acest sens, analiza discursului nu este doar un complex de tehnici pentru cercetarea calitativă, structurată a discursului, dar și o analiză care se bazează pe o serie de ipoteze despre efectele constructive ale limbajului. Astfel, analiza discursului reprezintă o abordare a studiului naturii limbajului în raport cu conceptele centrale ale științelor sociale. Mai precis, considerăm analiza discursului un set de abordări interdependente ale studiului discursului – abordări care implică nu numai practica colectării și prelucrării informațiilor, ci și o serie de ipoteze metateoretice și teoretice, precum și un sistem de principii și metode de cercetare.

La fel, în context lingvistic, modalitatea exprimării despre anumite lucruri – frazele noastre, accentele noastre, ceea ce punem în evidență – descriu în mod sugestiv și provoacă anumite sentimente interlocutorilor. Procedând astfel, influențăm percepția și înțelegerea altora și, astfel, realitatea lor și a noastră, dar și reflectarea lumii sociale în conștiință (crearea discursului).

Analiza discursului presupune un studiu structural-semiotic și semantic al textelor și reacția ascultătorului sau a cititorului la acestea. Se cercetează semnificațiile ascunse ale textului, contextul în care are loc producerea discursului, interpretările probabile ale cititorului/interlocutorului. Analiza discursivă poate fi aplicată atât discursurilor orale, cât și celor scrise, atât discursurilor specializate, cât și textelor în general.

Analiza lexemelor poate fi una complexă prin combinarea cuvintelor, împărțirea lor în subgrupuri, în segmente semiotice și aranjarea lor organizată în așa fel, încât să permită cercetătorului să compare, să contrasteze, să analizeze și să găsească anumite formațiuni discursive.

Ca orice metodă sociolingvistică, analiza discursului nu are criterii și proceduri de măsurare bine definite și distincte. Cercetătorul însuși este principalul „dispozitiv de măsurare” a dimensiunilor situaționale și comunicative.

Analiza discursului presupune o varietate de metode analitice și induce interpretarea diferitelor tipuri de texte sau afirmații ca produse ale activității de vorbire a locutorilor, desfășurate în circumstanțe socio-politice specifice, în condiții culturale și istorice diverse. Generalizând, o practică de acest tip ar funcționa mai mult la nivel intuitiv, dar în același timp pentru un public bine pregătit, pentru că o asemenea concepere a temei acceptă diferite interpretări ale secvenței textuale analizate (de exemplu, aceeași secvență textuală poate să se refere la acțiunea de a te trezi, la oboseală, la enervare etc.) și totul depinde de subiectivitatea și de pregătirea interpretului, dar și de obiectivele cercetării lui. Astfel, „locul” temei nu este în text, ci în competența textuală a celui ce analizează discursul – care poate inventa pe cont propriu teme pe care să le „descopere” ulterior în text.

Trebuie menționat că nu putem găsi și nici nu există o „metodă” simplă în analiza discursului. Totuși, majoritatea analizelor presupun o perioadă dedicată codificării materialului, mai cu seamă colectarea de material practic. Procesul de codare diferă de analiza tradițională a conținutului, unde codarea propriu-zisă și manipulările statistice constituie, de fapt, analiza.

Actualmente, analiza discursului corelează cu analiza retorică, această simbioză a devenit o alternativă viabilă în studiul unor domenii de interes pentru psihologii sociali. Observăm în literatura de specialitate mai multe reinterpretări critice ale unor noțiuni, cum ar fi atitudinile. Analiza atitudinilor, dar și a prejudecăților locutorului sau ale contextului social în care este expus un discurs presupune implementarea unei metode de analiză discursivă care este numită psihologia discursivă. Aceasta este una dintre metodele utilizate pe larg, începând cu anii '90 ai secolului al XX-lea, este cea care tratează discursul din punctul de vedere al psihologiei.

Psihologia discursivă se bazează pe o gamă largă de surse intelectuale, inclusiv analiza conversațională, etnometodologia, filosofia ulterioară a lui Wittgenstein, psihanaliza și critica ideologică. Din anii dezvoltării sale, această metodă a pus sub semnul întrebării

convenționale, psihologice și sociale de gândire psihologică evitarea de a vorbi despre stările interioare, indiferent dacă aceste procese interioare sunt concepute în termeni de convingeri, amintiri, atitudini, trăsături cognitive, predispoziții etc. Tot mai mulți psihologi oferă diferite definiții pentru conceptul de atitudine. Unii cercetători afirmă că atitudinile trebuie să conțină subiectul central de studiu al psihologiei sociale. De fapt, psihologii sociali consideră că atitudinile sunt „răspunsuri evaluative” (pozitive sau negative) față de persoane, de anumite grupuri, idei, concepte sau diverse obiecte. Acest răspuns evaluativ poate fi exprimat la nivel de exteriorizare cognitivă (sub formă de idei sau opinii). Ideile și opiniile respective pot fi exprimate din punct de vedere afectiv (sub forma emoțiilor privind obiectul atitudinal) sau la nivel comportamental (sub forma intențiilor de acțiune sau a comportamentului activ față de obiectul atitudinal). Astfel, psihologia discursivă aplică triada: ceea ce simțim – ceea ce gândim – cum ne comportăm. Însă nu întotdeauna este oportun să te porți cum simți sau cum gândești. Lipsa acestui acord între trăiri afective, cogniții și comportamente față de obiectul atitudinii i-a determinat pe unii psihologi sociali să definească atitudinea în termeni afectivi [144, online].

În schimb, fenomenele care sunt, de obicei, tratate de teorii generale de psihologie ca procese mentale interioare se consideră că fac parte din practica discursivă. Cu alte cuvinte, limbajul psihologic presupune criterii de exteriorizare, nu de interiorizare, care implică faptul că entitățile psihologice precum emoțiile sunt formate din punct de vedere social. Deci, dacă cineva vrea să înțeleagă sentimentele interlocutorilor, cum e cazul psihologilor, ei ar trebui să fie atenți la ceea ce fac oamenii atunci când pretind că manifestă emoții. Acest lucru implică faptul că psihologia ar trebui interpretată ca fiind centrată pe acțiune și, prin urmare, să conțină mai multă dinamică, specifică din punct de vedere cultural. O consecință foarte importantă a unei astfel de abordări este că persoanele se concentrează pe criteriile de exteriorizare a emoțiilor în locul analizei emoțiilor ce vin din interior și, de regulă, ele sunt subapreciate de public la interpretarea discursului. În aceste cazuri apar justificări că persoana a vorbit „inconștient” sau sub „presiune”, de exemplu, publicul nu cunoaște stările interioare ale emițătorului și analizează ceea ce se observă la suprafață. Sigmund Freud numește acest fenomen parapraxis al vieții de zi cu zi, și anume scăpări ale limbajului, acțiuni necontrolate, obișnuite într-un alt mediu. Cu alte cuvinte, pentru că limbajul este împărtășit social, trebuie să existe criterii publice pentru utilizarea noțiunilor psihologice.

Analiștii discursului propun o perspectivă diferită asupra atitudinilor. Ei sunt de părere că atitudinile, înțelese în sensul tradițional al cuvântului, nu există de fapt. Perspectiva propusă de psihologia discursivă susține că nu trebuie să pornim de la premisa că indivizii au modalități stabile de răspuns în ce privește problemele atitudinale. În schimb, atenția trebuie să se îndrepte către ceea ce spun și fac indivizii atunci când emit opinii. Indivizii nu au întotdeauna puncte de vedere gata pregătite asupra unui subiect, așa cum încearcă să sugereze teoria clasică a atitudinilor, ci au la îndemână o varietate de modalități de a se exprima (ceea ce analiștii discursului numesc „repertorii discursive”) [144, online].

Departate de a sugera existența unui domeniu cauzal separat, independent de subiectivitate și societate, aceste eșecuri demonstrează dimensiunea socială a structurii discursului. Referindu-se la studiile de politețe, de exemplu, psihologul Catherine Kerbrat-Oricchioni observă cum ispitele nepoliteții nu stau în afara procesului dialogic, ci sunt constituite în cadrul acestuia. Formele pe care politețea le poate lua într-o anumită societate variază enorm. Dacă încercăm să înțelegem politețea ca „sumă a tuturor acelor tactici care ajută la menținerea nivelului minim de armonie într-un schimb interacțional”, fenomenul se redefinește ca o manifestare multifacetată, dinamică, constant prezentă la nivel discursiv [86, p.79] și nu ca un fenomen marginal încorsetat de formule consacrate și propuse în manuale de bună purtare sau de bună creștere. Politețea variază de la un context situațional la altul, de la o regiune la alta, uneori în cadrul aceluiași spațiu și depinde de parametri sociolingvistici, cum ar fi distanța dintre interlocutori, distribuția puterii, gradul de invaziune interacțională, mediul social sau cultural al participanților, încărcătura cognitivă a acestora. Parametrii sus-menționați variază cu atât mai mult în funcție de situația comunicativă și de tipul de interacțiune la care luăm parte: publică sau privată, informală sau instituțională, directă sau intermediată de mijloace ale tehnologiei moderne [1, p.5]. Dorințele de a fi nepoliticos, de a contrazice, de a răspunde tăios sau constrângerile politeții se formează în cadrul dialogului. Datorită domeniului său de aplicare expansiv, politețea a fost un subiect de interes pentru cercetători din diferite domenii, inclusiv din lingvistică, psihologie cognitivă, psihologie socială, filosofie și din comunicare. Conceptul de politețe îndeplinește, evident, o funcție majoră în ceea ce privește nivelul de cooperare între participanții la dialog. Politețea este de natură culturală. După cum a argumentat Erving Goffman, ceea ce face ca politețea să fie crucială este realitatea că discursurile îi oferă interpretului în mod obișnuit un „act amenințător pentru față”. Răspunsurile negative, cum ar fi refuzurile, sunt un

exemplu al unui astfel de act. Dacă oamenii cer cu amabilitate ceva și sunt refuzați cu blândețe, atunci s-ar putea să se simtă umiliți sau jigniți. Oamenii din mai multe culturi văd un astfel de comportament direct ca pe o amenințare la adresa lor, ceea ce implică imaginea personală pe care individul o arată într-un dialog. Gradul de sinceritate pe care un individ l-ar putea tolera fără să simtă că s-a făcut un act care-i amenință personalitatea pare să se bazeze foarte mult pe cultură.

Perspectiva socială a politeții se bazează pe sentimentul că publicul larg abordează în mod tradițional conceptul de politețe. Aceasta este premisa că fiecare societate are un set de norme sociale care sunt transpuse în reguli mai mult sau mai puțin explicite despre ceea ce constituie un comportament social adecvat. Politețea reprezintă aplicarea acestor reguli în interacțiunea socială, în timp ce grosolănia echivalează cu încălcarea acestor standarde. Politețea, din perspectiva analizei discursului, pornește de la promotorul acestei teorii, lingvistul Paul Grice, care afirmă că „fiecare vorbitor este un individ rațional al cărui scop principal este de a transmite în mod eficient mesajul”. Urmând acest raționament, orice conversație trebuie să respecte principiul general al cooperării care poate fi parafrazat astfel: „Trebuie să spui ce vrei să spui, când vrei să spui și cum vrei să spui.”

Desigur, psihologia discursivă este complexă, acest spectru larg de factori discursivi este creionat în funcție de accentele puse pe domeniile cercetate, care vizează analiza diferitelor surse informaționale. Astfel, unii psihologi care se ocupă cu analiza discursului, cum ar fi Alexa Hepburn și Sally Wiggins, sunt interesați mai mult de analiza conversațională, în timp ce alții manifestă o preocupare mai mare pentru puterea și problemele ideologice. Esența acestor analize și cercetări este determinată, de fapt, de importanța care se acordă structurii discursurilor și contextului. Același individ poate oferi diferite descrieri în funcție de situație sau chiar și la diferite etape ale aceleiași conversații. În mod tradițional, variabilitatea respectivă fie nu a fost identificată, fie nu a fost luată în seamă, atunci când s-au folosit tehnici de măsurare tradițională. Ea e un lucru de neconceput pentru teoriile care speră să explice comportamentul uman ca fiind un produs al unor răspunsuri evaluative interne și consistențe cognitive [144, online].

Din punct de vedere sociolingvistic diferențiem două tipuri de discursuri: personal și instituțional. Vorbind despre politețe, este esențial a specifica că politețea de protocol este deseori prezentă în discursul instituțional. Acesta reprezintă comunicarea într-un cadru restrâns, din punctul de vedere al statutului și iese în evidență prin doi factori esențiali: scop și participanți la discurs.

Prin urmare, într-un discurs în care se doresc reacții pozitive, categoriile psihologice care vizează atitudinile sau trăsăturile de personalitate, sexul sau clasa socială sunt evitate. Astfel de categorii sunt invocate numai în măsura în care participanții înșiși le invocă și se identifică prin propria caracterizare a persoanei, bineînțeles, indirect. În această privință, numai atunci când criteriul de relevanță dat a fost îndeplinit poate apărea întrebarea care dintre categoriile sau identitățile sus-menționate au consecințe.

Aceste asemănări și diferențe dintre cercetările practice și rezultatele lor ne ghidează în analiza unui discurs, ne arată inclusiv modul în care ar trebui să înțelegem discursul, cum ar trebui să percepem rolul cercetătorului și modul în care ar trebui să tratăm diferite surse de informare. O asemănare importantă se referă la aspecte ale unei practici pe care ar trebui s-o includem ca parte a discursului. Direcțiile psihologiei discursive sunt menite să acorde o importanță considerabilă caracteristicilor nonlingvistice: de la tot felul de indici nonverbali care însoțesc discursurile actorilor până la modele de practici generale, inclusiv imagini, sunete și organizarea spațiului fizic. O diferență importantă se referă la sursele empirice considerate legitime. Psihologii discursivi, care pledează pentru analiza conversațională, tind să vadă interviuri și alte metode sociologice și antropologice de colectare a datelor cu suspiciune, preferând să se concentreze în schimb pe ceea ce se numesc uneori materiale „naturaliste”. Acest lucru este determinat de faptul că metodele aplicate pentru obținerea unor astfel de materiale empirice, cum ar fi observațiile și înregistrările practicilor, produc mai mult o confuzie, în comparație cu alte metode. În schimb, accentul pus pe datele naturaliste este capabil să lucreze cu un dispozitiv de înaltă calitate pentru înregistrări ale persoanelor care acționează și interacționează în mediile cotidiene și instituționale, care pot să fie stocate, redate, tăiate și lipite, anonimizate, codificate și căutate, precum și combinate cu tehnici de transcriere care înregistrează discursul, deoarece este vizibil relevant pentru participanți.

Dacă psihologia socială clasică a atitudinilor face apel la arealul intrapsihic al psihologiei cognitive în încercarea de a oferi explicații, cercetările bazate pe analiza discursului studiază, în schimb, pragmatica conversațională și, la nivel general, conflictele sociale și ideologice. Această orientare a început să se materializeze începând cu cercetările lui Michael Billig et al. (1988) asupra „dilemelor ideologice”. Argumentul pe care îl susțin acești autori este acela că simțul comun care alimentează vorbirea și discuțiile noastre de zi cu zi este organizat în jurul unor dileme care sunt de

cele mai multe ori ideologice, în sensul că se referă la probleme sociale legate de autoritate, legitimizare și structură socială [144, online].

În concluzie, psihologia discursivă cercetează discursul prin prisma triadei sentiment-gândire-comportament și aceasta nu întotdeauna corespunde realității. Persoanele manifestă diferite atitudini în diverse contexte și au scopuri personale distincte.

CONCLUZII LA CAPITOLUL 1

Ținând cont de cele analizate la capitolul 1, concluzionăm următoarele:

1. Definirea și descrierea discursului, în general, și a discursului specializat, în particular, a constituit obiectul de cercetare a multe studii de lingvistică din ultimul secol și s-a realizat axându-se pe principiile pragmaticii, psiholingvisticii, sociolingvisticii, stilisticii și pe cele ale analizei discursului. Actualmente, discursul este cercetat pe larg, fiind asociat altor științe socioumaniste, sociologia și psihologia fiind ancorate prioritar în acest demers.

Diferite curente lingvistice caracterizează discursul prin diverse metode, astfel acesta fiind considerat nu doar o unitate lingvistică, ci și o parte a comunicării, corelată cu tematica specializată a discursului.

2. Limba este dinamică și deschisă schimbărilor, fapt care implică o mobilitate mare a vocabularului, mai ales în condiții extralingvistice speciale, cum sunt cele de după 1990. Caracteristica distinctivă a discursurilor specializate este lexicul monoreferențial, care garantează, pe de o parte, concizia, unicitatea semantică și apariția specifică a elementelor lexicale, reducând astfel ambiguitatea la minimum. E de menționat că unii termeni din lexicul specializat pot aparține mai multor domenii. Pe de altă parte, o varietate mare de termeni specializați tranzitează spre limbajul general.

3. Analiza discursului nu este doar un complex de tehnici pentru cercetarea calitativă, structurată a discursului, dar este o analiză care se bazează pe o serie de ipoteze despre efectele constructive ale limbajului. Astfel, analiza discursului reprezintă o abordare a studiului naturii limbajului în raport cu conceptele centrale ale științelor sociale. Mai precis, considerăm analiza discursului ca un set de abordări interdependente ale studiului discursului – abordări care implică nu numai practica colectării și prelucrării informațiilor, ci și o serie de ipoteze metateoretice și teoretice, precum și un sistem de principii și metode de cercetare.

4. Din punctul de vedere al tipologiei analizei discursive identificăm două tipuri de analiză: modelul formal, care ia în considerare interacțiunea retoricii și pragmaticii, și modelul analizei conținutului din diverse perspective: semantică, istorică, teoretică și practică.

5. Contextul oricărui discurs formează un câmp conceptual care permite stabilirea corectă a denotațiilor lexemelor corelate cu sfera referențială a discursului. Limbajul înglobează atât elemente lexicale cu schelet cognitiv și/sau informativ, cât și cuvinte cu contur emotiv, pragmatic. Legătura dintre emoții și comunicare este directă, discursul poate fi ușor modificat de starea emotivă a locutorului.

6. Discursul este adesea privit ca un ansamblu dintre text și context, prin urmare, relațiile de interdependență dintre domeniile textual și contextual trebuie să fie analizate în termeni de operații de limbaj, acestea din urmă constituind – de drept – un subansamblu de operații psihologice construite de umanitate.

2. DIMENSIUNEA COMUNICATIV-PRAGMATICĂ A EMOTIVITĂȚII ȘI AFECTIVITĂȚII

2.1 DIHOTOMIA EMOȚIONAL – RAȚIONAL – FACTOR AL INTELIGENȚEI EMOȚIONALE

Limbajul este un instrument vital care ne permite să interacționăm cu lumea înconjurătoare, să ordonăm, să avertizăm și să primim, să ancorăm gândirea abstractă în cuvinte concrete în căutarea cunoașterii superioare. Este, de asemenea, un teren fertil pentru actualizarea reprezentărilor artistice ale mâinilor creatoare.

În ultimele decenii s-au intensificat cercetările lingvistice care descriu limbajul sub aspectul funcțional. În acest sens, lingviștii detaliază subtilitățile comunicative și pragmatice ale limbajului, fapt ce stimulează luarea în considerare, din acest nou unghi de vedere, a multor fenomene lingvistice examinate anterior prin metode tradiționale. Un număr mare de lucrări, dedicate studiului formelor limbajului expresiv și realizate în conformitate cu o abordare pragmatică orientată, semnaleză necesitatea de a revizui modul de definire a funcției expresive a limbajului, stabilit în lingvistica tradițională. Prin urmare, în prezent se impune evidențierea trăsăturilor esențiale ale acestei funcții în conformitate cu vectorul pragmatic de cercetare în știința modernă a limbajului.

Pentru demersul investigativ din teza noastră, care vizează elementele emotive ale limbajului în discursul specializat, este necesar să facem o distincție clară între funcția emotivă și funcția afectivă a limbajului.

Ne-am întemeiat cercetarea în această direcție pe o bază teoretică reprezentată de lucrări ce abordează funcțiile limbajului, în general, și a funcției expresive, în particular [Karl Bühler (2000), André Martinet (1963), Roman Jakobson (1975), Veronica Telia (1991)]. Pornind de la ipoteza că universul emoțional al discursului specializat valorifică funcția expresivă (emotivă) a limbajului și stabilind că aceasta se referă, mai întâi de toate, la emițător, centrându-se pe identitatea personală, am disociat și am analizat statutul și starea emoțională a vorbitorului într-un univers discursiv concret, raportat la domeniul avut în vedere.

În discursuri emotive, locutorul caută să creeze impresia unei anumite emoții, fie reală, fie prefăcută. De-a lungul timpului au existat unele dispute cu privire la validitatea stărilor emoționale ca parte a studiului lingvistic, deoarece elementele emotive ale vorbirii nu pot fi descrise cu un număr finit de categorii și astfel rămân fenomene vagi care refuză să tolereze știința noastră.

În general, în lingvistică sunt catalogate mai multe definiții ale funcției expresive:

1. „Funcția expresivă este una dintre funcțiile unui semn lingvistic, care constă în capacitatea de a exprima co-emoțional poziția vorbitorului, atitudinea sa subiectivă față de obiectele și fenomenele desemnate ale realității” [183, online];

2. Funcția expresivă (emotivă) a limbajului reliefează „scopul limbajului de a acționa ca mijloc de exprimare a sentimentelor și emoțiilor unei persoane, a stării sale interioare” [177, p.354].

3. „Expresivitatea (din latină *expressio* – expresie) reprezintă un set de caracteristici semantice și stilistice ale unei unități de limbaj, care îi asigură capacitatea de a acționa într-un act comunicativ ca mijloc de exprimare subiectivă a atitudinii vorbitorului față de conținutul sau destinatarul vorbirii. Un rezultat al actualizării mijloacelor expresive ale limbajului, vorbirea capătă expresie, adică capacitatea de a exprima starea mentală a vorbitorului” [122, p.130].

4. „Funcția expresivă a limbajului este, prin urmare, capacitatea de a exprima starea emoțională a vorbitorului, atitudinea sa subiectivă față de obiectele și fenomenele desemnate” [172, online].

Prin urmare, funcția emoțională (sau expresivă) se bazează pe emițător și pune accent pe raportul său cu mesajul. Astfel, aici evidențiem anumite stări ale indivizilor, atât emițători, cât și receptori, dar și atitudinea lor față de subiectul luat în discuție, care poate încărca dublu mesajul prin codarea și decodarea subiectivă a acestuia. În acest sens, modelul lui R. Jakobson este unul remarcabil în esență, fiind promovat de Cercul Lingvistic de la Praga, care a reformat domeniul psiholingvisticii. Promovând tradițiile școlii formaliste rusești, Cercul Lingvistic de la Praga a adunat figuri proeminente, dintre care se disting cehul Jan Mukařovský și rușii Nikolai Trubetzkoi și Roman Jakobson. Acești cercetători au pornit de la necesitatea studierii limbajului în varietatea funcțiilor sale, acordând un sporit interes mesajului. Jakobson, spre deosebire de colegii săi din cercul praghez, stabilește analogii cu modelul matematic al comunicării. În urma asocierii între structuralismul și funcționalismul praghez în lingvistică și „diagrama schematică” a transmiterii de informație, ia naștere un model de comunicare hibrid, care îi poartă numele – Jakobson [138, p.131].

Schema propusă de Jakobson este laconică și are la bază cuvinte-cheie care ne pot ghida în identificarea funcțiilor limbajului.

Expeditor	Context	Destinatar
-----------	---------	------------

	Mesaj Contact Cod	
--	-------------------------	--

Tab. 1.1. Schema lui Jakobson privind funcțiile limbajului

Expeditorul trimite un mesaj destinatarului. Pentru a fi funcțional, mesajul are nevoie, în primul rând, de un context la care să trimită („referent”), context recunoscut de către destinatar și care este fie verbal, fie susceptibil de a fi verbalizat; în continuare, mesajul are nevoie de un cod comun, în întregime sau măcar în parte, expeditorului și destinatarului, în sfârșit, mesajul are nevoie de un contact, un canal fizic și o conexiune psihologică între expeditor și destinatar, contact care să le permită să stabilească și să mențină comunicarea [20, p. 329].

Factorii puși în evidență de către lingvistul Jakobson pot fi reprezentați sub următorul tabel:

Funcția emoțională sau expresivă	→	Funcțiile referențială poetică, empatică, metalingvistică	→	Funcția persuasivă
-----------------------------------------	---	------------------------------------------------------------------	---	---------------------------

Tabelul 1.2. Funcțiile limbajului

Dacă funcția expresivă vizează mai mult atitudinile emițătorului, atunci funcția referențială (sau denotativă) este principala funcție a limbajului și pune în valoare contextul comunicării, orientarea mesajului într-o comunicare de tip obiectiv. Funcția poetică (sau estetică), cea care l-a preocupat în mod special pe Jakobson, pune în evidență raporturile mesajului cu el însuși. Lingvistul rus s-a aplecat în mod aparte asupra mesajului, fără a abandona, aici, preocupările din perioada în care a activat în cercul praghez privitoare la funcția îndeplinită de limbajul poetic, singura care poate, de altfel, să-l definească și care poate să-l diferențieze de limba literară [224, online]. Jakobson identifică prezența limbajului poetic și în vorbirea cotidiană, fiind utilizat frecvent în calificativele cotidiene și în expresii. Astfel, atunci când emițătorul pregătește tema unui enunț pe care urmează să-l producă, el recurge la o serie de termeni pentru a-i asocia. Prin urmare, aici funcția poetică este considerată că „proiectează principiul de echivalență a axei selecției pe axa combinației” [20, p. 321].

Funcția empatică (sau fatică) se concentrează asupra contactului, presupunând menținerea canalelor de comunicare deschise și manifestându-se prin forme ritualizate (norme de politețe,

discursuri, conversații familiale, ceremonii, ocazii solemne etc.). Funcția metalingvistică este strâns legată de cod și presupune discursul despre propriul limbaj. Această funcție se întâlnește atât în discursul teoretic, științific (în lingvistică, logică, literatură etc.), cât și în viața cotidiană, atunci când codul este verificat de actorii comunicării. Funcția persuasivă (sau conativă) este centrată pe receptor și definește, totodată, relațiile dintre acesta și emițător. Ea descrie efectul mesajului asupra receptorului, precum și modalitatea de declanșare a unei reacții afective din partea acestuia [140, p.131].

Producerea enunțurilor tinde spre finalități, care se referă la scopurile imediate și de lungă durată ale comunicării, putând îmbrăca una dintre formele de scopuri sau rezultate (purposes-outcomes), scopuri explicite, dinainte fixate și convenite cel mai adesea cu partenerul comunicării, respectiv, scopurile-intenții (purposes-goals), situate la un nivel mai profund al intenționalității. Scopurile-rezultate au făcut obiectul analizei comunicării procesuale începând cu schema canonică [158, online]. În paralel, formulele lui Lasswell (1948) și Braddock (1958) au scos în evidență intenționalitatea producerii de efecte asupra receptorului, comunicarea fiind privită prin prisma efectelor sale persuasive.

Problema funcțiilor limbii a fost abordată în diverse domenii, dar una dintre cele mai vechi ramuri în care acestea s-au cercetat a fost retorica. Această știință a formulat legile retorice generale clasice ale monologului și discursului dialogic, luând în considerare direct „factorul destinatar”. Printre alte principii, se remarcă și legea emoționalității vorbirii, care este strâns legată de exprimarea vorbirii. Clasificarea modernă a discursurilor oratorice în funcție de setarea-țintă a vorbitorului, între altele, distinge discursul manipulativ, care provoacă o anumită stare emoțională în public; persuasiv, formând opinia publicului cu privire la subiectul discursului; invocarea, influențarea acțiunilor publicului. Alexandr Avelichev definește astfel această disciplină filologică: „Retorica este știința metodelor de persuasiune, a diferitelor forme de influență predominant lingvistică asupra publicului, ținând cont de caracteristicile acestuia din urmă și pentru a obține efectul dorit” [168, p.10]. Prin urmare, obiectul retoricii moderne este teoria elocvenței, a oratoricii, a modalităților de construire a discursului expresiv în diferite genuri de comunicare orală și scrisă. Aceste probleme sunt discutate la unele discipline privind dezvoltarea competenței vorbirii.

Astfel, funcția emotivă permite vorbitorului să îmbogățească comunicarea cu nuanțe de ton, să infuzeze vorbirea cu sentimente și exprimare autentică, să înțeleagă și să empatizeze cu ceilalți.

În psiholingvistică se obișnuiește să se contrasteze emoționalul și sfera cognitivă. Pe de o parte, sunt abordate judecăți controlate, precise, obiective, pe de altă parte, sunt prezente unele laturi incontroleabile, nedefinite, subiective în spațiul emoțional. Tatiana Slama-Cazacu în *Introducere în psiholingvistică* face o paralelă între limbaj și stările locutorului. Ea afirmă că: „Psiholingvistica se ocupă direct de procesele de codaj și de decodaj care leagă mesajele de stările comunicatorilor. Limba trebuie privită ca un sistem de elemente legate reciproc, apoi teoria învățării după behavioriști – limba ca sistem de obiceiuri de deprinderi, care leagă semnul de comportament” [67, p.23]. Discuția despre diferența dintre aceste sfere, de fapt, este modalitatea de multiplicare a entităților. Menționăm că atât emoția, cât și cunoașterea sunt rezultatul unei activități interne, a unei activități subiective a individului. Desigur, rezultatele acestor activități variază. În cazul emoțiilor, este vorba de o experiență în raport cu valoarea cunoașterii (informațiilor). Dar, în ambele cazuri, produsul activității apare ca urmare a unor anumite intenții individuale, care reprezintă rezultatul transformării experienței subiective. Interacțiunea dintre luarea deciziilor în raport cu afectivitatea este considerată destul de puternică. Luarea deciziei este în întregime rațională până la momentul când sunt implicate emoțiile, care doar distrug acest proces și care este suficient de uzual. Raționalitatea, în acest caz, este înțeleasă ca o secvență formală de decizii, ceea ce duce la o alegere optimă, iar emoția este considerată a fi capabilă să o întrerupă sau să o împiedice. Emoțiile nu sunt omogene, pe de o parte, dar raționalitatea include multe reprezentări mintale, pe de altă parte. Există o clasă destul de mare de emoții, care include componente cognitive (curiozitate, îndoială, surpriză) care, la rândul lor, le face strâns cuplate cu procesele implicate în luarea deciziilor raționale.

Afectivitatea este o caracteristică comună oamenilor și se atestă gradual în cazul fiecărei persoane aparte. Este un mod specific de a răspunde la diverse situații, incidente și evenimente cotidiene. Oamenii care sunt marcați puternic emotiv tind să fie mai expresivi în relațiile lor, iar felul în care reacționează la anumite situații este perceput și vizibil.

Emotivitatea este considerată o categorie lingvistică, ce clasifică lexiconul afectiv/emotivele (mijloacele lingvistice ce desemnează emoții) în funcție de prezența semnelor emotive semantice ori a lemelor afective, conotative sau potențial afective [108 *apud* 34, p.48].

A fi rațional este o caracteristică a naturii umane, asociată cu rațiunea și logica, denotă controlul asupra procesului de gândire și raționalitatea în acțiune. De obicei, este o trăsătură pozitivă care ține la distanță violența și comportamentul inadecvat, dar, deseori, astfel de oameni sunt

inexpresivi și sunt acuzați de lipsa oricăror sentimente. Cu toate acestea, termenul „rațional” este adesea combinat cu lexemele „logic și rezonabil”, referindu-se, de obicei, la gândirea profundă și la rațiunea din spatele fiecărei acțiuni.

Emotivitatea discursivă vizează diferite aspecte ale afectivității umane și, în același timp, este o trăsătură a mijloacelor lingvistice și textuale, care servesc în calitate de coduri ale conținutului emotiv. Cu toate acestea, verbalizarea emoțiilor este personală, emoțiile sunt întotdeauna situaționale și cognitive. Într-o conversație o persoană utilizează aceleași cuvinte pentru a descrie experiențe diferite, astfel contextul este cel care determină caracterul real al emoțiilor.

În studiile lingvistice, descrierea emoțiilor se realizează prin conceptele de afectivitate și emotivitate.

Astfel, emoțiile, experiențele, sentimentele și actualizarea lor verbală se află în centrul intereselor științifice ale lingviștilor moderni. În ciuda numărului mare de studii în domeniul emotiologiei și a recunoașterii importanței factorului emoțional pentru învățarea limbilor străine, există încă probleme nesoluționate ale acestui domeniu al lingvisticii psihologice. Una dintre cele mai controversate probleme este interpretarea și utilizarea unor concepte conexe, cum ar fi „afectivitatea” și „emotivitatea”. Atunci când vorbim de afectivitate, ne referim nemijlocit și la subiectivitate. Rodica Zafiu menționează faptul că: „o întreagă direcție a stilisticii s-a ocupat de limbajul afectiv văzut ca expresie perfectă a subiectivității”, sfera acesteia din urmă e totuși cu mult mai largă. Stilistica lui Charles Bally trata programatic faptele de limbaj din punctul de vedere al conținutului lor afectiv; în linia lui, Iorgu Iordan a înregistrat și a comentat un foarte bogat material de cuvinte și construcții care „exprimă [...] stările noastre sufletești de natură afectivă” [35,p.13]. Se făcea în mod constant o distincție între sensul intelectual – conceptual, obiectiv – și cel afectiv – „care arată oarecum poziția subiectivă, reacția sentimentală a individului vorbitor față de noțiunea respectivă. cu individualul, pe de alta. Subiectivitatea s-ar manifesta, așadar, mai întâi de toate, prin afectivitate [170, online]. O viziune similară avea și Tudor Vianu, în celebrul său studiu asupra „dublei intenții a limbajului”: opoziția dintre funcția „tranzitivă” și cea „reflexivă” a limbii presupune o echivalare a intelectualului cu universalul, pe de o parte, a afectivului. [170, online]

Conceptul de **afectivitate** este definit distinct. Fiecare definiție reflectă această categorie în felul său, în funcție de știința în care are loc cercetarea sa. Este necesar să se facă distincția între

două abordări principale, în opinia noastră, ale definiției de afectivitate: lingvistică și psihologică, adică înțelegerea emoționalității ca proprietate a limbajului și ca proprietate a unui subiect viu.

În psihologie, acest termen este definit în felul următor:

1) afectivitatea este o proprietate a unei persoane care caracterizează conținutul, calitatea și dinamica emoțiilor și sentimentelor acesteia. Este una dintre principalele componente ale temperamentului [108, p.85];

2) afectivitatea este o caracteristică a unei persoane, manifestată prin frecvența apariției diferitelor emoții și sentimente [175, p.23].

Astfel, vedem că în psihologie conceptul de **afectivitate** este strâns legat de temperament, de caracter. Mulți psihologi cunoscuți – Sigmund Freud, David A. Rapaport, Daniel S. Schechter, Magda B. Arnold – consideră afectivitatea ca fiind una dintre principalele componente ale temperamentului. Într-adevăr, gradul de afectivitate al unei persoane, modul în care își exprimă sentimentele depind în mod direct de caracterul și temperamentul său. Cu cât temperamentul este mai pronunțat, cu atât persoana își poate exprima mai viu emoțiile.

În lingvistică, categoria ce descrie nivelul de afectivitate este denumită **emotivitate**:

1) este una dintre cele mai importante forțe motrice în dezvoltarea limbii, pentru că aceasta contribuie la crearea de noi mijloace care servesc la transmiterea mai clară a gândurilor și sentimentelor unei persoane [102, p.131];

2) este o categorie universală de artă a textului, caracterizat printr-un plan de conținut regulat și o expresie lingvistică, comunicativă și stilistică [110, p.181].

Conceptele de **emotivitate** și **expresivitate** sunt strâns legate de categoria **afectivității**, cu toate acestea, ele sunt trei categorii diferite caracteristice discursului.

La nivel de limbaj, termenul de „emoție” este transformat într-un astfel de concept ca „emotiv”. Emoțiile sunt o categorie ce ține de psihologie, în timp ce emotivitatea – o categorie ce ține de limbaj, deoarece emoțiile pot fi evocate și transmise prin limbaj. Prin urmare, oamenii de știință au acceptat în acest sens termenul „emotiv”. Dar conceptele de **emotivitate** și **afectivitate** continuă adesea să fie folosite ca sinonime. Trebuie să se înțeleagă că afectivitatea este o proprietate mentală a unei persoane de a experimenta emoțiile și, ca rezultat, de a reacționa la fenomenele din jurul său, iar emotivitatea este o expresie la nivel lingvistic cu ajutorul unei varietăți de limbaj.

De asemenea, este necesar să se facă distincția între concepte precum **afectivitatea** și **expresivitatea**, care sunt, de asemenea, adesea folosite ca sinonime. Cu toate acestea, dacă funcția principală a emoționalității este evaluarea senzorială a obiectelor sau fenomenelor realității din jurul nostru, apoi expresivitatea (un derivat al „expresiei” din latinescul *expressio* – expresie) este impactul asupra ascultătorului sau cititorului cu ajutorul expresiei și a declarației.

Astfel, se poate concluziona că **afectivitatea** și **expresivitatea** sunt două categorii strâns legate între ele, dar nu identice, deoarece conceptul de expresivitate este mai larg în conținut decât conceptul de afectivitate. Termenul **emotivitate**, la rândul său, este o categorie exclusiv lingvistică care servește la exprimarea emoționalității printr-o varietate de mijloace de limbaj și vorbire.

2.1.1. INTELIGENȚA EMOȚIONALĂ

Inteligența emoțională (EI) este un termen folosit pentru a descrie capacitatea de a recunoaște, înțelege și gestiona propriile emoții, precum și emoțiile celorlalți. Este un aspect critic al comportamentului uman care joacă un rol semnificativ în interacțiunile noastre sociale, procesele

de luare a deciziilor și bunăstarea generală. Emoțiile servesc mai multor funcții în vorbire, inclusiv transmiterea de informații, exprimarea gândurilor și sentimentelor și influențarea altor persoane. De exemplu, tonul vocii unei persoane poate comunica nivelul său de încredere, emoție sau frustrare. În mod similar, limbajul corpului și expresiile faciale pot indica starea emoțională a unei persoane, cum ar fi fericirea, tristețea sau furia.

Termenul de inteligență emoțională a fost formulat pentru prima dată în SUA în 1985 de Wayne Leon Payne, care considera că „inteligența emoțională implică o relaționare creativă cu stările de teamă, durere și dorință” [59, p.25].

Există două tipuri principale de **inteligență emoțională**: personală și socială. Inteligența emoțională personală implică capacitatea de a recunoaște și de a gestiona propriile emoții în mod eficient. **Inteligența emoțională** socială ține de capacitatea de a recunoaște și de a gestiona emoțiile altora. Ambele tipuri de **inteligență emoțională** sunt cruciale pentru relații interpersonale sănătoase, comunicare eficientă și rezolvarea cu succes a problemelor.

Cercetările asupra **inteligenței emoționale** au fost efectuate de diverși autori, inclusiv Daniel Goleman, John Mayer și Peter Salovey. Cartea lui Goleman, *Inteligența emoțională: de ce poate conta mai mult decât IQ-ul*, a popularizat conceptul de **inteligență emoțională** și l-a prezentat publicului larg. În cercetările sale, Goleman a susținut că **inteligența emoțională** este un predictor mai bun al succesului în viață decât IQ-ul. Mayer și Salovey au dezvoltat un model de **inteligență emoțională** punând în valoare patru aspecte: perceperea emoțiilor, utilizarea emoțiilor pentru a facilita gândirea, înțelegerea emoțiilor și gestionarea emoțiilor. Conform modelului lor, persoanele cu **inteligență emoțională** ridicată sunt mai capabile să-și recunoască și să-și regleze emoțiile, ceea ce le permite să ia decizii mai informate și să interacționeze mai eficient cu ceilalți.

În viziunea lui Daniel Goleman conceptele care compun inteligența emoțională sunt conștiința de sine, autocontrolul, empatia, motivația, aptitudinile sociale:

- **conștiința de sine** presupune conștientizarea unei emoții, identificarea și înțelegerea lor. Conștiința de sine poate avea la bază și înțelegerea că o emoție se poate schimba, poate evolua și provoca stări diferite interlocutorilor. Astfel, comportamentul interlocutorilor, diferența dintre gânduri și emoții, încrederea în sine, înțelegerea consecințelor unor comportamente în termeni de emoții stau la baza inteligenței emoționale;

- **auto-controlul** presupune un management al emoțiilor dificile, controlul impulsurilor, managementul constructiv al furiei, mâniei, dorința de adevăr, adaptabilitatea, inovarea, disciplina;

- **motivația** implică abilitatea și capacitatea de a stabili obiective și de a le îndeplini, ceea ce presupune și perseverență sau dorința de a reuși;

- **empatia** este capacitatea de a-ți imagina că ai putea fi în locul altei persoane, cognitiv și afectiv, de a fi capabil să-i înțelegi pe ceilalți și să le demonstrezi grija și atenția;

- **aptitudinile sociale** sunt bazate pe cooperare și relaționare între persoane, acestea presupun stabilirea și păstrarea relațiilor, rezolvarea conflictelor, capacitatea de a lucra în echipă, comunicarea, influența, conducerea (leadershipul).

Optimismul, perseverența și capacitatea de a amâna satisfacțiile sunt prezentate ca aspecte majore ale inteligenței, iar Daniel Goleman a deschis noi orizonturi printr-o definiție complexă a inteligenței emoționale. Unii autori consideră că inteligența emoțională are mai multe arii distribuite de la simplu la complex, care, în esență, este înțelegerea emoțiilor și monitorizarea lor.

Inteligența emoțională are mai multe funcții în viață, inclusiv îmbunătățirea relațiilor interpersonale, îmbunătățirea comunicării și facilitarea abilităților de conducere. De exemplu, un lider cu inteligență emoțională ridicată poate inspira și motiva membrii echipei lor, poate să înțeleagă nevoile și preocupările lor și să rezolve conflictele în mod eficient. În mod similar, persoanele cu inteligență emoțională ridicată sunt adesea capabile să gestioneze stresul și să facă față situațiilor dificile.

În discurs, deoarece emoțiile sunt o parte integrantă a modului în care oamenii comunică și interacționează unii cu alții, acestea pot fi exprimate prin cuvinte, tonul vocii, limbajul corpului și expresiile faciale. O persoană care are o inteligență emoțională dezvoltată poate fi capabilă să recunoască și să interpreteze semnalele emoționale din discursul altora și să-și regleze propriile emoții într-un mod adecvat, ceea ce poate duce la o comunicare mai eficientă și mai constructivă.

De asemenea, inteligența emoțională poate ajuta o persoană să-și exprime propriile emoții într-un mod adecvat și să se asigure că mesajul lor este transmis cu exactitate. De exemplu, într-un discurs public, un vorbitor cu o inteligență emoțională ridicată poate fi capabil să-și controleze emoțiile și să-și exprime ideile cu claritate și eficiență, ceea ce poate ajuta la captarea atenției și la influențarea publicului.

În concluzie, inteligența emoțională este un aspect critic al comportamentului uman care joacă un rol semnificativ în interacțiunile noastre sociale, în procesele de luare a deciziilor și contribuie la bunăstarea generală. Prin dezvoltarea inteligenței emoționale ne putem îmbunătăți abilitățile de comunicare, putem construi relații mai puternice și obține succes în viață. Or, cercetările unor autori precum Daniel Goleman, John Mayer și Peter Salovey au ajutat la clarificarea importanței inteligenței emoționale și a impactului acesteia asupra vieții noastre.

2.1.2 VOCABULARUL EMOȚIILOR

Vocabularul emoției este un aspect esențial al inteligenței emoționale și constă în capacitatea de a recunoaște și a descrie emoțiile într-un mod precis și adecvat. Acest vocabular include o gamă largă de cuvinte și expresii care descriu emoțiile umane, cum ar fi fericirea, tristețea, frica, furia, dezamăgirea sau entuziasmul.

De-a lungul timpului, cercetătorii și specialiștii în psihologie au subliniat importanța dezvoltării unui vocabular emoțional adecvat, deoarece acest lucru poate avea un impact semnificativ asupra modului în care oamenii își gestionează emoțiile și interacționează cu ceilalți. De exemplu, persoanele care au un vocabular emoțional bogat sunt mai capabile să recunoască și să exprime subtilitățile emoțiilor, ceea ce poate duce la o comunicare mai clară și mai eficientă în cadrul relațiilor interpersonale.

Pentru a determina tipurile de conținut emotiv în discurs, utilizăm metoda lingvisticii cognitive despre imaginea mintală a mesajului, care deosebește variate noțiuni ce corespund emotivității în calitate de obiect și de mijloc de exprimare. Primul tip de conținut emotiv se referă la lumea descrisă în text, iar al doilea face referință la caracterul subiectiv al interpretării acesteia de către autor.

Astfel, categoria emotivității unui discurs reflectă diferite tipuri de conținut emoțional, pe de o parte, afectivitatea/emoțiile, în calitate de emoteme, compun conținutul cognitiv al textului, pe de altă parte, acestea indică latura emotivă a strategiei pragmatice, ce aparține autorului [37, p.80].

O ipoteză interesantă avansează în acest sens cercetătorul Paul Goleman în lucrarea *Inteligența emoțională*, susținând că sentimentele noastre cele mai profunde, pasiunile sau lucrurile după care tânjim sunt călăuze esențiale și argumente că specia noastră își datorează în mare parte existența capacității umane de a iubi [31, p.17].

Emoțiile ne ghidează în înfruntarea situațiilor dificile și a îndatoririlor, prea importante spre a fi lăsate doar în grija intelectului. Dihotomia emoțional-rațional este tot mai mult discutată de către psihologi, ea pune în corelație cele două organe ale omului: inima și creierul. Paul Goleman afirmă că există o variație stabilă a raportului rațiune-emoție în controlul asupra activității mintale. Cu cât un sentiment este mai intens, cu atât creierul devine mai dominat emoțional și deci mai eficient din punct de vedere rațional [31, p.23]. Totuși se stabilește un echilibru între rațiune și emoție: în aceasta și constă inteligența emoțională, atunci când un om matur poate echilibra stările respective, făcând alegeri corecte.

Din punct de vedere fiziologic, aceasta se explică prin activitatea neocortexului – locul în care sălășluiește gândirea. Aici se află și centrii care pun cap la cap, înțeleg și percep emoțiile. În esență, toate emoțiile sunt niște impulsuri care determină persoanele să acționeze într-un mod sau altul. La baza tuturor emoțiilor însă stau niște schimbări fiziologice.

Ohman afirmă că stările emoționale concrete apar ca răspuns la o situație cu impact emoțional și se pot manifesta în trei moduri: urmărind reacțiile verbale ale persoanei, răspunsurile fiziologice și cele comportamentale [141, online].

Mai mulți oameni de știință au cercetat relația dintre emoție și comportamentul nonverbal, incluzând expresiile faciale, gesturile sau caracteristicile acustice. Ca rezultat, au stabilit că există cel puțin două sisteme semiotice de emoții: limbajul corpului și limbajul verbal, care sunt într-o relație pe care știința încă n-a studiat-o și n-a descris-o sub toate aspectele. În termeni generali, s-a stabilit deja că sistemul semiotic primar este superior sistemului secundar (verbal) în fiabilitate, viteză, directitate, gradul de sinceritate și calitatea (forța) de exprimare și comunicare a emoțiilor, precum și în decodarea adecvată a emoțiilor de către destinatar [112, p.11].

Paul Ekman menționează că există factori (markeri) universali și distinctivi ai emoției în comportamentul nonverbal, iar fața poate să exprime o mare varietate de emoții și, în general, membrii aceleiași culturi nu au dificultăți în a-și identifica și a-și exprima emoțiile. Atât comportamentul verbal, cât și cel nonverbal sunt concepute drept canale de comunicare separate. De corelația dintre aceste două tipuri de canale depinde valoarea încărcăturii emoționale a mesajului și impactul comunicativ raportat la tema abordată de locutor. Dacă ne referim la claritatea mesajelor emoționale exprimate nonverbal (prin tonul vocii, prin gesturi, prin expresie facială), euristic sunt considerate ușor de decodificat pentru persoanele care cunosc limbajul nonverbal, dar mai greu pentru cei care nu vor înțelege anumite gesturi. În schimb, vocabularul utilizat într-un discurs este, în cea mai mare parte, pe înțelesul publicului, cuvintele fiind alese în mod spontan. Mesajul emoțional, propriu canalului nonverbal, poate fi controlat mai puțin voluntar, ceea ce scade probabilitatea de a fi utilizat într-un mod care să înșele interlocutorul. Deși fiecare vorbitor înțelege și este conștient de limbajul său nativ, atât pentru emițător, cât și pentru receptor mesajele încărcate emoțional (chiar și atunci când sunt foarte puternice) acționează la nivelul inconștientului. Ca urmare, cel care dorește să înțeleagă ce anume simt ceilalți trebuie să studieze acest tip de mesaje, să le conștientizeze, să știe ce anume îi place sau nu-i place unei persoane sau dacă persoana spune adevărul sau nu.

Conform observației lui Agnes Heller, emoțiile sunt întotdeauna cognitive și situaționale și, prin urmare, alegerea mijloacelor lingvistice de exprimare a acestora este, de asemenea, situațională (adică discursivă) [112 *apud* 83, p.11].

Totodată, relațiile dintre afectivitate/emoții și exprimarea verbală, care e standardizată din punct de vedere cultural, sunt foarte complicate, deoarece toate mijloacele verbale trec prin procesul social de determinare și concretizare și nicio expresie nu poate exprima direct afectul inițial [106, *apud* 33, p.49].

Modalitatea prin care emoțiile își găsesc reprezentarea lingvistică reflectă un anumit model de conceptualizare, categorizare și de experiență afectivă, specifică unui spațiu și unui grup cultural. Din perspectivă cognitivă, relația dintre emoții și limbă poate fi înțeleasă din cel puțin trei puncte de vedere: *unidirecțional*: limba/limbajul poate determina sau orienta conceptualizarea afectivă; felul în care indivizii gândesc este determinat de resursele lingvistice de care dispun; experiențele afective și conceptualizarea preexistente determină sau orientează lexicalizarea, configurația culturală a unei comunități; *bidirecțional*: realitatea afectivă poate determina configurarea unui anume lexicon și a unui anume semantism al termenilor afectivi, în același timp, vocabularul afectiv existent într-o limbă oferă vorbitorilor modalități predeterminate de categorizare a formelor de viață afectivă [37, p.40].

Prezentarea sentimentelor în vorbire necesită nuanțe expresive speciale. La nivel lexical, expresivitatea, fiind o categorie lingvistică, este concretizată într-o amplificare a sensului denominativ al lexemului, prin nuanțe stilistice speciale. De exemplu, în loc de cuvântul *bun*, utilizăm, în funcție de context, lexemele *frumos*, *minunat*, *încântător*; putem spune că *nu ne place*, dar putem selecta cuvinte cu încărcătură semantică mai puternică: *urăsc*, *disprețuiesc*, *îmi provoacă dezgust*. În toate aceste cazuri, locutorul exprimă o judecată de valoare, selectând sinonimul care redă exact starea emotivă, raportată la universul de discurs în care se produce mesajul. Un cuvânt neutru are mai multe sinonime expresive, care pot diferenția gradul de tensiune emoțională a locutorului (*nenorocire – mâhnire – suferință – catastrofă; violent – rampant – furios*).

Potrivit cercetătoarei Viorica Lifari, într-un act discursiv, componenta emoțională este întotdeauna împreună cu cele expresivă și apreciativă ale vorbitorului, în timp ce expresivitatea și aprecierea nu sunt în mod necesar însoțite de componenta emotivă. Emoțiile și exprimarea lor depind de circumstanțele producerii secvenței discursive și de mijloacele verbale și cele nonverbale utilizate pentru transmiterea mesajului. Sociologii arată că întreaga activitate de comunicare este stereotipică sau creativă, cea din urmă bazându-se pe prima. Când se nasc, copiii își dezvoltă imaginația

emoțională în timp ce gândesc și o folosesc pentru a percepe lumea sau rolul lor în lume, astfel dezvoltându-și competența de inteligență emoțională, despre care am vorbit anterior [142, online].

Expresia vie scoate în evidență cuvintele solemne (*de neuitat, vestiți, realizări*), retorice (*sacru, aspirații, proclamare*), poetice (*azur, invizibil, cântat, neiertător*). În aceste expresii distingem cuvintele umoristice (*credincioase, nou-făcute*), ironice (*donjuan, bâlbâit*), familiare (*de bunăvoință, draguț, șoptind*). Nuanțele expresive disting între cuvintele de dezaprobare (*pretențioase, manierate, ambițioase, pedante*), respingătoare (*de a picta, de obrăznicie*), de dispreț (*un obraznic, a se strecura*), vulgar (*apucător, smucit*). [168, online]. Toate aceste lexeme capătă nuanțe cu valoare semantică [+ afectiv], în funcție de contextul în care sunt utilizate.

Pornind de la ideea prezentată anterior, lingviștii conturează un univers semantic al emoțiilor. În vocabularul emoțiilor din toate limbile există o dihotomie a tipului de semn evaluativ. Dacă comparăm vocabularul emotiv, luând drept criteriu tipul semnului evaluativ, atunci în toate limbile apare următoarea imagine: în dicționare din diferite limbi există mai multe entități emotive cu semantică evaluativă negativă decât cu semantică evaluativă pozitivă, dar sunt aplicate în comunicare mult mai rar decât acestea din urmă.

Vocabularul expresiv-evaluativ este folosit pentru a exprima gradual sentimentele circumscrise situației discursive. Aceasta este o manifestare la nivel lexical a funcției expresive (emotive) a limbajului, una dintre funcțiile de bază, ce e descrisă de Roman Jakobson. Expresivitatea este o categorie semantică generală, ce se manifestă la toate nivelurile limbii, este o manifestare a principiului subiectiv al limbii, în contrast cu obiectivul, o abordare pragmatică a limbajului.

În lingvistică, conotațiile evaluative și expresive sunt cercetate de emotiologie – lingvistica emoțiilor. În procesul medierii lingvistice, emoționalitatea ca fenomen psihic este transformată în emotivitate, care este deja un fenomen lingvistic, iar semnele emotive ale spațiului lingvistic sunt transformate în înlocuitori ai emoțiilor dincolo de limitele limbii lumii [112, p.3-15]. Valoarea emoționalității în dezvoltarea societății este mare. Emotivul are o serie de funcții: fatal, pragmatic, translațional, corelativ, național-cultural, integrativ.

Cele spuse ne permite să concluzionăm că sistemele emoționale ale diferitelor popoare și culturi se constituie în universalii, deoarece negativitatea, care predomină în vocabularul lor, este inferioară pozitivității în utilizare și în capacitatea de a genera sintagme, fapt explicabil prin efortul psihologic al umanității pentru pozitivitate. Un alt punct comun pentru diferite culturi lingvistice

este că emoțiile pozitive sunt exprimate de toate popoarele mai uniform și difuz decât cele negative, care sunt întotdeauna specifice, distincte și diverse.

Emotiologia sau lingvistica emoțiilor folosește date cognitive despre emoții și încearcă să dezvolte propriul concept lingvistic al emoțiilor. Acest concept pornește de la subiectivitatea emoțiilor, deoarece același obiect, aceeași situație, același lanț de evenimente pentru același individ în momente diferite pot provoca emoții diferite, chiar contradictorii, nemaivorbind de diferiți indivizi, unde această relație este și mai complicată. Drept rezultat, nu putem alcătui un algoritm pentru analiza emoțiilor. Este, de fapt, practic imposibil să stabilim în mod obiectiv ce fel de emoție și ce fel de nuanță corelează cu subiectul, situația sau evenimentul din universul discursiv și aplicat tuturor indivizilor din fiecare comunitate lingvistică.

Lingvistul rus Victor Șahovski susține, pe bună dreptate, că în fază inițială, emotiologia a pus în fața cercetătorilor o multitudine de probleme actuale referitoare la lingvistica emoțiilor, reliefându-se unele aspecte esențiale, care se impuneau a fi clarificate: tipologia semnelor emotive; influența tipului emoțional al stilului conștiinței asupra formării unei imagini lingvistice a lumii, conceptul de imagine lingvistico-emoțională universală; comunicarea emoțiilor; corelarea lexicului emoțiilor din diferite limbi ale lumii; specificul național și cultural al expresiei emoțiilor; criteriile pentru stabilirea emotivității limbajului și a semnelor lui; relația dintre lingvistică și paralingvistica emoțiilor ca două sisteme semiotice; influența emoțiilor asupra limbajului; nuanțarea emoțională a discursului; spațiul semantic emoțional al limbii; spațiul semantic emoțional al personalității; lexicografia emotivității; pragmatica descrierii și a exprimării emoțiilor momentane și din trecut/viitor; ascunderea, imitarea, simularea emoțiilor prin verbalizarea lor (ambalajul lor verbal, averbal și în semioza lor) [112, p.13].

O problemă nesoluționată până în prezent stă la baza unui obiectiv trasat pentru cercetarea noastră – comunicarea emoțiilor. Există diferite mecanisme de exprimare lingvistică a emoțiilor vorbitorului. În discurs, poate avea loc desemnarea lingvistică a emoțiilor sau interpretarea lor ca esență obiectivă a vorbitorului și a ascultătorului. Una dintre problemele de actualitate ale emotiologiei este studiul emoțiilor în limbaj, în texte și în comunicare. Vocabularul emoțional evaluativ este caracteristic stilului colocvial al limbajului literar-artistic, jurnalistic și nu este folosit în stilurile funcționale științific și oficial-administrativ.

Prin urmare, facem o delimitare între limbajul de descriere a emoțiilor și limbajul de exprimare a emoțiilor. Limbajul de descriere va fi unul științific, concret, simplu de perceput, pe când cel de exprimare trebuie dissociat și decodificat în funcție de universul discursiv. Deseori, locutorii recurg la un vocabular emoțional/conotativ, atunci când au intenția să manipuleze pe cineva. În atare situații discursive, lexicul emotiv este performat prin acte perlocuționare. Persuasiunea, ca rezultat al unor astfel de acte, se atestă în diverse tipuri de discursuri. Un discurs politic sau publicitar se va baza din start pe persuasiune, deoarece și în discursul publicitar, și în cel politic locutorul are intenția de a influența opinia inițială a publicului.

Vocabularul subiectiv-evaluativ face ca discursul să fie deosebit de expresiv, atrage atenția ascultătorilor. Detectarea emoțiilor este uneori considerată ca una dintre căile spre acord în negocieri [27, p.49].

Vocabularul emoțional cuprinde mai multe categorii de lexeme, acestea fiind clasificate gramatical și semantic. Pronumele **noi** folosit în loc de **eu** întotdeauna va insufla o mai mare încredere publicului, implicând presupuziții de felul: locutorul se asociază colocutorilor, împărtășește aceleași idei, promovează aceleași valori. Numeralele folosite într-un discurs vor avea aceeași funcție de a insufla încredere, căci, atunci când o persoană operează cu cifre concrete, el pare a fi bine inițiat în subiectul discutat și este mai convingător.

Dacă ne referim la clasa lexico-gramaticală a verbelor, în limba română sunt o multitudine de verbe ce desemnează emoții: *a se bucura, a se întrista, a râde, a plânge, a se înfuria, a surprinde* sau mai des întâlnim expresii cu verbul *a fi*: *a fi bucuros, a fi trist, a fi surprins, a fi fericit, a fi necăjit, a fi furios* etc. Atunci când interlocutorul aude sau citește astfel de verbe/expresii, el are impresia sau chiar certitudinea că locutorul este sincer în comunicare. Sinceritatea este abordată ca o condiție a unui act de vorbire eficient. Sinceritatea definește cerințele referitoare la convingeri, sentimente, intenții ale emițătorului, care sunt considerate adecvate pentru un anumit tip de act discursiv. Persoanele inițiate în arta retorică vor structura un discurs, punând în valoare toate elementele favorizante ale actelor de vorbire, în vederea sporirii eficienței discursive.

Actul ilocuționar este considerat un act ce se bazează pe emoții sau care face apel la emoții. Actul ilocuționar poate fi verdictiv, care se axează pe argumente sau pe dovezi marcate prin verbe, cum ar fi: *a caracteriza, a considera, a descrie, a analiza, a înțelege*. Actul ilocuționar exercitiv, definit prin mesaje decizionale, se actualizează prin verbe de tipul: *a ordona, a numi, a preveni, a*

cere, a ruga, a implora, a se opune, a dedica. Actul ilocuționar comisiv constă în realizarea unei acțiuni, dar mai cu seamă în angajarea de a realiza această acțiune și este marcat de verbele: *a promite, a se angaja, a garanta, a paria, a planifica, a accepta*.

Cel mai expresiv tip de act ilocuționar, după părerea noastră, este cel comportamental. Acesta constă în definirea atitudinii față de comportamentul celorlalți sau față de evenimentele care îi privesc pe aceștia și este marcat prin verbele: *a se scuza, a mulțumi, a felicita, a critica, a se plânge, a deplânge, a toasta, a protesta, a saluta, a blestema, a binecuvânta* [118, online].

I. Evseev, de exemplu, distinge 14 tipuri ale acțiunii: inceptiv (a începe), rezultativ (a isprăvi), saturativ (a supraîncărca), limitativ (a mai alerga), iterativ (a clipi), semelfactiv (a atinge), perdurativ (a dăinui), intensiv (a exploda de furie), cumulativ (a agonisi), atenuativ (a adia), augmentativ (a se înteți), distributiv (a împărți), reciproc (a colabora), reversiv (a reconstrui) [26, p. 22].

La nivel semantic, lexemele care formează câmpul lexical al emotivității pot fi clasificate după mai multe criterii, unul dintre acestea este categorisirea după conceptul procesual desemnat:

- procese psihologice,
- procese afective,
- procese emoționale.

Această categorie de cuvinte include termeni care se referă la emoții pozitive: sentimente pozitive (*fericire, veselie, dragoste* etc.) sau de optimism și energie (*încredere, învingere, mândrie*); la emoții negative, anxietate și teamă (*nervos, tensionat*), de furie (*ură, furios*), de tristețe sau de deprimare (*plâns, supărat, trist*).

Procesele cognitive sunt exprimate prin termeni ce vizează:

- cauza (*deoarece, pentru că*);
- efectul (*în consecință, prin urmare, deci*);
- opinia (*gândesc, cred, consider*);
- diferența, deosebirea (*ar trebui, s-ar putea, ar fi*);
- inhibiția (*blocaj, constrângere*);
- tentativa, încercarea (*poate*);

- siguranța (*întotdeauna, sigur, bineînțeles, niciodată*);
- procesele senzoriale și perceptuale: *văz (a vedea, a privi, a se uita)*;
- auzul (*a asculta, a auzi, sunet*);
- senzația (*a atinge, a ține, a simți*).

Metalimbajul prin care se descriu procesele sociale se referă la:

- comunicare (*a vorbi, a discuta*);
- referiri la persoane (persoana I plural, a II-a, a III-a);
- relațiile socioumane: prieteni (*amic, prieten, coleg, familie, mamă, frate, văr, copil, femeie, grup*).

Relativitatea se valorifică prin accentuarea timpului și a spațiului: timp – *ora, zi, ceas*, dar și prin verbe la timpul trecut (*am mers, m-am plimbat, am fost, am avut*); verbe la timpul prezent (*merg, este, sunt* ș.a.); verbe la timpul viitor (*voi face, voi merge*, dar și: *ar trebui să, mi-ar place să* ș.a.), spațiu – *în jurul, deasupra, sus, jos* etc., mișcare – *a merge, a se plimba, a mișca* etc.

Șirul de cuvinte clasificate semantic poate fi continuat și îmbogățit, oricărui cuvânt utilizat îi poate fi explicată funcția comunicativă. De cele mai multe ori, aceste lexeme, în anumite contexte, au rolul de a face apel la emoții.

Acest material structural și dimensional stă la baza diverselor tipuri de discurs. Scopul sau obiectivul unui ordin, spre exemplu, este a-l determina pe interlocutor să efectueze ceva, o anumită acțiune. Scopul unei promisiuni este angajarea locutorului în vederea realizării unei acțiuni.

Corelația dintre realitate și cuvinte constă în punerea în acord a cuvintelor cu unele aspecte ale realității.

Starea psihologică, exprimată de locutor, poate fi identificată în cuvintele pe care acesta le utilizează în propoziție. Atitudinea locutorului poate fi de mai multe tipuri: convingere, intenție, dorință, solicitare, plăcere, mulțumire etc. [45, p. 286].

În acest context, James W. Pennebaker, profesor de psihologie la Universitatea Texas, este unul dintre pionierii cercetării privind expresivitatea emoțională a cuvintelor. El a publicat mai multe studii (1997, 2001 etc.) care analizează modul în care oamenii descriu evenimente semnificative,

încărcate emoțional sau chiar traumatice. Un exemplu, în acest sens, este analiza mesajelor publicate pe forumurile de discuție după evenimentele din 11 septembrie.

Pornind de la aceste observații, Pennebaker a dezvoltat *Linguistic Inquiry and Word Count* (LIWC), un instrument software, care examinează profilul psihologic și emoțional (trist, vesel) al autorului unui mesaj. LIWC analizează textele cuvânt-cu-cuvânt, utilizând un dicționar de cuvinte clasificate după 74 de dimensiuni lingvistice, care includ pronume, lexeme din sferele afective, lexeme din sfera cognitivă, procese sociale și comunicative [143, online].

În concluzie, emoțiile pătrund în întreaga activitate comunicativă a unei persoane, din momentul nașterii sale până la moarte: emotivitatea limbajului acoperă spațiul de la primul strigăt inconștient al unui copil până la diverse tipuri de utilizare conștientă a emoțiilor în vorbirea unui adult, se referă la expresia emoțiilor, descrierea și desemnarea acestora în limbaj. Expresia lingvistică a emoției este cea care o face explicită, înțeleasă din exterior. Concluzia despre emoția exprimată poate fi făcută doar într-o situație specifică, astfel încât se poate susține că toate emoțiile sunt discursive, iar din acest punct de vedere vorbim despre gândirea emoțională discursivă.

2.2 CLASIFICAREA ȘI DESCRIEREA EMOȚIILOR

Abordarea emoțiilor este tot mai răspândită în ultimele decenii, însă există mai multe păreri în privința definirii, identificării și clasificării emoțiilor. Bernard Rime, în anul 2005, definește emoțiile, trăirile, stările afective ca procese eminentemente interne, subiective, delicate, cu caracter de unicat și foarte puternic personalizate, o realitate ascunsă, discretă, care cu greu poate fi observată

și scapă uneori autoobservației [58, p. 46]. De aceea, echilibrul emoțional este un factor important pentru orice persoană. Echilibrul emoțional în relațiile persoanei cu ambianța socială și cu mediul intern este permanent perturbat, restabilit și din nou întrerupt. Astfel, stările emoționale pot fi pozitive și negative, dar, de cele mai multe ori, ambivalente. În lucrările de specialitate, emoțiile sunt definite în felul următor: emoțiile sunt reacții la unele evenimente importante pentru anumite persoane, incluzând reacții fiziologice, comportamentale, cognitive și experiențe, care pot fi subiective de plăcere sau neplăcere. Emoțiile pot fi definite drept stări psihologice compuse din gânduri și trăiri subiective, modificări fiziologice, comportamente exprese și predispoziții de acțiune. Combinația precisă a acestor elemente diferă de la o emoție la alta, o emoție putând fi însoțită sau nu de comportamente vizibile. Acest complex de stări și comportamente este declanșat de un eveniment fie trăit nemijlocit, fie doar reamintit [9 p.6].

Cercetătorii ruși au o părere deosebită în privința clasificării emoțiilor. Simonov susține că emoția este un atribut al acțiunii, prin urmare, doar o clasificare care va ține cont de natura pragmatică a stărilor emoționale va fi una productivă. Citându-l pe Semionov, Dodonov scrie în una dintre lucrările sale: niciuna dintre clasificările propuse de marii cercetători ai emoțiilor nu a primit recunoaștere largă și nu a fost păstrată ca un instrument eficient pentru căutări și perfecționări ulterioare [103, online]. Dodonov propune un alt criteriu de clasificare a emoțiilor, în funcție de necesitățile care au motivat apariția lor.

Emoțiile comunicative sunt o dovadă a necesității de a comunica. Comunicarea este însoțită de diverse emoții, însă comunicative sunt acelea ce apar ca reacție la satisfacerea sau nesatisfacerea tendinței spre apropierea afectivă (de a avea un prieten, un interlocutor simpatizant) [70, p.24]. Dorința de comunicare dă naștere emoțiilor, dorința de a împărtăși gândurile și trăirile. Dodonov, în această categorie de emoții și atitudini, include: *simpatia, stima față de cineva, recunoștința, dorința* de a fi aprobat [99 *apud* 66, p.24].

Emoțiile altruiste sunt acelea care se caracterizează prin manifestarea empatiei și a grijii. Ele apar din necesitatea de a face fapte bune, de a aduce bucurie și fericire oamenilor. Pe lângă acestea două, Dodonov enumeră emoțiile de luptă, romantice, gnostice, estetice, de achiziționare, hedonice. Emoțiile de luptă sunt acelea care ne motivează să trecem peste un pericol. Riscul este un stimul care ne provoacă emoții de acest gen. Emoțiile romantice se concentrează în jurul sentimentului de dragoste, de afecțiune, ele apar în așteptarea unei minuni [72, p. 25].

Emoțiile gnostice sunt numite intelectuale, adică reflectă necesitatea de a afla informații noi sau, cu alte cuvinte, curiozitatea poate provoca emoții gnostice.

Emoțiile de achiziționare sunt emoțiile legate de interesul de a colecționa ceva, de a aduna sau de a cumpăra obiecte noi.

Emoțiile hedonice sunt acelea care țin de confortul fizic, provocate de soare, de bucate gustoase sau de euforie.

Pornind de la teoria formulată de Charles Darwin în privința universalității emoțiilor, apărută încă în 1872, mai mulți cercetători vin cu diverse completări în vederea clasificării emoțiilor. Conform teoriei lui Darwin, emoțiile sunt vestigii ale vechilor comportamente programate genetic, numite emoții primare. Aceste emoții primare sunt: tristețea, bucuria, frica, furia, surpriza și dezgustul. Acestea au fost completate cu un șir de alte emoții, introduse pe parcurs de diferiți cercetători din domeniu. Paul Ekman introduce disprețul, idee susținută și de Wallance V. Friensen. Seymour consideră că emoțiile primare sunt doar patru, și anume: plăcerea, iubirea, furia și tristețea. Rușinea și vinovăția sunt introduse în lista emoțiilor de către Robert N. Emde, iar anticiparea și acceptarea de către Robert Plutchik.

Robert Plutchik propune o clasificare a emoțiilor secundare, ele sunt prezentate în opoziție. ***(A se vedea caracterizarea desfășurată a emoțiilor în Anexa nr. 1)***

Bucurie – tristețe;

Încredere – dezgust;

Frică – mânie;

Surpriză – anticipare;

Tristețe – bucurie;

Mânie – frică;

Anticipație – surpriză.

Plutchik revine la clasificarea emoțiilor în 1980 și creează cercul emoțiilor. Acest cerc constă din opt emoții fundamentale și opt emoții complexe [123, online].

Roata emoțiilor lui Plutchik are trei caracteristici importante: culoare, straturi și corelația dintre emoții. În ceea ce privește culoarea, cele opt emoții sunt aranjate pe culori care stabilesc un set de emoții similare. Emoțiile primare sunt situate în al doilea cerc. Emoțiile cu culori mai deschise sunt un amestec dintre cele două emoții primare.

Straturile sau cercurile reprezintă intensitatea emoțiilor. Emoțiile corelează între ele în așa mod încât creează relații de opoziție, de intensitate – de la o emoție mai puternică la una mai puțin puternică, iar unele dintre ele prin corelație dau naștere unor noi concepte de emoții sau stări. Prin urmare, emoțiile de bază sunt situate pe al doilea cerc: **bucurie, încredere, frică, surpriză, tristețe, dezgust, mânie, anticipație.**

Fiecare emoție fundamentală are două emoții complexe, iar culoarea ne arată intensitatea emoției. În centrul cercului se află emoțiile mai puternice, apoi intensitatea scade gradual, de exemplu: furia este o emoție puternică, mânia este o emoție mai slabă în comparație cu furia, dar în același timp este o emoție de bază. Înrăirea este o stare care apare după ce **furia și mânia** trec. Această gradare are rolul de a arăta tot spectrul de emoții pe care le putem trăi, cum ar fi:

- încrederea trece de la acceptare la admirație;
- frica trece de la timiditate la teroare;
- surpriza trece de la incertitudine la uimire;
- tristețea trece de la meditare la mâhnire;
- dezgustul trece de la neplăcere la ură;
- furia trece de la iritare spre furie;
- anticiparea merge de la interes la vigilență;
- bucuria trece de la seninătate la extaz.

Aranjarea emoțiilor în cercul proiectat mai sus nu este întâmplătoare, aici este vorba de legea opoziției, **bucuria** este vizavi de **tristețe, frica de mânie, surpriza de anticipare** etc.

Conform cercului de emoții al lui Plutchik, atunci când facem o corelare dintre două emoții complexe apare o altă emoție, după cum urmează:

Interesul + seninătatea = optimism

Seninătatea + acceptarea = dragoste

Acceptarea + aprehensiunea = supunere

Aprehensiunea + distragerea = înfiorare

Distragerea + meditația = dezaprobare

Meditația + plictiseala = remușcare

Plictiseala + iritarea = dispreț

Iritarea + interesul = agresivitate.

Astfel, Plutchik a făcut o claritate în tot amalgamul de emoții existente. Analizând cercul emoțiilor, fiecare persoană poate să-și dea seama nu doar de emoțiile pe care le simte, dar să identifice și originea lor. Toate evenimentele din viața unei persoane, bune sau rele, sunt cauzate de niște factori controlabili, cum ar fi atitudinea, efortul depus și așteptările lui de la aceste evenimente. Cu toate acestea, Plutchik nu a luat în calcul câteva emoții care influențează sau afectează des o persoană, și anume, rușinea și mândria.

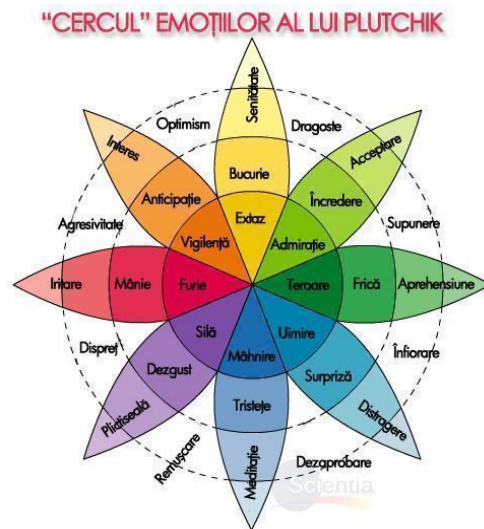


Figura 2.2.1 – Cercul emoțiilor al lui Plutchik

Teoria psihoevoluționară presupune că există opt dimensiuni emoționale de bază, aranjate în patru perechi. Atunci apare întrebarea: dacă sunt doar opt dimensiuni emoționale, fiecare având un număr de sinonime sau termeni ce se referă la o dimensiune emoțională, cum putem explica limbajul total existent al emoțiilor? Variate studii publicate în acest domeniu susțin că multitudinea de vocabule se împart în familii de cuvinte, bazându-se pe similitudine. Dacă urmărim modelul folosit în teoria și cercetarea culorilor, obținem concluzii despre îmbinarea lor, ceea ce înseamnă emoțiile noi ce rezultă din îmbinarea a două sau mai multe emoții fundamentale, așa cum roșul în îmbinare cu albastrul alcătuiesc culoarea violet. Reflectările din aceste studii i-au făcut pe savanți să ajungă la concluzia potrivită căreia bucuria și acceptarea creează o emoție compusă sau mixtă a dragostei, la fel cum dezgustul și furia formează ura sau ostilitatea. În teoria de clasificare a emoțiilor, aceste îmbinări au fost denumite diade primare [47, p.56].

Însă există o altă roată a emoțiilor, de la Geneva, care nu definește emoțiile primare și complexe, dar ne arată un spectru de 20 de emoții, inițial fiind 16.

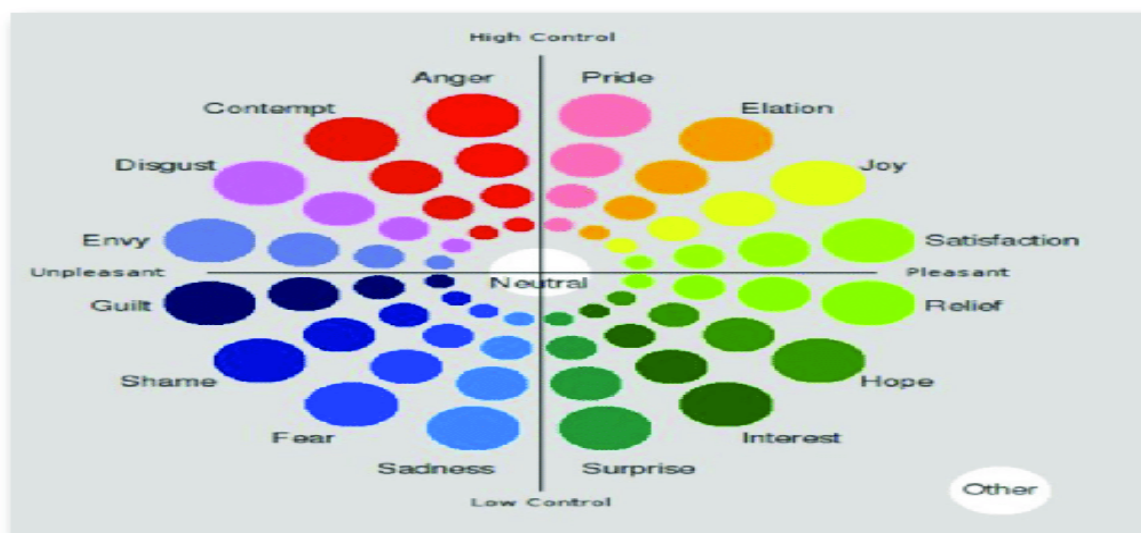


Figura 2.2.2 – Roata emoțiilor de la Geneva

Anger – furie
Contempt – dispreț
Disgust – dezgust
Envy – ură
Pride – mândrie
Elation – euforie
Joy – bucurie
Satisfaction – satisfacție
Relief – consolare
Sadness – tristețe
Fear – frică
Shame – rușine
Guilt – vinovăție
Hope – speranță
Interest – interes
Surprise – surpriză.

Dacă în primul caz era vorba despre intensitatea și corelația emoțiilor, atunci în cazul de față sunt doi parametri diametral opuși față de ceilalți: valența (descriind o situație ca fiind neplăcută sau plăcută) și controlul/puterea (analizând dacă individul are sau nu un control ridicat sau scăzut asupra situației și rezultatele acestora).

Christopher J. Anderson, psiholog american, propune o mixare a emoțiilor din care apar conceptele altor emoții. Prin urmare, combinarea **bucuriei** cu **încrederea** dă naștere **dragostei**, **bucuria** cu **frica** dă naștere **vinovăției**, **surpriza** cu **bucuria** – **încântării**, **supunerea** se naște din **încredere** și **frica**, **curiozitatea** din **încredere** și **surpriză**, **sentimentalismul** din **încredere** și **tristețe**, **respectul** din **frica** și **surpriză**, **disperarea** din **frica** și **tristețe**, **rușinea** din **frica** și **dezgust**, **dezamăgirea** din **surpriză** și **tristețe**, **neîncrederea** din **surpriză** și **tristețe**, **revolta** din **surpriză** și **furie**, **remușcarea** din **tristețe** și **dezgust**, **ura** din **tristețe** și **furie**, **pesimismul** din **tristețe** și **anticipare**, **disprețul** din **dezgust** și **furie**, **cinismul** din **dezgust** și **anticipare**, **agresivitatea** din **furie** și **anticipare**, **mândria** din **furie** și **bucurie**, **dominarea** din **furie** și **încredere**, **optimismul** din **anticipare** și **încredere**, **anxietatea** din **anticipare** și **furie** [139, online].

Daniel Goleman are o altă abordare asupra clasificării emoțiilor, și anume aceea că toate emoțiile complexe provin de la cele opt emoții fundamentale. Prin urmare, din **mânie** provin: **furia**, **resentimentul**, **exasperarea**, **indignarea**, **vexarea**, **animozitatea**, **irascibilitatea**,

ostilitatea, ura. Din **tristețe** provin: **supărarea, mâhnirea, îngâmfarea, melancolia, mila de sine, singurătatea, disperarea, deprimarea.** De la **frică** provin: **anxietatea, nervozitatea, preocuparea, uimirea, neînțelegerea, îngrijorarea, teama, spaima, groaza, fobia, panica.** Din **bucurie** apar **fericirea, ușurarea, mulțumirea, binecuvântarea, încântarea, amuzamentul, mândria, plăcerea senzuală, răsplata, satisfacția, extazul.** **Iubirea** dă naștere la **acceptare, prietenie, încredere, amabilitate, afinitate, devotament, adorație, dragoste, milă.** Din **surpriză** apare **șocul** sau **mirarea.** **Dezgustul** provoacă **dispreț, aversiune, detestare, repulsie,** iar **rușinea – vinovăție, jena, supărare, remușcare, umilință și regret.** Goleman mai afirmă că pe baza emoțiilor se formează predispozițiile sau starea de spirit, care sunt mai puțin evidente/intense ca emoțiile, dar au o durată mai mare.

Analizând mai multe clasificări, ne dăm bine seama de spectrul larg al emoțiilor, însă la baza lor stau cele opt emoții fundamentale pe care le identifică încă Aristotel.

Considerăm că emoțiile care stau la baza personalității pot varia de la o persoană la alta, dar cele mai importante rămân emoțiile pe care le trăim mai des sau chiar zilnic. Experiențele noastre emoționale se grupează în jurul categoriilor de emoții. Experiențele emotive sau sentimentele se referă la partea subiectivă resimțită în starea emoțională a individului. Fiecare categorie de emoții descrie unele trăsături unificate, împărtășite ale stării emoționale actuale și experienței, chiar dacă granițele dintre acestea sunt neclare.

Concluzionăm că unele categorii de emoții, inclusiv furia, frica, dezgustul, fericirea, tristețea și surpriza diferă în manifestări într-o manieră care este consecventă între indivizi. Astfel, ar fi prezumpțios să sugerăm că toate emoțiile umane sunt membri corelativi ai unui singur sistem, un sistem în care proprietățile fiecărei categorii de emoții pot fi diferențiate de proprietățile celorlalte emoții.

2.3 NIVELUL COMUNICATIV – PRAGMATIC AL EMOTIVITĂȚII ȘI AFECTIVITĂȚII

În acest subcapitol ne propunem să elucidăm modalitățile de valorificare a elementelor discursive emotive ca fenomene comunicative sistemice complexe în organizarea discursului specializat. Avem certitudinea că pragmatica discursului necesită identificarea unei unități care se referă nu doar la conținut, dar și la dinamica discursului, mai exact la modul prin care se realizează coeziunea. Cele două tipuri generalizate de discurs – instituțional și personal, introduse de Vladimir Karasik, filolog rus, corespund parametrilor unui sistem pragmatic și comunicativ. Conform principiului tonalității comunicării, autorul identifică următoarele tipuri de discurs: informativ, fatic, de statut, ludic, solemn, ideologic, fascinant, ipotetic, agresiv, ezoteric, manipulativ și de mentorat [106, p.350].

Mai mulți cercetători ruși oferă următoarea clasificare a discursurilor:

- După principiul straturilor profesionale (pedagogice, diplomatice, sportive, politice, economice, juridice, medicale etc.);
- Conform principiului straturilor corporative și subculturale (bancar, religios, ezoteric, sacru, laudativ/eroic/revoluționar, partizan, terorist, criminal);
- Discursuri de comunicare cotidiană (familiar, al copiilor, al tinerilor, de dragoste);
- Discursuri de comunicare virtuală (fabuloase, computer, forum, chat discurs).

Dinamica contextului sociocultural este continuă, astfel încât această clasificare și listă de discursuri poate fi extinsă și completată. Fiecare discurs poate fi manipulativ în funcție de situaționalitate și intenționalitate. Manipularea este procesul *de a influența prin diverse mijloace modul de a gândi și de a acționa al unei persoane sau al unei colectivități*. O altă definiție a manipulării este: *a antrena, prin mijloace de influențare psihică, un grup uman, o comunitate sau o masă de oameni la acțiuni al căror scop aparține unei voințe străine de interesele lor; a influența opinia publică prin mass-media sau prin alte metode persuasive* [DEX, online]. Prin discurs manipulativ înțelegem un fapt comunicativ ai cărui participanți sunt reprezentanți ai diferitelor grupuri sociale (în funcție de tipul de discurs: instituțional sau personal), scopul pragmatic al acestuia este de a crea în conștiința destinatarului noi cunoștințe benefice, atitudini valorice schimbate și o imagine lingvistică schimbată a lumii care nu va coincide cu ideile anterioare ale destinatarilor, pe care le-ar putea forma singur. Strategia influenței manipulative se realizează folosind o varietate de tehnici lingvistice pe mai multe niveluri, cum ar fi o modalitate specială, utilizarea metaforelor, a

întrebărilor retorice, categorizarea publicului în prieten sau dușman etc. Pragmatica comunicativă a discursului se realizează prin valorificarea particularităților esențiale, cum ar fi: actele vorbirii, modalizarea, coerența, coeziunea, emotivitatea și afectivitatea.

Teoria actelor vorbirii a constituit impulsul de bază al dezvoltării pragmaticii, fiindcă cercetările din acest domeniu au schimbat perceperea limbii de către cercetătorii din lingvistică. La baza teoriei respective stau lucrările cercetătorului britanic John Austin, în special lucrarea sa *How to do things with words* – ideile din această carte au fost preluate și dezvoltate mai târziu de către John Searle în lucrarea *Speech Acts*. Austin a descris pentru prima dată complexitatea actelor verbale. După cum rezultă din categorisirea lui Austin, actele de vorbire au trei componente: locuționară (care este componenta formării frazelor în conformitate cu regulile gramaticii), ilocuționară (vorbitorul produce un enunț cu o anumită intenție, atașând acestuia o forță ilocuționară) și perlocuționară (efectele ilocuției – indiferență, umplerea unui gol cognitiv, producerea unor acțiuni motorii, inducerea temei etc. – reprezintă componenta perlocuționară a actului de vorbire). Austin specifică ideea precum că verbelor performative le este specifică asimetria dintre forma de persoana I, numărul singular, indicativ prezent activ – singura cu valoare performativă – și celelalte forme din paradigmă – care au valoare descriptivă – simetrie care nu funcționează pentru restul verbelor.

Tot Austin semnalează distincția dintre enunțurile constatative, care descriu, relatează sau consemnează o stare de fapt, și enunțurile performative, a căror emitere implică realizarea practică a acțiunii exprimate de verbul din propoziția regentă. Cele două tipuri de enunțuri nu prezintă în mod necesar diferențe formale, performativele putând împrumuta forma declarativă, specifică pentru constatative, inclusiv „machiajul” lor gramatical [36, p.31]. Dintre acestea, actele performative sunt metalingvistice și posedă o forță ilocuționară. În general, orice act verbal are forță ilocuționară.

Ceea ce vizează tema cercetării noastre este actul perlocuționar. Fiind aspectul discursului, actul perlocuționar se pretează cel mai ușor la inscripție și caracterizează, de preferință, limbajul vorbit. Dar acțiunea perlocuționară constituie tocmai ceea ce în discurs este cel mai puțin discurs. Este discursul ca stimul. El operează nu prin intermediul recunoașterii de către interlocutor a intenției mele, ci, dacă se poate spune, prin energia sa, în virtutea influenței sale directe asupra emoțiilor și a dispozițiilor afective. Actul propozițional, forța ilocuționară și acțiunea perlocuționară sunt astfel susceptibile, într-o ordine descrescândă, de exteriorizări intenționale care fac posibilă inscripția în scriitură [57 *apud* 30, p.54].

Coeziunea scrisului se concentrează asupra aspectelor gramaticale ale scrisului/discursului. Dar scrierea coezivă nu înseamnă doar fraze rostite sau scrise corect gramatical; coeziunea se referă la legătura dintre idei atât la nivelul frazelor, cât și la nivelul paragrafelor. Prin urmare, coerența este

termenul folosit pentru a descrie modul în care un text stabilește legături atât în interiorul sensului unei propoziții, cât și între propoziții. În esență, coerența se referă la conținutul unui text, sensul pe care acesta încearcă să-l transmită. Atunci când textele nu sunt coerente, ele nu au sens sau îngreunează cititorul să urmeze și să înțeleagă un mesaj. Coerența se bazează adesea pe cunoștințele cititorilor și, uneori, este slabă, deoarece presupune prea multă cunoaștere atât din partea oratorului/scriitorului, cât și a publicului/cititorului. Într-un discurs științific, când autorul este implicat în interacțiunea scrisă, el poate să-și planifice cu atenție și să-și revizuiască textul, iar cititorul poate reciti textul pentru a obține o înțelegere suficientă. Cu toate acestea, contextul discursului este disociat [81 p.67] și lipsește o conexiune reciprocă în managementul discursului [87, p.209].

Daniel Chandler, în *Semiotica pentru începători*, specifică faptul că în lexicul unei limbi cele mai multe cuvinte sunt, de obicei, substantive [78, p.10]. De regulă, aceste substantive denumesc niște concepte abstracte. Pentru ca să decodifice mesajul transmis de locutor, el trebuie să fie familiarizat cu toate lexemele sau, cel puțin, cu unele concepte ale cuvintelor. Emițătorul, la rândul său, structurează mesajul după intenția și atitudinea lui personală.

Modalitatea este categoria semantică, parțial gramaticalizată, care exprimă raportarea locutorului la un conținut propozițional, atitudinea sa cognitivă, volitivă sau evaluativă față de stările de lucruri, reale sau potențiale, descrise prin limbaj [32, p.673]. Prin urmare, modalizarea reprezintă marcarea în mesaj a modalității [32, p.673]. Ea depinde de fiecare enunț reproduș oral sau scris, mai cu seamă, de gradul de cunoaștere a realității, de informația conținută în enunț, de intenție și de atitudine. Atitudinea volitivă este asumată subiectiv și orientată spre emițător, cea impozitivă este prezentată ca obiectivă și orientată spre destinatar [31, p.673]. Tot în acest context menționăm că modalitatea este o categorie subiectivă, și anume, aceasta se manifestă prin utilizarea în discurs a persoanei I: *sunt de părere că [...], cred că [...], sunt sigur de [...]*. În unele contexte, aceasta poate avea o nuanță de obiectivizare, și anume când se vorbește despre ceva vag: *se pare, e frumos, e interesant* etc. Astfel, modalizarea este o parte a subiectivității, care presupune anumite abilități lingvistice ce se dezvoltă fără efort conștient, însă care reprezintă ceea ce suntem noi. Prin urmare, în orice discurs este o parte subiectivă ce aparține autorului, o părere proprie pronunțată prin prisma subiectivității.

Pentru Michael Foucault subiectivitatea este construită prin relația putere/cunoaștere, dar nu dă detalii despre practicile discursive prin care are loc procesul.

Emile Benveniste definește subiectivitatea prin intermediul unor indicatori de subiectivitate. Printre cei mai importanți indicatori, Benveniste evidențiază ambreiorii. Un ambreior este o unitate lingvistică a cărei valoare referențială depinde de mediul spațio-temporal al ocurenței sale.

Ambreiorii, de obicei, sunt pronumele personale eu-tu, pronumele demonstrative (această situație, acest caz), precum și timpurile verbului [92, p.205].

În opinia lui Dominique Maingueneau, într-un discurs trebuie făcută diferența dintre enunțuri cu ambreiori și enunțuri fără ambreiori, astfel, el propune a se face o distincție între planul ambreiat și planul nonambreiat [49, p.68].

Pe lângă modalizare, o altă formă a subiectivității este afectivitatea. Comunicarea dintre oameni urmărește diverse scopuri, mijloacele limbii fiind folosite nu numai pentru a informa, ci și pentru a sugera anumite atitudini, stări, emoții, pentru exprimarea sentimentelor etc. și de fiecare dată vorbitorii trebuie să aleagă în mod adecvat mijloacele de limbaj care satisfac necesitățile concrete de comunicare [14, p.20]. Afectivitatea poate fi cercetată atât din punct de vedere psihologic, cât și lingvistic. Din punct de vedere psihologic, afectivitatea cuprinde trăiri, atitudini dezvoltate, sentimente. Ea este procesul psihic cel mai apropiat de personalitate și prezintă niște trăsături constante și manifestări caracteristice. Afectivitatea corespunde universului subiectiv. Literatura psihologică vehiculează o serie de definiții ale proceselor afective și ale afectivității, utilizând din abundență o terminologie complexă. Afectivitatea este echivalată cu niște trăiri interioare ale unei persoane, ea oferă omului o viață mai activă, plină de culoare. Fără afectivitate omul ar fi ca un robot, pe când procesele afective fac persoana mai complexă din punct de vedere psihologic. Afectivitatea este în strânsă corelație cu unele situații și circumstanțe discursive sau chiar poate fi numită o reacție la unele situații. De cele mai multe ori, persoana are o reacție mai puternică la o situație spontană, neașteptată. Psihologii din Republica Moldova, Ion Negură și Elena Losii, în lucrarea *Psihologia generală*, susțin că în cursul psihologiei generale se prezintă ideea științifică despre principiile generale teoretice și metodele principale ale psihologiei, ei caracterizează noțiunile științifice de bază ale psihologiei. Aceste noțiuni le se grupează în trei categorii principale: procese psihice, stări psihice și proprietăți psihice sau particularități ale personalității.

Afectivitatea este o componentă esențială și indispensabilă a sistemului psihic uman, la fel de necesară și logic determinată ca și celelalte componente – cognitivă, motivațională, volitivă. Ea reprezintă o modalitate specifică de relaționare cu lumea și cu propriul Eu. Astfel, poate fi definită ca reflectare sub forma unei trăiri subiective de un anumit semn, de o anumită intensitate și de o anumită durată a raportului dintre dinamica evenimentelor interne (stări de necesitate) și dinamica evenimentelor (situațiilor) externe. Raportul respectiv poate fi ne semnificativ sau neutru și, în acest caz, nu se produce nicio trăire emoțională sau semnificativă – caz în care se produce o trăire emoțională: pozitivă, dacă este „consonant” și negativă, dacă este disonant [103, online].

Prin noțiunea de afectivitate se desemnează ansamblul de reacții emoționale spontane, prin elemente marcate de conștiință și pasiuni generate de anumite atitudini, necesități, trebuințe, interese, aspirații pe care o persoană le poate trăi intrând în contact cu societatea sau cu alte persoane. Afectivitatea pulsează tot timpul în viața momentului, de aceea poate fi considerată un fel de „musculatură” a activității psihice curente, dar și a reflectărilor interioare. În același timp, afectivitatea este o permanentă alarmă în procesul de adaptare, dar și o expresie a confortului sau disconfortului provocat de situații și de starea generală psihică concomitentă [54, p.42]. Unii psihologi desemnează mai multe tipuri de afectivitate, dar mai cu seamă, forme structurale ale afectivității. Printre acestea se identifică: sentimentele, pasiunile, stările organice emoționale, stările obiective emoționale simple și complexe. Unele dintre acestea sunt înnăscute: frica, bucuria, iar altele sunt dobândite: emoțiile morale.

O modalitate de expresie a afectivității este anxietatea, aceasta se realizează atât ca stare exprimată prin teama activă de ceva neclar, vag, nedefinit, dar, analizată ca o caracteristică a unui individ, este o predispoziție a acestuia spre teamă, frică.

Toate trăirile emoționale sunt însoțite și exteriorizate printr-o serie de reacții vegetative și motorii. Reacțiile vegetative țin de ritmul cardiac, puls, culoarea pielii etc., iar cele motorii țin mai mult de exteriorizarea lor: plânsul, strigătul, interjecțiile etc. Emoțiile, în general, au două funcții la om: cea de comunicare și cea de adaptare. Emoțiile de comunicare sunt niște reacții subiective ale persoanei, iar cele de adaptare sunt o parte a comportamentului omului, și anume a comportamentului de apărare.

Din punct de vedere lingvistic, studiul afectivității cunoaște în ultimele decenii un interes deosebit, manifestat în aproape toate domeniile lingvistice, conturând un univers de descriere și analiză complexă, eterogenă, greu de structurat și care lasă loc unei multitudini de interpretări complementare. Ea este studiată din mai multe perspective, cum ar fi: cea gramaticală, în care studiile teoretice adoptă, mai întâi de toate, o perspectivă sintactico-semantică, urmărindu-se realizarea unei taxonomii a numelor și verbelor de afecte sau descrierea comportamentului lor sintactic. Perspectiva lexico-semantică vizează descrierea unui lexic al emoțiilor/sentimentelor/afectelor într-o limbă dată, delimitarea unui câmp al afectivității și al naturii trăsăturilor semantice de bază care îl structurează; sunt analizate probleme ale semantismului din perspectiva caracterului abstract primordial și a abilității trăsăturilor semantice componentiale. Problematizarea are în vedere valabilitatea unor categorii clasificatoare, încadrarea în limite riguroase ale cuvintelor în câmpul semantic afectiv etc. O altă perspectivă de cercetare este cea pragma-retorică, urmărind rolul afectelor în comunicare și la nivel discursiv (exprimarea, comunicarea și interacțiunea

emoțiilor); se delimitează două direcții principale de analiză și interpretare: o abordare retorico-argumentativă (rolul argumentativ al emoției) și una interacționistă (emoția în interacțiune, studiată pe baza unui corpus, în diferite situații de comunicare) [161, online].

Prin urmare, orice emoție poate lua forma unui discurs, dar nu orice discurs poate avea încărcătură emoțională. Nu putem identifica exact ce ne transmite un emițător, putem doar să intuim. Când analizăm profund un discurs, identificând particulele fonetice, semantice, gramaticale, ajungem la o concluzie despre starea locutorului atunci când a scris discursul dat. Identificăm și intenția, și atitudinea față de subiectul discursului. Desigur, aici nu putem să evităm subiectivitatea ca o categorie semantico-gramaticală importantă. Fiecare receptor al discursului poate interpreta ceea ce aude în felul său, iar emițătorul să aibă o cu totul altă atitudine. Atunci când persoana trăiește emoții intense, ea utilizează inconștient unele expresii ce denotă ceea ce o domină la momentul actului vorbirii. Astfel, cu cât emoția este mai intensă, cu atât și discursul va fi mai expresiv emoțional.

Mai mulți lingviști stilisticieni au cercetat legătura dintre afectivitate și limbaj. Charles Bally consideră că limbajul exprimă, chiar propune o definiție a stilisticii afective: ea studiază faptele de expresie ale limbajului organizat din punctul de vedere al conținutului lor afectiv [91, p.16].

În aceeași ordine de idei, emotivitatea este un concept cercetat de multe decenii la rând. Emoția este un termen elementar și complex în același timp. Acum două secole, psihologii precizau că psihicul uman se compune din intelect, voință și sentimente. În cercetările de specialitate, emoțiile au fost definite ca procese senzoriale, ca instincte, ca trebuințe, ca reflexe sau ca modificări vegetative. Prin urmare, câmpul afectiv este vast și dificil de interpretat, deoarece depinde de multe alte structuri psihice, precum motivația, aspirațiile și interesele, trăsăturile caracterial-temperamentale [25, p.110].

Tipul cantitativ al emotivității se referă la nivelul elementelor textuale, care au un conținut emotiv: temă emotivă, tonalitate emotivă a textului, subtemă emotivă, lipsa emotemelor, lipsa elementelor tonului emotiv [47, p.83].

Emoțiile sunt un subiect care prezintă interes pentru cercetătorii nu doar din psihologie, dar și din sociologie, antropologie, lingvistică. Din acest motiv au și apărut asemenea discipline ca psihologia socială, psiholingvistica etc. Tot în contextul dat a apărut și știința „fenomenologia”. O vastă disciplină și metodă de cercetare în filosofie, fenomenologia este dezvoltată, în mare măsură, de filosofii germani Edmund Husserl și Martin Heidegger, care se bazează pe premisa că realitatea constă din obiectele și evenimentele („fenomenele”) care sunt percepute sau înțelese în conștiința umană și nimic nu este independent de conștiința umană [120, online]. Cu alte cuvinte, fenomenologia

este ceea ce trăim noi, experiența noastră de zi cu zi. Aici se includ și asemenea procese psihice ca: imaginația, gândirea, voința, emoția etc.

În ultimii ani, în cadrul paradigmei cognitive, cercetătorii și-au orientat atenția asupra unei probleme care afectează interesele uneia dintre noile domenii ale lingvisticii – emotiologia (sau lingvistica emoțiilor), a cărei sferă acoperă cultura afectivă a comportamentului vorbirii în societate, competența emoțională a *homo loquens*, lacunele comunicative emoționale, semnificațiile emoționale ale jocului, mijloacele lexicale și pragmatice ale limbajului atât în comunicarea intraculturală, cât și în cea interculturală [107, p.78].

Aspectul novativ al acestei tendințe, care s-a dezvoltat în ultimii ani atât în lingvistica autohtonă, cât și în cea străină, ține de partea pragma-semantică a emotivității formațiunilor discursive ca unități lingvistice (enunț – practică – mișcare – discurs), incluse în procesul de dezvoltare în realitatea înconjurătoare [164, online].

În viziunea lui Cosmovici, ea studiază modul de comportare a persoanei, toate reacțiile psihice – dar psihologul are nevoie și de trăirile sale interioare [17, p.24]. Darwin afirmă că emoțiile intră în însăși definiția omului, fiind reacții realmente indispensabile, iar aceasta nu numai în sfera socialului. În absența emoțiilor ar domni pustiul. În literatura de specialitate afectivitatea mai este numită și univers afectiv.

Prin univers afectiv înțelegem ansamblul emoțiilor și sentimentelor, exprimate într-un stil psiho-emoțional individual al persoanei [13, p.11]. Prin urmare, afectivitatea poate fi cercetată atât în plan complex, universal, cât și individual. Stilul psiho-emoțional al unei persoane poate fi cu totul diferit de un alt stil al altei persoane, acesta reprezintă specificul temperamentului, trăsăturile de personalitate și de caracter cu anumite competențe emoționale, care sunt reflectate în comportamentul social prin valori emoționale specifice. Iată de ce pătrunderea în universul afectiv al persoanei este un lucru complicat și necesită competențe emoționale, deoarece comportamentul unui om nu poate fi explicat doar din punctul de vedere al rațiunii, el trebuie explicat și din punct de vedere emoțional. Afectivitatea se referă la stările emoționale propriu-zise: emoțiile discrete sau emoțiile situaționale curente. Ea se mai referă la caracteristicile relativ stabile ale condiției emoționale, cum ar fi afectivitatea pozitivă și cea negativă. Afectivitatea pozitivă desemnează tendința persoanei de a experimenta predominant emoții pozitive, iar afectivitatea negativă se referă la tendința de a experimenta predominant emoții negative [13, p.12]. Mai mulți cercetători sunt de părere că afectivitatea pozitivă se referă la diferite clase de variabile, cum ar fi activitatea socială și frecvența evenimentelor plăcute. Aceasta se referă, de asemenea, destul de pronunțat la sentimentul de satisfacție în viață. Energia ridicată și angajamentul, optimismul și interesul social sunt caracteristice

indivizilor cu afectivitatea pozitivă înaltă și sugerează că este mai probabil să fie mulțumiți de viața lor. Afectivitatea negativă presupune o varietate de emoții negative, inclusiv furie, dispreț, dezgust, vinovăție, frică și nervozitate. Afectivitatea negativă scăzută se caracterizează prin stări frecvente de calm și seninătate, împreună cu stări de încredere, activitate și mare entuziasm. Persoanele cu un efect negativ puternic vor prezenta, în medie, niveluri mai ridicate de suferință, anxietate și nemulțumire și vor tinde să se concentreze asupra aspectelor neplăcute ale lor, ale lumii, ale viitorului și ale altor oameni și, de asemenea, evocă evenimentele negative ale vieții [184, online].

Prin urmare, afectivitatea și emotivitatea izvorăsc din trebuințe, prind contur în funcție de dinamica acestor necesități și sunt considerate drept efect al raportului dintre evenimentele externe și starea internă a persoanei.

2.4 MANIPULAREA ȘI PERSUASIUNEA ÎN DIFERITE TIPURI DE DISCURS

Potrivit cercetătorilor, conceptul de manipulare nu are o interpretare clară, astăzi nu există o „definiție unică și general acceptată a manipulării pentru toate științele sau numai pentru lingvistică” [101, p.46], „vagul termenului complică definiția esenței fenomenului” [108, online].

Manipularea verbală este definită ca un impact vizat asupra locutorului pentru a-i schimba comportamentul în interesul manipulatorului. Ca principale caracteristici ale manipulării, cercetătorii disting următoarele: „neconștientizarea prin obiectul manipulării a impactului efectuat asupra acesteia; impactul nu numai asupra sferei conștientului (minții), ci și asupra sferei inconștientului (instincte, emoții), care nu pot fi controlate în mod arbitrar; controlul atitudinii obiectului de manipulare față de obiectele și fenomenele lumii înconjurătoare în direcția necesară manipulatorului, atingerea de către manipulator a obiectivelor sale secrete, egoiste la nivelul obiectului manipulării, denaturarea deliberată a faptelor din realitatea înconjurătoare (dezinformarea, selecția informațiilor etc.); crearea de iluzii și mituri etc.” [155, online], „intenționalitatea „negativă” a adresatorului; natura ascunsă a impactului; impactul distructiv asupra individului și asupra societății în ansamblu; distructivitatea; inacceptabilitatea din punct de vedere etic” [101, p.47]. Potrivit Irinei Belyaeva, discursul manipulator ocupă „o poziție intermediară între două puncte extreme – între informații de încredere (adevărata, complete) și minciuni. Minciuna și manipularea se opun diferitelor tipuri de adevăr: minciunile se opun „adevărului semantic”, manipularea se opune „adevărului pragmatic” [101, p.47].

Tatiana Golubeva consideră că principalul criteriu care determină caracterul manipulator al discursului vizează intenția din partea vorbitorului de a formula anumite enunțuri cu care destinatarul trebuie să fie de acord și care ar fi respinse în condiții normale de prelucrare a informațiilor. Enunțurile utilizate în discursuri manipulative în orice situație sunt considerate incorecte (false, de necrezut, îndoielnice, care nu corespund bunului simț) și de aceea sunt actualizate prin strategii ascunse pe care le studiază lingvistica [136, online]. Enunțurile utilizate în discursuri pentru manipulare, făcând recurs la morală, sunt cel mai frecvent explorate în discursul manipulativ, „deoarece realitatea poate fi testată, în timp ce valorile morale sunt instabile și variază de la o persoană la alta, de la o comunitate la alta.” În același timp, acceptabilitatea enunțurilor cu tentă morală actualizate prin discurs se datorează culturii morale, care este o serie de presupuneri despre starea dorită de lucruri care predomină în această cultură lingvistică” [183, online].

Astfel, manipularea este acțiunea de a influența prin mijloace specifice opinia publică, încât persoanele manipulate să aibă impresia că acționează conform ideilor și intereselor proprii. În

realitate, ele preiau o părere (argumentare, idee, evaluare) care nu le aparține, ci le-a fost indusă prin diferite mijloace. Principalele tehnici prin care se realizează manipularea opiniei publice sunt zvonul, comunicarea toxică, dezinformarea și propaganda [150, online].

Manipularea conștiinței umane poate fi realizată cu ajutorul diverselor mijloace, inclusiv prin intermediul limbajului. Unul dintre subiectele de cercetare ale lingvisticii cognitive se referă la mijloacele lingvistice de manipulare. Rezultatele acestor studii sunt interesante atât pentru oamenii de știință, cât și pentru cei care nu sunt preocupați nemijlocit de cercetare, dar care aplică aceste mijloace de manipulare în diverse forme și în grade diferite prin discursurile pe care le formulează cu diferite ocazii. În ultimele decenii, manipularea prin vorbire a devenit un subiect aparte al lingvisticii, dar, în ciuda actualității acestui subiect, mecanismul persuasiunii nu a fost descris amănunțit, în toată complexitatea lui, nu există o clasificare clară a mijloacelor de manipulare.

Potrivit cercetătoarei Valeria Cherneavski, discursul de manipulare este un efect de vorbire care vizează implicit influența ascunsă asupra destinatarului, determinându-l să efectueze anumite acțiuni [188, online].

Emitătorul are ca scop insuflarea latentă în conștiința receptorilor a dorințelor, a relațiilor, a atitudinilor sale, care nu coincid neapărat cu interesele destinatarului. Prin urmare, scopul manipulării prin limbaj este de a convinge persoana manipulată (destinatarul) să accepte anumite afirmații ca fiind adevărate, fără a ține cont de alte argumente.

În acest context este interesantă opinia lui Solomon Marcus, care susține că persuasiunea este un proces de ghidare a oamenilor pentru a adopta idei, atitudini sau acțiuni (raționale sau mai puțin raționale). Ea se bazează pe discuții și pe „atractivitatea prezentării” în locul folosirii mijloacelor de forță. Manipularea este o formă extremă a persuasiunii, în care doar o parte beneficiază pe seama celeilalte părți. Aristotel a afirmat: „Retorica este arta descoperirii, iar într-un caz particular, a descoperirii mijloacelor de persuasiune aflate la îndemână” [68, p.22].

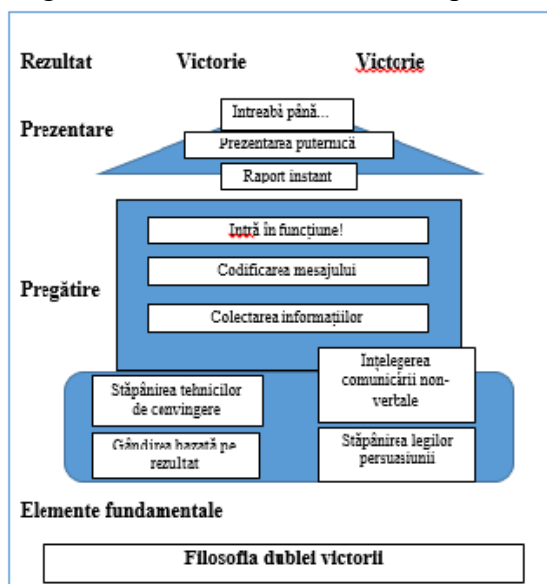
Concluzia la care ajunge cercetătorul este că persuasiunea are capacitatea de a le induce convingeri și valori altor persoane, influențându-le gândurile și acțiunile prin strategii specifice. Există un fapt dat în mod atât de firesc încât nici nu mai este sesizat fără un efort special: în permanență primim mesaje destinate să ne influențeze (de exemplu, citind ziarul în fiecare zi, ascultând predica unui preot, uitându-ne la un indicator rutier, discutând cu un prieten despre un film etc.). Așadar: persuasiunea este peste tot [68, p.22].

Cercetătoarea Angela Bidu-Vrânceanu descrie pertinent traseul spre cunoașterea și controlul acestui fenomen (de a ne schimba sau nu opiniile, sentimentele, intențiile și

comportamentele) și consideră că trebuie cunoscute anumite procese psihologice prin care este analizată informația: atenția, gândirea, memoria, limbajul, motivația, conștientul-inconștientul, atitudinile, aprecierile valorice, inteligența, tendințele, actele voluntare, conduita, judecățile, intențiile, adaptarea la mediu etc. – deci, în general, aspectele cognitive, afective, fiziologice și morfologice ale individului [4, p.23].

În aceeași ordine de idei, evidențiem structura mass-mediei, mai cu seamă, problemele sociologice și politice: departamentele care controlează informația prestată, cui aparțin mijloacele de difuzare, cum influențează anumite grupuri difuzarea informației etc.

O atenție deosebită, prin prisma lingvisticii, trebuie atrasă și conținutului mesajelor. Acesta presupune conținutul explicit și conținutul latent al discursului, valorile vehiculate, semnele și simbolurile ce au încărcătură atât semantică, cât și emoțională. Prin urmare, contextualitatea discursivă implică factori lingvistici de ordin semantic, semiotic și din sfera antropologiei culturale. Persuasiunea, formă a comunicării de influență, care presupune coordonarea obiectivelor emițătorului cu scopurile individuale, de grup sau organizaționale ale receptorilor, se realizează în baza unor argumente raționale, prezentate selectiv și într-o ordine subiectivă, dar și în baza unor fundamente emoționale sau culturale. Manipularea, înțeleasă ca formă de influență care presupune determinarea unui actor comunicațional să acționeze în mod compatibil cu interesul enunțiatorului și diferit față de interesele sale, se realizează în limitele unei raționalități bazate pe argumente false sau falsificabile, pe fundamente ideologice, pe influență



emoțională, nonrațională [140, online].

Kevin Hogan prezintă paradigma persuasiunii, care constă din: [32, p.33]

Figura 2.3 Tehnica dublei victorii de Kevin Hoggan

Tehnica Dublei victorii este o tehnică pentru a ajuta oamenii să acționeze conform unei mentalități bine organizate. La baza acestei scheme stă filosofia dublei victorii, adică este suficient să crezi în existența acestei filosofii.

Elementele fundamentale pe care se bazează figura în discuție sunt acelea de a cunoaște următoarele principii:

1. Stăpânirea tehnicilor de convingere;
2. Înțelegerea comunicării nonverbale;
3. Gândirea bazată pe rezultat;
4. Stăpânirea legilor persuasiunii.

O persoană nu poate persuadea conștient, dacă nu cunoaște tehnicile de convingere. Procesul persuasiv se poate întâmpla la nivel de subconștient, persoana să influențeze o altă persoană, dar să nu-și dea seama despre aceasta. Comunicarea nonverbală are un impact major în acest sens, deoarece prin limbajul nonverbal omul transmite mult mai multă informație decât prin limbajul verbal. Persuadarea conștientă este un mijloc de manipulare care presupune o planificare detaliată; persoana orientată spre un rezultat sigur va fi motivată să implementeze toate tehnicile de manipulare cunoscute.

Un alt element fundamental este cunoașterea legilor persuasiunii. Conform lui Kevin Hogan, există nouă legi ale persuasiunii. Acestea sunt:

1. Legea reciprocității – când cineva vă dă ceva de valoare perceptibilă, reacționați imediat prin dorința de a-i da ceva în schimb;
2. Legea contrastului – când două articole sunt relativ diferite unul de altul, ni se vor părea și mai diferite dacă le plasăm alături în spațiu sau timp;
3. Legea prieteniei – când cineva vă cere să faceți ceva și înțelegeți că acea persoană are în vedere propriile dumneavoastră interese, aveți o motivație puternică de a-i îndeplini cererea;
4. Legea așteptării – când cineva în care aveți încredere sau pe care îl respectați se așteaptă să efectuați o sarcină sau să atingeți un anumit rezultat, veți tinde să vă ridicați la înălțimea așteptărilor lui, indiferent în ce sens – pozitiv sau negativ;
5. Legea asocierii – tindem să dăm aceeași apreciere produselor, serviciilor sau să susținem aceleași idei, care sunt susținute de alți oameni pe care-i simpatizăm sau îi respectăm;
6. Legea consecvenței – când un individ anunță, în scris sau oral, că ia o anumită atitudine față de o problemă sau cu privire la un punct de vedere, el va tinde să apere ferm acea convingere, indiferent de corectitudinea ei, chiar și în fața unor probe contrare covârșitoare;

7. Legea penuriei – când o persoană constată că un lucru pe care și-l dorește se găsește doar într-o cantitate limitată, crede că valoarea acelui lucru dorit este mai mare decât dacă s-ar găsi din abundență;

8. Legea conformismului – majoritatea oamenilor tind să fie de acord cu propunerile, produsele sau serviciile care vor fi percepute ca acceptabile de majoritatea celorlalți oameni sau de majoritatea membrilor grupului din care face parte individul;

9. Legea puterii – oamenii au puterea asupra altor oameni în măsura în care sunt percepuți ca având mai multă autoritate, forță, experiență [33, p.49].

Toate aceste legi guvernează implicit, într-o măsură mai mare sau mai mică, complexul proces de persuadare, iar obiectivele ei se pot explica prin decodificarea intenției locutorului. Fiecare emițător are un scop bine determinat, de cele mai multe ori un discurs fiind alcătuit cu scopul de a convinge un anumit public, iar aceste nouă legi sunt un ghid de structurare a discursului pentru emițător și o matrice de decodificare pentru receptori.

Pregătirea emițătorului începe de la colectarea informațiilor – o persoană nu poate recurge la persuasiune fără a cunoaște detaliat informația despre subiectul abordat. Codificarea mesajului are loc cu scopul de a interesa publicul, persoana curioasă va explora subiectul care i-a atras atenția. După ce colectăm informația și formulăm discursul, îl prezentăm. Prezentarea trebuie să fie una convingătoare, să aibă o structură bine gândită, ca, într-un final, să-i asigure emițătorului atingerea scopului.

Ultima etapă de întocmire a unui discurs persuasiv de succes este a adresa întrebări, de cele mai multe ori, retorice. Această etapă se rezumă la formularea unor întrebări de către emițător până la implicarea receptorilor. O astfel de anticipare a întrebărilor dă receptorului un plus de încredere în persoana-emițător, deoarece el răspunde la întrebări fără a fi întrebat, adică el cunoaște foarte bine subiectul discutat. Rezultatul final, în viziunea lui Kevin Hogan, este o victorie dublă, probabil una asupra publicului și una asupra propriei persoane.

Este foarte important ca în procesul de persuasiune să se țină seama de starea de spirit a individului, de asemenea, e foarte important să se cunoască starea de spirit dorită de cealaltă persoană. Majoritatea oamenilor acționează după algoritmul stimul – răspuns. Se întâmplă ceva, ei reacționează. Se întâmplă un alt eveniment, reacționează din nou. Cunoașterea nu este decât o putere potențială. Adevărată putere personală constă în capacitatea de a trece la acțiune și de a implementa cunoștințele în arta discursivă. Oamenii din toate culturile își formează anumite reacții față de situații comune în procesul de persuasiune. Aceste reacții față de anumiți stimuli fac posibilă prezicerea comportamentului altora și, prin urmare, convingerea acestora [47, p.66].

Semnalele nonverbale au un rol important în realizarea exactă a comunicării verbale atât în ceea ce privește codificarea mesajelor, cât și în legătură cu decodificarea lor. Așa cum am menționat *supra*, între comunicarea verbală și cea nonverbală există o interdependență puternică. Comunicarea nonverbală susține comunicarea verbală cel puțin în două moduri: a) prin repetarea celor spuse verbal; b) prin completarea mesajelor verbale [9, p. 48].

Persuasiunea este dată de orice formă de comunicare sau acțiune care îndeplinește cumulativ următoarele condiții: respectă criteriile interlocutorului și oferă interlocutorului mai mult de o opțiune din care să aleagă.

Astfel, în orice discurs, pe lângă intenția și scopul locutorului, mai persistă și o nuanță de persuasiune sau manipulare. Omul, atunci când comunică, transmite o idee. Această idee, în funcție de situația în care este enunțată, poate fi acceptată sau respinsă. Acceptarea sau respingerea depinde în mare măsură de relația în care se află cei doi vorbitori sau locutorul și audiența.

În concluzie, manipularea în discurs este o realitate cu impact semnificativ în societatea contemporană. Identificarea și conștientizarea acestui fenomen sunt esențiale pentru a promova o comunicare sănătoasă și pentru a proteja integritatea procesului democratic și a drepturilor individuale. Gândirea critică și educația reprezintă armele principale împotriva manipulării în discurs.

Manipularea în discurs poate implica o gamă largă de tehnici, cum ar fi folosirea emoțiilor, distorsionarea adevărului, utilizarea argumentelor slabe sau insinuările subtile. Uneori, manipularea poate fi dificil de detectat, deoarece nu este întotdeauna evidentă sau transparentă.

Scopul manipulării în discurs poate fi variat. Poate viza obținerea unui vot într-o campanie politică, creșterea vânzărilor unui produs sau chiar schimbarea opiniei publice cu privire la anumite probleme sociale.

CONCLUZII LA CAPITOLUL 2

Având în vedere cele prezentate în capitolul 2, concluzionăm următoarele:

1. Emoționalitatea este o caracteristică comună oamenilor, iar emotivitatea este considerată o categorie lingvistică ce clasifică lexiconul afectiv/emotiv, mijloacele lingvistice ce desemnează emoții în funcție de prezența semnelor emotive ori a lexemelor afective, conotative sau potențial afective.

2. Dihotomia emoțional-rațional este tot mai mult discutată de către psihologi, fiziologi și filologi. Ea pune în corelație cele două organe ale omului – inima și creierul. Cu cât un sentiment este mai intens, cu atât creierul devine mai dominat emoțional și este mai eficient din punct de vedere rațional.

3. Vocabularul expresiv-evaluativ face ca discursul să fie marcat subiectiv și să capteze atenția ascultătorilor. Vocabularul emoțional cuprinde mai multe categorii de lexeme, acestea fiind clasificate gramatical și semantic. Pronumele **noi** folosit distorsionat în loc de **eu** are menirea de a insufla o mai mare încredere publicului, implicând presupuziții de felul: locutorul se asociază colocutorilor, împărtășește aceleași idei, promovează aceleași valori. Numeralesle folosite într-un discurs vor avea aceeași funcție, or, când o persoană operează cu cifre concrete, ea pare a fi bine inițiată în subiectul discutat și este mai convingătoare.

4. De la denominările substantivale ale emoțiilor au derivat nume de acțiuni, înscrise în sfera subiectului vorbitor. Cf.: bucurie – a se bucura, tristețe – a se întrista, furie – a se înfuria, surpriză – a surprinde etc. La diferite etape de dezvoltare a limbii, acestea au generat expresii verbale de felul: **a fi bucurios, a fi trist, a fi surprins, a fi fericit, a fi necăjit, a fi furios** etc.

5. Clasificarea emoțiilor s-a făcut din diverse perspective. După părerea noastră, cea mai nuanțată clasificare aparține lui Plutchik. Roata lui Plutchik este structurată după culoare, straturi și asocierea dintre emoții. Cele mai importante emoții identificate de Plutchik: bucurie, încredere, frică, surpriză, tristețe, dezgust, mânie, anticipație.

6. În cadrul paradigmei cognitive, cercetătorii studiază tot mai mult emotiologia – lingvistica emoțiilor. Această disciplină acoperă cultura afectivă a comportamentului vorbirii în societate, competența emoțională a *homo loquens*, lacunele comunicative emoționale, semnificațiile emoționale ale jocului, mijloacele lexicale și pragmatice ale limbajului atât în discursul specializat intracultural, cât și în cel intercultural.

7. Identificăm afectivitatea pozitivă și afectivitatea negativă. Cea pozitivă desemnează tendința persoanei de a experimenta predominant emoții pozitive, iar cea negativă este tendința de a experimenta emoții negative. În universul discursiv, acestea se referă la satisfacția de viață, la energie, la optimism, dar și la interesul social caracteristic indivizilor.

8. Manipularea și persuasiunea sunt caracteristice discursurilor care au scopul de a influența opinia publicului. Persuasiunea, formă a comunicării de influență, care presupune coordonarea emițătorului cu scopurile individuale, de grup, organizaționale ale receptorilor, se realizează în baza unor argumente raționale, prezentate selectiv și într-o ordine selectivă sau subiectivă, dar și în baza unor fundamente emoționale.

9. Semnalele nonverbale au un rol important în realizarea exactă a comunicării verbale atât în ceea ce privește codificarea mesajelor, cât și în legătură cu decodificarea lor. Între comunicarea verbală și cea nonverbală există o interdependență intrinsecă. Comunicarea nonverbală susține comunicarea verbală cel puțin în două moduri: a) prin repetarea celor spuse verbal; b) prin completarea mesajelor verbale.

3. UNIVERSUL EMOȚIONAL AL DISCURSURILOR SPECIALIZATE

3.1 INTERESUL, ANTICIPAREA, VIGILENȚA – UNIVERSUL EMOTIV AL DISCURSULUI ȘTIINȚIFIC

Discursul este o formă de comunicare, clasificată de oamenii de știință ca fiind multidisciplinară. Reprezentând unul dintre mecanismele de adaptare ale unui individ la realitatea care îl înconjoară, emoțiile mediază diverse sfere ale activității umane, inclusiv activitatea sa discursivă. Cercetările științifice intense efectuate în ultimii ani în domeniile emotologiei și analizei discursului au condus la formarea unei noi direcții al cărei scop este studierea emotivității diverselor tipuri de discurs.

Astfel, discursul specializat este unul care se referă la un anumit domeniu al activității umane. În funcție de aspectul vizat, fiecare discurs are particularități specifice domeniului căruia îi aparține.

Pornind de la ideea că toate discursurile au o legătură directă sau indirectă cu un domeniu al științei, atunci fiecare dintre ele poate fi numit științific, dar nu orice domeniu poate fi o știință [40, p. 345].

Cu trei secole în urmă, Immanuel Kant declara că „în orice domeniu al naturii poate fi doar atâta știință propriu-zisă câtă matematică există în el”, iar fizicianul Lev Davidovich Landau clasifica, la mijlocul secolului al XX-lea, științele în: științe matematice considerate supranaturale, științele naturale și științele umaniste considerate nenaturale. Pe acest traseu de interpretare se situează și Solomon Marcus în discursul său de recepție la Academia Română *Singurătatea matematicianului*, elogiind caracterul interdisciplinar al matematicii în subcapitolul „Este matematica numai un limbaj?”. Sinteza realizată de matematicianul filosof este cuprinzătoare: „Matematica este domeniu de cunoaștere și de cercetare; fenomen de cultură; știință; artă; unealtă utilă în anumite situații; limbaj; mod de gândire; catalizator al unor transferuri de idei; metode și rezultate; disciplină predată în școli și universități; fenomen social; joc; modă; mijloc de intimidare și chiar de terorizare; formă de snobism; posibilă formă de patologie; mod de a înțelege lumea; mod de viață; mod de a înțelege propria noastră minte; parte a vieții noastre spirituale; filosofie. Ordinea nu este după importanță. Lista este deschisă” [67, p.38]. Acest demers spre deschidere interpretativă și investigațională ne-a încurajat să examinăm universul emoțional al discursului specializat, depășind stereotipurile de percepție a faptului că limbajul științific ar fi unul neutru din punctul de vedere al emotivității. Nu excludem din interpretările noastre calitatea de exactitate a limbajului științific, întrebându-ne retoric în acest sens: dar ce este mai exact decât metafora? Nu în zadar multiple cercetări din ultimul secol se axează pe operaționalitatea metaforei conceptuale, la care vom face referință și în disocierile noastre ulterioare în lucrare.

Începând cu discursul științific, afirmăm că acesta este un discurs pe cât de exact, pe atât de variabil. Luând în considerare etapa la care a avansat știința, putem spune că ea se axează mai mult pe abstractizare, schematizare, schițare.

Prin emotivitate în discursul științific înțelegem proprietatea semantică inerentă limbajului de a exprima emoționalitatea ca un fapt al psihicului, reflectat în semantica unităților de limbaj, emoții sociale și individuale. Esența conținutului emotiv este evaluarea subiectivă, care este sursa stării sau atitudinii emoționale a vorbitorului. Trebuie să menționăm că este o diferență între conceptele de emoționalitate (calitate a personalității lingvistice, a autorului textului) și emotivitate (caracteristică imanentă a textului).

Scopul acestui paragraf este de a identifica prezența în discursul științific a unei caracteristici precum emoționalitatea, care face parte din categoria generală a emotivității. În acest sens am examinat câte cinci discursuri specializate din domeniile selectate, datele obținute permițându-ne să stabilim anumite tipologii și legități relevante pentru cercetarea noastră. În corpul lucrării comentăm elementele lexicale și pragmatice proiectate pe secvențe discursive, excerptate dintr-un discurs specializat concret, prin care valorizăm și relațiile contextuale ale acestora. Modalitatea respectivă de prezentare a materialului ne permite să ne încadrăm în volumul preconizat al lucrării.

Afirmația că orice limbaj este emotiv și că nu există un vocabular neutru din punct de vedere emotiv este în concordanță cu raționamentul potrivit căruia fiecare persoană nu poate să aibă decât anumite emoții, negative sau pozitive, în ceea ce învață sau comunică. Emoțiile „participă la cunoaștere [...], ele însoțesc și colorează cunoașterea”, determinând atitudinea unei persoane față de conținutul acestor cunoștințe [40, p.345]. Esența fenomenelor respective este descrisă și de Ioan Milică în *Recursul la metaforă în opera științifică a lui Sextil Pușcariu* [207, online], dar și în alte surse bibliografice la temă. În cazul discursului științific identificăm asemenea emoții ca *interesul, anticiparea și vigilența*, care apar la diferite etape ale cunoașterii sau studierii. Adică, pe lângă sarcinile raționale ale textelor științifice, există și cele pragmatice, precum impactul emoțional deja menționat asupra destinatarului, evaluarea emoțională a diverselor aspecte ale activității științifice a predecesorilor, expresia subiectivității autorului. Mai mult ca atât, potrivit experților în domeniul lingvistic, teoriile emoțiilor, cogniția și emoția sunt strâns legate, iar această legătură necesită un studiu lingvistic detaliat.

Însă trebuie remarcat faptul că tehnicile de exprimare emoțională de către emițători sunt tipice pentru textele științifice în limba engleză, autorii vorbitori de limbă română sau rusă evită colorarea emoțională puternică a discursului în descrierile științifice.

Prin urmare, modelarea unui discurs științific este:

- în perspectivă analogică (iconizarea și diagramatizarea referentului);
- în perspectivă lingvistică (elucidarea funcționării definiției, denumirii, descrierii);
- în perspectivă interacțională (integrarea dispozitivului enunțiativ științific în modelul general al interacțiunii verbale: funcționarea intertextului, în special a citatului, corelarea strategiilor argumentative, alternarea actelor de limbaj) [61, p.182].

Am ales pentru această fază de analiză discursul public medical, mai exact, un discurs științific de vulgarizare. Sub aspect lexical, în limbajul medical poate fi delimitată „o zonă de suprapunere cu vocabularul limbii literare comune și o zonă de specificitate care însumează terminologiile ramurilor științifice medicale și ale tehnicii de utilizare a membrilor „codului metalingvistic” cu o mare frecvență în text” [36, online], referindu-se la aria lexicală a acestuia, remarcă prezența în discursul medical a dubletelor sinonimice, a formulelor clișeizate, a expresiilor idiomatice, specifice limbajului medical, „în care anumite proceduri, manevre și alte activități sunt denumite cât mai plastic, dar care au o descriere detaliată, bine motivată și precisă: deformare „în gât de lebădă”, deformare „în butonieră”, senzație de roată dințată (rezistență la întindere în spasticitate) [...]” Aceste aspecte sunt puse în valoare în procesul de persuadare discursivă.

Referindu-ne la universul emoțional al discursului în ansamblu sau urmând perspectiva structurală, constatăm că emoția de *interes* este, de regulă, caracteristică receptorului – cel care va audia sau va citi discursul este interesat mai întâi de temă, pe care o poate descoperi în titlu.

Astfel, un discurs științific modern va începe cu o prezentare schematică a conceptului ce urmează a fi descris prin elucidarea definiției, prin denumiri, iar mai apoi urmează strategiile argumentative. „În opinia psihologului Andra Tănăsescu, vicepreședinte al Institutului de Neuro-Programare Lingvistică (INLPSI), *atunci când doar unul oferă, se creează un dezechilibru pe balanța relației. Dacă unul trage într-o direcție și celălalt vrea să rămână pe loc, se naște presiunea, iar când lipsește susținerea sau comunicarea, se naște frustrarea.* [201, online], astfel autorul articolului își începe discursul cu o introducere în subiectul cercetării. Citind această introducere, interlocutorul poate manifesta neîncredere față de informațiile de prognostic (adică, informații generate în prealabil) și față de informațiile pragmatice (adică, informații care reflectă posibilitatea de a le realiza în prezent). În general, atitudinea receptorului, subiectivă prin definiție, s-ar caracteriza prin interes sporit, anticipând desfășurarea discursului și, prin urmare,

acțiunile și comportamentul receptorului se vor caracteriza prin vigilență. La polul opus s-ar plasa acei care văd lipsă de interes, plictiseală și dezgust.

Pentru că traversăm o perioadă atât de dificilă, m-am gândit să povestim despre stresori și reacția de stres, în încercarea de a veni în ajutorul acelor dintre noi care, prea des, împingem propriile limite dincolo de zona de confort, chiar cu riscul unor prejudicii serioase. [201, online]. În acest caz, autorul pornește de la scopul discursului, dar și de la obiectivul de a cerceta fenomenul stresului. Intenționalitatea autorului vine aici din trăirile personale prin care a trecut în perioada dificilă a pandemiei. **Interesul** sau **plictiseala** este emoția care afectează interlocutorul în cazul concret. Anumite persoane sunt axate pe metode de evitare a stresului provocat de pandemie, iar altele, plictisite de starea permanentă de îngrijorare din timpul pandemiei, vor manifesta dezinteres sau chiar **dezgust** față de subiectul pus în discuție.

Astfel, este foarte importantă interacțiunea emițător–receptor și este destul de dificil să atragi publicul care nu manifestă interes față de obiectul cercetării. Perspectiva interacțională presupune și alternarea actelor de limbaj, astfel aici, inevitabil, vor fi activate toate cele trei acte ale limbajului (locuționar, ilocuționar, perlocuționar), iar preponderența actului ilocuționar va fi palpabilă, căci în discursul științific, informativ în esență, se estompează instrumentele perlocuționare de influențare a publicului (receptorului). Acest discurs este destinat prioritar unui public bine pregătit sau interesat de subiectul abordat, de aceea, de cele mai multe ori, acest tip de discurs conține o varietate de termeni specifici domeniului în care se încadrează subiectul discuției [40, p.346].

Discursul științific propriu-zis se clasifică în alte trei tipuri:

- Discurs științific specializat;
- Discurs de vulgarizare;
- Discurs didactic.

Discursul științific specializat se actualizează în două forme: explicativă și argumentativă. Acesta utilizează coduri semiotice simbolice și operează cu concepte, ipoteze, teorii și modele. Ca operații retorice, explorează frecvent metafora grafică și lingvistică în general, iar ca acte de limbaj: argumentarea și polemica.

Discursul științific vulgarizator are o singură formă, cea descriptivă, și utilizează coduri semiotice iconice. Acesta operează cu denumiri, descrieri și explicări, suplimentând aici proiecția retorică cu metafore lingvistice idiolectale. Aici, actele de limbaj manifeste sunt aserțiunea și definirea.

Discursul științific didactic are, de asemenea, două forme: definițională și descriptivă. Acesta utilizează coduri semiotice iconice și simbolice și operează cu denumiri, definiții, clasificări și exemplificări; uzitează atât metafora grafică, cât și metafora lingvistică idiolectală. În ceea ce privește actele de limbaj, preponderente sunt denominarea și argumentarea, fără polemică [63, p.69].

Ținând cont de clasificarea citată anterior, afirmăm că un emițător ce va produce un discurs științific specializat va avea două scopuri primordiale: de a argumenta sau de a explica. Structurarea discursului se va produce în funcție de scopuri, iar în funcție de public va „urzi” și conținutul lui.

Să presupunem că suntem la finalul unei zile de lucru, în care ne-am confruntat cu mai mulți stresori încă de când ne-am trezit dimineața. Am început cu pregătirea copilului pentru grădiniță, am continuat cu pregătirea noastră pentru plecarea de acasă, apoi la birou cu tot felul de sarcini profesionale de care ne-am ocupat, în timp ce gestionăm și o discuție mai puțin confortabilă cu un coleg și mai apoi, știrile citite rapid, discuția în contradictoriu cu partenerul de cuplu care și-a dorit să stabilim azi programul pentru weekendul următor și mai departe, traficul perturbat de ploaia neconținută care ne-a însoțit tot drumul până acasă și ne-a făcut să întârziem mai mult decât ne-am fi dorit. Vă sună cunoscut? Adăugăm și prânzul pe tastatură sau pare exagerat? [201, online]

În acest caz, urmărim o descriere amplă a situației cu exemple elocvente pentru publicul-tintă care se recunoaște în această descriere. Întrebarea retorică *Vă sună cunoscut?* – definește perfect grupul de persoane care va fi atras de acest discurs, căci, probabil, persoanele care nu se recunosc nu vor asculta sau nu vor citi atent discursul până la sfârșit.

Relațiile toxice sabotează fericirea noastră și a celor din jur.

Modul de explicare a relațiilor toxice din acest discurs pornește cu un enunț care seamănă mai mult cu un slogan utilizat în publicitate cu scopuri de prevenire a unor boli. Acest fapt poate sensibiliza unele persoane care sunt de aceeași părere sau care caută o ieșire din această situație.

Pentru mine nu face nimic ca să fii bine!, am să te întreb asta. Pe tine cine te oprește să faci alegerea potrivită pentru tine? TU o faci! Vei putea găsi liniștea și să îți împarți fericirea cu altcineva, în momentul în care îți asumi să mergi mai departe, dând drumul la ceea ce nu mai este de mult pentru sufletul tău”, conchide psihologul Andra Tănăsescu, vicepreședinte al Asociației „Generația Iubire” și al Institutului de Neuro-Programare Lingvistică (INLPSI). [199, online].

Dacă într-un discurs științific apare ideea altui cercetător, atunci are loc transferul subiectelor de vorbire în interiorul enunțului. Afirmția altei persoane în acest caz „are o dublă expresie și transmite reciproc relațiile subiecților de vorbire dialogică” [188, online].

În timp ce emotivitatea este realizarea conștientă de către autor a unui comportament comunicativ emoțional, aceasta are ca obiectiv pragmatic influențarea cititorului. Actualizarea intenționată a emoției în tactica de argumentare specifică și strategică pentru prezentarea științifică transformă emoția în emotivitate.

Prin decizia conștientă de a ne agăța de o relație în care știm că nu suntem fericiți, ne facem în mod asumat rău nouă și partenerului/ei. „Dacă ne încăpățânăm să rămânem în relații toxice, ne limităm șansele de a întâlni persoana care ne-ar putea face fericiți cu adevărat și ținem și cealaltă persoană departe de cineva alături de care chiar ar putea fi fericită”. [217, online].

În acest caz, comportamentul comunicativ este de a influența publicul să-și analizeze fiecare decizie, astfel, argumentarea autorului va transforma emoția de **remușcare** în dorința de a fi fericit, adică va apărea emotivitatea. Anticiparea faptului că ne limităm șansele dacă rămânem în relații toxice are o valoare manipulativă, care insuflă persoanelor să treacă din starea de anticipare la **vigilență**, la o analiză mai detaliată a situației. Această vigilență va rămâne probabil dominantă la interlocutorii pe care autorul a reușit să-i convingă de veridicitatea informației.

Discursul științific, în principiu, caracterizează o realitate, iar locutorul alege modalitatea de prezentare a realității date. Acest tip de discurs presupune un subiect bine conturat, bazat pe teorii, ipoteze, modele lipsite de expresivitate, iar dintre figurile de stil caracteristice menționăm metafora grafică. În același timp, în discursul științific vorbim atât de subiectivitate, cât și de obiectivitate. 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, el nu va fi un ascultător pasiv, care doar va recepționa informația. El va interveni eventual cu anumite întrebări, comentarii sau sugestii, în cazul discursului oral. În cazul unui discurs scris, receptorul va căuta de sine stătător răspunsurile la întrebările care-l interesează sau se va informa și din alte surse pentru a căpăta o informație mai complexă [38, p.43].

Orice tehnică argumentativă implică și cele trei componente: Ethosul, Logosul și Pathosul. Scopul primordial al acestei tehnici și, prin urmare, al discursului științific specializat este de a convinge. Și dacă Ethosul depinde de persoana care vorbește, iar noi, de cele mai multe ori, avem încredere în cei ce ne vorbesc despre știință, fie despre un medicament nou apărut, fie despre o

nouă lege sau un nou experiment, Logosul ține de logica celor spuse și noi cunoaștem că o teorie, o axiomă nu poate fi concepută fără logică, atunci în cazul Pathosului putem spune că este foarte slab conturat în acest caz.

Emoționalitatea în discursul științific este realizată sub formă de actualizare naturală a intenției și a voinței de vorbire a autorului, care este instinctul lui natural, motivat de clasificarea cunoștințelor sale prin verbalizarea lor semnificativă din punct de vedere emoțional. Un discurs științific poate provoca în mod expres emoții de interes, anticipare și vigilență, dar și alte emoții generate de subiectul abordat, întregind spectrul emotiv al acestuia.

Scop	Mijloace	Rezultat	Afectivitate/Emotivitate
1. De a informa publicul 2. De a analiza, a descrie a argumenta o ipoteză.	1. Definiții 2. Algoritmi 3. Coduri semiotice, iconice și simbolice 4. Ipoteze 5. Teorii	1. Încrederea sau neîncrederea publicului 2. Acumularea de cunoștințe noi 3. Convingerea publicului 4. Atragerea publicului	1. Nivel scăzut de emotivitate 2. Interes 3. Anticipare 4. Vigilență 5. Perspectivă

Tabelul 3.1 Universul emoțional al discursului științific

3.2 DORINȚA ȘI FRICA – DOMINANTE EMOTIVE ÎN DISCURSUL ECONOMIC

Limba este considerată un instrument fundamental în comunicarea umană și este adaptată la o varietate de contexte și domenii de activitate. Unul dintre aceste domenii este discursul economic, care prezintă particularități lingvistice specifice. Discursul economic se referă la comunicarea desfășurată în mediul economic, incluzând interacțiunile și schimburile de informații între actorii implicați în afaceri, instituții financiare, guverne și consumatori. Acest domeniu este caracterizat de utilizarea unui limbaj specializat și specific, care are scopul de a transmite informații precise și relevante într-un mod coerent și eficient.

Acest tip de discurs s-a dezvoltat în același timp cu economia mondială și cu pătrunderea termenilor noi în domeniul economiei. În ultimul timp, tot mai mulți asemenea termeni pătrund în limba română. Apariția și formarea limbajului economic se confundă cu istoria economică a omenirii. Încă primii specialiști în economie erau preocupați nu numai de evoluția teoriei, dar și de comunicarea economică, fiind convinși că o teorie economică nu se poate dezvolta fără o bună comunicare.

Pentru a contura universul emoțional al discursului economic, vom porni de la constatarea pe care o fac analiștii și savanții din domeniul economiei, atunci când operează cu formula: „nu este nimic de temut, dar este o frică în sine.” Aceasta exprimă pregnant, concludent și lapidar starea psihoemoțională a tuturor actorilor din sfera dată. De regulă, se trece cu vederea a doua parte a supoziției despre această stare. Dar este elocvent în acest sens cazul lui Roosevelt, care încerca să păstreze **încrederea** americanilor în guvernare și îi încuraja să aibă inima și mintea puternică pentru a fi angajați la un eventual serviciu. În același timp, îi avertiza despre paralizia **fricii**. Agenda lui Roosevelt conținea probleme politice și socioeconomice. Obiectivul lui era să rezolve problemele economice pe care le-a provocat depresia milioanei de cetățeni americani. În același timp, el stabilește indirect un principiu esențial pentru teoria socială – legătura iminentă dintre emoție și acțiune.

Deși emoții precum **dorința, frica, fericirea, furia sau iubirea** au fost în mod tradițional absente din discursul economic, iar mesajul cu privire la dorințele consumatorilor pentru bunuri este așezat în limbajul rece al „indiferenței” exprimate în cifre, referirile la sentimente erau aproape inevitabile. Chiar și atunci când abordează probleme de fericire sau eudemonie, economiștii în mod tradițional le reduc la „utilitate”. Ideea că salariile pe piață pot motiva lucrătorii, cel puțin prin schimbarea modului în care se simt față de angajatorii lor, este discutată nu ca un salariu de loialitate sau un salariu de reciprocitate, ci ca un salariu „eficient” [115, online]. Astfel, discursul economic tinde să camufleze toate emoțiile posibile, operând doar cu date concrete.

Limbajul economic academic ne apare astăzi ca un amestec greu de separat între limbajul propriu științei economice și cel uzual. Limbajul propriu consacrat în termeni ca *cerere, ofertă, piață, preț, capital, bani, concurență, producător, consumator, utilitate, costuri, salariu, profit, consum, economii, investiții, inflație etc.* s-a dovedit insuficient pentru a explica situații noi ale unui domeniu de cercetare complex, cum este cel al economiei.

Printre particularitățile lexicale ale discursului economic menționăm faptul că el este alcătuit din cuvintele lexicului comun, unele dintre care pot denota noțiuni cu specific economic. O altă particularitate a discursului economic este aceea că aici întâlnim grafice, scheme, formule, simboluri etc. De obicei, în literatura științifică de vulgarizare, discursurile sunt scrise într-un limbaj accesibil, ce conține termeni încetățeniți în uz, pe înțelesul celor care nu au o pregătire specială în domeniul economic.

O particularitate esențială a discursului economic o constituie recursul la metafora cognitivă. În limbajele specializate, metafora îndeplinește funcții distincte. La nivel lexical are o funcție denominativă, fiind astfel elementul de bază al creației terminologice. La nivelul textului, metafora este, mai ales, designativă, neavând o valoare stabilă, convenționalizată. În cadrul textului, aceasta joacă, din cauza transgresiunilor domeniului, un rol euristic, dublat de forța argumentativă. Prin apropieri de tip analogic, permite o mai bună comprehensiune a unui concept teoretic [135, online].

Deși, la prima vedere, discursul economic pare a fi lipsit de cadru emoțional, chiar din unele titluri observăm că totuși un discurs economic poate trezi interesul prin apel la unele emoții.

Unul dintre discursurile analizate de noi este preluat din revista *Contabilitate și audit* (09/2017) cu titlul: ***Pulsul lunii septembrie***. [217, online]. Titlul este considerat de către cercetători un factor cu impact puternic asupra locutorului. Impactul titlului asupra lectorului poate fi urmărit și din altă perspectivă: titlurile orientează lectura textului, organizează materia textuală, constituind un reper pentru lecturare. Putem distinge, sub acest aspect, câteva modalități de participare a titlurilor la construirea textului. Autorul creează prin titlu un orizont al așteptării, pe care îl accentuează prin dezvoltarea progresiei tematice [71, p.106].

Analizând titlul discursului, putem să specificăm sensul cuvântului ***puls***, care este definit lexicografic în Dicționarul explicativ ca: 1. Dilatare și contractare ritmică a arterelor datorită pompării sângelui de către inimă în întregul corp. 2. Ritm, mers. Pentru cei ce nu cunosc exact definiția acestui cuvânt, pulsul este identificat ca viață, fiindcă atâta timp cât omul are puls, el trăiește. Lexemul metaforic ***pulsul***, preluat din domeniul medicinei, generează o conotație

pozitivă raportată la evenimentele întâmplare în luna septembrie, actualizând semele de vivacitate, dezvoltarea economică ritmică și imperturbabilă, excluzând semele de stagnare, criză, cădere economică. Preconizarea succesului aici este evidentă. Datorită faptului că discursul economic acoperă multe ramuri ale economiei (antreprenoriat, marketing, relații comerciale, management etc.), fiecare discurs are caracteristici specifice.

Discursurile variază în funcție de sfera de comunicare: structura lexicală, stilistică, sintactică este diferită, în funcție de alegerea vorbitorului. Această alegere se datorează intențiilor emițătorului și scopului urmărit. De exemplu, scopul discursului economic poate viza corespondența de afaceri, negocierea, întocmirea planurilor de afaceri, familiarizarea cu informație nouă etc.

Discursul propus spre analiză este mai mult o informație utilă pentru cetățenii Republicii Moldova. Autorul din start specifică publicul-țintă și motivează actualitatea temei abordate: *Popularitatea acestui instrument de plată a cunoscut o dinamică semnificativă pe teritoriul Republicii Moldova de la apariția terminalelor de plată pe piața locală în anii 2008-2009 până în prezent.* [206, online].

Întregul discurs este ca un dialog, autorul pune întrebări și răspunde, venind cu informații utile pentru public. Emițătorul este pus în situația de a anticipa întrebările posibile ale publicului. *Ce reprezintă, de fapt, așa-numitul „terminal de plată”?; Care este modul de calcul al indicatorului „numărul mediu scriptic trimestrial al salariiștilor?”; Se achită oare taxa pentru amenajarea teritoriului pentru administrarea întreprinderii ce nu mai desfășoară activitate?* [204, online]. Rolul întrebărilor despre anumite aspecte ale activității economice este acela de a orienta cunoașterea spre precizare, de a completa cunoștințele, cu scopul de a înlătura, de a reduce incertitudinea cognitivă.

Funcția comunicativă a întrebării se manifestă în faptul că forma de argumentare întrebare-răspuns creează în conștiința receptorului senzația unei participări active, chiar și în cazurile când argumentarea se derulează într-o manieră monologală [138, online].

În cazul în care se recurge la forma monologală a argumentării, utilizând binomul întrebare-răspuns, receptorul se include total într-un dialog real sau ipotetic cu emițătorul. Aceasta intensifică și stimulează atenția, interesul și creează o predispoziție pozitivă a adresatului în argumentare. Ca urmare, este recunoscută și acceptată egalitatea logico-gnoseologică a receptorului și emițătorului, în cazul nostru, întrebarea este o tehnică de a face un discurs economic informativ mai interesant.

Ministerul Finanțelor a inițiat discuții publice pe marginea proiectului politicii fiscale pentru anul 2018. Aici e bine să specificăm că discursul economic poate însuma mai multe registre lingvistice și mai multe stiluri. Deși verbul *a iniția* face parte din stilul oficial-administrativ, totuși el poate avea și o altă conotație, aceea de a arăta celor din jur inițiativa că ei nu sunt indiferenți și că acționează. Prin urmare, verbul ***a iniția*** are o conotație persuasivă, inițiativa propriu-zisă reprezintă, de fapt, o modalitate de realizare a persuasiunii, deoarece unul dintre sensurile verbului *a iniția* este a declanșa o reacție. În cazul discursului economic se constată că legile din economie sunt valorizate pentru a declanșa reacții și au la bază aspirații și idei personale în vederea obținerii unui anumit profit. În acest enunț, Ministerul Finanțelor a inițiat discuții publice – adică au îndemnat la discuții, au cerut o părere. Un cititor de rând, lecturând această frază, va fi interesat de rezultat, deși presupunem că nu oricine va fi interesat să lectureze un articol al cărui conținut este strict economic. Astfel de texte sunt destinate mai mult specialiștilor din economie.

Un alt enunț conține verbul afectiv ***a suferi***; în expresia ***a suferit schimbări*** verbul are o denotație negativă, sugerând că schimbările sau circumstanțele care le-au determinat n-au fost benefice. Dacă scopul era de a arăta doar faptul producerii unor schimbări, era suficient să se scrie într-un stil formal, oficial – *au fost făcute unele schimbări*, dar aici autorul pune accent pe faptul că proiectul inițial ***a suferit*** unele schimbări, ceea ce ar însemna că emițătorul este marcat de aceste schimbări, iar frica de eșec nu este exclusă.

Găsim astfel de exemple și în alte discursuri economice: *Însă, este un impact care nu depinde de noi și pentru asta am primit suport puternic din partea partenerilor externi și în felul acesta rezervele BNM practic nu au suferit, iar ceea ce s-a redus este net măsurabil cu ceea ce a fost în 2014-2015”, a declarat Veaceslav Ioniță.* [202, online].

În 2010 a ajuns la 14%. Însă, din 2014, de când Biroul Național de Statistică (BNS) a început să ofere date generale despre populația totală a Republicii Moldova (din țară și de peste hotare), dar și despre populația care se află cel puțin 12 luni într-un an în interiorul țării, coeficientul de îmbătrânire al populației a suferit schimbări. [202, online].

Enunțurile care conțin lexemul *a suferi*, de fapt, ne sugerează că sunt neplăceri și sistemul economic suportă consecințele neplăcute ale unui fapt.

Universul emoțional din discursurile analizate de noi nu este distinct, el se rezumă la lexeme ce fac parte din vocabularul afectiv distribuite, de regulă, în câmpurile semantice ***voiuță*** și ***frică***.

Cuvântul *voință* este utilizat de câteva ori în discurs. Din punct de vedere psihologic, *voința* este definită ca proces psihic care se manifestă prin acțiuni conștiente, îndreptate spre realizarea unor scopuri stabilite. În contextul discursului, semnificația lexemului *voință* se suprapune pe semnul *dorință*: *suspendarea CIM (contractul individual de muncă) în circumstanțe ce nu depind de voința părților; temeiul juridic apare fără voința angajatului; dacă lipsește documentul ce demonstrează manifestarea de voință a salariatului.*

Lexemul *frică* este utilizat cu sensul generalizat: *Mulți angajați nu suspendă CIM (contractul individual de muncă) când pleacă în concediu pentru îngrijirea copilului, deoarece le este frică să nu fie dezactivată polița de asigurare.* Noțiunea de *frică* în acest enunț apare mai mult ca o măsură de precauție decât ca o emoție, starea de *frică* este asociată direct cu o problemă ce ar putea apărea într-o anumită situație. Polița de asigurare este una importantă pentru toate persoanele, dar mai cu seamă pentru copii și, în acest caz, conduse de un instinct matern, persoanele nu renunță la contractul individual de muncă pentru a-și păstra asigurarea medicală. Un alt exemplu elocvent îl depistăm și în următorul enunț: *Neîncrederea în sistemul bancar și frica de a plasa banii sub formă de depozite la termen* [202, online]. În acest caz, lexemul *frică* sugerează o teamă colectivă de a depune banii în bănci, o stare de neliniște și de tulburare, provocată de un pericol real sau imaginar care vine pe fundalul neîncrederii și al crizei, atât mondiale, cât și locale.

Un alt element lexical întâlnit frecvent, care prefigurează universul emoțional al discursului economic este lexemul *compromis*: *Ministerul Finanțelor a găsit o formulă de compromis care este prezentată în antiteză cu enunțul – participanții la dezbateri și-au manifestat dezacordul.* Pe de o parte, emițătorul se concentrează pe *dorința* Ministerului de a găsi o soluție care ar fi benefică pentru clienți, dar, pe de altă parte, remarcă reacția de adversitate a participanților la dezbateri care sunt în opoziție.

Dezacordul și acceptarea sunt emoții situate pe axe opuse, manifestate în disputa dintre reprezentanții ministerului și participanții la dezbateri. Dezacordul vine din partea celor care apără interesele cetățenilor referitoare la majorarea impozitului pentru achiziționarea produselor agricole. Ei afirmă că această majorare *va afecta* sau mai exact *se va răsfrânge negativ* asupra cetățenilor din localități rurale, dar, mai cu seamă, asupra întreprinderilor. După părerea participanților, care, credem noi, coincide cu cea a autorului, întreprinderile *suportă povara fiscală*. Această expresie este evident marcată conotativ, are încărcătură metaforică, tinzând să devină, prin abstractizare și utilizare frecventă, metaforă conceptuală, specifică discursului economic. Cuvântul *povară*, prin sensul său primar, dezvoltă reprezentări asociate cu greutate,

încărcătură, sarcină, dificultate, **frică**. La o disociere semică, în conformitate cu definiția lexicografică din DEX, *povara* este: 1. O greutate (mare) pe care cineva o are de cărat; sarcină, încărcătură. 2. Fig. Suferință fizică sau morală; chin, apăsare, trudă, zburcium. ♦ Obligație, însărcinare grea.

Suferința fizică sau morală provoacă un spectru larg de emoții, dar, ținând cont de faptul că în discursul economic emoțiile ar trebui să fie estompate, iar factorii economici concreți să fie puși în evidență, constatăm aici o interconexiune a emoționalului cu ariditatea discursului specializat. Ministerul Finanțelor nu are o *poziție fermă* față de impozitul pe venit care trebuie să crească treptat. Fermitatea aceasta este concentrată în jurul unor teorii economice care ar sta la baza economiei din Republica Moldova. Din perspectiva noastră, toate argumentele Ministerului Finanțelor sunt bazate pe drepturi și legi emise în Monitorul Oficial. Participanții la dezbateri sunt în calitate de voci ale poporului, care percep noile reguli prin spectrul de interese ale cetățenilor și încearcă în orice fel să le apere preocupările de a obține venituri, avantaje, pentru satisfacerea anumitor nevoi. Un argument forte împotriva e-facturilor este că acestea ar fi nefuncționale: *Reiese că pentru iresponsabilitatea altuia va purta răspundere cu totul altă persoană*. Iresponsabilitatea este o trăsătură a caracterului, dar poate fi întâlnită și în terminologia juridică. Dacă vorbim de iresponsabilitate, atunci ar trebui să definim mai întâi responsabilitatea. Starea de responsabilitate a unei persoane presupune că aceasta posedă însușirile psihice (inteligentă, rațiune) care o fac capabilă să înțeleagă caracterul socialmente periculos al faptelor pe care le săvârșește și să fie stăpână pe acestea, adică să fie capabilă să se abțină de la săvârșirea acțiunilor interzise de lege [8, p.45]. În același articol este stipulat faptul că iresponsabilitatea este o stare psihică și nu o răspundere juridică. Astfel, autorul își construiește discursul în jurul problemelor de sorginte economică, realizând o interferență noțională clară între limbajul juridic și cel psihologic. În același context, în domeniul jurisprudenței, între responsabilitate și vinovăție există o strânsă corelație. Responsabilitatea se manifestă sau nu în momentul săvârșirii faptei. Dacă se constată lipsa de responsabilitate, nu se mai poate pune problema vinovăției ca semn al infracțiunii, întrucât o persoană iresponsabilă nu poate acționa cu vinovăție (cu intenție sau din imprudență).

Secolul al XX-lea a moștenit știința economică emancipată de politică și de morală. Economiștii au găsit argumente de ordinul evidenței pentru a consfinți această emancipare: primul argument arată deosebirea dintre politică și economie – politicul centralizează, iar economicul descentralizează, iar al doilea, cel referitor la diferența dintre morală și economie,

precizează că economia nu se face cu sentimente, iar cunoașterea economică nu este de natură emoțională [58, p.56].

Lexemul „a afecta” este un termen larg utilizat în discursul economic și poate fi analizat din punct de vedere lingvistic sub diferite aspecte. Etimologia lexemului **a afecta** provine din limba latină *afficere*, care înseamnă „a face ceva cuiva” sau „a pune ceva asupra cuiva”. Această rădăcină etimologică ne sugerează ideea că „a afecta” implică o acțiune care are un impact sau influență asupra unui obiect sau unui subiect. În contextul discursului economic, lexemul **a afecta** se referă la influența sau impactul asupra unei entități economice, cum ar fi o companie, piață, industrie sau economie în ansamblu. Acest lexem este folosit pentru a descrie schimbările pozitive sau negative care se produc în raport cu performanța financiară, veniturile, costurile, producția, consumul, investițiile sau alte aspecte economice. Verbul **a afecta** apare în sintagme care nuancează sensurile în contextul discursului economic. Poate însemna reducerea sau deteriorarea performanței economice, diminuarea profiturilor sau creșterea costurilor. De asemenea, poate indica o influență pozitivă, cum ar fi o creștere economică sau îmbunătățirea condițiilor de piață. În această ordine de idei, oferim câteva exemple din diverse discursuri economice:

*Procurările online tot **au fost afectate** de pandemie, ele fiind în scădere cu 15% sau 320 milioane lei.* [205, online].

*Interdicțiile de călătorie cauzate de COVID-19 **au afectat** și acest segment de piață (Anexa 2)* [205, online].

*Valutele regionale sunt **cele mai afectate** de criză și rând pe rând cedează în fața Dolarului American.* [203, online].

*Cu toate acestea, taxele locale sunt un subiect de dispută între autoritățile locale și mediul de afaceri, care acuză primăriile că aplică taxe descurajatoare, care **afectează** puternic afacerile la nivel local.* [202, online].

Toate aceste exemple ne formează un tablou actual al economiei, care nu este unul prea optimist. Din aceste motive discursurile economice conțin elemente emotive care redau preponderent atitudinea emițătorului și a populației.

Lexemul **criză**, termen utilizat frecvent în discursul economic, provine din limba greacă *krisis*, care înseamnă „decizie” sau „punct critic”. Această incursiune etimologică ne sugerează ideea că o criză reprezintă un moment critic sau o situație în care se impune o decizie importantă. În contextul discursului economic, criza se referă la o perioadă caracterizată prin perturbări majore și dificultăți într-un sistem economic sau financiar. Aceasta poate fi determinată de

diferiți factori, cum ar fi recesiunea economică, inflația, instabilitatea piețelor financiare, colapsul unei industrii sau alte evenimente semnificative care afectează funcționarea normală a economiei.

*Drept concluzie putem spune că **criza** provocată de COVID-19 a avut un impact major asupra pieței cardurilor bancare, operațiunile pe această piață în 2020 au cunoscut evoluții fără precedent în istoria recentă a Republicii Moldova, însă aceste evoluții nu neapărat sunt negative.* [203, online].

Sensul de bază al cuvântului *criză*, utilizat în enunțuri ce descriu circumstanțe nefaste, îi produce receptorului reprezentări mentale și suscită emoția de *frică* apropiată de cea de *groază*.

*Spre deosebire de creditele bancare, care încă nu au ajuns la nivelul de până la **criza** din 2014, depozitele după o mică cădere din 2014-2015 au înregistrat o creștere continuă pe tot parcursul acestei perioade, inclusiv și-n perioada de pandemie din 2020 (Anexa 2) [203, online].*

*Anul 2022 a fost cel mai lovit de **crize** din istoria Republicii Moldova. Este vorba în principal de criza energetică, înregistrată la scurt timp după criza pandemică, și alimentată de **criza** războiului din Ucraina. Aceste trei **crize** au avut impact major asupra pieței valutare, chiar mai mare decât jaful bancar din 2014.* [202, online].

Pornind de la actualitatea discursului economic, care la momentul de față este unul foarte răspândit, menționăm faptul că selectarea lexemelor analizate mai sus a fost determinată de impactul emoțional pe care-l produce sensul lor propriu și prin care se redă situația reală a economiei, nu doar a Republicii Moldova, dar și a economiei mondiale.

Un alt cuvânt care ne conturează universul emoțional al discursului specializat economic este *nevoie* și derivatele acestuia. În general, primul sens al cuvântului *nevoie* este ceea ce se cere, se impune să se facă; trebuință, necesitate, cerință. Filonul etimologic se axează pe ideea de a fi indispensabil sau esențial pentru satisfacerea unui scop sau obiectiv. Dar cum nevoia niciodată nu este de bunăvoie, emoția *fricii* este provocată circumspect în contextele discursive în care apare.

*Dacă legea ar fi fost adoptată acum 20 de ani, Guvernul ar fi obținut 2,6 miliarde lei venituri nete în bugetul de stat, dintre care 1,9 miliarde lei în anii 2015-2016. Totodată, Guvernul **ar fi fost nevoit** să intervină de 4 ori cu bani, pentru a suplini Capitalul BNM.* [202, online].

Alte lexeme care conturează universul emoțional al discursului economic sunt acelea care redau starea emițătorului, situația dificilă sau chiar cuvinte ce denumesc procesele cognitive.

Este îngrijorător faptul că impozitul pe venit la persoanele juridice în 2019 a fost colectat mult mai puțin decât planificarea inițială și a fost la nivelul anului 2018 fără a înregistra careva creșteri. [202, online].

Lexemul *îngrijorător* în exemplul dat este menit să actualizeze o situație mai dificilă, neliniștea oamenilor din domeniu pentru situația creată din cauza impozitelor pe venit mai mici decât de obicei.

Identificăm elemente emotive și în următorul enunț: *O altă provocare este Fondul Rutier, care merge la nivel local strict după numărul populației. Deci din cele peste 700 milioane lei, 165 milioane revin „sufletelor moarte”, care sunt și ele repartizate după un principiu greu de estimat.* [203, online].

Deși expresia „suflete moarte” comportă un statut intertextual în discursul economic, în acest caz face un transfer metaforic pentru denominarea companiilor nefuncționale, a sectorului informal sau a economiei tenebre, precum și a resurselor sau proprietăților subevaluate în cadrul discuțiilor despre economie. Reprezentările pe care și le face receptorul unui astfel de mesaj sunt determinate de semele: neviabilitate, întuneric deplin, întunecime, obscuritate, beznă. Frica, nesiguranța, incertitudinea, iminența pericolului sunt emoțiile provocate de sintagma dată în discursul economic analizat de noi.

Dacă aceste „suflete moarte” sunt repartizate egal pe întreg teritoriu țării, atunci nu e o problemă pentru nimeni, dar dacă nu, atunci unele primării și raioane sunt privilegiate în comparație cu altele. De fapt, vorbim cât de corect sunt repartizate 23,6% din buget alocate sufletelor moarte egal la toți sau nu. [203, online].

Expresia *suflete moarte* din acest discurs este utilizată strategic pentru a suscita atitudinea receptorului față de resursele sau proprietățile subevaluate, care nu sunt utilizate în mod eficient pentru a genera profit sau valoare adăugată. Această stare de fapt trebuie să producă un climat emoțional în măsură să suscite reacții din partea autorităților față de resursele neexploatate sau de proprietățile subdezvoltate, care rămân inactive și nu aduc beneficii economice semnificative.

Procese psihocognitive în discursul economic contribuie la o înțelegere complexă a comportamentului economic uman, aducând în prim-plan aspecte legate de gândire, percepție și decizie, iar toate acestea pot influența rezultatele economice.

Gândiți-vă o clipă: 57 mii apartamente amplasate haotic peste celelalte 200 mii au distrus tot ce înseamnă Confort Urban. Stoparea Vandalismului Urban. [202, online].

Pentru **a înțelege** mai bine ce înseamnă aceste două municipii pentru țara noastră, am selectat TOP-10 date statistice, care sunt oferite cu mare **amabilitate** de Biroul Național de Statistică. [202, online].

Lexemul *amabilitate* utilizat în acest enunț presupune comunicarea și interacțiunea cu publicul, care poate contribui la construirea *încrederii* și a unei reputații pozitive pentru BNS. O atitudine amabilă și receptivă poate consolida încrederea în calitatea și obiectivitatea datelor statistice furnizate de BNS, ceea ce este esențial pentru acceptarea și utilizarea acestor informații în mediul economic.

Evident am exclus din TOP actualul Bașkan Irina Vlah, care nu mai putea candida. Restul candidaților erau invizibili comparativ cu Alexandru Stoianoglo. Deci până aici nimic deosebit, cu excepția că Alexandru Stoianoglo categoric nu a dorit să participe sub nici o formă la aceste alegeri locale. Cel puțin pentru mine este clară decizia rațională a domniei sale. Așa că urmează a doua etapă. [202, online].

Lexemul **rațional** are un sens important și frecvent utilizat în discursul economic. În acest context, lexemul se referă la abordarea sau luarea deciziilor bazate pe rațiune, logică și calcul. În contextul discursului analizat, cuvântul *rațional* ar exprima și opinia emițătorului sau chiar aprobarea lui, el consideră acțiunea fiind rațională, prin urmare, este de acord cu această decizie.

Încărcat emotiv este și incidentul **din păcate**. Este important să reținem că valoarea lingvistică a expresiei „din păcate” poate varia în funcție de contextul specific și de tonul discursului economic. Cf.: *Prețurile în Moldova cresc, dar și salariul nominal crește, care, din păcate, în cea mai mare parte este mâncat de inflație.* [203, online].

În acest context, sugestia este de *dezamăgire* cu privire la anumite aspecte și evenimente economice, în special, în ce ține de inflație și salariile mici ale angajaților.

Un fenomen destul de rar întâlnit în discursul economic este **ironia**. Este important de menționat că remarcile ironice în discursul economic trebuie făcute cu atenție, pentru a nu fi percepute eronat de către receptori și a nu provoca alte reacții decât cele scontate de emițător. Ironia ca procedeu de critică și stimulare a reflecției asupra unor aspecte economice ar trebui utilizată cu măsură și înțelepciune pentru a evita interpretări greșite sau neintenționate.

În exemplul: *Dar la voi nu se rup buzunarele de atâția bani ?* 😊😊😊 [205, online], se ironizează personalizat modalitățile de rezolvare a problemelor sau incoerențelor din sistemul economic. Analogia cu buzunarele pline îi permite autorului să scoată în evidență situația inversă față de realitatea economică, emițătorul atrăgându-ne atenția asupra discrepanțelor și

inadvertențelor structurale, dar și asupra situației financiare precare a populației. Emotivitatea de la sfârșitul enunțului ne demonstrează încă o dată caracterul ironic al modului de expresie.

În concluzie, menționăm că, deși gradul de emoționalitate din discursul economic conceptual tinde spre zero, dorința de obține profit și frica de eșec sunt dominante emotive în discursul economic. Caracterul informativ al discursului se întemeiază pe lexicul terminologic specific domeniului, pe demersul argumentativ pentru informarea corectă populației despre diverse subiecte: terminale de plată, contractele individuale de muncă, articole concrete din Codul muncii, prevederi ale Băncii Naționale a Republicii Moldova etc. E de menționat că intenția emițătorului de a informa și a receptorului de a se informa se suprapun. Nu oricare persoană va asimila acest tip de discurs cu ușurință.

Din punctul de vedere al expresivității, discursul economic este sărac în figuri de stil, aici mai mult domină metafora conceptuală, cea care este deja în uzul cotidian.

Una dintre particularitățile lingvistice ale discursului economic este utilizarea unui vocabular tehnic și a unor termeni specifici. Acești termeni pot fi de ordin financiar, economic sau de contabilitate și sunt utilizați pentru a descrie fenomene, concepte și procese specifice domeniului economic. De exemplu, termeni precum *PIB (Produsul Intern Brut)*, *inflație*, *curs valutar*, *dobândă* sau *deficite bugetare* sunt frecvent întâlniți în discursul economic.

Pe lângă vocabularul specific, discursul economic se caracterizează și prin utilizarea unui limbaj formal și precis. Este important ca întreaga comunicare în acest domeniu să fie clară și exactă, pentru a evita ambiguitățile și interpretările greșite care ar putea avea consecințe semnificative în mediul economic. Astfel, sintaxa și structura sintagmatică sunt construite într-un mod coerent și riguros.

Un alt aspect important în discursul economic este utilizarea argumentării și a raționamentului logic. Actorii din domeniul economic sunt adesea implicați în prezentarea și susținerea unor idei, propuneri sau strategii. Prin urmare, discursul economic se bazează pe prezentarea argumentelor solide și pe utilizarea de dovezi, statistici și analize economice pentru a-și susține pozițiile.

Intenționalitatea emițătorului are mai mult un caracter informativ, documentar sau de evidență. De obicei, persoanele ce scriu discursuri economice pentru public țin mai mult să ne informeze într-un stil mai simplu fără abundență de termeni. De cele mai multe ori, termenii utilizați sunt înțeleși de cititori, or, economia este o știință globală, iar globalizarea are loc și la nivel lexical.

Scop	Mijloace	Rezultat	Emotivitate/Afectivitate
Informarea populației	<ol style="list-style-type: none"> 1. Titlu sugestiv 2. Intenționalitate bine definită 3. Întrebare-răspuns 	<ol style="list-style-type: none"> 1.Publicul descoperă informații noi 2.Specialiștii acumulează cunoștințe noi 	<p>Emotivitate scăzută</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Dorință de succes 2. Frică de eșec

Tabelul 3.2 Universul emoțional al discursului economic

3.3 TACTUL PEDAGOGIC ȘI EMPATIA – SUPTUL EMOTIV AL DISCURSULUI DIDACTIC

Conceptul de *discurs didactic* are o sferă cuprinzătoare, având în vedere faptul că toate interacțiunile ce au loc în procesul instructiv-educativ vizează, într-o accepție generală, transmiterea și receptarea unor mesaje emoționale. Discursul didactic este, de fapt, transmiterea informației de la o persoană la altă persoană în scopuri educaționale. Dacă în cazul discursului științific specializat am putut vorbi și despre discursul scris, și despre cel oral, atunci în cazul celui didactic este mai mult un discurs oral, interactiv. De cele mai multe ori, un subiect care poate face apel la emoții este unul social [52, p.199]. Materialul educațional sociologic nu poate fi perceput complet indiferent, deoarece suntem cu toții reprezentanți ai societății pe care o studiem. Prin urmare, în mod voluntar sau involuntar, discipolii își exprimă atitudinea față de un anumit fenomen social, subiect sau persoană. Astfel, percepția emoțională a fenomenelor sociale este asociată cu dezvoltarea unei poziții de viziune asupra lumii și a unei voințe puternice în studenți. Experiențele depind de vârsta, viziunea asupra lumii, afilierea la grup și voința unei persoane. Ele sunt subiective (în funcție de personalitate) și dinamice. În același timp, emoțiile nu reflectă doar atitudinea unei persoane față de activitățile sale, inclusiv educaționale, ci și ele însele au un impact mare asupra procesului de învățare. Prin urmare, profesorul trebuie să fie capabil să recunoască diferite tipuri de emoții și să știe ce să facă cu ele.

Vorbind despre procesul de învățare, printre multiplele stări pe care le-ar putea experimenta studentul identificăm:

- **Frustrarea**, care se manifestă atunci când discipolul se confruntă cu obstacole în activitate. Studiarea este un proces consumator de timp, asociat inevitabil cu depășirea a tot felul de obstacole – greșeli, neînțelegeri, lene, lipsă de timp, promovarea testelor de examinare etc. Prin urmare, doar un profesor corect, grijuliu, capabil să trezească interesul pentru subiect și să creeze o atmosferă de lucru în clasă poate ajuta studenții să evite frustrarea prelungită;

- **Empatia**, care este tendința receptorului de a trăi afectiv față de alte persoane. Un profesor ar trebui să depună efort ca discipolii să privească societatea pe care o studiază obiectiv, imparțial, din poziția de observator. În același timp, doar un specialist care empatizează cu ei și transmite speranțele și anxietățile publice prin el însuși poate înțelege motivele acțiunilor oamenilor [184, online].

Deoarece subiectul discursului educațional este complex, necesită eforturi volitive pentru a-l stăpâni, este necesar să menținem publicul într-o anumită tensiune, în orice mod posibil emoționându-l. Fiecare profesor o face în felul său: unul este strict, altul spune o glumă, al treilea

prezintă materialul propriu-zis, dar fiecare profesor găsește tehnici emoționale și stilistice individuale.

Emoția motivantă pentru a începe învățarea este însăși dorința de a învăța, dragostea sau pofta de cunoaștere. Acest sentiment de anticipare a cunoașterii, setea de a experimenta o emoție rațională, există ca și cum ar fi în secret, implicit înainte de procesul de învățare. Dar când începe activitatea de predare, intră în joc alte sentimente care susțin cele menționate mai sus și sunt evocate conștient în public de către profesor. Mai întâi de toate, aceasta se referă la dezvoltarea unui sentiment de datorie, aplicarea eforturilor volitive emoționale la activitatea de predare. De exemplu, dacă un student tinde să fie sârguincios, răbdător și să aibă voința de a studia, el depune tot efortul. Și dacă studentul primește aprecierile profesorului, mergând mai departe, obținând cunoștințe interesante, studentul pleacă de la ore fericit și mulțumit [189, online].

Se poate presupune că sindromul de epuizare emoțională, caracterizat prin uscăciunea emoțională a profesorului (un termen care descrie o stare în care o persoană sau un context se caracterizează prin lipsa de expresivitate și lipsa manifestării emoțiilor), extinderea sferei economiei emoțiilor, detașarea personală, ignorarea caracteristicilor individuale ale studenților, are o influență destul de puternică asupra naturii comunicării profesionale a profesorului. Această deformare profesională interferează cu gestionarea deplină a procesului educațional, asigurarea asistenței psihologice necesare, formarea unei echipe profesionale. Practica pedagogică reală arată că astăzi faptul pierderii interesului pentru student ca persoană, respingerea lui așa cum este, simplificarea laturii emoționale a comunicării profesionale este destul de clar urmărit. Mulți profesori remarcă prezența stărilor mentale care destabilizează activitatea profesională (anxietate, deznădejde, depresie, apatie, frustrare, oboseală cronică).

Konstantin Ushinsky subliniază importanța utilizării experiențelor emoționale în următoarea afirmație: „Adevărurile filosofice și psihologice profunde și extinse sunt disponibile numai profesorului, dar nu și discipolului și, prin urmare, educatorul ar trebui să fie ghidat de ei, dar nu în a convinge studentul în puterea lor logică să caute mijloace pentru acest lucru. Unele dintre cele mai eficiente mijloace în acest sens sunt plăcerea și suferința pe care educatorul le poate induce de bunăvoie în sufletul studentului și unde nu sunt provocate de ei înșiși în calitate de consecințe ale actului”. [186, online].

Procesul de predare-învățare poate fi definit din diferite puncte de vedere. Din perspectiva lui Peirce, semiotica este instrumentul educației, ca reprezentare în termeni de acțiune continuă, de proces. A educa înseamnă a informa și a forma. Educația se reduce la transmiterea

cunoștințelor pe fondul unei „semioze trunchiate”, în care destinatarul joacă un rol pasiv. Se stabilește o relație de tip behaviorist (stimul-răspuns), schematizată astfel:

O (cunoștințe ale educatorului) → R (expresia acestor cunoștințe) → I (receptarea expresiei cunoștințelor) [21, p. 33].

Schema comunicării didactice a cunoștințelor presupune principiul includerii de la abstract la reformulare a cunoștințelor:

Discurs științific → Discurs universitar → Discurs prepedagogic → Discurs pedagogic [21, p.110]. Toate aceste tipuri de discurs au la bază didacticitatea. Obiectivele didacticității sunt acelea de a informa, de a înștiința, de a favoriza procesul de cunoaștere prin intermediul definițiilor, explicațiilor, exemplificării, ilustrării, analogiei sau chiar reformulării [93, p.75-76].

Discursul didactic presupune, mai întâi de toate, transmiterea informației de la profesor la discipol. Această interacțiune presupune o implicare personală a ambelor părți. Actualmente, pedagogia se axează tot mai mult pe o predare care se aseamănă mai mult cu o colaborare dintre profesor și student.

Un discurs didactic este orice lecție în care au loc etapele procesului de predare-învățare: evocarea, realizarea sensului, reflecția și extinderea.

Un exemplu elocvent pentru așa tip de lecție este acela în care se abordează subiectul ***Sistemul cardiovascular – inima***. Grupul-țintă îl reprezintă medicii, vorbitori de limba rusă sau de engleză în cadrul orei de limba română. Discursul didactic, fiind un discurs care necesită un feedback instantaneu, reprezintă un discurs mai mult dialogat. Dialogul are loc între profesor și studenți/elevi, iar uneori informația este transmisă de la studenți/elevi la profesor. În cazul orelor în care se pune accent pe terminologia medicală ar părea că nu este loc pentru o atmosferă afectivă concentrată, dar cadrul didactic are la dispoziție diferite mijloace tehnice și poate aplica diferite metode moderne care ar putea transforma o lecție simplă, plină de conținut, într-o lecție captivantă, care va motiva studenții să studieze terminologia dintr-un alt punct de vedere, unul mai creativ. Din acest motiv nu putem defini exact rolul emițătorului și al receptorului, fiindcă receptorul poate fi și emițător, și viceversa. Odată cu informația redată, participanții la dialog transmit și un mesaj afectiv, care este deductibil. Accentul primordial este pus pe conținutul discursului și pe rezultat, iar atmosfera afectivă este mai mult un factor ce poate contribui pozitiv sau negativ asupra rezultatului scontat [41, p.199].

În cadrul orelor, emoțiile și sentimentele se exprimă prin elemente prozodice și prin limbaj nonverbal, cum ar fi: nuanțări în tonul vocii, în expresii faciale, gesturi și postură. Prin plasticitate și expresivitate se înțeleg acele însușiri ale limbajului ce reflectă capacitatea de a suscita și de a

provoca la cei din jur o rezonanță afectivă. Din competența comunicativă deducem nivelul intelectual, bogăția fondului lexical, caracteristicile de ordin afectiv etc. Conținuturile afectiv-atitude, indispensabile în construirea relațiilor interpersonale, se transmit prin: nonverbal – 55%, paraverbal – 38% și verbal – 7% [69, p.61]. Comunicarea nonverbală îndeplinește funcțiile de control, reglare, informare, diagnosticare, corectare a interacțiunii dintre locutori. Combinația dintre componentele verbale și nonverbale depinde de situația de comunicare ale cărei componente principale sunt relația dintre participanți, scopurile interacțiunii, tipul de comunicare. În același timp, comportamentul nonverbal poate acționa ca un mijloc care completează vorbirea, ca un „text autonom” care există în paralel cu vorbirea și, de asemenea, ca mijloc unic de comunicare.

Potrivit viziunii lui Izard Karrol, emoțiile stimulează gândirea rațională, generând motive pentru comportamentul uman [104, p.57], viziune exprimată de Andrei Cosmovici, prin care demonstrează că emoțiile sunt cele mai importante forțe motivaționale, dezvoltarea afectivității însemnând și formarea motivației [18, p. 238].

Evocarea reprezintă o etapă în care are loc motivarea studenților de a studia subiectul propus, dar și de a-i provoca să vorbească în limba română, exprimându-și părerea despre o anumită situație. În cazul temei *Sistemul cardiovascular – inima*, evocarea are loc printr-o provocare a studenților la discuție cu întrebarea: ***De unde vin emoțiile? Din inimă sau din creier?***

Acest tip de interogare provoacă studenții la o comunicare ghidată de profesor, iar studenții răspund argumentat, apelând la cunoștințele dobândite anterior în cadrul altor discipline. Anticiparea ca emoție o simte în acest caz profesorul, care are unele așteptări, punând această întrebare. Interesul și dorința de a cunoaște mai mult vin din partea studenților, în mod ideal. Există riscul apariției unei senzații de plictiseală pentru discipolii care cunosc foarte bine subiectul, dar aici apare un compromis de a exprima toate cunoștințele în limba română. Astfel profesorul, dând dovadă de empatie, va motiva studentul plictisit prin a-i acorda un rol esențial în explicarea subiectului dat. În acest caz vorbim atât despre interdisciplinaritate, cât și despre transdisciplinaritate. Interdisciplinaritatea presupune o intersecție a diferitelor arii disciplinare, interacțiunea deschisă dintre anumite competențe sau conținuturi interdependente dintre două sau mai multe discipline [11, p.126].

Aparatul conceptual-metodologic este utilizat pentru a examina o temă/o problemă importantă, în cazul nostru, inima și funcțiile ei, în special, termenii aferenți sistemului cardiovascular.

Din răspunsurile studenților este ușor a identifica unele particularități ale caracterului. Cei mai pragmatici au spus că emoțiile vin din creier, axându-se pe date concrete din știința medicală, explicând mecanismul apariției emoțiilor, făcând referire la bulbul rahidian și amigdale. Cei mai romantici de fire au afirmat că emoțiile vin din inimă, căci atunci când suferi de ceva te doare inima. Unii au făcut apel și la lexemul *suflet* care în latină este *anima*, iar *inima* provine din termenul latin care semnifică *suflet*. Este evident faptul că discursul didactic ce presupune studierea limbii române implică conceptele de interdisciplinaritate și transdisciplinaritate [40, p.200]. Transdisciplinaritatea este centrată pe „viața reală”, pe probleme importante, așa cum apar ele în context cotidian și cum afectează viețile oamenilor. Prin urmare, factorul psihologic al studentului modern se rezumă la căutarea activă a sensului vieții. Ei își testează puterea – intelectual, fizic, spiritual. Verificarea se efectuează pe un front larg, în principal în activități informale și în comunicare. Din păcate, la această vârstă, unii studenți au o atitudine negativă față de oamenii din jurul lor, față de societate, uneori, sunt chiar dezamăgiți.

În acest caz, o activitate extracurriculară ar putea să le ofere o posibilitate de a evada din starea lor obișnuită, stresantă. Pentru studenții de peste hotare, ca și pentru cei autohtoni, familia este o valoare sfântă, din acest motiv le-am propus studenților să organizăm o activitate extracurriculară, o lecție neobișnuită în care să vorbim despre mamă. Obiectivele urmărite de noi au fost acelea de familiarizare cu o parte din cultura românească, dezvoltarea vocabularului și comunicării în limba română, promovarea respectului față de mamă. Genericul acestei activități a fost: ***Mama, eroul meu, cel mai bun exemplu de răbdare și înțelepciune!***

Astfel, subiectele abordate sunt o corelație dintre interdisciplinaritate și transdisciplinaritate, deoarece fiecare dintre noi a trăit experiența unor emoții puternice și mai puțin puternice. Studenții caută răspuns la întrebare în baza cunoștințelor proprii, dar și în baza experiențelor trăite, astfel are loc o comunicare cognitivă și afectivă. Calitatea comunicării este în raport de interdependență cu volumul experiențelor emoționale și cu stările afective ale interlocutorilor. Relațiile bazate pe schimburi de impresii privind trăirile emoționale se structurează în constelații emoționale cu laturile sale internă și externă. Astfel, dezvoltarea afectivității umane depinde esențial, după cum menționează Zlate, de acțiunea factorilor socioculturali [75, p.132].

Activitatea studenților în cadrul orelor este un exemplu elocvent de cunoștințe vaste în domeniul psihologiei, anatomiei, dar și o demonstrare a creativității din cadrul activităților extracurriculare. Conceptul psihologic de creativitate definește capacitatea de a produce opere noi, de a utiliza comportamente noi, de a găsi soluții noi la o problemă [94, p.182]. Astfel,

observăm că în stimularea creativității există o latură psihologică bine determinată de comportamentele indivizilor.

Funcția psihologică a creativității determină modul de realizare a procesului creator, angajând toate resursele existente la nivelul sistemului psihic uman, cu unele accente evidente care vizează: *inteligența*, aptitudinea generală care asigură premisa sesizării, a inventării, a rezolvării de probleme și de situații-problemă; *gândirea*, proces de cunoaștere logică, proiectată multifazic, pe baza unității informațional-operațională, realizabile în sens convergent-divergent; *imaginația*, proces de cunoaștere logică specializat în (re)producerea noului prin (re)combinarea informațiilor dobândite anterior; *aptitudinile speciale*, vectori ai acțiunii eficiente, reglatori în diferite domenii de activitate; *atitudinile* (afective, motivaționale și de caracter), vectori ai acțiunii eficiente, autoreglatori în orice domeniu de activitate [128, online].

Daniela Rovența Frumușani propune o clasificare a discursului pe care ne-o însușim în formularea bazei teoretice. Autoarea distinge cinci tipuri de discurs valabil în cazul comunicării didactice, unul dintre care este discursul descriptiv – organizat ca un buchet de specificații, descrieri și atribute (diagrame, scheme muzicale, istorice, geografice etc.). Astfel, ținând cont de pregătirea studenților în domeniul psihologiei, facem apel din nou la interdisciplinaritate prin analiza cercului emoțiilor al lui Plutchik, descris în capitolul 2. Studenții au analizat cercul emoțiilor, iar cuvintele necunoscute ce denumesc emoții le-au explicat cu ajutorul dicționarului, exercițiu eficient pentru însușirea unei limbi străine. Lexicul emoțiilor este bine însușit atunci când fiecare student asociază definiția emoției cu o situație din viață. Astfel, substantivele afective ce definesc emoțiile propriu-zise implică și un apel la amintiri, ceea ce provoacă un climat încărcat emoțional al desfășurării lecției. Acest fapt poate fi atât pozitiv, cât și negativ. Intenția profesorului în calitate de emițător se concentrează pe ghidarea cognitivă a studenților, de a îmbogăți vocabularul cu lexeme noi, de monitorizare a climatului din sala de curs, dar și de a trezi interes față de subiect. Explicând fiecare termen necunoscut, studenții au luat locul emițătorilor și în această calitate au putut face referire și la personalitatea lor, amintindu-și dacă au trăit vreodată această emoție, în ce circumstanțe, ce alte emoții au fost provocate de aceeași situație. Analizând emoția, studenții dobândesc competența de a face anumite asocieri cu viața lor cotidiană sau chiar vin cu exemple proprii de descriere a acestei emoții, apelând la diferite caracteristici fiziologice și comportamentale.

O altă modalitate de a însuși limba română prin exerciții este restabilirea ordinii lexemelor în expresiile: *Iubirea unei mame e mai frumoasă decât orice floare; Arta de a fi mamă este arta de a învăța copilul să trăiască*. Studenții, lucrând în grup, au comunicat între ei și au

restabilit expresiile propuse de noi, astfel consolidând cunoștințele despre topica cuvintelor în limba română. Prin asemenea activități, rezultatul scontat de către profesor este acela ca discipolii să însușească mai multe cuvinte noi. În cazul primului subiect – să descopere pentru ei natura, intensitatea și asocierea emoțiilor care dau naștere noilor emoții (exemplu: interes + seninătatea = optimism). Dacă ne referim la ambele subiecte, obiectivul primordial al profesorului a fost de a iniția o comunicare între profesor și studenți, student-student, ținând cont de cultura emoțională și de atmosfera afectivă. Aici se pune accent pe cultura emoțională a cadrelor didactice care sunt un generator de realizare a conținutului lecției. Profesorul implică și realizarea dimensiunii atitudinale a comunicării prin oportunitățile create de competența comunicativă. Prin orientările sale atitudinale, educatorul potențează sau blochează comunicarea cu educații, sporește sau anulează efectele didactice. Cuvintele pot exprima relativ puțin din sentimentele educaților-studenților, fapt pentru care profesorul se bazează pe capacitatea de a intui sentimentele lor, acordând o maximă atenție informațiilor de tip nonverbal: tonul vocii, mimica, gesturile și mișcărilor ș.a. Din acest punct de vedere, analiza discursului didactic este mult mai complexă.

O metodă eficientă utilizată în cadrul discursului didactic, care în cazul nostru se încadrează în etapa de realizare a sensului, este chestionarul. Chestionarul este o metodă utilă de colectare a datelor în cercetările care sunt întreprinse pentru o serie de probleme a căror rezolvare se întemeiază pe studiul informației deținute de membrii colectivelor implicate sau pe studiul opiniei, atitudinii, comportamentului ori motivației acestora. În cazul nostru, scopul profesorului a fost de a realiza o coeziune între studenți ca personalități și tema abordată, astfel fiecare student a avut posibilitatea să fie ca subiect al propriei cercetări prin prisma analizei emoțiilor trăite de ei înșiși. În psihologie este frecvent utilizată metoda Day Reconstruction Method (DRM). Această metodă pornește de la întrebarea: *Ce emoții ai trăit ieri?* În tabelul propus studenților pentru completare am început anume cu această abordare a trecutului, deoarece atunci când persoanele sunt provocate să gândească la trecutul lor, chiar și la cel mai apropiat trecut (ieri), ei își vor aminti momentele cu încărcătură emoțională.

Printre întrebările tabelului-chestionar este și o întrebare despre așteptările studenților de la ora ce va urma și întrebarea dacă totuși au trăit acele emoții care le-au presupus. Răspunsul la ultima întrebare va fi la sfârșitul orei și are scopul de a identifica gradul de mulțumire a studenților, aceasta fiind o altă metodă folosită în psihologie, numită General Social Survey (GSS).

Ieri am trăit emoțiile:	Astăzi am trăit emoțiile:	În cadrul lecției eu cred că voi trăi aceste emoții:	În cadrul lecției am trăit aceste emoții:

Tabelul 3.3.1 Chestionar pentru identificarea emoțiilor trăite de către studenți

În continuare ne vom referi la discursul expozitiv, definit de Daniela Roventța Frumușani, un discurs care este responsabil pentru analiza și sinteza conceptelor, prezentarea și descrierea acestora. În cazul chestionarului, această sinteză se efectuează la următoarea lecție, când are loc un alt discurs didactic.

Conform datelor din prima coloniță, care au completat-o 122 de persoane, în rezultate se observă un spectru larg al emoțiilor (Diagrama 1).

Deși sunt aproximativ de aceeași vârstă, studenții au prezentat o varietate de emoții de la **plictiseală până la fericire**. Unii au prezentat emoții asemănătoare abordate conceptual, dar de o intensitate diferită, cum ar fi seninătatea – bucuria – extazul sau uimirea – surpriza – distragerea atenției. Aceste emoții, presupunem, că au fost provocate de aceiași factori. O pondere mare a avut plictiseala, 13% dintre studenți au trăit această emoție, ceea ce denotă un subiect nu prea interesant pentru ei cu care s-au ciocnit în ziua anterioară. Analizând răspunsurile la această întrebare, identificăm un mare procent de alte emoții, aceasta demonstrează aspectul strict individual în perceperea realității și a evenimentelor din jur, dar și interpretarea emoțiilor simțite de fiecare individ în diferite situații. Nu putem analiza personalitatea doar din punctul de vedere al percepției realității, pentru o persoană ziua a fost relativ bună, ea a ales emoții mai puțin pronunțate din punctul de vedere al intensității, cineva le-a ales pe cele mai intense, cum ar fi: uimirea, admirația, furia sau chiar teroarea și toate trăite în aceeași zi. Analizând limbajul nonverbal, am observat fețe gânditoare, ceea ce ne face să înțelegem că persoanele își aminteau momente concrete care au avut loc cu o zi înainte. Probabil că, dacă erau puși în situația să noteze fiecare emoție trăită în timpul evenimentului propriu-zis, răspunsurile ar fi fost cu totul altele.

Rezultatele au fost la fel de interesante și în cazul zilei în care a avut loc experimentul, același număr de studenți (6%) au simțit tristețe, optimism și bucurie. Pe când 21 de persoane au avut senzația de **dezamăgire**, dar și de **admirație**. De cele mai multe ori, răspunsurile sunt prezentate în antiteză, adică în aceeași zi persoanele ar putea trăi și emoții pozitive, și negative.

Printr-un singur exercițiu este greu de identificat toate situațiile și emoțiile trăite de persoane [41, p.200].

Din punct de vedere psihologic, persoanele cu vârsta cuprinsă între 20 și 25 de ani au o caracteristică specifică în ceea ce privește dezvoltarea fizică și psihică. Psihologii afirmă că schimbările în gândire, personalitate, comportament sunt influențate mai mult de evenimentele sociale și culturale decât de vârsta cronologică și dezvoltarea biologică. Schimbările sociale și cerințele culturale pe parcursul vârstei adulte pot influența considerabil stereotipurile comportamentale formate în anii copilăriei. Viața cotidiană impune adulții să ia decizii, să interacționeze cu alte persoane, să depășească multe situații dificile. O caracteristică specifică adulților este capacitatea de a reacționa la schimbări și de a se adapta la noile condiții.

Desigur că nu toate persoanele au același caracter și pot face față tuturor situațiilor la fel, nu toți adulții dezvoltă măsuri identice de interacțiune cu mediul, de structurare a vieții.

În procesul dezvoltării adulților există ceva comun, la ei putem vorbi despre așa-zisele caracteristici sociale determinate de cultură, cum ar fi roluri, interrelații condiționate de ciclurile familiale și profesionale. De aceea, unele emoții se repetă la mai multe persoane interogate, ei aflându-se în relații profesionale, în mediul academic de asimilare a unor noi cunoștințe. Evenimentele din jur sunt asemănătoare atâta timp cât ei sunt un grup integru. (Diagrama 2)

Spectrul emoțiilor așteptate de persoanele interogate a fost unul larg, deși cea mai des întâlnită a fost **interesul**. Vorbind despre așteptările studenților, nu putem omite persuasiunea din discursul didactic. Persuasiunea pedagogică se rezumă la competența și puterea profesorului de a oferi elevilor/studenților temeuri (cognitive și motivațional-afective) pentru realizarea convingerilor proprii și de a influența la un moment oportun schimbarea opiniei asupra unor lucruri, de a induce prin strategii specifice anumite valori cu scopul de a contribui la dezvoltarea personală și optimizarea relațiilor interpersonale în comunicarea cu elevii/studentii [12, p.21]. Persuasiunea pedagogică consistă din mai multe tehnici aplicate în cadrul procesului de predare/învățare, una dintre acestea fiind tehnica așteptărilor. Conform acestei teorii, comportamentele pe care le așteptăm din partea noastră și a celorlalți au șanse mai mari să se manifeste în realitate. Legea așteptării este un principiu de convingere cu impact dublu: în autoconvingere și în convingerea celor din jur. Propunând acest exercițiu, profesorul programează parcursul lecției, iar studenții sunt deja pregătiți de a trăi anumite emoții. (Diagrama 3)

În același context, persuasiunea cadrului didactic nu se rezumă doar la ghidarea așteptărilor studenților, de cele mai multe ori, aceasta se produce prin alegerea corectă a metodelor de

predare. Conceptul de discurs didactic se bazează nu doar pe premise științifice, ci și pe selectarea și interpretarea comunicării în funcție de orientarea gândirii și de interesele studenților sau de obiectivele propuse de profesor. Un proces didactic eficient este acela care înglobează și discurs științific, și factori sociali, și factori psihologici, și activități extracurriculare. Iar predarea unei limbi străine fără a utiliza metode interactive este o cale spre eșec. Utilizarea resurselor interactive adaptate școlii secolului al XXI-lea, care este cea a inovațiilor, este indispensabilă predării limbii române ca limbă străină [42, p.37].

O altă metodă aplicată în realizarea sensului este utilizarea cântecului în predare. Potrivit renumitului gramatician Raymond Murphey, piesele muzicale pot ajuta studenții să-și îmbunătățească competențele de ascultare și pronunție, prin urmare ajutându-i la exprimarea orală. Cântecul poate fi utilizat în studierea lexicului, a structurilor gramaticale etc. De aceea în cadrul orelor de limbă română este benefic de a aplica metoda care ar urmări atât competențele de comunicare, cât și cele estetice. Prin urmare, reflecția a constituit audierea cântecului *4 camere* ai cărui interpreți sunt *dj Project și Ami* [129, online]. Cântecele sunt, de fapt, despre inimă, sarcina studenților este de a completa textul cântecului cu lexemele care lipsesc. Muzica, deși îi face pe receptori să se simtă mai degajați, în această atmosferă cuvintele noi pot fi însușite mai ușor și tema va fi memorizată lesne. Muzica, în contextul propus, este un instrument al manipulării, deși manipularea are mai mult o conotație negativă, în cazul de față este o manipulare care e totodată o stimulare. Profesorul urmărește scopul ca studenții să însușească tema predată, studenții urmăresc scopul să acumuleze cunoștințe, dar într-un mod mai ușor și în același timp să fie scutiți de plictiseală, dar atmosfera să fie mai mult prietenească și liberă. Profesorul utilizează diferite metode care facilitează învățarea, metodele fiind un tip de instrumente ale manipulării, iar valența și ponderea lor sunt direct proporționale cu succesul studenților [41, p.203].

Procesul creativității implică, în cazul nostru, o pregătire bună din punct de vedere lingvistic. Cunoașterea limbii române este un atu pentru studenți – cu cât nivelul de cunoaștere a limbii române este mai înalt, cu atât răspunsul este mai creativ.

Discursul argumentativ este la fel de important ca toate celelalte tipologii discursive. Prin intermediul său se realizează un proces al centrării ideilor, pozițiilor și/sau conceptelor, dezideratul constând în aderarea la acestea [63, p.78].

Extinderea sau consolidarea materialului trecut a fost efectuată prin interogarea frontală, profesorul fiind în calitate de emițător și de receptor în același timp.

Succesul lecției a fost apreciat după emoțiile prezentate în ultima rubrică din tabel. Toate emoțiile specificate au fost pozitive. Feedbackul pozitiv al studenților demonstrează că toate metodele-instrumentele au fost utilizate corect, iar scopul profesorului a fost atins. Reieșind din rezultatele chestionarului, persuasiunea utilizată de profesor pe parcursul lecției a avut un efect pozitiv asupra procesului de învățare, iar emoțiile pozitive trăite de studenți pe parcursul lecției demonstrează că atmosfera, deși a fost una cu multe provocări, cu multe sarcini, totuși a fost una plăcută, fapt ce a favorizat însușirea atât a cuvintelor ce denumesc emoții, cât și a cuvintelor noi în general, iar competența comunicativă a fost dezvoltată prin situațiile de comunicare cu întrebări în care studenții au argumentat cele spuse cu unele cunoștințe dobândite și în cadrul altor ore – de profil. (Diagrama 4)

În general, pentru discursul didactic climatul educațional este un factor foarte important. Climatul școlar/universitar include în definiția sa acea calitate a unei școli/instituții educaționale care face ca fiecare membru să simtă valoarea și demnitatea personală creându-se astfel sentimentul de apartenență. Crearea locurilor de învățare sănătoase, stimularea creativității elevilor, precum și a entuziasmului cadrelor didactice sunt aspecte care se circumscriu în aria climatului școlar. Toate aspectele enumerate de elevi sau de profesori atunci când explică de ce le place școala sunt caracteristicile climatului școlar existent în acea instituție de învățământ [146, online]. Astfel, toate conținuturile lecțiilor trebuie să se construiască avându-se în vedere principiile de bază ale climatului universitar.

Emoțiile provocate de subiectul studiat au fost: **interesul, bucuria, optimismul, admirația** etc., majoritatea emoțiilor au fost specificate și în rubrica a treia unde studenții au scris despre ceea ce așteptări au, iar la unele persoane așteptările au fost chiar întrecute. În funcție de personalitate și de trăsăturile de caracter, fiecare student a extras din lecție ceea ce i-a fost mai aproape de suflet, iar aceasta ar însemna că discursul didactic, deși este bine planificat, nu poate fi controlabil sută la sută. Din perspectiva analizei discursului, discursul didactic implică actele de limbaj transmise atât de profesor, cât și de studenți. Atunci când studenții argumentează ideea, intervențiile colegilor și ale profesorului sunt unități elementare ce favorizează schimbul de opinii. Analiza discursului presupune studierea ansamblului interacțiunilor, în cadrul discursului didactic există interacțiuni: profesor-student, student-student. Studiul relațiilor presupune și studierea unor factori cum ar fi agresivitatea sau gradul de intimitate, în cazul discursului didactic cu subiectul abordat mai sus, există un anumit grad de intimitate, fiindcă dezvăluirea tuturor emoțiilor trăite de individ pot afecta psihologic persoana și sub influența aceasta răspunsurile ar putea fi neoneste sau modificate.

Pedagogul Constantin Cucuș consideră că între activitatea desfășurată de către studenți în cadrul lecțiilor și activitatea desfășurată de ei în afara orelor, există deosebiri din punctul de vedere al conținutului și al formelor de organizare:

1. Activitatea în afara sălii de curs și cea extracurriculară au un conținut deosebit de activitatea în cadrul lecțiilor. Desfășurarea lecțiilor și volumul cunoștințelor predate sunt determinate de curriculumul la disciplină, în timp ce conținutul și desfășurarea activităților în afara clasei au conținut flexibil și foarte variat, cuprinzând cunoștințe din domeniul artei, științei etc. Totuși, nici conținutul acestor activități nu se stabilește în mod întâmplător, ci pe baza anumitor principii.

2. Încadrarea studenților în diferite forme ale activității extracurriculare se face pe baza liberei alegeri, sub îndrumarea cadrelor didactice, care îi pot sugera fiecărui student ce formă de activitate este mai potrivită pentru interesele și înclinațiile lui [19, p.77]. Pentru activitatea noastră am ales exerciții creative de cultivare a unei limbi străine. Tipurile exercițiilor au fost diferite, astfel încât fiecare student să se poată implica în activitate.

Un exercițiu interesant a fost bazat pe interacțiunea dintre lingvistică și artă. Studenților le-a fost propus să reprezinte printr-un desen rolul mamei în viața lor. Acest tip de exercițiu se bazează mai mult pe creativitatea studenților, însă pentru a prezenta desenul studenții au practicat vorbirea în limba română și prezentarea unui discurs în public.

Universul emoțional din discursurile didactice analizate este unul cu un impact major, deoarece, fiind într-o țară străină, studenții au depus mult suflet în toate activitățile propuse, dar și studenții autohtoni au fost entuziasmați de subiect, participând activ la ore. Emoțiile lor au fost observate și prin limbajul nonverbal. Abordarea temei despre mamă poate sensibiliza pe majoritatea persoanelor, mama fiind o ființă dragă pentru fiecare. În cazul discursului despre inimă, emoțiile prezente au fost multiple, de la dragoste, respect, bucurie, entuziasm până la dor, tristețe și melancolie [39, p.10].

În concluzie, activitatea extracurriculară, dar și cea didactică într-un discurs, ca fenomen educațional, prezintă o serie de particularități și se supun unor exigențe pedagogice specifice. Cea extracurriculară permite folosirea eficientă a timpului liber, dezvoltarea vieții asociative, dezvoltarea capacităților de a lucra în grup și de a coopera în rezolvarea unor sarcini complexe, dezvoltarea voinței și formarea trăsăturilor pozitive de caracter, trăirea emoțiilor pentru moment. Activitatea didactică, pe lângă funcția de informare, are și menirea de a încadra toți membrii unui grup în discuție, e a găsi metode eficiente de predare și de a monitoriza climatul din cadrul orelor.

Activitățile extracurriculare, de asemenea, cer o bună pregătire metodologică din partea profesorilor. Este necesar să se creeze o atmosferă deosebit de favorabilă pentru instruire și educație, să se ofere posibilitatea de completare și de aprofundare a cunoștințelor și abilităților obținute la lecții, să fie create condiții de formare a personalității în spiritul culturii naționale. Activitățile extracurriculare stimulează dezvoltarea sferelor intelectuale, volitive, emoționale și motivaționale ale studentului.

Scop al discursului	Mijloace	Rezultat	Afectivitate/Emotivitate
1. Informarea și instruirea studenților 2. Încadrarea studenților în activități extracurriculare	1. Persuasiune 2. Metode interactive 3. Ghidarea răspunsurilor 4. Verificarea informației Interdisciplinaritate Lexicul emoțiilor	1. Participare activă la lecții 2. Interes sporit față de subiect 3. Creativitate 4. Climat emoțional plăcut	Încărcătură emoțională sporită în funcție de caracterul persoanei, de situaționalitate și de subiectul abordat

Tabelul 3.3.2 Universul emoțional al discursului didactic

3.4 MILA EVLAVIA ȘI HARUL *VERSUS* SUFERINȚA, ÎNVRĂJBIREA, URA, ÎNDOIALA ȘI SUPĂRAREA ÎN DISCURSUL RELIGIOS

Discursul religios este comunicarea instituțională, discursul ce aparține credinței care domină cunoașterea rațională și, în același timp, permite cunoașterea-revelarea. Conținutul discursului religios sunt textele sacre, interpretarea lor și ritualurile religioase.

Textul religios a constituit, în istoria limbii române, un model de scriere și pentru textele din alte registre stilistice. Însă, după secolul al XVIII-lea, stilul bisericesc devine complementar celui laic, diferențiindu-se tot mai mult de acesta la toate nivelurile lui [125, online]. Discursul religios are un sistem propriu de valori. Liantul esențial al acestor scrieri este, pe de o parte, domeniul lor tematic religios, iar, pe de altă parte, sunt elemente stilistice specifice, reflectate în lexic, morfosintaxă, prozodie, topică. Toate acestea sunt argumente reprezentative suficiente pentru constituirea unui stil aparte – stil religios, care ar trebui să completeze lista tradițională a stilurilor funcționale ale limbii române [15, p.6]. Deci, în domeniul practicii religioase, credința, ca viziune globală, reprezintă cea mai mare valoare intersubiectivă. Și putem spune că tot sistemul axiologic este redus la valorile credinței. Aceasta este recunoașterea existenței lui Dumnezeu, ideea de păcat, dreptate, bine și rău, credința în minuni etc.

Discursul religios este considerat un discurs specializat, deoarece în acest tip de discurs se identifică o pluralitate de coduri specifice al căror scop este amplificarea forței argumentative persuasive, și în mod special, de convingere a auditorului [149, online]. Totuși, forța argumentativă depinde de public, deoarece acesta trebuie să fie inițiat în subiectul abordat. De obicei, cele mai multe persoane apelează la un discurs religios fiind influențate de stări diverse, cineva simte durere, frică, compasiune sau suferă, cineva are o stare de mulțumire, beatitudine și recunoștință. Rareori se întâmplă ca persoana să fie echilibrată emoțional atunci când ascultă sau citește un discurs religios. Nu putem nega faptul existenței unui grup masiv de persoane care sunt credincioase și sunt familiarizate cu discursurile religioase astfel încât le cunosc la perfecție. Este cert faptul că orice persoană va simți emoții mai intense atunci când va citi prima dată un discurs, dar de fiecare dată când îl va citi repetat, intensitatea emoțiilor se va modifica.

Discursul religios reprezintă și a reprezentat subiectul multiplelor studii care l-au tratat din diverse aspecte. Ideea analizei noastre se concentrează asupra identificării și înțelegerii mecanismelor retorice și pragmatice, precum și abordarea acestui tip de discurs din punctul de vedere al emotiologiei.

Discursul religios, ca și alte discursuri specializate, se bazează pe cele trei componente ale actului vorbirii: Ethos, Pathos, Logos și au ca funcție principală persuasiunea și convingerea

auditorului. Astfel, în discursul religios, dimensiunea retorică a pathosului este reprezentată de un limbaj specializat al afectelor și se conturează în jurul unor scenarii emoționale.

Discursurile alese de noi sunt bogate în lexeme afective, unul dintre ele începe cu *Mântuirea e fapta milostivirii lui Dumnezeu, prin care ne scoate din păcat, dacă vrem și ostenim și noi*. Mântuirea este iertarea de păcate care, de fapt, este fapta lui Dumnezeu, iar milostivire, conform DEX-ului este: Milă. 3. Bunătate. 4. Ajutor care se dă cuiva. Și: binefacere, pomană, milă (37), (îvp) milostenie (3), (îvr) milcuiciune (3). 5. Însușire de a fi milos (8) Și: dărnicie, generozitate. Chiar de la începutul discursului, observăm un apel la emoțiile oamenilor care citesc, dar, mai cu seamă, un lexic al afectelor, ceea ce este caracteristic pentru discursurile lui Arsenie Boca. Iertarea păcatelor noastre se face prin bunătatea lui Dumnezeu, dar este și o condiție *dacă vrem și ostenim și noi*. Verbele utilizate la persoana I plural ne identifică ca pe un popor, ca pe un tot întreg. Valoarea stilistică a pronomelor la persoana I este de a persuadea interlocutorii prin poziționarea locutorului în aceeași comunitate de oameni care păcătuiesc și vor mântuire. Locutorul invocă exemplul personal prin utilizarea pronumelui *noi*.

În cartea *Mângâiere și mustrare, Ne vorbește Părintele Calistrat de la Bârnova*, autor Danion Vasile (**Anexa 4**) [191, online], găsim o serie de interviuri, dar mai mult răspunsuri cu învățături la întrebări frecvente. Un fragment elocvent pentru analiza universului emoțional este despre iubirea față de aproapele nostru.

Intenția autorului o regăsim chiar din primele rânduri: *Trăim într-o societate în care se vorbește mult despre iubirea celorlalți, într-o lume preocupată de comuniune. Este foarte ciudat însă că, pe cât de mari sunt eforturile depuse pentru a-i apropia pe oameni, pe atât de mici sunt rezultatele obținute.*

Un exemplu este oferit de telefonია mobilă: oamenii vorbesc foarte mult unii cu alții, dar vorbele lor nu îi apropie. Oamenii își împărtășesc unii altora din propria singurătate. Dumnezeu e singurul care poate alunga această singurătate și Care poate pune în locul rămas împlinirea dragostei [...]. Intenționalitatea se rezumă la dorința autorului de a demonstra că Dumnezeu este unicul care ne poate scăpa de singurătate. În acest fragment este un univers emoțional concentrat, aceasta ne demonstrează lexemele din registrul emoțional: *substantivele iubire, singurătate, dragoste; verbele a oferi și a împărtăși; antiteza eforturi mari – rezultate mici.*

Rolul substantivelor afective este de a arăta o realitate cu care ne confruntăm la momentul de față, de a face apel la oameni, îndeosebi la cei care consideră iubirea ca pe o emoție unilaterală.

Iubirea este o emoție complexă care cuprinde mai multe elemente. Unii cercetători consideră că iubirea este o emoție de sine stătătoare, iar alții consideră că iubirea cuprinde toate emoțiile de bază. Atunci când iubim, putem simți bucurie, tristețe, furie, surpriză, rușine, adesea toate în același timp [155, online].

Verbele afective *a oferi* și *a împărtăși* au o conotație emoțională, deoarece poate să ofere doar o persoană care nu se axează pe egoism, doar pe propria persoană. *A împărtăși* este un verb care are și o conotație bisericească, conform DEX-ului: *A împărtăși* 1. A (se) face (pe cineva) părtaș la ceva. 2. (Bis) A (se) cumineca. Iar verbul *a (se) cumineca*, *a fost atestat în Psaltire*: (în textele rotacizate), 1. A primi (sau a da) cuminecătură. 2. a (se) împărtăși, a (se) griji. 3. A face să fie iertat (prin cuminecătură) un păcat, o greșală. 4. A fi inițiat într-o credință. 5. A aparține unei biserici.

Antiteza este un trop preferat de cei ce țin un discurs religios, scopul acestor antiteze este a provoca receptorii la gândire, omul este pus în situația de a cântări unele fapte, de a compara și selecționa generalul și esențialul din elementele concrete și de a formula apoi constatări și concluzii. În discursul respectiv găsim și alte antiteze: ură – iubire; el urăște – tu să-l iubești; va înflori – se va usca, el blestemă – tu să-l binecuvântezi. În general, aceste antiteze au rol de a persuadea publicul și de a argumenta binele în paralel cu răul.

În discursul *Din Păcătoși, Sfinți* [191, online], care are și un titlu sugestiv, antiteza din titlu *păcătoși – sfinți* ne duce cu gândul la multe situații din viața cotidiană, când oamenii uită de Dumnezeu pentru a-și atinge scopurile, dar când dau de un necaz își întorc fața spre Dumnezeu și cer ajutor, idee care se regăsește și în fragmentul: *Calea mântuirii, sau Cărarea, începe când omul vine – de cele mai multe ori abia viu din gâlceava cu moartea – și intră în Biserica văzută, cea adevărată, care e: „Una, sfântă, Sobornicească și Apostolească Biserică.”*

Lexemul *păcătos* din titlu are o valoare depreciativă, care face parte din limbajul specializat religios. Acest limbaj este specific prin intertextualitatea sa, care face trimiteri la textul biblic, la diferite rugăciuni unde sunt utilizate structuri fixe. În cazul dat vorbim despre o serie de cuvinte cu valoare depreciativă, deseori utilizate pentru a accentua disprețuirea de sine: *Ticălosul robul tău* sau alte cuvinte cu aceeași valoare: *nevrednic, leneș, pățimaș, desfrânat* etc. Aceste cuvinte apar în textul religios pentru a arăta prin antiteză diferența dintre om și Divinitate. Astfel, profilul retoric al discursurilor religioase este conturat de multitudinea figurilor retorice inserate în țesătura discursivă.

Alte elemente lexicale afective din discursul analizat de noi sunt: *a ofta, lacrimi, suferințe, părere de rău, îmi pare rău, vinovat, atitudine* etc.

Verbul *a ofta* este un element elocvent, deoarece are o conotație strict emoțională; în DEX îl găsim cu următoarea explicație: *A ofta* 1. A scoate un oftat (în semn de dor, supărare, regret etc.) 2. A ~ după cineva (sau după ceva) A regreta mult pierderea cuiva sau a ceva. 3. A dori din tot sufletul pe cineva sau ceva. 4. A suferi. 5. A regreta. 6. A se jeli.

Astfel, în fragmentul: *Venise una cu un copil în brațe și ofta acolo, chiar în fața mea, ca eu s-o văd*. Acest verb indică o acțiune de regret, de supărare, atunci când vedem o persoană oftând, putem avea diferite reacții emoționale, putem fi îngrijorați, putem compătimi persoana care a oftat etc., dar, în cazul dat, Părintele are o reacție negativă, una care indică îndoiala în greutatea pe care o avea acea persoană. Această îndoială este sugerată și de lexemul *una*, perceput cu o doză de ironie față de persoană, o evitare de a aborda problema persoanei într-un mod serios.

Regretul și vinovăția le găsim în text ca pe niște exprimări simple în baza istorioarelor, pilde de întâmplări din care putem lua o învățătură: *Iubirea înseamnă lacrimi, suferință, părere de rău.; să vii să spui că Dumnezeu este vinovat că tu ți-ai făcut de cap o viață; Și i-am spus: „Îmi pare rău, nu vreau să te jignesc, o pâine sau o pungă de făină ți-o dau, un ban de autobuz ți-l dau, dar ca să mă privească unde dormi, de ce n-ai ce-ți trebuie, nu este treaba mea, nu este al meu.; ...care sunt luați drept monștri de naivitate, sau sunt luați drept naivii care pot fi scotociți în buzunare prin metode și tertipuri inventate pe principiul simfoniei lacrimilor, al parodiei vorbelor frumoase și pompoase sau al sentimentalismelor pioase*.

Expresia *cei ce stăm sub semnul crucii* ne identifică ca pe o comunitate credincioasă în Dumnezeu și în cruce. Utilizarea verbului la indicativ prezent, persoana a III-a plural este o tehnică de persuasiune de a demonstra că suntem uniți și avem același scop și aceeași misiune pe acest pământ. Pământul este prezentat prin metafora *cortul pământesc*, intenția locutorului este de a ne arăta că oamenii sunt simpli trecători pe pământ, deoarece cortul este un accesoriu utilizat pentru o perioadă scurtă. *Calea mântuirii* are rolul de a ne arăta că viața noastră este ca o cale care ne duce spre mântuire. Biserica este văzută ca o luptătoare împotriva tuturor relelor, care totuși nu poate fi afectată de răutate. Expresia *Pe ea nu o înnegrește rugina răutății* pune în vizor valoarea afectivă a răutății comparând-o cu rugina. Rugina, din câte cunoaștem, oxidează fierul, distrugându-l, la fel și răutatea distruge sufletele oamenilor, epitetul *rugina răutății* este însoțit de un verb cu valoare cromatică – înnegrește, iar negrul este reprezentarea negativului, a viciilor și a tuturor relelor. Însă această rugină nu are puterea de a înnegri biserica, Biserica este atotputernică.

Mântuitorul nostru a întemeiat și are numai o Biserică creștină, nu opt sute. Biserica aceasta, una, e sfântă pentru că Sfânt e întemeietorul și, ca atare, rămâne mereu sfântă, ba chiar sfințește pe păcătoși. Celelalte „biserici” – casele de adunare ale sectelor – nu sunt sfinte, pentru că sunt întemeiate de oameni robiți, răzvrățiți și, ca atare, nici nu sfințesc pe nimeni.

Din punct de vedere pragmatic, acest fragment face parte din discursul apologetic care are ca scop exprimarea unei atitudini hegemonice față de alte comunități religioase de confesiuni diferite. Prin această atitudine, discursul religios încetează a mai fi doar un discurs identitar, sugerând pretenția de monopol asupra adevărului [52, p.28]. Astfel, Arsenie Boca își exprimă părerea față de secte, care nu sunt sfinte și nu sfințesc pe nimeni, aceste repetiții *sfânt-sfințesc* sunt utilizate pentru a accentua și a valorifica ideea susținută de locutor.

Acest fragment de discurs, numit discurs hegemonic, poate fi caracterizat ca o strategie argumentativă. Astfel, discursul religios hegemonic este marcat de polemica, de prezentarea în paralel a argumentelor pro și contra, legătura dintre propria credință și celelalte fiind identificată printr-un raport disjunctiv. Intenția de comunicare a acestui tip de discurs religios este păstrarea unității credinței [50, p.18-19].

În discursul religios sunt concentrate o serie de metafore argumentative, care, în contextul dat, reprezintă modele de cunoaștere și nu simple tehnici retorice. *Prin urmare, cei ce stăm sub semnul crucii, câtă vreme petrecem în cortul pământesc, urmăm calea mântuirii în obștea Bisericii văzute sau luptătoare. „Pe ea nu o înnegrește rugina răutății, produsă de împrejurările pământești.”*

Ea rămâne nemișorată și neștirbită, deoarece, cu toate că e arsă din vreme în vreme în cuptorul prigoanelor și încercată de furtunile neconținute ale ereziilor, ea nu suferă sub povara încercărilor nicio slăbire în învățătură sau viață, în credință sau rânduiala ei. De aceea ea întărește prin har înțelegerea celor ce cugetă la ea cu evlavie. [191, online]. Astfel, discursul lui Arsenie Boca este construit dintr-o serie de strategii argumentative care se constituie din tehnici comunicative bine coordonate și care alcătuiesc un context bine gândit din punct de vedere cognitiv și structural. Figurile de stil, îndeosebi metaforele argumentative, dau discursului un aspect semantic specific discursului religios. Daniela Roventă-Frumușani consideră că procesul metaforic se realizează la nivel discursiv, izvorând din acea continuitate discursivă sau izotopie; relația dintre termenul propriu și cel figurat nu se realizează ca relație de dominare, ci ca relație de telescopare reciprocă pe care doar cadrul discursului o poate releva și rezolva [62, p.118].

Elogiul Bisericii este construit pe principiul condiționalității, Biserica rămâne nemicșorată și neștirbită, chiar dacă este expusă numeroaselor provocări. Autorul utilizează anume cuvinte cu prefixul *ne-*, fidel tradiției apofatice în calea cunoașterii lui Dumnezeu. Repetiția *din vreme în vreme* este folosită de locutor pentru a arăta continuitatea existenței Bisericii și greutățile care se repetă periodic. Arsenie Boca afirmă că Biserica e arsă în *cuptorul prigoanelor, prigoane* înseamnă pornirea împotriva cuiva, în acest context *este arsă* are sens figurat, iar conotația lui este că este expusă diferitor încercări. O altă metaforă din discurs este *furtunile neconținute ale ereziilor*, prin lexemul *furtună* autorul având în vedere perturbările neînchinate ale concepțiilor, mai cu seamă în rândul altor confesiuni decât Ortodoxia. Puterea incomparabilă a Bisericii este demonstrată prin enunțul: *ea nu suferă sub povara încercărilor nicio slăbire în învățatură sau viață, în credință sau rânduială ei*. Deși este deseori atacată, puterea credinței nu slăbește, puterea de a da sfaturi bune credincioșilor, de a avea continuitate, de a păstra și răspândi puterea credinței și tradițiile bisericești. Următorul enunț are o valoare afectivă, deoarece conține lexeme care denotă sentimente: har și evlavie. Cuvântul *har* are conotație de însușire care face pe cineva vrednic de admirație, Biserica întărește pe cei care o respectă și o preamăresc, care meditează asupra religiei, prin har, îi face pe acești oameni vrednici și care merită doar admirație. Ea îi întărește pe cei care gândesc la Biserică cu evlavie. Evlavia este un sentiment religios manifestat printr-o scrupuloasă îndeplinire a practicilor bisericești, sentimentul acesta este caracteristic pentru persoanele cu adevărat credincioase. Funcțiile discursului religios pot fi diferite, iar de cele mai multe ori discursul nu are doar o singură funcție. Printre cele mai importante funcții îndeplinite de discursul religios se enumeră: funcția comunicativă, informativă, afectivă, reprezentativă, apelativă, expresivă. Fiecare funcție este caracteristică unui anumit tip de discurs religios. Din punctul de vedere al formei, discursul religios poate fi de mai multe tipuri: predica, omilia, conferința, polemica, pareneza.

Considerăm predica un tip al discursului religios puternic conturat, din punct de vedere afectiv. Predicile sunt alcătuite cu scopul de a tălmăci pe înțelesul tuturor învățătura lui Iisus, cazaniile, propovedaniile, omiliile, didahiile ori predicile au avut și au o anumită libertate de expresie în raport cu celelalte scrieri bisericești în care limbajul era sever și riguros cenzurat de respectul față de dogma creștină. Acestea au fost destinate nu atât lecturii, cât, mai ales, rostirii în variate împrejurări: la slujbele duminicale și la marile sărbători de peste an, la evenimente majore din viața credincioșilor [166, online]. Atunci când un preot rostește o predică, el face apel la audiența sa, astfel are loc o conexiune afectivă dintre cele spuse de preot și persoanele prezente.

După conținut, discursul religios poate fi dogmatic, liturgic, istoric și moral. Discursul dogmatic se bazează pe dogmele bisericești, cel liturgic cuprinde cultul divin: rugăciunile, ritualurile și ceremoniile, cel istoric este alcătuit din momente istorice ale bisericii, iar cel moral se axează pe poruncile dumnezeiești.

Dacă vorbim despre discursul religios prin prisma participanților la comunicare, distingem discursul monologat și cel dialogat.

Discursul religios monologat este o narațiune, în care emițătorul poate fi un slujitor al bisericii sau un credincios de rând, care abordează un subiect religios.

Discursul religios dialogat este mai complex, el poate lua diferite aspecte; aspectul interogativ este atunci când se pune accent pe întrebare (spovedania, spre exemplu), euristic (conferințe) – atunci când se pune accent pe cercetare pentru a se ajunge la un adevăr, examinator – când un discipol este evaluat, catehetic – când se pune accent pe achiziționarea învățăturilor creștine.

Scopul discursului religios este, de fapt, de a consolida opinia auditorului în vederea diferitelor probleme ce țin de religie, de credință. Discursul religios se caracterizează prin individualitate în rândul aserțiunilor cu scop persuasiv. Spre deosebire de alte discursuri, cel religios, atunci când recurge la persuasiune, ține cont de etică, persuasiunea se bazează pe argumente bine definite. Vorbind de discursurile religioase vechi se poate observa o persuadare a receptorilor prin Ethos și Pathos. Ethosul se rezumă la personalitatea celui care vorbește, pornind de la ideea că oratorii vremii erau oameni inteligenți care cunoșteau carte, receptorii aveau o încredere deosebită în ceea ce le transmitea oratorul, respectiv, oratorul era în stare să prezinte un discurs persuasiv din acest punct de vedere.

Pathosul este și a fost prezent în discursul religios. De cele mai multe ori, pentru a ajunge la conștiința receptorilor, emițătorii apelează la argumente de natură afectivă, dar și la sentimentele receptorilor. *Biserica de pe pământ se numește luptătoare, pentru că aci, sub povățuirea ei, inșii din obște au de purtat o întreită luptă, care ține o viață întreagă: lupta cu ei înșiși, cu patimile contra firii, după trup și după duh; o luptă cu „lumea” indiferentă și necredincioasă; și lupta împotriva uneltirilor vicelanului. Preoția Bisericii urmărește ca nici unul din fiii Tatălui să nu se învrăjbească în sine însuși, sau să se rupă din obște și din duhul dragostei lui Hristos. Căci El e Cel ce unește obștea laolaltă, deci nimeni nu se mântuiește răzlețindu-se de Biserică, oricât ar crede că într-însul sălășluiește Duhul lui Hristos* [192, online].

În acest fragment este o concentrare de lexeme ce denotă afectivitatea: persoanele care luptă cu ele însele sunt hotărâtoare și puternice; lumea este indiferentă, învrăjbirea, adică ura, trebuie evitată, iar dragostea este sentimentul lui Hristos pentru popor. Varietatea afectelor este o particularitate a discursurilor lui Arsenie Boca, în discursuri se observă o serie bogată de scenarii emoționale și un variat lexic al afectelor care alcătuiesc Pathosul, iar acesta, la rândul său, are funcție persuasivă.

Universul emoțional din acest tip de discurs poate fi demonstrat în baza actelor de vorbire descrise de John Searle, mai cu seamă a actelor directive, care surprind intenția emițătorului de a-l determina pe receptor să efectueze o anumită acțiune (strategie persuasivă), și a actelor expresive, care marchează atitudinea emițătorului față de situația discutată în discurs. Un factor afectiv/persuasiv reprezintă și adresarea la receptori de tipul: iubiți credincioși, dragii mei, frații mei etc. Lexicul emoțional sau afectiv apare în textele din corpus mai ales în enunțuri injonctive și desemnând sentimente colective atribuite grupului sau impersonalizate. Enunțul emoțional individualizat este destul de rar, iar persoana I singular tinde către formula convențională [72, p.226].

În discursul Părintelui Calistrat găsim următoarele citări: *De omul eretic, după întâia și a doua mustrare, depărtează-te. Și iarăși spune: De-ți greșește fratele tău, iartă-l între el și tine; și de l-ai câștigat pe fratele tău, lucru bun ai făcut; de-ți greșește fratele tău ceartă-l între el și încă doi-trei; și de l-ai câștigat, bun lucru ai făcut; de-ți greșește fratele tău, ceartă-l între tine și sobor, iar dacă nici de sfatul soborului, adică de Biserică, nu ascultă, să-ți fie ție ca un străin și ca un vameș.*

Sfântul Ioan Gură de Aur spune în scrierile sale: Pe eretic când îl auzi vorbind și hulind pe Dumnezeu, să-l lovești peste gură, că ți se sfințește mâna.

Spune Sfântul Ioan Evanghelistul: Adevărata viață veșnică este ca lumea să Te cunoască pe Tine, singurul și adevăratul Dumnezeu, și pe Fiul Tău Iisus Hristos pe care L-ai trimis în lume ca să mântuiască neamurile.” Sau: „Atât de mult a iubit Dumnezeu lumea, încât pe unicul Său Fiu L-a dat la moarte și la ce fel de moarte, moarte pe cruce.

Apostolul Pavel spune clar: Cine nu lucrează nici să nu mănânce; și iarăși în Psaltire spune clar: Ieși-va omul la lucrul său și la lucrarea sa până seara. La fel se zice și în rugăciunea începerii lucrului. Și iarăși Mântuitorul Iisus Hristos spune clar: Tatăl meu lucrează și Eu lucrez. [192, online].

Citarea este o tehnică foarte des întâlnită în discursul religios, citatele au o eficiență direct proporțională cu puterea argumentativă a textului. Citarea poate fi considerată și ca o tehnică de

persuasiune, deoarece prin citarea unor momente din Biblie, scripturi ajută în câștigarea încrederii publicului.

Din domeniul citării fac parte și poruncile, în general, discursul religios despre porunci este denumit discurs moral. În discursul analizat de noi, Părintele Calistrat face referire la poruncile lui Dumnezeu, definind, prin urmare, modelul absolut al iubirii: *Iată modelul absolut al iubirii nemărginite. Iată modelul absolut al iubirii: Dumnezeu vine în viața noastră și vrea să ne arate că, atunci când este vorba despre aproapele, noi trebuie să mergem până la jertfă. Cine greșește una din porunci se face vinovat pentru toate celelalte. Pentru că, dacă iubești pe aproapele, nu poți să furi, nu poți să râvnești bunul lui cu viclesug, nu poți să iei în deșert numele lui Dumnezeu, nu poți să nu-ți cinstești părinții, nu poți să ucizi, să curvești, nu poți să urăști și așa mai departe.* [192, online].

Iubirea, în viziunea duhovnicului, este, de fapt, respectarea poruncilor și jertfa. Prin jertfă și prin respect orice persoană va ajunge să cunoască acest sentiment.

În schimb, este preferat tonul didactic, de regulă poruncitor. Ca în toate tipurile de discurs, predicatorul poate recurge și la digresiuni, menite să aducă o explicație suplimentară temei tratate, dar și să relaxeze atenția prea încordată a auditoriului. Această componentă a tratării apare mai ales în varianta orală a predicii și nu încalcă ținuta întotdeauna solemnă a discursului religios.

Universul emoțional din discursuri este unul complex. Pornind de la ideea Rodicăi Zafiu, dacă prin tradiție emoțiile erau asociate cu arta elocinței (figurile retorice), astăzi, legătura nu mai este atât de simplă: figurile (metafora, de exemplu) sunt considerate mijloace cognitive, iar emoțiile pot fi trezite de un anume lexic sau de evocarea unor scenarii care nu au nimic figurat. Emoțiile, legate organic de cunoaștere, sunt inerente în evocarea (reafirmarea, discutarea) valorilor [74, p.224].

Rolul emoției în retorica bisericească a fost, în general, acceptat, în decursul secolelor. Statutul special al discursului religios a putut însă conduce și la ideea renunțării la mijloacele emoționale; în manualul său din 1852, *Ritorică pentru tinerimea studioasă*, D. Gusti arăta că elocvența sacră, deși „vorbește oamenilor pentru a le îmblânzi și-mbunătăți pasiunile lor”, are o autoritate divină, deci nu are nevoie să emoționeze [74, p.224].

Discursurile analizate de noi nu au scopul de a emoționa, ci de a da o învățătură pentru cei credincioși cum să-și iubească aproapele. Explică ce este iubirea absolută, recurg la povestiri reale, ca un exemplu negativ pentru a primi efect pozitiv. Pe parcursul întregului discurs, Părintele Calistrat face apel direct și indirect către credincioși îndemnându-i să păstreze valorile

spirituale, să respecte legile lui Dumnezeu, să fie mai buni, evlavioși și răbdători, iar Biserica să le fie o adevărată mamă spirituală. Găsim motive să fim fericiți, chiar și atunci când suntem săraci, pentru că știm că stăpânim Împărăția lui Dumnezeu. De cele mai multe ori, aceste schimbări în viața noastră emoțională nu rezultă din puterea voinței. Ele apar organic ca urmare a petrecerii timpului în comunitatea de credință, cufundați în dragostea și sfințenia lui Dumnezeu și participarea la mijloace de har, cum ar fi slujirea, închinarea și părtășia [159, online].

În concluzie, discursul religios este unul educațional cu o structură complexă, cu un sistem bogat de valori și concepte afective, precum și cu o serie de caracteristici specifice la nivel lingvistic, psihologic și științific.

Scop	Mijloace	Rezultat	Emotivitate/afectivitate
1. Sensibilizarea publicului 2. Convingerea publicului 3. Ghidarea publicului spre adevărul și învățăturile scrise în scripturi	1. Pronume la pers.I singular, la pers.III-a plural 2. Verbe afective 3. Figuri de stil (metafore, epitete, repetiții) 4. Prefixul ne- 5. Lexic afectiv 6. Negații 7. Citări 8. Adresări specifice 9. Persuasiune	Credința celor ce ascultă Persoanele pot crede în Dumnezeu sau pot găsi contrargumente Sensibilizarea publicului	Grad sporit de afectivitate

Tabelul 3.4 Universul emoțional al discursului religios

3.5 EFECTUL CUMULATIV AL EMOȚIILOR ÎN DISCURSUL MEDIATIC

Recunoașterea rolului de mediere a emoției a condus la studiul critic al emoției prin crearea unei relații dialectice dintre subiect și public și la examinarea emoției ca modelare a contextului interacțiunii – fie ea simplă, cotidiană sau instituțională. În plus, interesul pentru natura socială a emoției s-a extins în explorarea formării sale emergente în raport cu mass-media, iar recent și în social media.

În aceste cercetări, noțiunea de mediatizare este adesea folosită ca un concept sensibilizant pentru a ține cont de intersecțiile complexe dintre mass-media, viața individuală și cea socială la mai multe niveluri, reflectând impactul așa-numitului „turn mediatic”. Esențială pentru această turnură este o încercare de a trece dincolo de „cauza” și „efect” relațiile dintre mass-media și practicile sociale în potențialul de dezvoltare a circuitelor neliniare de sens, care au un impact cumulativ asupra vieții sociale [165, online].

Un discurs mediatic de calitate necesită o bună pregătire a emițătorului, atât în plan informațional, cât și gramatical, stilistic. 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 [61 *apud* 128, online]. Astfel, un jurnalist care cunoaște bine limba română va furniza publicului un discurs de calitate, din punct de vedere gramatical și stilistic, dar din punct de vedere informativ, publicul va avea nevoie de cultură generală. Întrucât textul mediatic este unul dintre promotorii limbii literare, fiind răspândit pe o arie extinsă de vorbitorii limbii române, impactul lexicului substandard, neliterar devine, cel puțin, nedorit [147, online].

Obiectivele de informare și divertisment, împreună cu agendele sociale, politice și comerciale, au condus întotdeauna producția media. În timp ce emoțiile au fost adesea mobilizate de mass-media pentru a atinge aceste obiective (de exemplu, prin senzaționalizarea unei știri pentru a o face demnă de știri sau pentru a susține o anumită linie editorială), o întrebare-cheie este modul în care mass-media îndeplinește acum aceste funcții într-un peisaj social în continuă schimbare. De exemplu, cum își îndeplinește presa funcția de convingere în raport cu noile forme de comunicare multimodală și digitală? În plus, în mod esențial, cine și ce beneficiu politic are din această comunicare? Cercetarea emoționalizării discursului mediatic ar trebui, prin urmare, să ne ajute să înțelegem nu numai ce discursuri sunt produse de mass-media, ci și de ce sunt vehiculate [177, online].

În acest prim domeniu de explorare, credem că emoțiile joacă un rol crucial nu numai în modul și motivul pentru care sunt produse discursurile mediatică, ci și în modul și de ce sunt acceptate și consumate de publicul lor. Deși multe cercetări au arătat cât de frecventă poate fi expunerea în baza anumitor discursuri mediatică într-un „efect cumulativ” care ar explica atitudinile unor cititori, direcția cauzalității (cine influențează pe cine) între mass-media și public nu este liniară, iar „efectul media” este mai bine să fie asumat constitutiv, reciproc (adică mass-media întărește anumite puncte de vedere deja formate).

Actualmente, societatea este foarte bine informată datorită faptului că trăim într-o perioadă în care informațiile pot ajunge la noi prin diverse căi. Accesul la tot felul de computere, tablete și gadgeturi ne permite să ne informăm în orice moment. Mass-media actuală este la o etapă avansată a dezvoltării, furnizând încontinuu tot mai multe descrieri a tot felul de evenimente, noutăți, fie ele importante, fie mai puțin importante.

Discursul mediatic, jurnalistic sau publicistic acționează asupra vieții noastre sociale și este pretutindeni analizat ca un efect al dezvoltării tehnologiei. Acest fenomen de convergență media continuă să se răsfrângă și asupra altor arii de cercetare, precum antropologie, lingvistică, semiotică și sociologie [61, p.21].

Orice informație mediatică este o construcție a realității. Aceasta nu înseamnă că mass-media furnizează publicului o viziune distorsionată asupra faptelor [3, p.129]. 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 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, având o durată [61, p.23].

Și în cazul discursului mediatic, ca și în toate discursurile, participă emițătorul, în cazul nostru, reporterul, jurnalistul și receptorul, în cazul dat, publicul. Noțiunea de public cunoaște accepțiuni noi odată cu globalizarea culturii media [3, p.76]. Astfel, grupuri de oameni se alătură direct sau indirect altor grupuri deja formate și divizate în raport cu temele de care sunt ei cointeresați. Pot fi publicuri naționale sau comunități mari de persoane ce au interes sporit la nivel de țară. Poate exista și public micro – comunități mici de persoane instituite în jurul unor subiecte ce tratează niște teme sociale, politice, psihologice sau de orice alt ordin. Se consideră că publicul, deși este format din persoane, este totuși impersonal, deoarece persoanele sunt diferite și din diferite medii sociale și profesionale, la fel ele pot să nu se cunoască între ele, dar să împărtășească aceleași idei. Am putea enumera aici unele grupuri de persoane ce formează

publicul, cum ar fi public iubitor de literatură, muzică, politică, istorie, design sau multe alte domenii.

Jurnaliștii, fiind emițătorii discursului mediatic, trebuie să țină cont de politica mediatică, adică de:

- Stilul de comunicare:

Comunicarea socială nu presupune doar o transmitere de informații. Este o interacțiune, adică un schimb de atitudini, sensuri implicite, emoții etc. Se desfășoară între actori care au un statut diferit și împărtășesc valori diferite, au anumite profesii, afilieri la anumite grupuri și instituții etc. [3, p.35]. Un discurs mediatic care însumează mai multe elemente ale universului emoțional este *Locurile în care ne aflăm ne pot schimba personalitatea*. [207, online]. Acest articol ne sugerează chiar din titlu că tema abordată este una psihologică. Actualmente, discursurile despre dezvoltarea personală sau despre inteligența emoțională apar tot mai des în mass-media.

Scopul acestui discurs este unul informativ; deși ar părea că totuși este o temă de dezbatere, contează unde suntem pentru personalitatea fiecăruia dintre noi sau nu? În același timp, după cum susține autoarea, persoanele care evită spațiile publice și se izolează în casă sunt introverte, iar cele care iubesc locurile publice sunt extroverte. Din punct de vedere psihologic, o persoană extrovertită este o persoană preocupată mai mult de realitățile practice ale vieții decât de limitarea la gândurile și sentimentele interioare. Practic, o persoană cu trăsături de personalitate extrovertită tinde să fie mai interesată de ceea ce se întâmplă în jurul ei.

Comparativ cu alte tipuri de discurs, discursul mediatic, la momentul de față, este cel mai răspândit din societate, în special, cel din internet și acest lucru nu este o coincidență. Datorită internetului, numărul de utilizatori conectați la rețea este mare, dar și comunicarea mediatică este mai răspândită. Interesul pentru comunicarea mediatică a crescut datorită spectrului larg de teme discutate. În discursul mediatic poți găsi atât teme din sfera personală, cât și din sfera profesională. În acest tip de discurs găsim teme abordate, precum: științele sociale, psihologie, teoria comunicării, lingvistică etc.

Atenția publicului poate fi captată chiar începând cu titlul, de obicei, dacă ne referim la discursul mediatic scris, atunci atenția cititorului o va capta un titlu ingenios care va provoca cititorul să aleagă articolul dat. Desigur, este important ca și conținutul articolului să fie interesant și coerent. În privința tipologiei titlurilor, Stelian Dumistrăcel enumeră câteva tipuri de titluri care apar în discursul publicistic actual, remarcând absența, până acum, a unei clasificări satisfăcătoare a titlurilor din presă [23, p.120]: 1) titlul clasic, tradițional, 2) titlurile bazate pe

jocuri de cuvinte, 3) titlurile care exploatează valorile stilistice ale unor semne de punctuație, 4) titlurile care utilizează rimele, 5) titlurile-citat, 6) titlurile care parafrizează, 7) titlurile interogative sau exclamativ-imperative, 8) titlurile defective de predicat, 9) titlurile evazive, care îi derutează pe cititori [23, p.121].

În jurnalism domină, fără îndoială, principiul rațional, deși nu acționează singur, pentru că este însoțit de emoții. Acest început apare sub diferite aspecte. Este evident, fără nicio dovadă specială, că ideea, conceptul unui articol poate fi realizat doar ca urmare a unui calcul ferm, a reflecțiilor de afaceri și luând în considerare diverși factori. Întregul proces de analiză se bazează pe principii raționale. Afectivitatea se înțelege prin principiile de identificare a cauzelor și dezvăluirea conținutului acestora, capacitatea de a crea un suport pentru judecăți despre caracterul tipic al unui anumit fenomen analizat etc.

Matvei Cerepahov susține că emotivitatea unui discurs mediatic constă doar din taina profesionalismului unui jurnalist. Prin urmare, emotivitatea este pur subiectivă [111, p.100].

Fără îndoială, imaginea, ca formă de reflectare a realității – o persoană, natură, mediu –, conține emoții. Aceasta este probabil cea mai eficientă formă de exprimare emoțională, dar nu singura. Emoțiile pot fi generate de neobișnuirea persoanelor care acționează în mesaje. Emoțiile puternice sunt cauzate și de situații neobișnuite, de obiectul descrierii, de acțiuni și de mediu. Va provoca emoții și publicarea în care cauzele fenomenului prezintă un interes deosebit. Nu vor lăsa indiferente informațiile în care sunt subliniate în mod deosebit consecințele unor angajamente, evenimente. Indiferent de mijloacele figurate, este posibilă o reacție emoțională. Asemenea tropi, precum metafora, epitetul, alegoria, comparația, metonimia, ironia, hiperbola și altele sunt utilizate pe scară largă în jurnalism și servesc ca mijloc de exprimare și de trezire a emoțiilor.

În aceeași ordine de idei, Matvei Cerepahov scrie că „emoționalul, indisolubil legat de procesul de cunoaștere, apare cel mai adesea în alcătuirea conceptelor, ca element al acestora, dând acea căldură, fără de care conceptele de jurnalism ar fi moarte. Orice concept care a apărut în procesul de cunoaștere conține cu siguranță un element emoțional. Dar emoțiile, uneori destul de puternice, sunt trezite și de publicațiile în care se fac generalizări la un nivel superior, unde concretul, vizibilul nu apare atât de clar, unde, în sfârșit, nu există fapte fulgerătoare” [111, p.148].

Astfel, emoționalizarea discursului mediatic poate avea loc prin diferite mijloace:

- Informația aleasă

Un discurs, în acest sens, ales de noi provoacă interes chiar din titlu: *Nu ne-am gândit că este o persoană atât de periculoasă. Cum sunt protejate femeile de violența domestică în Moldova*. [211, online]. Violența în familie este considerată o temă actuală atât pentru țara noastră, cât și pentru întregul glob pământesc. Atunci când se scrie sau se vorbește despre violență nu este posibil să eviți unele emoții, întotdeauna va apărea tristețea, durerea sau compătimirea.

Informația aleasă de fiecare persoană în parte va depinde de principiile și valorile care stau la baza caracterului ei.

În ceea ce privește identificarea publicului căruia îi este adresat un discurs, atunci jurnalistul trebuie să definească bine scopul discursului, subiectul, situația și vârsta medie a publicului (publicul – cetățean, publicul – expert, publicul – afectiv etc.).

Luând în considerare situaționalitatea articolului despre cum ne putem schimba personalitatea, fiind publicat 23 iunie 2020, când tot globul pământesc trecea printr-o pandemie, stând luni întregi în izolare, observăm o tehnică de persuasiune. Majoritatea oamenilor vor fi interesați să lectureze acest discurs pentru a face o asociere cu propria persoană.

Emițătorul nu se clasează în acest caz ca un expert în tema abordată, punând accent pe o oarecare echipă de cercetători. Aici, autorul este doar un moderator care transmite informația altor persoane.

- Publicul căruia i se adresează

Mesajul articolului dat va fi interesant pentru persoanele care studiază psihologia, care studiază particularitățile personalității din punctul de vedere al inteligenței emoționale. În acest context avem următoarele fragmente: *De regulă, revii acasă ca să-ți reîncarci bateriile, unde revii după ce ai comunicat cu lumea și ai ieșit din rutina ta. Acum ne aflăm constant în același loc, casa noastră, iar oamenii pot simți că asta afectează modul în care se văd pe ei înșiși; Calitățile personale pot influența modul în care reacționezi la indicația de a rămâne acasă; Cercetătorii speră că rezultatele lor pot fi o strategie utilă la care oamenii pot să apeleze atunci când vor să-și schimbe gândirea, sentimentele sau comportamentul; Aceste rezultate arată că oamenii pot fi capabili să-și schimbe experiențele psihologice schimbându-și mediul fizic*. [211, online].

În acest sens, Kalendr Alla consideră că discursul mediatic este o transformare multidimensională a informațiilor cu scopul său de replicare masivă. Descrierea acestui discurs este construită pe baza unor caracteristici care permit caracterizarea pragmaticii, a comunicării, a subiecților și a destinatarilor comunicării, a strategiilor de comunicare și a tonului discursului.

O caracteristică importantă a discursului mass-media modern este reducerea distanței de comunicare între jurnalist și public, în urma căruia informația transmisă devine mai puțin autentică, dar mai mult este influențată de personalitatea autorului [179, online].

O altă tehnică de a încuraja femeile agresate să se adreseze specialiștilor este apelul la sentimentul și starea de singurătate. *Dar dacă ești singur nu vei reuși să ieși din acest cerc vicios.* Persuasiunea din acest enunț se rezumă la prevenirea unui insucces, dacă nu intri în comunitatea pe care o reclamează discursul dat. Se cunoaște faptul că persoanele care se simt singure sunt mai vulnerabile din punct de vedere emoțional, astfel prin starea de singurătate este demonstrată importanța Coaliției naționale „Viață fără Violență în Familie”. Aceasta este urmată de un clip publicitar despre serviciile oferite de această coaliție.

- Intenționalitatea

O importanță esențială în discursul mediatic o are intenționalitatea emițătorului. Discursul mediatic va fi structurat din punct de vedere semantic în funcție de intenția jurnalistului. Dacă va dori să sensibilizeze publicul, el va recurge la anumite procedee și figuri de stil. Emițătorul pornește de la problema propusă spre analiză: *Locurile unde ne petrecem timpul par să ne influențeze personalitatea. Dacă te simți dezorganizat sau mai puțin amabil decât de obicei, asta se poate întâmpla pentru că petreci mai mult timp acasă în loc de spații publice, potrivit unei echipe de oameni de știință.* [207, online].

De obicei, jurnaliștii recurg la un limbaj expresiv, folosesc metafore, comparații, cuvinte-cheie sau fraze care captează atenția publicului.

Unul dintre momentele semnificative din acest discurs este că se bazează pe fapte reale, concrete. Chiar din primele rânduri, autorul ne prezintă problema cu amănunte: *În noaptea de 30 iunie, în Centrul de Asistență și Protecție a victimelor și potențialelor victime ale traficului de ființe umane, a intrat un bărbat care ținea în mâini un ciocan și un cuțit, cu care amenința și distrugea ușile și mobilierul care îi stătea în cale. Își căuta soția, care beneficia de serviciile Centrului după mai multe cazuri de agresiune din partea lui* [210, online]. Prin această descriere, emițătorul parcă ne-ar transpune în atmosfera evenimentelor din seara de 30 iunie. Verbele la imperfect *amenința* și *distrugea* ne redau tragismul, dar chiar și pericolul la care au fost supuse persoanele din centru. O emoționalitate sporită se observă și în fragmentul: *În doar opt minute a distrus mai multe uși cu ciocanul, paturi pe care dormeau câțiva copii, a speriat beneficiarele, a lovit-o în față pe o angajată și a amenințat-o pe soție cu moartea*, în care în antiteză sunt prezentate acțiunile agresorului și timpul scurt în care a acționat el. Acțiunile enumerate, adică verbele au o conotație afectivă negativă: *a distrus, a speriat, a lovit, a amenințat*, toate aceste

verbe provoacă emoții negative. *A distruge* provoacă emoția de frică, precum și verbul *a speria*. *A lovi* provoacă durerea, iar *a amenința* – frica, *dezgustul*. Intonația vorbitorului este de a transmite tabloul în detaliu, pentru a preveni în viitor astfel de cazuri. În același timp, observăm și funcția informativă din discurs: multe femei, care trec prin violență acasă, vor afla de existența acestui centru și, eventual, vor beneficia de serviciile lui.

Un alt lanț de verbe ne prezintă atitudinea și starea lucrătorilor din Centrul de asistență și protecție a victimelor: *ne indignează, ne cutremurăm, ne este milă*. Verbele sunt la persoana I plural, prin aceasta observăm o stare colectivă, o stare care ar avea-o fiecare văzând toate cazurile de violență.

Cel mai mult ne indignează că polițiștii l-au lăsat să plece. Indignarea vine în raport cu o problemă socială, la nivel național. Agresorul a fost lăsat să plece din sectorul de poliție, putând să agrezeze din nou pe cineva, aceasta i-a indignat pe colaboratorii centrului.

Ne cutremurăm atunci când vedem la știri că s-a produs un accident aviatic, ne este milă de acei oameni care au urcat la bord și și-au pierdut viața, dar rămânem reci și indiferenți când vorbim despre victimele violenței domestice.

Intenționalitatea autorului nu întotdeauna coincide cu rezultatul sau cu reacția publicului. Discursul mediatic poate avea efecte diferite asupra cititorilor. Școala de la Frankfurt demonstrează că mass-media are efecte directe asupra publicului [2, p.132], determinând opinii și comportamente diferite. Aici apare și termenul de persuasiune. Potrivit modelului persuasiunii, mass-media poate modela atitudini și comportamente ale publicului. Persuasiunea are loc și în cazul expunerii opiniei proprii: eu cred că..., din punctul meu de vedere... Expunerea opiniei proprii poziționează persoana vorbitoare în postura de expert, care dă sfaturi. Astfel, receptorii, prin lecturarea acestui articol vor căpăta o încredere sporită în emițători și, probabil, își vor schimba atitudinea față de violența în familie.

Sfârșitul discursului este unul persuasiv și emoționant, deoarece se operează cu cifre concrete și cu exemple concrete care nu pot să nu afecteze o persoană: *Conform Organizației Mondiale a Sănătății, aproximativ 38% dintre femeile ucise la nivel mondial sunt ucise de către partenerii lo*. [199, online]. Problema morții reprezintă o temă constantă a gândirii umane, atrăgând și fascinând persoane din diferite domenii de activitate: medicină, istorie sau antropologie istorică. Abordată și interpretată în conformitate cu o scală a sensibilității umane, implică acceptarea și/sau refuzul ei de către societatea umană [151, online].

Situația din Republica Moldova, prezentată în paralel cu alte țări, este, de fapt, o tehnică de persuasiune, deoarece comparația cu ceva mai bun întotdeauna motivează să lucrezi mai bine.

Moldova mai are mult de lucru ca să ajungă nivelul Germaniei [...] potrivit legii germane cel care lovește trebuie să plece. [211, online]. Utilizarea în discurs a unui exemplu pozitiv este o tehnică potrivită pentru încurajarea de a face lucruri mai bune.

Însă cercetătorii Universității din Columbia susțin că mass-media nu modifică, ci doar consolidează atitudinile deja existente ale publicului, iar, în anumite condiții, mass-media poate genera efecte limitate sau pe termen scurt, în sensul că modifică doar opiniile, nu și atitudinile sau comportamentele. Atitudinile pot fi considerate ca fiind temporare, până la apariția unui alt articol care ar nega o idee și ar adapta alta contrar opusă. *Astfel, în primul rând, agresorului nu i se mai permite să se apropie de casă, dar nici de victimă. Iar victima este protejată, consiliată psihologic și ajutată să-și revină atât emoțional, cât și economic.* [211, online]. Lexemul *emoțional* din acest fragment este utilizat din punct de vedere psihologic. Ideea de comparație între două state continuă cu exemple concrete de ajutor pentru persoanele victime ale violenței domestice. Prin aceste exemple, autorul persuadează, într-un mod oarecare, organele competente din țara noastră să acționeze, să ia exemplu de la o țară înalt dezvoltată.

Universul emoțional este prezent în text într-un mod direct, ceea ce ne facilitează analiza discursurilor alese. Procesele cognitive sunt prezente în fragmentul: *Rezultatele cercetării arată că locurile pe care le alegem pentru vizite frecvente pot influența nu doar gândirea, sentimentele sau comportamentul nostru în acest moment, ci ne pot schimba și personalitatea în timp.* [207, online]. Gândirea ca proces cognitiv poate fi influențată direct de locurile pe care le vizităm, după părerea autoarei. La fel și comportamentul și sentimentele persoanelor ar putea fi influențate de vizitarea unor locuri publice. Universul emoțional însuși este compus din sentimente – emoții, comportament și procese cognitive (gândire, memorie etc.), astfel, articolul dat înglobează, în esența sa, influențarea universului emoțional de către locurile vizitate de persoane.

Pornim de la ideea că funcțiile discursului mediatic sunt de a avea impact, de informare și de divertisment. Informațiile servesc drept scop inițial al acestui discurs, iar gradul de veridicitate și complexitate a informațiilor este diferit pentru fiecare sursă de informații și pentru fiecare știre în parte. Atât persuasiunea, cât și informarea poate avea sau nu succes, aceasta depinde, în mare măsură, de abilitatea distribuitorilor de informații pentru a capta și menține atenția publicului, adică pentru a face mesajul interesant și distractiv.

Universul emoțional din fragmentul discursului despre violență ne prezintă prin comparație cu un accident aviatic, tragismul violenței în familie. Verbul *ne cutremurăm* are o conotație afectivă puternică, sensul său ne emoționează, dar pentru a arăta adevărul și starea reală a

lucrurilor, autorul recurge la acest verb. *Compassiunea sau mila* ca emoții sunt prezente în expresia verbală *ne este milă*, care cuprinde o emoție propriu-zisă prin care se accentuează reacția unei societăți la un accident aviatic. Reacțiile care sunt în cazul violenței sunt prezentate în antiteza *ne cutremurăm și ne este milă* cu *reci și indiferenți*. Ca dispoziții de îngrijire, virtuțile recunoștinței, contrițiunii și compasiunii au valoarea de a motiva acțiuni adecvate: acte ale acelei dreptăți speciale pline de har care este un răspuns adecvat la daruri și la cei care le dă, acte de autocorecție și ispășire pentru greșelile comise și acte de ajutorare a celor care suferă [134, online].

În concluzie, informația din discursurile analizate de noi este o parafrază a unui experiment, care a avut la bază influența izolării asupra personalității și o analiză a unui caz real de violență. Prin urmare, discursul dat poate influența unele persoane care sunt introvertite de a socializa mai mult, iar pentru cei extrovertiți ar fi o sursă de inspirație să continue să viziteze locurile publice. Pentru femeile care suferă de violență în familie poate servi un imbold de a renunța și de a evada dintr-o așa atmosferă apăsătoare emoțional. Universul emoțional din acest articol se rezumă la niște concepte din psihologie, prin urmare, nu poate provoca un spectru larg de emoții în comparație cu alte discursuri.

Astfel, majoritatea cercetătorilor din domeniul lingvisticii notează că factorul-cheie din discursul mediatic este naratorul. Receptorii reprezintă o masă de oameni care sunt absolut diferiți, personajul de masă este caracteristica principală a unui discurs mediatic, care vizează un public de masă caracterizat printr-o compoziție eterogenă și un număr nelimitat de destinatari necunoscuți. Reacțiile acestor persoane sunt diferite, iar emițătorul, pentru a primi reacțiile dorite, recurge la manipularea publicului prin apel la emoții și prin tehnici de persuasiune.

3.5.1 PLUSVALOARE ICONICĂ ÎN E-DISCURS – EMOTICOANELE

Comunicarea interumană și discursurile au la bază exprimarea corectă a stărilor emoționale. Limbajul afectiv este valorificat de fiecare locutor și este raportat la mai mulți factori: subiect, anturaj, interlocutori, scop, intenționalitate etc.

În comunicarea mediată de calculator, cercetările privind modalitățile de exprimare a emoțiilor sunt de dată relativ recentă. Odată cu diversificarea și îmbogățirea mediilor de comunicare și, mai ales, odată cu interesul major pentru modul în care utilizatorul trăiește experiența de comunicare în mediul online, emoțiile revin în actualitate [143, online]. Atunci când vorbim despre discursul din mediul online, ne referim la discursul paralingvistic pe internet. Cercetările din domeniul paralingvisticii abordează în mod tradițional aspecte care nu implică analiza textului tipărit – sunt studiate aspectele fonației, kinezice (adică legate de gesturi) și grafice. În același timp, inclusiv în știință, se remarcă vectorul studiilor paralingvistice ale comunicării textuale pe internet, analizând astfel de mijloace precum emoticonul. Un emoticon, adică semne tipografice și pictograme care înfățișează emoții, este o parte a discursului de pe internet, care include „un set de produse de rețea”, create și existente în condiții reale virtuale, într-un context lingvistic și paralingvistic și percepute de către destinatar, ținând cont de activitatea comunicativă și cognitivă continuă. Însuși discursul paralingvistic al internetului este „procesul și rezultatul utilizării situaționale a unui sistem de semne nonverbale în contextul interacțiunii sociale în spațiul cibernetic” [100, p.158]. Cu toate acestea, o definiție mai largă a discursului paralingvistic este posibilă și ca mediu care formează emoționalitatea colectivă.

Problema de bază în discuția pe chat devine lipsa unui mecanism care ar reda emoția, impresia, sentimentul, atitudinea, altfel spus, lipsa aspectelor nonverbale și paraverbale în exprimare. De aceea, sunt create, de către utilizatorii acestui tip de comunicare, diverse elemente grafice, pictograme, așa-numitele emoticoane, pentru a exprima încărcătura afectivă a conversației online scrise [51, p. 98].















Limbajul, intrat de câteva decenii într-un nou spațiu – cel electronic (digital), tinde să devină tot mai mult limbaj virtual, marcat de caracteristici distincte de cele ale limbajului natural. „Virtual” e un termen ce reclamă el însuși redefinire [70, p.9]. Comunicarea virtuală presupune un discurs ce implică material lingvistic și nonverbal, cel lingvistic este reprezentat prin cuvinte, cel nonverbal este reprezentat prin emoticoane.

Emoticonul, pictograma, avatarul, logoul, sigla, în definitiv, iconul („icoana”, ar spune unii, văzând în ele o metaforă grafică), toate sunt considerate semne creolizate, purtătoare de semnificație și „se citesc” prin activarea cu un clic pe mouse.

În comunicarea online, emoticoanele-gen și excesul semnelor de punctuație sunt substituitele nonverbalității (ale mimicii, gesturilor etc.) [70, p.235].

Emoticoanele, așa cum sugerează și numele lor (un amestec de „emoție” și „icoane”), sunt, de obicei, legate de exprimarea emoțiilor. Cu toate acestea, s-a demonstrat deja că rolul lor în comunicarea scrisă online este un pic mai complex decât indică numele lor. În 2010, Eli Dresner și Susan Herring au publicat o lucrare seminală pe această temă, arătând modul în care acestea constituie, de asemenea, „indicatori ai forței ilocuționare” [131, online]. Oxford English Dictionary definește funcția emoticonului ca fiind „folosit pentru a transmite sentimentele scriitorului sau intenționalitatea”. De la începutul lui 2010, utilizatorii de internet au început să folosească din ce în ce mai multe emoticoane. Aceste „imagini sau pictograme digitale mici” au roluri și funcții comparabile (și, de fapt, emoticoanele tradiționale bazate pe punctuație se pot transforma în emoji echivalente pe unele platforme sau site-uri web), dar adaugă mai multă complexitate la ceea ce este exprimat prin emoticoane. Într-adevăr, ele sunt mult mai numeroase, pot reprezenta fețe, oameni, animale sau lucruri și sunt redată diferit în funcție de platforma pe care sunt folosite. Confruntându-se cu această complexitate nou descoperită, Susan Herring și Ashley Dainas s-au întors să examineze utilizările discursive atât ale emoticoanelor, cât și ale emojiurilor (alături de alți „graficoni”) și au identificat alte două funcții ale lor: „semnalizarea nonverbală” și „punctuația sau markerii structurali” [131, online].

Emoticoanele și emojiurile sunt considerate, în mod tradițional, ca indicii nonverbale care compensează lipsa indicilor nonlingvistice în comunicare mediată de calculator.

				
fericit	vesel	râs cu lacrimi	încântat	îndrăgostit
				
îmbujorat	îmbrățișare	îngândurat	suspicios	suferință
				
uimit	obosit	achinat	neimpresionat	Trist

				
confuz	încrunat	îngrijorat	alarmat	șocat

Tabelul 3.5.1 Explicarea emoticoanelor utilizate în e-discurs

Încă din primele studii ale comunicării mediatice computaționale, emoticoanele au fost privite ca factori ce compensează lipsa indicilor nonlingvistice în comunicarea mediatică computațională. Apoi, acestea au fost descrise ca fiind „indicii vizuale formate din simboluri tipografice obișnuite care atunci când sunt citite lateral reprezintă sentimente sau emoții.” Aceste emoticoane sunt adesea interpretate ca „indicatori ai stărilor afective al căror scop este de a transmite informații nonlingvistice care în comunicarea față în față sunt transmise prin expresia facială și alți indicatori corporali.” De exemplu, introducerea unei fețe zâmbitoare într-o rostire ar fi o modalitate de a compensa imposibilitatea de a zâmbi fizic. Rezabek și Cochenour Alreay afirmă în 1998: „De exemplu, combinația de simboluri :-) reprezintă o față zâmbitoare tipică și transmite sentimentul că persoana care trimite mesajul și folosește acel emoticon este mulțumită, fericită, agreabilă sau într-o stare de spirit similară.” [87, p.201]. La urma urmei, acesta este motivul pentru care emoticonul „smiley face” este numit și „față fericită”: expresia facială este percepută ca un sinonim pentru emoția pe care ar trebui să o exprime. Această funcție de emoticoane și emoji, „exprimarea emoției” este consensuală în rândul savanților și discutabilă. Emoticoanele și emojiurile permit exprimarea stărilor afective, dar exprimarea unei stări afective în sine poate avea într-adevăr mai multe scopuri. Chiar și în conversația față în față, oamenii, de cele mai multe ori, nu zâmbesc de dragul de a exprima o emoție. Există mult mai mult într-un zâmbet decât o stare afectivă. Un zâmbet, ca orice expresie facială sau gest corporal, poate fi un indicator al modului în care un vorbitor interacționează cu alt vorbitor în cadrul unui discurs. Emoticonul fiind foarte prezent în discursul utilizatorilor de chat, forum, blog etc. [70, p.236]. Exprimarea unei emoții poate avea, prin urmare, o funcție pragmatică și argumentativă.

Lingvistul american John W. DuBois afirmă că în loc să exprime o emoție *in sine*, utilizarea primară a emoticoanelor și emojiurilor poate fi pentru a indica poziția locutorului, iar în cazul comentariilor, o reacție la videoclip. Această teorie a fost dezvoltată într-un articol din 2007 în care DuBois scrie că „unul dintre cele mai importante lucruri pe care le facem cu cuvintele este să luăm atitudine. Poziția are puterea de a atribui valoare obiectelor de interes, de a poziționa actorii sociali cu privire la aceste obiecte, de a calibra alinierea între cei care au poziții și de a invoca sisteme presupuse de valoare socioculturală” [80, p.139].

Astfel, discursul paralingvistic de pe internet presupune o comunicare virtuală care dă naștere unor forme noi, cum ar fi: chatul, forumul, blogul, în care dispare hotarul dintre autor și public. Acest lucru este elocvent în comentariile publicului al căror prim și cel mai important scop este de a reacționa la un text, la o știre sau la un videoclip, mai ales de a-i plăcea sau de a nu-i plăcea. În ceea ce privește limbajul blogurilor și al chaturilor, conversațiile online nu au formatul unei conversații reale, cotidiene, ci reprezintă o altă dimensiune. În limbajul conversației online, mimica, gesturile, tonalitatea, modulațiile vocii, extrem de importante în reproducerea expresivității limbajului natural, sunt exprimate frecvent prin intermediul pictogramelor. Aceste imagini sugestive de dimensiuni minuscule, de mărimea literelor de tipar, sunt semne-simboluri ale paralimbajului în scopul facilitării și rapidității comunicării online. Fenomenul mai este numit „noua creolizare” [112 *apud* 70, p.237]. Comentariile, în acest sens, sunt scrise cu cuvinte, totuși pozițiile pe care le afirmă publicul pot fi realizate practic și datorită emoticoanelor și emojiurilor. Acestea trebuie privite ca fiind mult mai mult decât descriptive. Ele au o funcție pragmatică sau argumentativă mai mult decât o funcție pur descriptivă: un emoticon sau un emoji zâmbitor al feței, de cele mai multe ori, nu spune doar „Sunt fericit” (exprimând o emoție), ci spune „Apreciez textul, știrea sau videoclipul”. Nu înseamnă să exprimi o emoție de dragul ei, ci să iei o poziție în ceea ce privește produsul, care într-adevăr este argumentativ, nu descriptiv.

Utilizarea emoticonului s-a impus ca un subiect de cercetare semnificativ, mai ales în domeniul marketingului, anume în discursul publicitar. De exemplu, emoticonul a fost folosit pentru a-l lega de mărci comerciale și pentru a crea „profiluri emoționale de produs”. Cercetătorii recunosc emoticonul ca o măsură semnificativă a sentimentului consumatorilor.

Cercetând emoticoanele în discursul virtual, putem identifica patru funcții esențiale: funcția expresivă, funcția ludică, funcția de marcator al ironiei, al umorului și funcția fatică. Prezența acestor markeri dau o nuanță expresivă discursului și înlocuiesc toate elementele comunicării, care ar putea avea loc în real, față în față. În același timp, cercetătorii tind să adopte o asemenea viziune asupra discursului paralingvistic, care vede în emoticon nu atât un indicator al manifestării emoțiilor specifice de către subiecții individuali, cât mai degrabă markeri ai puterii ilocuționare a actelor de vorbire. Astfel, discursul paralingvistic pe internet ar trebui interpretat ca un discurs care conține ilocuție – componente ale enunțurilor care reflectă scopurile comunicative ale autorului.

În comunicarea politică pe internet, observăm că emoticoanele devin parte integrantă a așa-numitelor platforme multimodale interactive, care permit comentarea conținutului de pe webul

social folosind canale multimodale de pe același site și chiar cu ajutorul unei „conversații”. Această comunicare presupune, de cele mai multe ori, o interacțiune, prin comentarii, între susținătorii diverselor partide politice, iar utilizarea emoticoanelor are funcția de a accentua starea celor care comentează.

În perioada de dezvoltare activă a tehnologiilor informaționale și a comunicațiilor, emoticoanele sunt unul dintre instrumentele utilizate pentru a demonstra preferințele politice ale publicului de pe internet [173, online]. Ele îndeplinesc o varietate de funcții care pot include mobilizarea participanților la procesul politic; adunarea de oameni cu gânduri asemănătoare; acces la informație și comunicare; socializare politică; identificarea externă a adepților oricărei politici, partide sau asociații; construirea de iluzii politice care nu corespund realității (manipularea conștiinței publice). Multe dintre funcțiile enumerate se referă la vorbirea fatică, care presupune adresarea interlocutorului în vederea stabilirii contactului. Utilizarea emojiurilor și emoticoanelor permite comunicatorilor să aibă acces rapid la informații și să înțeleagă „cine este cu noi și cine este împotriva noastră”, iar, în acest sens, universalitatea emoticoanelor îndepărtează în mare măsură granițele lingvistice. Este important ca emoji, ca un fel de limbaj simbolic universal, să creeze un spațiu de dialog atât în cadrul vorbitorilor aceleiași limbi, cât și la nivelul practicilor interlingvistice și interculturale. Astfel, este nevoie de unificat încărcătura informațională și semantica „emoticonului” politic, dar și dorința de a evita provocarea comunicării distructive. În special, din aceste motive, o serie de rețele sociale și mass-media nu utilizează pictograma „dislike” – nu îmi place, care reduce posibilitatea unei evaluări negative a acțiunilor altor utilizatori, implementează o politică de toleranță și interacțiune fără conflicte. De remarcat că, în ciuda încercării de universalizare a sensurilor, emoticoanele și emojiurile nu sunt neutre din punct de vedere politic. Astfel, s-a reprodus, în ultimii ani, o dispută cu privire la necesitatea includerii unor pictograme suplimentare în ansamblul general al emoticoanelor. Pentru o persoană este „un alt emoticon”, pentru alta este o parte importantă de identitate. Introducerea de noi pictograme care reflectă diferite culori ale pielii și alte diferențe fizice ale unei persoane fac treptat limbajul emoji mai mult prietenos față de diferite identități și culturi.

Din punctul de vedere al semanticii, emoticoanele nu sunt întotdeauna interpretate fără ambiguitate din perspectivă emoțională și reflectare a evaluării (pozitiv sau negativ). Emoțiile pe care fiecare persoană le asociază cu un anumit emoticon nu sunt întotdeauna aceleași și depind de platforma pe care este folosit emoticonul. Dacă analizăm emoticoanele din punctul de vedere al clasificării emoțiilor după roata lui Plutchik, atunci identificăm câte un emoticon sau chiar mai multe, pentru majoritatea emoțiilor. Este dificil și subiectiv să găsim un emoticon pentru

încredere și anticipare, acestea având mai mult o conotație lexicală decât iconică. Astfel, se poate argumenta că emoticoanele câștigă acum din ce în ce mai multe poziții în comunicarea mobilă și rețelele sociale ca instrument de comunicare nonverbală pe internet și, prin urmare, pot fi considerate ca un element discursiv al organizării mesajului. Emoticoanele indică nivelul de încredere între comunicatori, îndeplinesc funcțiile de exprimare a unei stări emoționale, funcția de menținere a contactului cu interlocutorul, funcția de interpretare a declarației și funcția ultimei observații în comunicarea pe internet. Caracterul lor uman este, de asemenea, remarcat. Potrivit emoticoanelor, pot fi determinate idiolectul și sociolectul comunicării. Emoticoanele au încetat să se coreleze doar cu mesajele text ale adolescenților. Acum ele sunt percepute din punctul de vedere al unei expresii marcate a unui mesaj care poate depăși barierele lingvistice.

În concluzie, emoticoanele sunt utilizate în campanii publicitare și în politică și reprezintă interes științific pentru generarea emoțiilor în comunicare pe rețelele sociale, inclusiv din perspectiva specificului național. Relația dintre emoții și discurs pare să fie bidirecțională. Emoțiile sunt parțial formate prin intermediul discursurilor, în timp ce discursurile sunt de natură emoțională. Chiar și discursurile care se presupune că se bazează pe raționalitate sunt formate din experiențele individuale și de grup ale raționalului. Emoțiile funcționează ca practici discursive, deoarece sunt experimentate și întruchipate în mediile sociale adecvate, fiind astfel fenomene sociale și culturale. În același timp, discursul, normele emoționale și emoțiile în sine sunt modelate de cauze sociale, politice și economice.

Scop	Mijloace	Rezultat	Emotivitate
1. De a informa publicul	1. Verbe la pers. I plural	1. Oamenii obțin informații noi	Gradul de emotivitate este relativ înalt, în funcție de tema abordată și de intenția autorului.
2. De a manipula opinia de masă	2. Verbe afective	2. Nu întotdeauna presa este o sursă veridică	
3. De a inspira unele persoane la acțiuni	3. Opinii proprii	3. Gradul de persuasiune este mare	
	4. Atitudini	4. Încrederea oamenilor poate fi ușor de obținut prin acest tip de discurs	
	5. Persuasiune		
	6. Intenționalitate expusă clar		

Tabelul 3.5.2 Universul emoțional al discursului mediatic

3.6 MIJLOACELE DE MANIPULARE A LOIALITĂȚII ÎN DISCURSUL PUBLICITAR

Deoarece publicitatea este deja infiltrată în viața noastră cotidiană, este firesc să fie acceptată ca obiect de cercetare în diferite domenii ale lingvisticii. La orice pas întâlnim publicitate: în stradă, în transportul public, în magazine sau în ziare.

În măsura în care pune în legătură o serie de subiecți în vederea încheierii unor tranzacții economice, publicitatea a fost tradițional studiată în termenii teoriei comunicării. Este însă vorba despre o situație foarte aparte de comunicare-interacțiune prin intermediul scrisului.

Publicitatea emoțională se referă la relația dintre un client și un brand sau un produs, în special, la conexiunea emoțională care face apel la starea emoțională a clientului, egoul, nevoile, temerile și aspirațiile prin conținut.

Discursul publicitar este bine valorificat în domeniul marketingului. Publicitatea emoțională poate fi folosită pentru a provoca un răspuns emoțional, cum ar fi fericirea, frica sau furia unui consumator, ceea ce înseamnă că anunțul are șanse mari să fie amintit.

Utilizată în mod eficient, publicitatea emoțională poate duce la mai multe acțiuni sociale și achiziții de produse. De asemenea, poate inspira loialitatea clienților, deoarece emoțiile construiesc încredere între un brand și clienții săi [132, online].

Astfel, discursul publicitar reprezintă un tip de discurs public care se caracterizează prin următoarele trăsături: prezintă un produs în așa fel încât să atragă și să convingă publicul.

Publicul, de obicei, este atras prin culori aprinse, prin modalitatea scrierii. Publicitatea atrage mai întâi artistic, apoi conotativ. În ceea ce privește coloristica, luând în considerare că unul dintre discursurile publicitare analizate a fost creat în contextul sărbătorii Zilei Îndrăgostiților, culoarea roz este una caracteristică pentru această sărbătoare. Culoarea roz, în general, în domeniul publicității, este calificată ca una care are un caracter emoțional. Ea vizează o persoană sensibilă, dar, în același timp, cu un caracter puternic. Rozul este preferat de persoanele afectuoase și blânde, care oferă dragoste, atenție și grijă față de cei din jur. Culoarea



roz din discursul publicitar dat a fost explorat de agenții publicitari pentru a manipula consumatorii în intenția lor de a avea grijă de cei care vor folosi produsul și serviciile lor.

Aranjarea în pagină a tuturor simbolurilor are o importanță mare în alcătuirea unui discurs publicitar. Ceea ce se află în centru întotdeauna atrage atenția, aici în centru sunt aranjate



telefoane portabile – produsul principal la care se face publicitatea. Vectorii creați de imaginile din partea dreaptă și stângă, de jos și de sus poartă valori informaționale. Ceea ce se află în partea de sus este ceea ce e ideal, în stânga e ceea ce se repetă – numele companiei în cazul nostru. În partea de sus, dreaptă este de obicei ceva nou, dar tot ideal, jos, de obicei, se află

ceea ce este real, o informație adăugătoare pentru consumator.

Cromatica publicității este un punct foarte important, deoarece ea trebuie să atragă atenția, dar, în același timp, să nu obosească ochii publicului.

În cazul textelor publicitare despre lanțul de magazine Linella predomină culoarea verde. Verdele, în general, este considerat o culoare a proșpețimii, este benefică pentru un magazin alimentar, deoarece produsele proaspete sunt un atu pentru o rețea de magazine. Culoarea verde este o culoare calmă, relaxantă, este culoarea naturii, iar etapa actuală este cea a produselor Eco.

Culorile pozei sunt culori vii care ne insuflă o atmosferă plăcută, armonioasă care domină în familie. Astfel, fiecare persoană poate asocia o vizită la magazin cu această atmosferă.

Aranjarea în pagină a tuturor elementelor este foarte importantă în domeniul marketingului. De obicei, ceea ce se află în mijloc este cel mai important element. Partea de sus este partea ideală, ceea ce trebuie să insufle, este elementul ce persuadează publicul: în cazul nostru este denumirea magazinului și sloganul cu îndemnul *să fim mai buni*. Cea mai mare parte a publicității o ocupă poza familiei, prin care se insuflă conceptul de familie ideală și atmosfera plăcută care poate fi găsită odată cu vizitarea magazinului. Alte reguli de alcătuire a unui discurs publicitar sunt:

- să fie un enunț cât mai scurt, dar cu un sens major;
- să conțină cât mai puține cuvinte derivate;
- să conțină un număr potrivit de adjective ce determină un substantiv;

- se ia în considerare și frecvența semnelor de punctuație.

Textul este însoțit de o aranjare a elementelor, cum ar fi pozele telefoanelor, coloristica și sloganul. Sloganul este o frază scurtă care concentrează și rezumă conceptul care este vândut.



A analiza publicitatea înseamnă, mai întâi de toate, a decodifica totalitatea simbolurilor. Pentru că pe noi ne interesează aspectul lingvistic și emoțional, vom analiza textul publicității. Textul începe cu *e plăcut*. Prin această strategie discursivă emițătorul face apel la emoțiile receptorului chiar de la începutul textului. Expresia verbală cu structura: *a fi + plăcut* are o valoare emoțională puternică. Persuasiunea se realizează aici prin reprezentarea calităților *de a fi buni la suflet, grijulii, protectori*, fiindcă doar cei buni la suflet pot face ceva plăcut celor din jur, în acest caz un cadou.

E plăcut să știi că cineva te iubește... – prin această expresie sunt manipulate emoțiile oamenilor, deoarece se cunoaște că iubirea este o emoție puternică din care derivă alte emoții, cum ar fi: fericirea, plăcerea, admirația, seninătatea, încântarea sau extazul, optimismul etc.

Apelul la această emoție poate fi calificat drept un truc publicitar, fiindcă cei îndrăgostiți vor fi tentați să folosească produsul, iar cei care nu sunt îndrăgostiți vor fi provocați să încerce acest produs.

În secvența *Noi prețuim fiecare clipă în care sunteți cu noi și vă răspundem cu aceeași loialitate*, pronumele *noi* folosit în textul publicității are rolul de a demonstra o strânsă legătură între consumatori și producători.

Expresia *și vă răspundem cu aceeași loialitate* îi înscrie pe protagoniști într-o comuniune discursivă, dominată de beatitudine, de o lege sigură a iubirii și a respectului. Lexemul *loialitate*, prin conotația sa pozitivă, accentuează generozitatea și bunătatea companiei. Cuvântul *cadou*, marcat emoțional prin semele *+surpriză, binefacere, prețuire, ofrandă, recunoștință, respect,*

este un alt truc publicitar de manipulare a consumatorilor, care mizează pe faptul că toată lumea apreciază cadourile. Surpriza este o emoție ce poate avea conotație pozitivă, dar și negativă. În cazul publicității, toată lumea așteaptă conotația pozitivă, fiindcă un cadou aduce plăcere și încântare, dar poate provoca și multe alte emoții.

Pornind de la textul: *Hai să fim mai buni!*, înțelegem că acest îndemn este adresat publicului cu scopul de a-l influența pozitiv sau de a-și face o imagine pozitivă. Sintagmatic, expresia este alcătuită din interjecția *hai*; verbul la modul conjunctiv *să fim* și adjectivul la gradul comparativ de superioritate – *mai buni*.

În general, în lingvistică, cele mai multe valori stilistice semnificative sunt concentrate în jurul substantivului, al adjectivului, al verbului și al adverbului.

Valoarea stilistică a interjecțiilor este de a reda o stare sufletească, în cazul sloganului de la magazinul Linella, interjecția *hai* este un cuvânt care exprimă un îndemn la o acțiune (comună) cu interlocutorul. În acest context, interjecția are valoarea de a exterioriza voința să fim o comunitate unită, integră.

Modul conjunctiv exprimă potențialitatea unei acțiuni realizabile, posibile, probabile sau atitudinea emițătorului față de acțiunea, starea, trăirea enunțate: incertitudinea, ezitarea, aproximația, deliberația, dorința, protestul, indignarea etc.; exprimă stări afective (atitudini și trăiri subiective) [167, online]. Verbul *să fim*, la persoana I plural, este utilizat pentru a accentua dorința companiei de a atrage atenția, de a ieși în evidență față de alte magazine prin aceea că ei se identifică cu viitorii cumpărători, împărțând aceleași idei și preferințe. Cumpărătorii, la rândul lor, citind sloganul, se gândesc, probabil, la o familie mare, în care grija de cei apropiați este pe primul loc.

Adjectivul la gradul comparativ de superioritate *mai buni* are valoare calificativă, referindu-se la calități și trăsături de caracter. Utilizarea acestui adjectiv are un sens dublu, pe de o parte, există acest îndemn față de societate să fie mai bună + *trăsătură de caracter*, pe de altă parte, se face referire la relația de incluziune în acest proces, adăugându-se semul + *calitate* – ei înșiși să se dezvolte, să se perfecționeze, să devină mai buni în prestarea serviciilor și în comercializarea produselor.

O altă secvență textuală de tip informativ este: *Rețea națională de magazine alimentare*, în care valoarea persuasivă este concentrată în lexemul *națională*, utilizat pentru a demonstra extinderea vastă a acestei rețele de magazine. Obiectivul emițătorului este ca prin mesajul acestui discurs publicitar să dezvolte o atitudine serioasă față de magazin din partea receptorilor, deoarece el este recunoscut la nivel național, adică o țară întregă îi recunoaște importanța și

calitatea serviciilor și își face cumpărăturile în această rețea de magazine. Alegerea unui magazin poate fi ghidată de mai mulți factori: locația (persoana va alege cel mai apropiat magazin); calitatea (persoana va alege magazinul cu produse de calitate, dacă individul se va dezamăgi o dată în calitatea produselor, atunci următoarea dată se va gândi bine înainte de a procura ceva de acolo); prețuri (este cert că fiecare persoană va căuta un preț accesibil sau cel puțin un preț rezonabil pentru raportul preț-calitate); reputație (dacă cineva va lăuda un produs sau un local, persoana va reține, conștient sau inconștient, acest nume). Astfel, lexemul *național* se vrea a fi o carte de vizită, o cale spre o reputație bună.

Dacă comparăm publicitatea de odinioară cu cea de astăzi, observăm următoarele modificări: dacă odinioară limbajul mesajelor publicitare a fost predominant obiectiv-informativ și rațional, astăzi acesta a devenit, mai degrabă, emoțional [162, online].

Cu fiecare an ce sunteți cu noi, traficul oferit crește! – o altă expresie persuasivă, prin această frază, agenții publicitari manipulează persoana să fie fidelă companiei, iar pentru fidelitate se oferă și o răsplată. În publicitate, de fapt, există anumiți factori de persuasiune, care se bazează pe puterea de convingere. Acești factori sunt: recompensa: produsul promite un anumit beneficiu pozitiv; puterea coercitivă – când produsul provoacă o durere sau o suferință; puterea referentului – mesajul asociat produsului conține sau se încadrează în sistemul de valori al consumatorului; puterea expertului sau stelară este cea reprezentată de un expert sau de o vedetă. În publicitatea pe care o analizăm vedem o vagă interconectare între puterea de recompensă și cea a referentului. Recompensa este clar descrisă în textul publicității, iar iubirea și fidelitatea, cu siguranță, se înscriu în sistemul de valori al majorității populației.

Sloganul publicității, fiind o parte esențială a publicității, este o descriere concisă a produsului. În cazul dat avem sloganul *Găsește-ți perechea! Ia-ți telefon online și alege-ți cadoul*. Verbele sunt folosite la modul imperativ, iar mesajul pendulează între imperativ și exclamativ, încercând să camufleze manipularea directă. Valoarea imperativului este de a da un ordin, un sfat, în cazul dat, ideea sună ca un sfat, totuși, valoarea ascunsă este de ordin. Latura emotivă este concentrată în lexemul *pereche* cu semul pozitiv +mireasă, logodnică, exploatându-se dorința firească a fiecărei persoane de a avea o pereche, adică altă persoană de care o leagă un sentiment de dragoste reciprocă.

Comunicarea publicitară este ambivalentă – text-imagie [7, p.230], care poate fi numită și comunicare simbolică. Deseori, privind o imagine din publicitate, ne dăm seama și fără cuvinte despre ce este vorba. Acest tip de discurs este, de fapt, o formă specifică, particulară de comunicare. În publicitate, mesajul poate fi transmis prin mai multe căi, cum ar fi imagini, text

scurt, culoare, aranjare în pagină etc. Specialiștii din domeniul marketingului recurg la o serie de procedee creative pentru a aduce în fața populației un produs bun, dar și efektiv, care va determina persoanele să achiziționeze un anumit produs sau să folosească un anumit serviciu.

Imaginile sunt astăzi mult mai frecvent utilizate decât în trecut, pentru a compensa, într-o oarecare măsură, lipsa cuvintelor; și acest lucru se întâmplă deoarece cercetătorii au descoperit că imaginile sunt mai bine și mai ușor înregistrate și procesate de creier comparativ cu textele, iar „în cazul imaginilor, informația ce urmează a fi prelucrată poate fi codificată în mod dual – atât imaginal, cât și verbal” [161, online].

În imaginea din discursul publicitar analizat de noi este reprezentat un grup de persoane, probabil o familie care vine de la cumpărături. Ideea de a utiliza o poză de familie în publicitate este mai mult o tehnică de persuasiune, deoarece familia este percepută ca o valoare morală și spirituală ce dă naștere altor valori. Majoritatea persoanelor consideră familia un subiect sensibil, ce ține de suflet. Observăm că membrii familiei sunt de diferite vârste, aceasta ar însemna că rețeaua de magazine este destinată tuturor, indiferent de sex și vârstă.

Partea de jos a publicității reprezintă realitatea, aici observăm explicația domeniului de activitate a brandului: este rețea de magazine alimentare și site-ul magazinului.

Universul emoțional din acest discurs publicitar poate fi divizat în trei categorii. Emoțiile redate prin elementele publicității, emoțiile scontate de autorii publicității și emoțiile publicului.

Emoțiile reprezentate în publicitate pot fi decodificate prin explicarea limbajului nonverbal. Toate persoanele din imagine zâmbesc.

Zâmbetul și râsul, ca semne ale plăcerii și bucuriei, le putem vedea chiar la un nou-născut și rămân relativ neschimbate de-a lungul vieții. O persoană învață să zâmbească din mai multe motive și într-o varietate de moduri, în funcție de cauza care i-a provocat zâmbetul. Cu toate acestea, adevăratul zâmbet de bucurie este aproape întotdeauna același, atât pe fața unui nou-născut, cât și pe chipul unei persoane în vârstă [104, p.108]. Prin urmare, zâmbetul este un element care ajută să atragă bunăvoința, deoarece transmite prietenie, apropiere și siguranță de sine. Publicitatea analizată de noi transmite bunăvoință, siguranță și fericire.

Autorii au avut ca scop să provoace emoții și stări de interes, entuziasm și l-au realizat prin diferite tehnici de persuasiune.

Dacă vorbim despre volumul textelor, atunci, în prezent, marketologii pun accent mai mult pe imagine decât pe text. O publicitate minimalistă trezește mai mult interes decât una explicită.

Emoțiile publicului pot fi diverse, de la interes până la o altă extremă de dezgust și neîncredere sau, din contra, să asocieze poza cu familia sa și să trăiască emoții de fericire, stare de împlinire sufletească.

Comunicarea publicitară depinde foarte mult de condițiile contextuale. Foarte departe de a se adresa în mod uniform unui public pasiv și de a se supune unui sistem unilateral, ea se integrează într-un circuit complex, bazat pe coreglare și interdependență, pe care le reprezintă mai bine metafora spiralei [7, p.48].

Pentru ca o reclamă să fie eficientă, ea trebuie să conțină un mesaj persuasiv care să îndemne oamenii spre acțiunea de a cumpăra. În același timp, reclama trebuie să stabilească o interacțiune relevantă cu audiența și să prezinte o idee într-un mod neașteptat, inedit. Pentru a fi eficiente, ideile trebuie să aibă un impact asupra publicului. Aceasta înseamnă că ele trebuie să atragă atenția și să rămână în memoria receptorilor. Astfel, în spatele oricărei reclame eficiente se regăsește o idee creativă, un concept creativ care are drept scop implementarea unei anumite strategii de comunicare, astfel încât mesajul să fie unul memorabil și ușor de întipărit în mintea receptorilor. Așadar, creația trebuie să vândă marca pentru care este realizată. Funcția persuasivă, potrivit diverșilor cercetători în domeniu, este denumită funcția de bază a publicității, deoarece ea urmărește să influențeze într-o anumită direcție comportamentul consumatorilor, apelând la strategii cât mai originale și cât mai specifice publicului-țintă vizat.

Pentru ca mesajul publicitar să fie înțeles de către beneficiari sau potențiali cumpărători, marketologii se conduc sau ar trebui să se conducă de câteva reguli.

Formula mesajului publicitar se concepe în funcție de public și de situația pe piață. Ca și în cazul discursului mediatic, în discursul publicitar identificăm publicul care recepționează această reclamă, or, pentru orice reclamă se identifică un anumit tip de public. Dacă în publicitate sunt vizați copiii, atunci aici se vor utiliza imagini cu personaje din desene animate, cu un colorit viu, ce atrag atenția copilului. Publicitățile destinate femeilor vor conține culori fine, flori – ceea ce ar putea atrage o femeie. Dacă produsul vizat este pentru bărbați, atunci reclama va conține culori mai sumbre, mai reci și, desigur, ceva caracteristic bărbaților (un mijloc de transport, spre exemplu). În publicitățile produselor colective pentru toată familia putem vedea chiar o familie în rolul protagoniștilor. Discursul publicitar mimează uneori stabilirea unui dialog printr-o serie de acte ilocuționare inițiate de autorul anunțului [7, p.66]. Acestea le identificăm în actele de salut, actele interogative, actele directoare, actele enigmatice, actele probatorii.

Actele de salut întâlnite în discursul publicitar ne demonstrează că discursul presupune un dialog, căci însăși formula de salut presupune un dialog.

Actele interogative presupun întrebările adresate cumpărătorilor, care sunt retorice și au în vedere, în principiu, și un răspuns.

Comunicarea publicitară multiplică numărul întrebărilor închise din punct de vedere gramatical, în general, sub forma unor perechi minime, întrebarea și, în același timp, răspuns [7, p.67-68].



Prin urmare, cea mai bună publicitate poate fi considerată cea care rămâne în memoria cumpărătorului. Există mai multe moduri pentru a crea un asemenea tip de reclamă. Unul dintre acestea este apelul la emoții. Probabil că emoția este cel mai adesea folosită pentru a produce o anumită atitudine în raport cu marca sau cu întreaga clasă de produse. Există numeroase exemple în care suscitarea unei mari varietăți de reacții emoționale este menită a-l face pe consumator să se simtă „bine”, „confortabil” sau „asigurat” atunci când se gândește la o marcă sau la un produs. O aplicație la fel de importantă constă în prezentarea emoțiilor ca beneficiu distinct ce rezultă din consumarea mărcii sau a clasei de produse. În cele din urmă, emoțiile pot fi folosite pentru a spori eficacitatea transmiterii mesajului publicitar [116, online].

Astfel, discursul publicitar este unul dintre cele mai răspândite și analizate discursuri atât de economiști, cât și de lingviști, având o multitudine de particularități specifice.

Particularitatea limbajului publicitar constă în utilizarea unui limbaj comun, laconic, dar care cu valoare emoțională manipuloare. Într-un discurs publicitar, intenția emițătorului este de a-l provoca pe consumator să cumpere sau să folosească produsul. Intenția receptorului este de a alege cel mai bun produs, să fie și calitativ, și accesibil la preț, și să-i emoționeze într-un anumit fel. Atunci când alegerea este dictată de emoții, ea nu poate fi cea mai corectă, consumătorul poate lua un produs din purul instinct emoțional, dar, în realitate, să nu aibă nevoie de el.

Un discurs publicitar care conține un subiect emoțional este o strategie viabilă. Astfel, utilizarea emoției pentru a produce o reacție pozitivă (o atitudine) față de marcă este benefică, obiectivul principal al prezentării unui produs prin prisma unui subiect emoțional este de a

demonstra consumatorilor că răspunsul lor comportamental este necesar (adică achiziționarea produsului) pentru a primi beneficiul.

În concluzie, publicitatea are scopul să determine răspunsuri emoționale. Acestea sunt resimțite prin schimbarea atitudinii consumatorilor. Emoțiile provocate de un discurs publicitar pot fi diferite: sentimentul de plăcere, de entuziasm, de teamă sau de vinovăție. Pentru a favoriza o atitudine pozitivă față de produs, specialiștii recurg la diferite tehnici astfel încât ele să pună consumatorul într-o dispoziție afectivă pozitivă. Prin urmare, publicitatea are rolul de a asocia experiența de viață cu un sentiment.

Scop	Mijloace	Rezultat	Emotivitate
De a convinge consumatorii să procure un produs sau să beneficieze de un serviciu	<ol style="list-style-type: none"> 1. Cromatică 2. Imagini 3. Text atractiv 4. Interjecții 5. Verbe la imperativ și conjunctiv 6. Persuasiune 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Persoanele sunt atrase de culori și text 2. Sunt influențate de a procura produse 3. Uneori are efect negativ, când este prea insistentă, publicitatea poate respinge publicul 	Grad relativ sporit de emotivitate, în majoritatea cazurilor fiind persuasiune

Tabelul 3.6 Universul emoțional al discursului publicitar

3.7 EMOȚIA – INSTRUMENT STRATEGIC ȘI ARGUMENTATIV ÎN DISCURSUL POLITIC

În politică, când rațiunea și emoția se ciocnesc, emoția învinge invariabil. Din punct de vedere pragmatic, această concepție presupune ca discursul să fie capabil de a trezi emoții care capătă o valoare performativă, datorită manipulării emoțiilor care orientează spre acțiune. Dacă patosul este, de obicei, asociat cu persuasiunea și distins de logos și argumentare (identificat la raționalitate, logică), se poate constata că emoțiile sunt indisolubil legate de argumentare și pot configura strategii argumentative.

Întrucât comunicarea politică este reprezentată prin discurs, se poate susține că un discurs politic poate fi considerat orice text cu caracter politic, emis fie de o persoană politică, fie de alegători, fie de ziariști. Spre deosebire de alte tipuri de texte/mesaje, discursul politic vizează întreaga societate [71, p.61].

Referindu-ne la spectrul emotiv al discursului politic, identificăm mai multe emoții, dintre care frica și furia sunt cel mai explorate în configurarea mesajului. Construirea unui discurs al fricii în domeniul politicii este un loc comun în politica contemporană. Sunt folosite diferite stratageme pentru a induce sentimentul de frică în rândul receptorilor mesajului (prin utilizarea strategiilor de personalizare a emoției cu poziție de subiect la nivelul expresiei – „panica ne bate la uși” etc.), astfel că, în final, subiectul vizat se identifică cu frica.

Furia funcționează într-un mod diferit în politică, aducând, în același timp, beneficii politice comparabile.

Actualmente, se propune reconsiderarea locului emoțiilor în discursul politic și se analizează modul în care explorarea sentimentului de furie poate deveni un instrument politic. Sunt emoțiile un „fenomen” cu care politica oficială trebuie să se ocupe pentru a limita mișcările de masă? Evident că nu. Discursul politic nu are ca scop doar limitarea, ci (re)orientarea dinamicii sociale: „există întotdeauna nemulțumiri capabile să fie mobilizate”, experimentând o astfel de emoție.

Atât emoțiile pozitive, cât și cele negative pot fi împărtășite, dar emoțiile de bază, cum ar fi frica, furia, bucuria, tristețea, sunt esențiale. Frica și furia notează un scor bun de împărtășire din ambele puncte de vedere (până la 50-57%; cel mai bun scor fiind de 60%, pentru vinovăție), cel al alegerii experimentatorului și cel al capacității de empatie a interlocutorului: interlocutorii „oglesc” cu ușurință aceste emoții în timpul procesului de partajare a informației. „Principiul împărtășirii” evidențiază sensibilitatea socială a emoțiilor, printre care frica și furia. De asemenea, îmbunătățește relația dintre emoții și evenimente și conferă discursului un rol crucial în circuitul și reprezentarea emoțiilor. Discursul politic valorifică, pur și simplu, o situație,

folosind principiile de bază ale procesului de împărtășire a emoțiilor: limbajul adecvat și emoția potrivită.

Mai mulți cercetători susțin că discursul politic sau, mai cu seamă, comunicarea politică este o interacțiune strategică, deoarece la această comunicare participă mai mulți actori, cum ar fi: om politic – om public sau om politic – om politic. Comunicarea se consideră interactivă, deoarece, de cele mai multe ori, atunci când se discută despre politică, întotdeauna există păreri diferențiate ce duc la provocări și dezbateri. Trăim într-o lume care se confruntă cu o multitudine de fapte și acte de natură politică, care vizează organizarea și conducerea vieții sociale. Puterea este factorul principal în dirijarea și reglarea vieții sociale. În acest fel, puterea impune ordinea la nivel social, ordine care, la rândul ei, generează fenomenul puterii. Ambele se materializează prin suportul lingvistic.

Prezintă interes analiza discursului politic din punctul de vedere al limbajului folosit în funcție de condițiile sociale de comunicare și de intențiile persuasive formulate explicit, dar mai ales, implicit de către actorii politici [95, p.159]. Vom insista și cu referire la acest tip de discurs specializat să reliefăm spectrul emotiv capabil să genereze sentimentele și atitudinile scontate de emițător și pliate pe doctrina politică promovată.

Considerăm că o politică corectă se realizează atunci când oamenii onești, dedicați cauzei susțin și fac să progreseze statele și comunitățile în fruntea cărora se află. Astfel am selectat pentru analiza discursului specializat din acest domeniu câteva discursuri ale Maiei Sandu, Președinta Republicii Moldova cu destinatari-țintă diferiți: populația țării, Parlamentul European, participanții la summitul de la Bucea, Ucraina (1 aprilie 2023). [198, online].

Alegerea primelor două discursuri se explică prin spiritul patriotic și progresist al mesajului transmis, prin năzuința de a contribui la prosperarea țării și bunăstarea populației, prin faptul că militează în permanență pentru un parcurs proeuropean, prin încurajarea și promovarea spiritului național. Din acestea răzbate o voce a patriotismului și noi considerăm că un patriot adevărat nu poate să vorbească despre politica din țara sa fără implicare afectivă. Al treilea discurs este unul antirăzboinic, în care sunt vizate crime împotriva umanității comise pe pământul ucrainean, un discurs împotriva violenței, brutalității și agresiunii. Conform unor cercetători, tematica discursului politic poate fi pozitivă sau negativă. Pozitivă este atunci când emițătorul vorbește în așa fel încât își pune în valoare calitățile. Discursul negativ este acel care are ca scop criticarea oponentilor politici. Respectiv, limbajele și mijloacele utilizate vor avea conotații pozitive sau negative.

Discursurile politice au un puternic cadru afectiv, printre discursurile analizate am ales și discursuri în care sunt lexeme afective, ce denumesc emoțiile propriu-zise:

Dar le scapă esențialul: replica lor înseamnă slăbiciune și frică, iar pentru mine – dovada că trebuie să continui.

Când poți spune ce crezi fără să ai de suferit din cauza asta. Când nu ajungi la închisoare pentru că pledezi pentru pace și te opui războiului. Sau pentru că critici guvernarea.

De multe ori, cei din linia întâi care luptă pentru libertate nu mai ajung să se bucure de ea. Plătesc cel mai scump preț. Ei au luptat pentru libertate. Noi o trăim (Anexa 7) [198, online].

Atât discursurile politice din trecut, cât și cele actuale au la bază principii sau reguli după care emițătorii se conduc. Discursul politic poate fi caracterizat prin elementele retoricii. Astfel, pornind de la Retorica lui Aristotel (Logos, Ethos, Pathos), prezentăm următoarea schemă [54, p.22]:

	Concepte ale retoricii	Scopul emițătorului
Logos	<p>Argumente de ordin conceptual:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Prezentarea adevărului pur; - Dorința emițătorului de a-și atinge scopurile; - Coerența gândurilor. <p>Argumente de ordin practic (punerea în aplicare a ideilor)</p>	<p>Argumente eficiente și convingătoare care se referă la obiective dezirabile, dar cu conținut vag;</p> <p>Rațiune conceptuală <i>versus</i> Rațiune politică</p>
Ethos	<ul style="list-style-type: none"> - Interesul general; - Structurile și metodele standard de funcționare a persuasiunii; - Cadrul conceptual. 	<ul style="list-style-type: none"> - Echilibrul universal dintre obiectivele dezirabile și conținutul vag; - Competență, imparțialitate, independență; - Demers științific.
Pathos	<ul style="list-style-type: none"> - În situații de criză sau situații de eșec; - În cazul amenințărilor sau acuzațiilor. 	<p>O sursă de emoții puțin studiată de cercetători.</p>

Tabelul 3.7.1 Schema discursului politic după Aristotel

De cele mai multe ori, liderii politici spun ceea ce vor cetățenii să audă, dar nu ceea ce cred cu adevărat. Intenția emițătorului este de a manipula publicul, iar a receptorului – să vadă o schimbare spre bine a lucrurilor din țară. Obiectele manipulării pot fi diverse: valori, coerciție, vocabular etc. Vocabularul emoțional cuprinde mai multe categorii de lexeme, acestea fiind clasificate gramatical și semantic. Pronumele **noi**, folosit în loc de **eu**, întotdeauna va insufla o mai mare încredere publicului, implicând presupuziții de felul: locutorul se asociază colocutorilor, împărtășește aceleași idei și promovează aceleași valori [43, p.21].

Eu am încredere în Moldova. Sunt sigură că avem șansa să construim un stat european, unde oamenii trăiesc în libertate și bunăstare. Vreau ca și cetățenii noștri să aibă încredere în Moldova și în puterea noastră ca țară de a ne ridica.

*Împreună, **noi** putem face multe. **Noi** avem nevoie unii de alții, pentru a face ordine și pentru a construi o țară bună pentru toți* (din discursul Maiei Sandu rostit la ceremonia de investire în funcția de Președinte al Republicii Moldova) (Anexa 7) [199, online].

Numeralele folosite într-un discurs vor avea funcția de a insufla încredere, căci, atunci când o persoană operează cu cifre concrete, ea pare a fi bine inițiată în subiectul discutat și demersul este mai convingător.

*Proiectul nostru de țară și obiectivul nostru este ca Moldova să fie până în **2030** membru cu drepturi depline al familiei europene.*

*Avem datoria să muncim pentru ca toți copiii Moldovei să fie fericiți, iar cei care se nasc azi să meargă **în clasa întâi** ca cetățeni europeni* (Anexa 7) [199, online].

Dacă e să ne referim la clasa lexico-gramaticală a verbelor, în limba română sunt o multitudine de verbe ce desemnează emoții: *a se bucura, a se întrista, a râde, a plânge, a se înfuria, a surprinde* sau mai des întâlnim expresii cu structura: *verbul a fi + adjectiv (adverb)* [45, p.285]. De exemplu: *a fi bucuros, a fi trist, a fi surprins, a fi fericit, a fi necăjit, a fi furios, a fi nemulțumit* etc.

*Iată și azi – ne-am adunat în Piața Marii Adunări Naționale, așa cum am făcut-o timp de trei decenii pentru a spune că Moldova **este europeană**. Că ne dorim cu toții ca cei care trăiesc pe acest pământ **să fie liberi** în casa lor.*

*Azi îndeplinirea acestei aspirații **este mai posibilă** ca niciodată. Avem datoria să muncim pentru ca toți copiii Moldovei **să fie fericiți**, iar cei care se nasc azi să meargă în clasa întâi ca cetățeni europeni* (din discursul Maiei Sandu la Adunarea națională „Moldova europeană”) (Anexa 7) [199, online].

Atunci când interlocutorul aude sau citește astfel de verbe/expresii, el are impresia sau chiar certitudinea că locutorul este sincer în comunicare. Sinceritatea este abordată ca o condiție a unui act de vorbire eficient. Sinceritatea definește cerințele referitoare la convingeri, sentimente, intenții ale emițătorului care sunt considerate adecvate pentru un anumit tip de act discursiv. Charles-Maurice de Talleyard consideră că limbajul nu servește pentru a exprima, ci pentru a ascunde gândirea.

Discursurile alese de noi sunt relevante prin mesajele bine structurate și încărcate emoțional. Discursul Președintei Maia Sandu la Summitul de la Bucea, Ucraina (1 aprilie 2023) se prezintă ca o probă de condensare emoțională. Din cele 527 de cuvinte ale discursului 21 de substantive, 7 adjective, 6 verbe, 8 expresii sunt marcate [+ emotivitate]. Unul dintre acestea a produs o serie flexionară și derivativă: brutal – brutalitate – brutalității. Prin elementele lexicale selectate din acest discurs, corelate cu emoțiile din cercul lui Plutchik, se identifică o dominantă semantică pe care se centrează mesajul din discurs, și anume: dezaprobare și condamnare. Eficiența mesajului sporește datorită concentrației maxime a elementelor lexicale marcate emotiv. Le-am plasat în tabelul de mai jos, organizându-le în funcție de clasa lexico-gramaticală și de orientarea pragmatică a lor.

Substantive	Adjective	Verbe	Adverbe	Figuri	Modalizatori
Crime [+ furie]	Distinși [+ admirație]	Este șocată [+ furie]	Suntem alături [+ vigilență]	Simboluri ale brutalității: Bucea, Babi Yar, Holodomor [+ furie]	Din păcate [+ remușcare]
Brutalitatea [+ teroare]	Curajoși [+ admirație]	Am sperat [+ dezamăgire]		Metaforă: Europa – proiect al păcii – o familie [+ optimism]	Trebuie [+ anticipație]
Respectul [+ admirație]	Solidari [+ interes]	Nu suferim [+ tristețe]		Expresie – ne-a lăsat fără replică [+ uimire]	Fără rezerve [+ acceptare]

				[+ dezgust]	
Agresor [+ agresivitate]	Violente [+ teroare] [+ tristețe]	Să fie pedepsite [+ dezaprobare]		Oameni buni care nu fac nimic (expresie) [+ dezaprobare]	
Sacrificiul [+ dragoste]	Brutal [+ teroare] [+ tristețe]	Să fie corectată [+ vigilență]		Bucea – o scenă îngrozitoare a crimei (metaforă) [+ furie] [+ înfiorare]	
Eroilor [+ admirație]	Cel mai întunecat moment [+ mâhnire] [+ tristețe]	Va urmări penal [+ vigilență]		Слава України! [+ încredere]	
Uciderii [+ teroare]	Dedicate [+ meditație]				
Distrugerii [+ teroare]					
Responsabilitate [+ vigilență]					
Victimă [+ teroare]					
Agresorii [+ agresivitate]					
Instigatorii [+ teroare]					
Neputincios [+ remușcare]					
Nedreptate [+ dezaprobare]					

Tribunal internațional [+ vigilență]					
Agresiune [+ agresivitate]					
Hotărârii [+ încredere]					
Victoria [+ extaz]					
Pacea [+ seninătate]					
Dreptatea [+ încredere]					

Tabelul 3.7.2 Elemente lexicale marcate emotiv

Examinând demersul ideatic al discursurilor doamnei Maia Sandu, am constatat ancorarea lor în realitate și determinarea de a acționa în beneficiul țării, încrederea și optimismul în realizarea obiectivelor trasate. Astfel, în primul ei discurs în calitate de Președinte al Republicii Moldova, la ceremonia de învestire în funcție, lexemul *încredere* cu marca [+ emotivitate] este reiterat de 11 ori. Acest sentiment este suplimentat de alte lexeme care se înscriu în câmpul lexical dat: *optimism, interes, fericire, entuziasm, victorie* etc.

Credibilitatea discursivă se întemeiază și pe exprimarea cu preponderență a acțiunilor prezente și viitoare prin verbe la modul indicativ, adică acțiuni reale. În calitate de emițător, își manifestă îngrijorarea, dar și convingerea că a ales calea corectă.

- Sunt conștientă că nu va fi ușor. Sunt conștientă că lucrurile nu vor fi perfecte. Însă pășesc cu *încredere* pe această cale a schimbării în bine (Anexa 7) [208, online].

- Vin astăzi în fața dumneavoastră, cu respect, responsabilitate și *încredere*, pentru a porni împreună pe un drum nou. Victoria din aceste alegeri nu este a mea, ci a voastră, dragi cetățeni, pentru că niciodată într-o țară cu problemele Moldovei un om ca mine n-ar fi ajuns președinte fără *entuziasmul*, implicarea și perseverența voastră (Anexa 7) [208, online].

Cunoscând situația și împrejurările în care a fost rostit acest discurs, atitudinea cititorului va fi cu totul alta – modificată de fluxul conștiinței influențat de anumiți factori.

Atmosfera dorită de doamna Maia Sandu este una de liniște și pace, dumneaei ne sugerează starea afectivă pe care o dorește, o stare de calmitate, dar și de îmbărbătare, curaj.

Dorința este actualizată în discurs de verbul **a vrea**, care aici funcționează ca un legământ. Într-un singur alineat, acesta se reia anaforic de șapte ori: *Vreau un stat orientat către oameni și viitor, care e prezent din centrul Chișinăului până în cel mai mic sat al Moldovei, cu infrastructură la calitate europeană. Vreau educație de calitate pentru fiecare copil și oportunități pentru fiecare tânăr. Vreau ca toți pensionarii să aibă o bătrânețe asigurată, fără să le fie frică de ziua de mâine. Vreau să refacem încrederea cetățenilor în propria țară. Astăzi 1 din 3 moldoveni ne privesc de la mii de km distanță. Vreau, ca într-o zi, să putem spune cuvântul „acasă” nu doar cu dor, ci cu seninătatea și bucuria de a ne afla acolo unde vrem să fim. Vreau ca orice copil, născut într-un sat din Fălești sau Ocnița sau Taraclia să știe că poate deveni orice, prin muncă, bun-simț și susținere din partea societății.* [208, online].

Acest curaj are menirea de a preveni publicul despre seriozitatea lucrurilor care se vor întâmpla. Se dorește dreptate și condamnarea nedreptăților: *Trăim vremuri foarte grele. Ne-a prins pandemia cu un stat slab, distrus de atacurile interminabile ale grupărilor corupte, un stat incapabil să-și îndeplinească datoriile de bază față de cetățeni. Un stat care nu le mai poate asigura oamenilor bolnavi acces la servicii medicale, care i-a lăsat pe medici singuri în fața crizei, care nu a făcut nimic ca să salveze economia și locurile de muncă. Și, de parcă asta nu ar fi suficient de grav, în plină criză sanitară și economică, suntem supuși, din nou, unui atac violent din partea corupților.* [208, online].

Ca registru specific, limbajul politic a reușit să se dezvolte și să-și aplice propriul set de trăsături lingvistice, adaptând limbajul de așa manieră încât, în cele din urmă, să-i servească complet interesele, majoritatea timpului să ne facă să ne gândim că „totul e manipulare”. În același timp, este singurul tip de limbaj specializat care împrumută structuri din toate celelalte registre (e.g. limbajul care reprezintă puterea politică poate utiliza structuri din toate celelalte limbaje care reprezintă puterea legislativă, executivă, judiciară ș.a.m.d.), iar aceasta îi conferă caracterul distinctiv și complicat. Nu există categorii de „limbaj politic bun” sau „limbaj politic rău”, întrucât limbajul pare să ofere doar structurile politice specializate aplicate într-un asemenea tip de discurs, el neputând să acopere cazurile, contextele sau intențiile emițătorului. Potrivit lui Coșeriu în limbajul politic pot fi trei înțelesuri:

- **Lexiconul politic:** terminologia referitoare la desemnarea noțiunilor și instituțiilor politice (specifice fiecărei țări în parte);

- Metoda de aplicare: utilizarea lingvistică determinată de ideologiile și atitudinile politice; acoperind toate modalitățile în care este folosit limbajul, modalități subiective orientate spre fapte lingvistice suplimentare, modalități determinate de atitudinile adoptate de către vorbitori, prin utilizarea cuvintelor față de obiectele desemnate;

- Utilizarea limbajului în „bucăți discursive”/„texte” politice, observând trăsăturile lingvistice specifice unui asemenea tip de text.

Cuvintele își pot schimba sensul după poziționarea celor care le folosesc [61, p.142].

Probăm aceste constatări făcute de savant pe reprezentări produse în secvențe discursive, ordonate în funcție de registrul emoțional atestat în discursurile analizate.

Rușine. Aceasta este considerată o emoție inferioară, de lipsă de demnitate, prin urmare, emițătorul, prin utilizarea lexemului *rușine*, tinde să critice într-un mod cât mai dur mijloacele prin care se promovează interesele meschine ale unor politicieni.

Sfidând voința alegătorilor și ignorând drama prin care trec sute de mii de moldoveni, politicieni care nu se pot desparti de fotolii își promovează cu nerușinare interesele lor meschine și încearcă să compromită orice șansă a țării de a ieși din criză. [208, online].

Mândrie. Aceasta este un sentiment caracterizat prin încredere în calitățile proprii care creează senzație de mulțumire, de satisfacție, de plăcere și de bucurie. Locutorul ne reprezintă sentimentul de mândrie prin elogierea celor care au luptat pentru țară și pentru popor. De cele mai multe ori, atunci când într-un discurs se utilizează figurile personalităților remarcabile, este prezent elementul persuasiv, deoarece personalitățile sunt un model de urmat pentru a deveni mai bun, demn de respect.

*În cel mai întunecat moment pentru Ucraina, față în față cu o invazie militară rusă la scară largă, ați fost nevoiți să luați armele și să luptați cu agresorul. **Curajul** poporului ucrainean și sacrificiul de sânge al eroilor ne-a lăsat fără replică. Unul dintre aceștia, Oleksandr Mațievski, s-a născut în Moldova.* [198, online].

*Ca președinte, vă voi sluji cu **încredere** și am să mă uit în ochii voștri așa cum m-am uitat de fiecare dată în ochii părinților mei: cu recunoștință, cu onestitate și cu ambiție. Vreau să fim cu toții mândri de cum va arăta Moldova peste patru ani.* [209, online].

Iubire. Iubirea este considerată un sentiment complex. În discursul doamnei Maia Sandu, iubirea invocată este cea față de patrie și de popor. Acest sentiment transpare din adresările: *Îi*

salut **cu drag** pe cei de la Nordul Moldovei până la Sud. Îi salut **cu drag** pe cei din centrul Moldovei;

- din iubirea față de patrie: *Încăpem cu toții pe această palmă de pământ dragă inimilor noastre*; - din iubirea față de aproapele: *Toți vor să-și poată crea familii acasă, să crească copii în locurile natale și să aibă un trai bun alături de cei mai dragi oameni.* [199, online].

În unele cazuri, iubirea e corelată cu sentimentul de compasiune față de cei care au căzut drept niște jertfe ale situației, tinerii care au luptat pentru țară, fiind plini de viață, adică de iubire, bunățate și energie.

Bucurie. Fiind o emoție pozitivă, bucuria, în discursul analizat, se pliază pe perspectiva de a deveni țară europeană, înfruntând toate provocările întru realizarea oportunităților ce ni se deschid. Acest mesajul domină tot discursul. O astfel de manifestare a emoției de bucurie este firească, este o stare de mulțumire împărtășită cu semenii, un sentiment de împlinire sufletească. Secvențele discursive de mai jos sunt concludente în acest sens:

*Avem pentru ce să ne apreciem – suntem un popor plin de omenie, punem preț pe dreptate și suntem strâns legați unii de alții prin puterea comunității și a oamenilor care au trecut prin greutăți și **bucurii** împreună.*

*Ne unește speranța că peste 7 ani ne vom uita în ochii copiilor Moldovei **mândri** de deciziile noastre și vom vedea optimism și **bucurie**.* [199, online].

Fericire. Fiind o emoție pozitivă, la fel ca bucuria, fericirea este abordată ca una posibilă pentru poporul nostru în marea familie europeană. Identificăm această emoție în următoarele secvențe din discursul analizat:

*Ne unește credința că moldovenii merită să fie **fericiți** la ei acasă și să-și decidă singuri soarta.*

Avem datoria să muncim pentru ca toți copiii Moldovei să fie fericiți, iar cei care se nasc azi să meargă în clasa întâi ca cetățeni europeni.

Să vorbim despre Uniunea Europeană cu rudele, prietenii, colegii, vecinii. Să le spunem că Moldova europeană înseamnă pace, bunăstare, siguranță, înseamnă școli europene, spitale europene, drumuri europene. Înseamnă libertate de gândire și de acțiune. Înseamnă să poți trăi fericit la tine acasă. [209, online].

În concluzie, discursul politic are o pondere mare de persuasiune. Nu întotdeauna receptorul poate decodifica adevărata idee și dorință a emițătorului, mai mult ca atât, persoana se poate lăsa

influențată de anumite aspecte care o preocupă și este condusă de anumite emoții; este manipulată să creadă cele spuse sau chiar să susțină părerea exprimată.

Finalmente, discursul politic al doamnei Maia Sandu este un discurs puternic afectiv, în care o persoană ce își iubește țara nu poate rămâne indiferentă față de evenimentele descrise. Astfel, Doamna Președintă consideră că datoria ei este de a contribui la consolidarea țării și la realizarea parcursului european al statului nostru.

Scop	Mijloace	Rezultat	Emotivitate
De a manipula părerea publicului. De a prezenta argumentat părerea proprie. De a ieși învingător.	1. Verbe la condițional optativ 2. Verbe afective 3. Topică inversată 4. Adjective la gradul superlativ 5. Limbaj afectiv 6. Persuasiune	1. Încrederea publicului. 2. Argumentarea părerii. 3. Acumularea simpatizanților. 4. Răspândirea ideologiilor politice în masă.	Emotivitate sporită, deseori falsă, exagerată.

Tabelul 3.7.3 Universul emoțional al discursului politic

CONCLUZII PENTRU CAPITOLUL 3

În urma analizei discursurilor specializate, concluzionăm următoarele:

1. Discursul științific este caracterizat printr-un nivel scăzut de emotivitate, fiind remarcate emoții ca: interesul, anticiparea și vigilența. Acestea sunt reprezentate prin diverse mijloace: definiții, algoritmi, coduri semiotice, ipoteze, teorii. Prin urmare, un discurs științific sporește interesul și încrederea publicului, dar ,în unele cazuri, ar putea fi vorba și de neîncredere sau de alte emoții în funcție de subiectul abordat.

2. Discursul economic are drept obiect de referință bunăstarea societății, prezentată gradual și în diverse circumstanțe. De obicei, acest tip de discurs are un caracter concret și utilitar, iar intenționalitatea locutorului este bine definită, informația din discurs este argumentată. Unele discursuri sunt alcătuite după principiul întrebare-răspuns, ceea ce face ca discursul să fie bine organizat. Dorința și frica sunt dominantele emotive în discursul economic.

3. Scopul primordial al discursului didactic este de a informa și de a instrui și, în majoritatea cazurilor, el are ca obiectiv esențial încadrarea studenților/elevilor în activități extracurriculare. Aceste scopuri și obiective pot fi atinse prin universul emoțional caracteristic discursului didactic: tact pedagogic, empatie, interes, dorință de a studia, frustrare sau îngrijorare. Din partea interlocutorilor se poate observa o participare activă și un interes față de subiect. Mijloacele prin care se realizează acest discurs sunt: persuasiunea, metode interactive de predare, ghidarea răspunsurilor, verificarea informației, interdisciplinaritatea și lexicul metadiscursiv specializat.

4. Discursul religios reprezintă un discurs specializat ce presupune sensibilizarea publicului, fiindcă discutarea textelor religioase este sensibilă pentru majoritatea persoanelor. Scopul acestui tip de discurs este de a convinge și de a ghida publicul spre adevărul și învățăturile scrise în scripturi. Mijloacele prin care identificăm universul emoțional al discursului religios sunt: pronumele la persoana I singular, la persoana a III-a plural, verbe afective, figuri de stil, lexic afectiv, negații, citări, persuasiune. Astfel, identificăm un grad sporit de emotivitate în discursul religios, care sensibilizează, dar și sporește credința celor ce recepționează acest discurs.

5. Scopurile discursului mediatic sunt de a informa publicul, de a manipula opinia de masă sau de a inspira unele persoane la acțiuni. În discursul mediatic pot fi abordate diverse teme, iar universul emoțional depinde anume de tema abordată și de mijloace, precum: opinii proprii, intenționalitate exprimată clar, atitudine evidentă a locutorului, verbe afective la pe

rsoana I. Gradul emotivității este relativ înalt în discursul mediatic, în funcție de subiectul abordat și de intenția autorului.

6. Scopul primordial al discursului publicitar este de a convinge publicul/consumatorii să procure un produs sau să beneficieze de un serviciu. Spre deosebire de celelalte tipuri de discurs, cel publicitar este caracterizat prin cromatică bogată, imagini și text atractiv. Din punct de vedere gramatical, identificăm în discursul publicitar interjecții și verbe la modurile imperativ și conjunctiv. Există și un efect negativ al discursului publicitar, marcat, de regulă, prin suprasolicitarea arsenalului emotiv al receptorului. Gradul de emotivitate al discursului publicitar este relativ sporit, în majoritatea cazurilor este vorba de persuasiune și manipulare a deciziei publicului.

7. Discursul politic este unul dintre cele mai consistente sub aspect emoțional. Universul emoțional din discursul politic este uneori chiar exagerat și/sau fals. Acesta este reprezentat prin mijloace ca: verbe afective, verbe la modul condițional-optativ, topică inversată, adjective la gradul superlativ. Scopul discursului politic este de a manipula părerea publicului astfel încât locutorul să iasă un învingător, să prezinte argumentat părerea proprie. Dorința locutorului este de a obține încrederea publicului, de a acumula simpatizanți, de a răspândi ideologii politice în masă, de cele mai multe ori, discursul politic trezește opinii controversate în rândul publicului, de aceea este considerat un discurs cu un grad puternic de emotivitate.

CONCLUZII GENERALE ȘI RECOMANDĂRI

Rezultatele cercetării noastre, **Universul emoțional al discursului specializat**, demonstrează că subiectul abordat de noi este unul actual și are o aplicativitate sporită în domeniile analizei discursului și psiholingvisticii.

O ipoteză confirmată în demersul nostru, în urma cercetării acestui subiect, este că principalele concepte ale emotivității sunt proiectate în discursul specializat, vizând diverse aspecte constitutive și de conținut.

Totodată, în urma analizei discursurilor specializate, am confirmat ipoteza conform căreia în orice tip de discurs este prezentă latura subiectivă a locutorului, universul emoțional implicit în actul vorbirii și latura personală a interlocutorilor, care actualizează emoțiile trăite în timpul receptării discursului. Această corelație dintre universuri emoționale caracterizează comunicarea din punct de vedere psihologic. Dezvoltând ideea dată, am identificat particularitățile emotive ale discursurilor specializate, care încorporează un întreg univers atât emoțional, cât și comunicativ. În acest scop a fost efectuată examinarea diverselor mijloace ce denotă gradul de emotivitate: persuasiunea și manipularea, subiectivitatea discursului, actele vorbirii, analiza dihotomiei rațional-emoțional, dar și disocierea psihologică a emoțiilor.

Cercetarea emotivității, raportată la spectrul discursiv, ne permite să concluzionăm următoarele:

1. Sinteza definițiilor discursului *versus* cele ale discursului specializat prin optica școlii lingvistice românești, a celor occidentale și rusești și rezumarea multitudinii de opinii științifice referitoare la teoria cognitivă a modelelor de context constituie o contribuție valoroasă la stabilirea universului emotiv al discursului specializat, precum și la interpretarea și gestionarea continuă a evenimentului comunicativ actual de către utilizatori, la integrarea socioculturală a evenimentelor comunicative, relevante prin proprietățile lor variabile în realizarea discursului.
2. Considerând oportună identificarea trăsăturilor lexicale și semantico-pragmatice ale discursului specializat, am examinat substratul terminologic al limbajului specializat, descris în literatura de specialitate ca un lexicon complex, bine elaborat, diversificat și inovativ. Drept urmare am dedus că acesta, precum și lexemele împrumutate din alte limbi, siglele, cuvintele internaționale, acronimele etc. sunt aspecte care, complinite de un filon lexical afectiv, conferă autenticitate și verosimilitate discursului specializat.
3. În baza cercetării efectuate ne-am convins că particularitățile dihotomiei emoțional-rațional, relațiile dintre afectivitate/emoții și expresia verbală se manifestă gradual, în funcție de tipul de discurs. Aceasta a presupus și analiza vocabularului emoțiilor care ne-a deschis o nouă viziune

asupra conținutului discursului și asupra analizei acestuia din punctul de vedere al universului emoțional.

4. Adoptând clasificarea și descrierea emoțiilor după modelul lui Robert Plutchik, am identificat intensitatea emoțiilor trăite de locutor și interlocutor în diverse situații discursive și am stabilit perechile opozitive ale emoțiilor. Această abordare ne-a permis descrierea sistemică a cadrului emotiv din discursurile analizate de noi, conform algoritmului: *scop*→*mijloace*→*rezultat*→*gradualitate afectivă*→*tip de emoție*.

5. Ne-am convins că unitățile discursive: actele vorbirii, subiectivitatea, coeziunea și coerența, *per ansamblu* formează o viziune clară asupra particularităților lingvistice și pot stabili un grad sporit de emotivitate discursivă. Descrierea metodelor de manipulare și a gradualității persuasiunii ne-a permis identificarea particularităților unor discursuri specializate, cum ar fi cel politic și cel publicitar.

6. Factorul decisiv în alegerea materialului faptic pentru demersul nostru se bazează pe ponderea de frecvență a elementelor de afectivitate și emotivitate în diverse tipuri de discursuri specializate, care ne-au oferit un spectru larg de observații și interpretări. Documentarea științifică efectuată, pliată pe discursuri concrete, au generat modele de analiză complexă cu accent pe universul emotiv al acestora.

7. Pentru analiza discursului științific ne-am propus o strategie de identificare a gradului zero de afectivitate și emotivitate. Prin urmare, discursul științific poate fi caracterizat prin emoții ca: interesul, anticiparea, vigilența. Am considerat oportun să demonstrăm prezența emoțiilor respective în discursul științific, deoarece, prin varianta sa vulgarizatoare, acesta este tot mai prezent în comunicarea cotidiană.

8. Investigarea discursului economic din punctul de vedere al universului emoțional ne-a permis să constatăm că este sărac în manifestări emotive, identificând doar câteva mărci de afectivitate: frica (de eșec), dorința (de succes), povara (fiscală) etc. Putem concluziona că gradul de emotivitate din discursurile selectate pentru analiză tinde spre zero. Autorii utilizează termeni economici și argumente pentru informarea publicului operând cu date și legi concrete, ceea ce presupune estomparea spectrului emoțional, discursul economic fiind privat de figuri retorice, predominantă rămânând metafora conceptuală, cea încetățenită în uz. Intenționalitatea emițătorului are mai mult un caracter informativ, documentar sau de evidență.

9. Alegerea materialului pentru elucidarea mărcilor emotive ale discursului didactic, și anume empatia și tactul pedagogic, s-a produs în funcție de diverse activități didactice: curriculare și extracurriculare. Acestea, ca fenomene educaționale, prezintă o serie de particularități și se supun

unor exigențe pedagogice specifice, care vizează folosirea eficientă a timpului, dezvoltarea capacităților de a lucra în grup și de a coopera în rezolvarea unor sarcini complexe, dezvoltarea voinței și formarea trăsăturilor pozitive de caracter, trăirea emoțiilor de moment și a celor de durată. În acest sens concluzionăm că eficiența discursului didactic este direct proporțională cu selectarea optimă a metodelor de predare și crearea unui climat psihologic adecvat procesului educațional. Tot educativ este și discursul religios, cu o structură complexă, cu un sistem bogat de valori și concepte afective, precum și cu o serie de caracteristici specifice la nivel lingvistic, psihologic și științific.

10. Majoritatea cercetătorilor din domeniul lingvisticii notează că factorul-cheie din discursul mediatic este naratorul. Receptorii reprezintă o masă de oameni absolut diferiți, personajul de masă este caracteristica principală a unui discurs mediatic, care vizează un public de masă caracterizat printr-o compoziție eterogenă și un număr nelimitat de destinatari necunoscuți. Concluzia care se impune este că reacțiile afective în acest caz sunt diferite, iar emițătorul, pentru a primi reacțiile dorite, recurge la manipularea publicului prin apel la emoții și prin tehnici de persuasiune bine instrumentate. Menționăm în acest sens și plusvaloarea atribuită discursului de emoticoane – aceste semne iconice care reprezintă emoțiile în comunicare pe rețelele sociale, din rațiuni de economie a limbajului. Aici relația dintre emoții și discurs pare să fie bidirecțională. Emoțiile sunt parțial formate prin intermediul discursurilor, în timp ce discursurile sunt de natură emoțională. Chiar și discursurile care se presupune că se înscriu în sfera raționalului sunt formate din experiențele individuale și de grup. Emoțiile funcționează ca practici discursive, deoarece sunt experimentate și întruchipate în mediile sociale adecvate, fiind astfel fenomene sociale și culturale. În același timp, discursul, normele emoționale și emoțiile în sine sunt modelate de cauze sociale, politice și economice. În discursul globalizat, emoticoanele se prezintă drept universalii lingvistice.

11. În tratarea discursului politic și a celui publicitar am remarcat că strategiile discursive sunt similare, obiectele și subiecții fiind diferiți. Astfel, pentru discursul publicitar răspunsurile emoționale așteptate sunt cele de schimbare a atitudinii consumatorilor. Emoțiile provocate de un discurs publicitar pot fi diferite: sentimentul de plăcere, de entuziasm, de teamă sau de vinovăție. Prin urmare, publicitatea are rolul de a asocia experiența de viață cu un sentiment. Pentru discursul politic răspunsurile emoționale așteptate sunt cele de aderare la opinie, apelându-se în acest scop la un impresionant arsenal de instrumente de manipulare emoțională.

La finalul studiului nostru și a concluziilor formulate, venim cu următoarele recomandări:

1. A cerceta universul emoțional și al altor tipuri de discurs specializat, în special , al celui medical, care nu a fost cuprins în teza noastră.
2. A studia fenomenul de univers emoțional în discursul specializat sub aspect comparativ în diferite limbi (română-engleză-franceză), pornind de la universalitatea conceptului.
3. A aplica și a dezvolta rezultatele cercetării date în alte domenii, cum ar fi în economie și politică, jurnalism, cu scopul de a instrui viitorii profesioniști în vederea manipulării persuasive prin acte de limbaj specializat.
4. Tema este implementată în cadrul cursului *Terminologie medicală funcțională contemporană, la studenții autohtoni*. Prin acest curs studenții dobândesc abilități de prezentare a discursurilor în public, ținând cont de legile și normele unei prezentări eficiente.
5. A implementa rezultatele cercetării și în cadrul facultăților de psihologie pentru a facilita înțelegerea conceptului de psihologie a emoțiilor și a limbajului, raportate la discursurile specializate.

Bibliografie

În limba română

1. ARMAȘU V.-D. *Conceptul de politețe în discursul cotidian și profesional*. Cluj-Napoca, 2013 (teză de doctor).
2. BECIU C. *Sociologia comunicării și a spațiului public*. București: Polirom, 2011. 293 p. ISBN 978-973-46-1807-1.
3. BECIU C. *Comunicare și discurs mediatic. O lectură sociologică*. București: Editura Comunicare.ro, 2009. 146 p. ISBN 978-973-711-186-9.
4. BIDU-VRĂNCEANU A. *Lexicul specializat în mișcare de la dicționare la texte*. București: Editura Universității din București, 2007. 266 p. ISBN 9737373367.
5. BIDU-VRĂNCEANU A. *Lexic Comun, Lexic Specializat*, București: Editura Universității din București, 2000. 176 p. ISBN 973575486.
6. BONCU Ș., NASTAS D. (coordonatori) *Emoțiile complexe*. Iași: Editura Polirom, 2015. 272 p. ISBN 978 – 9734 – 652-174.
7. BONHOMME M., JEAN-MICHEL A. *Argumentarea publicitară*. Editura Institutului European, 2005. 328 p. ISBN 973-611-325-6.
8. BOTNARU S. *Iresponsabilitatea – cauză care înlătură vinovăția făptuitorului: definitivarea conceptului*. În: Revista Națională de Drept, nr. 2, 2014.
9. CHELCEA S., IVAN L., CHELCEA A. *Comunicarea nonverbală: gesturile și postura*. Ed. a 2-a, rev. București: Editura Comunicare.ro, 2008. 300 p. ISBN 978-973-711-160-9.
10. CHIRIAC A., LOPATIUC A., DRIGA I. *Perspective empirice și comunicative în discursul public medical*. The contemporary issues of the socio-humanistic sciences, Ediția 13. 2023. Chișinău: Editura Print-Caro, 2023. p. 322-327.
11. CIOLAN L. *Învățarea integrată. Fundamente pentru un curriculum transdisciplinar*. Iași: Editura Polirom, 2008. 280 p. ISBN 978-973-461-034-1.
12. COJOCARU M. *Comunicarea relațională*. Chișinău: UPSC, 2009. 179 p. ISBN 978-9975-134-69-9.
13. COJOCARU-BOROZAN M. *Teoria culturii emoționale*. Chișinău, 2010. 239 p. ISBN 978-9975-46-066-8.

14. CONDREA I. *Curs de stilistică*. Chișinău: CEP USM, 2008. 196 p. ISBN 978-9975-70-743-5.
15. CONDREA I. *O abordare stilistică a textului religios*. În: *Studia universitatis Modaviae*, nr. 10(100), 2016. ISSN 1811-2668
16. COSMOVICI A. *Psihologia Generală*. Iași: Editura Polirom, 1996. 256 p. ISBN 973-9248-27-6.
17. COSMOVICI A. *Psihologie școlară*. Iași: Editura Polirom, 1999. 304 p. ISBN 973-683-048-9.
18. COTEANU I. *Stilistica funcțională a limbii române*. București: Editura Academiei, 1973. 173 p.
19. CUCOȘ C. *Pedagogie (ediția a doua, revăzută și adăugită)*. București: Editura Polirom, 2002. 464 p. ISBN: 973-681-063-1.
20. DOBRESCU P., BÂRGĂOANU A. & CORBU N. *Istoria comunicării*. București: Editura Comunicare.ro, 2007. 329 p.
21. DOSPINESCU V. *Semne și cunoaștere în discursul didactic*. Iași: Editura Junimea, 1998. 240 p. ISBN 9733703311.
22. DRAGOȘ E. *Introducere în pragmatică*. Cluj-Napoca: Editura Casa Cărții de Știință, 2000. 182 p. ISBN 9736860558.
23. DUMISTRĂCEL S. *Limbajul publicistic românesc din perspectiva stilurilor funcționale*. Iași: Institutul European, 2006. 138 p. ISBN 973-611-440-6.
24. EKMAN P. *Emoții date pe față. Cum să citim emoțiile*. București: Editura Trei, 2019. 346 p. ISBN 978-606-40-0676-9.
25. EȚCO C., FORNEA IU., DAVIDESCU E., TINTIUC T., DANILIUC N., CĂRĂRUȘ M. *Psihologie generală (suport de curs)*. Chișinău: USMF, 2007. 366 p. ISBN 978-9975-95284-2.
26. EVSEEV I. *Semantica verbului. Categoriile de acțiune, devenire și stare*. Timișoara: Editura Facla, 1974.
27. FISHER R., YURI U. *Calea către acord sau negocieri fără înfrângere*. Moscova: Editura Nauka, 1990. 158 p.

28. FLAIȘER M. *Introducere în terminologia medicală*. Iași: Editura ALFA, 2011. 163 p. ISBN 978-606-5400-429.
29. FOUCAULT M., trad. de CIPRIAN T. *Ordinea discursului: un discurs despre discurs*. București: Editura Eurosong & Book, 1998. 193 p. ISBN 973-0-00533.0.
30. GHERASIM A., CARA N. *Teoria textului. (Antologie)*. Chișinău: CEP USM, 2008. 292 p. ISBN 978-9975-70-567-7.
31. GOLEMAN P. *Inteligența emoțională*. București: Curtea veche, 2018. 528 p. ISBN 978-606-44-0072-7.
32. GUȚU ROMALO V. (coord.) *GALR. Gramatica limbii române. II. Enunțul*. București: Editura Academiei, 2008. 1036 p. ISBN 973-27-1305-4.
33. HOGAN K. *Psihologia persuasiunii*. București: Editura Antet, 2004. 232 p. ISBN 9789736362750.
34. IONESCU-RUXĂNDOIU L. *Limbar și comunicare*. București: All educational, 2003. 112 p. ISBN 973-684-557-5.
35. IORDAN I. *Stilistica limbii române*. București: Editura Științifică, 1975. 405p.
36. IRIMIA D. *Structura stilistică a limbii române contemporane*. București: Editura Științifică și Enciclopedică, 1986. p. 168.
37. LIFARI V. *Conceptul afectivității în limba engleză, română și rusă*. Chișinău: CEP USM, 2020. 244 p. ISBN 978-9975-152-25-9.
38. LOPATIUC A. *Analiza discursului mediatic din punctul de vedere al subiectivității și al afectivității*. În: Integrare prin cercetare și inovare. Vol.1, R, SSU, 2016. Chișinău: CEP USM, 2016. p. 42-46.
39. LOPATIUC A. *Aspecte ale eficientizării discursului didactic din prisma afectivității în învățământul superior*. În: Tradiție și perspective în didactica modernă. Vol. 5. Alba Iulia: Editura Aeternitas, Universitatea „1 Decembrie 1918”, 2021. p. 9.
40. LOPATIUC A., CHIRIAC A., DRIGA I. *Valori afective ale discursului specializat (discurs științific)*. În: The contemporary issues of the socio-humanistic sciences, Ediția 13. 2023. Chișinău: Print-Caro, 2023. p. 343-349.

41. LOPATIUC A., CIUBOTARU G. *Cultura emoțiilor și a afectivității în discursul didactic*. În: *Tradiție și perspective în didactica modernă*. Vol. 4. Alba Iulia: Editura Aeternitas, Universitatea „1 Decembrie 1918”, 2020. p. 199.
42. LOPATIUC A., CIUBOTARU G. *Rolul discursului didactic în procesul de predare – învățare – evaluare*. În: *Tradiție și perspective în didactica modernă*. Vol. 5. Alba Iulia: Editura Aeternitas, Universitatea „1 Decembrie 1918”, 2021. p. 33.
43. LOPATIUC A. *Elemente ale persuasiunii în discursul politic*. În: *Studia Universitatis Moldaviae (Seria Științe Umanistice)*, nr. 4(134), 2020. p. 20-23. ISSN 1811-2668/ISSNe 2345-1009.
44. LOPATIUC A., IONICHI G. *Discursul specializat – o componentă esențială a educației lingvistice*. În: *Tradiție și perspective în didactica modernă*. Vol. 6. Alba Iulia: Editura Aeternitas, Universitatea „1 Decembrie 1918”, 2022. p. 53.
45. LOPATIUC A. *Particularitățile vocabularului emoțional în discursul specializat*. *Lumina verbului matern*, Chișinău: CEP USM, 2019. p. 282-286.
46. LOPATIUC A. *Universul emoțional al discursului repetat*. În: *Anatol Ciobanu – omul cetății limba română. În memoriam: 85 de ani de la naștere*. Chișinău: CEP USM, 2019. p.236-242.
47. LOPATIUC A. *Universul emoțional în discursul mediatic. Persuasiunea*. În: *Studia Universitatis Moldaviae, Seria Științe Umanistice*, nr. 10(90), 2015. p.65-68. ISSN 1811-2668/ISSNe 2345-1009.
48. MACOVEI D. HANGANU A. *Relația concept – definiție – termen ca element de bază al studiului terminologic*. În: *Studia Universitatis Moldaviae*, nr. 10(70), 2013. p.37-42. ISSN 1811-2668.
49. MAINGUENEAU D. (traducere de Raluca Nicoleta Balațchi) *Pragmatică pentru discursul literar. Enunțarea literară*. Iași: Institutul European, 2007. 245 p. ISBN 9789736114953.
50. MOLDOVEANU V. *Ecumenismul în întrebări și răspunsuri pe înțelesul tuturor*. Bacău: Editura Vicovia, 2008. 96 p. ISBN 9789731902012.
51. MOLEA V. *O nouă formă de comunicare în spațiul virtual: oralitatea digitală*. În: *Limba română*, 2017, nr. 5-6(241-242). p. 96-105.
52. NEAMȚU M. *Antiteze*. În: *Canonul și vestitorul Ortodoxiei*, nr. 6/45, iunie 2008.
53. O’SULLIVAN T. et al. *Concepte fundamentale din științele și studiile culturale*. Trad. rom. Iași: Polirom, 2001. 392 p. ISBN 973-683-717-3.

54. POTÂNG A. *Psihologia afectivității și a proceselor reglatorii*. Chișinău: CEP USM, 2018. 182 p. ISBN 978-9975-71-974-2.
55. POTTER J., WETHERELL M. *Discurs și psihologie socială: dincolo de atitudini și comportament*. Londra: SAGE Publications Ltd, 1987. 256 p. ISBN 9780803980563.
56. RADU C. *Discursul – proces cognitiv și spațiu al interacțiunii subiective*. În: *Revista transilvană de Științe ale Comunicării*, 2011, nr.1(12), p. 72–82.
57. RICOEUR P. *Eseuri de hermeneutică*. Traducere Tonoiu V. București: Humanitas, 1995. 304 p. ISBN 9732805110 9789732805114.
58. RIMÉ B. *Comunicarea socială a emoțiilor* (traducere Mircea Marin). București: Editura Trei, 2007. 534 p. ISBN 978-973-707-155-2.
59. ROCO M. *Creativitate și inteligență emoțională*. Iași: Polirom, 2001.
60. ROGOJANU A., TAȘNADI A. *Comunicare și limbaj economic*. București: Editura ASE, 2003. 82 p.. ISBN 9735944960.
61. ROȘCA L., *Producția textului jurnalistic*. Iași: Polirom, 2004. ISBN: 973-681-749-0
62. ROVENȚA-FRUMUȘANI D. *Argumentarea. Metode și strategii*. Editura Bic All, 2000. 208 p. ISBN 973-571-292- X.
63. ROVENȚA-FRUMUȘANI D. *Analiza discursului. Ipoteze și ipostaze*. București: Tritonic, 2005. 264 p. ISBN: 973-8497-99-X.
64. RUNCAN-MĂGUREANU A. *Aspecte semantice ale constituirii textului*. În: *Semantică și semiotică* (sub red. acad. I. Coteanu, prof. dr. Lucia Wald). București: Ed. Științifică și Enciclopedică.
65. SARAMANDU M. *Terminologia juridic-administrativă românească în perioada 1780-1850*. București: TUB, 198
66. SARTRE J.-P. *Psihologia emoției*. București: Editura Univers Enciclopedic, 2010. 120 p. ISBN 973-8162-225.
67. SLAMA-CAZACU T. *Introducere în psiholingvistică*. București: Editura Științifică, 1968. 490 p.

68. SOLOMON M. *Semne despre semne*. București: Editura Științifică și Enciclopedică, 1979. 111 p.
69. STROE M. *Charisma și personalitate*. București: Editura Știința și Tehnica, 2000. 140 p. ISBN 973-9236-44-8.
70. UNGUREANU E. *Dincolo de text: Hypertextul*, Chișinău: Editura ARC, 2014. 280 p. ISBN 978-9975-61-777-2.
71. VARZARI E. *Aspecte pragmatice ale titlului de text*. În: *Studia Universitatis*, nr. 10(40), 2010. p. 106. ISSN 1811-2668.
72. VERDEȘ A. *Psihologia emoțiilor. (Suport de curs pentru studenții specialității Psihologie)*. Chișinău, 2013. 94 p. ISBN 978-9975-4458-2-5.
73. VERDEȘ T. *Funcțiile pragmatice ale deicticelor în discursul politic actual*. Chișinău, 2013, 200 p., ISBN 978-9975-120-07-4.
74. ZAFIU R. *Ethos, Pathos și Logos în textul predicii*. În: *Perspective asupra textului și discursului religios* (Volum îngrijit de Milică I., Gafton E., Guia S.). Iași: Editura Universității „Alexandru Ioan Cuza”, 2013. 587 p. ISSN 2066-4818.
75. ZLATE M. *Omul față în față cu lumea*. București: Editura Albatros, 1994. 528 p. ISBN 973-683-278-3.

În limba engleză

76. BURMAN E., PARKER I. *Discourse Analytic Research. Repertoires and readings of texts in action*, London: Routledge, 1993. 189 p. ISBN 9781315403069.
77. CABRE T. *Terminology. Theory, methods and applications*. Amsterdam, Philadelphia, John Benjamins Publishing Company, 1999. 247 p. ISBN 9027216339.
78. CHANDLER D. *Semiotics. The Basics*. London: University of Wales, 2000. 306 p. ISBN 0-203-01493-6.
79. DERKS D., BOS A.E.R., & VON GRUMBKOW J. *Emoticons and Online Message Interpretation*. In: *Social Science Computer Review*, nr.26(3), 2008. 379-388 p. <https://doi.org/10.1177/0894439307311611>.

80. DU BOIS J.W. *The Stance Triangle*. In: R. Englebretson (Ed.), *Stancetaking in Discourse: Subjectivity, Evaluation, Interaction*. Amsterdam: John Benjamins Publishing Company, 2007. pp. 139-182. <http://dx.doi.org/10.1075/pbns.164.07du>
81. FOWLER R. *Linguistic Criticism*, Oxford University Press, 1986, 190 P., ISBN 0192891111
82. GERGEN K.J., *An Invitation to Social Construction*. London: Sage, 1999. 248 p. ISBN 9781446296486.
83. GOTTI M. *Investigating specialized discourse*. Peter Lang AG, European Academic Publisher, 2008, Bern, Swizerland, 227 p. ISBN 3-0391-732-1.
84. HAYES N. *Doing qualitative analysis in psychology*. London: Psychology Press, 2013. 203 p. ISBN 9781315804552.
85. HELLER A. *A Theory of Feelings, Lanham, Lexington Books*. 2009. 242 p. ISBN 978-0739129678.
86. KERBRAT-ORECCHIONI C. *Politeness in small shops in France, vol. 2. nr. 1, 2006. p. 79-103. <https://doi.org/10.1515/PR.2006.005>*.
87. REZABEK L.L. & COCHENOUR J.J. *Visual Cues in Computer-Mediated Communication: Supplementing Text with Emoticons*. In: *Journal of Visual Literacy*, 1988, 18 p.
88. SEIDLHOFER B., WIDDOWSON H. *Coherence in Spoken and Written Discourse. How to Create it and How to Describe it. Selected Papers from the International Workshop on Coherence*. Augsburg, Amsterdam and Philadelphia: John Benjamins, 315 p. ISBN 9789027250773.
89. VAILLANT G. *Spiritual evolution: a scientific defence of faith*. New York: Broadway Books, 2008. 238 p. ISBN 978-0767-926-577.

În limba franceză

90. ADAM J.-M. *Les Textes, types et prototypes*. Paris: Édition Nathan, 1992. 108p. ISBN 2091907561.
91. BALLY CH. *Traité de stylistique française*. Creative Media Partners, 2018. 278 p. ISBN 9780274486489.
92. BENVENISTE E. *Langue, discours, société*. Paris: Edition du Seuil, 1975. 400 p. ISBN 2-02-004281-9.

93. DOSPINESCU V. *Analyse des éléments de didacticité dans le discours des medias (la presse écrite)*. In: *ANADISS*, nr. 6, 2008. p. 75-76.
94. *Grand Dictionnaire de la Psychologie, Larousse*. Paris, 1994. p. ISBN 2-03-501050-0.
95. GREIMAS A. *Sémantique structurale, recherche de méthode*. x: Éditeur Presses Universitaires de France, 2002. 264 p. ISBN 9782130527633.
96. LANE Ph. *La périphérie du texte*. Paris: Edition Nathan, 1992. 198 p. ISBN 2-09-1907-59-6.
97. LERAT P. *Les langues spécialisées*. Paris: Presses Universitaires de France, 4, 1995. p. 20. ISSN 0026-0452.
98. MAINGUENEAU D. *Discours et analyse du discours. Une introduction*. Paris: Armand Colin, 2014. 216 p. ISBN 978-2200-289-966.
99. MAINGUENEAU D. *Initiation aux méthodes de l'analyse du discours*. Paris: Nathan, 1976. 198 p.

În limba rusă

100. АНДРИАНОВ М.С. *Невербальная коммуникация: психология и право*. Москва: Институт общегуманитарных исследований, 2007. 253 с. ISBN 978-5-94193-801-8.
101. БЕЛЯЕВА И. *Феномен речевой манипуляции: лингвоюридические аспекты*. Монография, Ростов/нД.: СКАГС, 2008. 243 с.
102. ФРЕСС А.П., БУНОВ. *О природе эмоционального и формах его выражения в художественной литературе / А.П. Горбунов // В: Труды Иркутского гос. ун-та им. Жданова*. – Иркутск, 1971. – Т. 79. Серия языкознания. – Вып. 7. – С. 131.
103. ДОДОНОВ Б. И. *Эмоция как ценность*. Москва: Политиздат, 1978. 272 с.
104. ИЗАРД К.Э. *Психология эмоций*. Санкт-Петербург: Издательство Питер, 2008. 464 с. ISBN 978-5-314-00067-0.
105. ИССЕРС О.С. *Коммуникативные стратегии и тактики русской речи*. Москва: Ленанд, 2017. 308 с. ISBN 978-5-9710-4659-2.
106. СИК В.И. *Языковой круг: личность, концепты, дискурс*. Волгоград: Перемена. 2002. 477 с. ISBN 5-88234-552-2.

107. КЛОБУКОВ П.Е. *Эмоции, сознание, культура (особенности отражения эмоций в языке)*. В: *Язык сознание коммуникация: Сб. Статей* (Ред. В.В. Красных, А.И. Изотов). Вып.4. Москва: Филология, 1998.128 с. ISBN 5-7552-01-11-0.
108. КОЛТЫШЕВА Е.Ю. *Манипулятивное воздействие в современном рекламном тексте (на материале англоязычных глянцевого журналов для женщин)* (диссертация). Ярославль: , 2008. 280 с.
109. КОЛЬЦОВ И.А. *Методика использования креолизованных гипертекстов в обучении межкультурному иноязычному общению студентов языкового вуза.* (диссертация). Москва: , 2009.
110. ФРЕСС П. *Эмоции. Экспериментальная психология.* Москва: Прогресс, 1975. Вып. 5. 181 с. ISBN?
111. ЧЕРЕПАХОВ М.С. *Таинства мастерства публициста.* Москва: Мысль, 1984. 150 с.
112. ХОВСКИЙ В.И. *Язык и эмоции в аспекте лингвокультурологии.* Волгоград: Издательство ВГПУ Перемена, 2009. 165 с. ISBN 978-5-9935-0109-3.

Surse electronice:

113. *Afectivitate negativă – Negative affectivity* [online]. [citat 1.07.2022]. Disponibil: https://wikicro.icu/wiki/Negative_affectivity.
114. *Afectivitatea* [online]. [citat 10.12.2020]. Disponibil: <http://www.scribub.com/sociologie/psihologie/AFFECTIVITATEA35354.php>.
115. *Anger.* [online]. [accesat 2.09.2019]. Disponibil: <https://www.psychologytoday.com/us/basics/anger>.
116. *Antologie de texte despre publicitate.* [online]. [citat 22.07.2021]. Disponibil: <http://ebooks.unibuc.ro/StiinteCOM/tabarcea/3.htm#1>.
117. ATHU C., *Delimitarea terminologiilor de specialitate,* [online]. [citat 20.02.2020]. Disponibil: http://euromentor.ucdc.ro/NR1_v2/DELIMITAREA%20TERMINOLOGIIOR%20DE%20SPECIALITATE.pdf

118. AUSTIN J.L. *How to do things with words*. Harvard University Press, 1975. 150-162 p. [online]. [citat 18.12.2020]. Disponibil: https://www.academia.edu/36270217/Austin_1962_how_to_do_things_with_words
119. BĂLĂSOIU C. *Discursul raportat în textele dialectale românești*. [online]. [citat 03.10.2016]. Disponibil: <http://ebooks.unibuc.ro/filologie/balas/2-2.htm>
120. BESSÉ B., NKWENTI-AZEH B., SAGER J.C. *Glossary of terms used in terminology*. In: *Terminology: international journal of theoretical and applied issues in specialized communication*, 1997, Vol. 4, No. 1. p. 117-156. ISSN 0929-9971. [online]. [citat 4.04.2022]. Disponibil: <https://benjamins.com/catalog/term.4.1.08bes/fulltext/term.4.1.08bes.pdf>
121. BOGDAN A. *Iubirea, emoție sau comportament?* [online]. [citat 21.07.2020]. Disponibil: <https://www.la-psihiolog.ro/info/iubirea-emoție-sau-comportament>.
122. BORTUN D., SĂVULESCU S. *Analiza discursului public*. București: SNSPA, 2005. 171 p. [online]. [citat 20.05.2018]. Disponibil: <https://pdfslide.net/documents/savulescu-s-analiza-discursului-public.html> accesat la 20.05.2018.
123. *Ce sunt și care sunt emoțiile?* [online]. [citat 20.08.2019]. Disponibil: <https://www.scientia.ro/homo-humanus/psihologie/468-ce-sunt-si-care-sunt-emoțiile.html>.
124. *Ce știați și ce nu despre Tudor Vladimirescu? De ce a fost asasinat Domnul Tudor?* [online]. [citat 22.06.2021]. Disponibil: istoria.ro
125. CEMÂRTAN C. *Limba textelor religioase publicate la tipografia exarhicească din Chișinău: particularități sintactice*. [online]. [citat 23.07.2022]. Disponibil: <http://dspace.usm.md:8080/xmlui/handle/123456789/1179>
126. CEREPANOVA M. *Dualitatea semantică a conceptului terminologie*. [online]. [citat 5.04.2022]. Disponibil: http://repository.utm.md/bitstream/handle/5014/5700/Limbaje_Specializate_2013_pg45-48.pdf?sequence=1&isAllowed=y
127. CONDREA I. *Aspecte ale discursului politic în campania electorală*. [online]. [citat 20.06.2022]. Disponibil: https://ibn.idsi.md/sites/default/files/imag_file/159-166_3.pdf

128. CRISTEA S. *Creativitatea pedagogică*. [online]. [citată 24.07.2020]. Disponibil: https://ibn.idsi.md/sites/default/files/imag_file/Creativitatea%20pedagogica.pdf
129. *DJ Project x AMI – 4 Camere*. [online]. [citată 18.03.2020]. Disponibil: https://www.youtube.com/results?search_query=4+camere
130. DODON E. *Reflecții despre pleonasm*. [online]. [citată 23.05.2022]. Disponibil: https://ibn.idsi.md/vizualizare_articol/122413
131. DRESNER E. and HERRING S.C. “Nice Picture Comment!” *Graphicons in Facebook Comment Threads*. 2010. [online]. [citată 20.08.2022]. Disponibil: <https://scholarspace.manoa.hawaii.edu/bitstream/10125/41419/1/paper0270.pdf>
132. *Emotional advertising*. [online]. [citată 20.02.2022]. Disponibil: <https://www.thedrum.com/opinion/2022/02/14/emotional-advertising-how-and-why-brands-use-it-drive-sales>
133. *Emotions in the Christian Tradition*. [online]. [citată 20.06.2020]. Disponibil: <https://plato.stanford.edu/entries/emotion-Christian-tradition/>
134. *Fenomenologia*. [online]. [citată 25.01.2017]. Disponibil: <http://bazelefilozofiei.blogspot.md/2015/08/fenomenologia.html>
135. GHERASIM A. *Metafore conceptuale derivate din termeni anatomici în Limba română*. În: *Limba și Comunicare*. nr. 4, anul XXIV, 2014. [online]. [citată 20.05.2020]. Disponibil: <https://limbaromana.md/index.php?go=articole&n=2470>
136. GOLUBEVA T.M. *Manipularea lingvistică în discursul pre-electoral (bazat pe engleza americană)*. Novgorod, 2009. [online]. [citată 20.04.2020]. Disponibil: <http://www.prorector.org/rs|katn10.02.04-limit90.html>.
137. GUESPIN L., MARCELLESI J.-B, MALDIDIER D., SLATKA D. *Le discours politique*. În: *Languages*, 23, 1971. [online]. [citată 20.08.2022]. Disponibil: https://www.persee.fr/issue/lgge_0458-726x_1971_num_6_23
138. GUȚU V. *Funcțiile principale ale întrebărilor în discursul argumentativ*. [online]. [citată 18.07.2020]. Disponibil: https://ibn.idsi.md/sites/default/files/imag_file/Functiile%20principale%20ale%20intrebarilor%20in%20discursul%20argumentativ.pdf

139. KARIMOVA H. *The Emotion Wheel: What It Is and How to Use It*. [online]. [accesat la 14.08.2019]. Disponibil: <https://positivepsychology.com/emotion-wheel/>
140. LESENCIUC A. *Teorii ale comunicării*. [online]. [accesat la 19.07.2020]. Disponibil: http://www.afahc.ro/ro/facultate/cursuri/2017_teorii_ale_comunicarii.pdf
141. LEVENSON R. W. *For distinguished contributions to psychophysiology: Arne Ohman*. [online]. [citat 11.04.2022]. Disponibil: <https://bpl.berkeley.edu/docs/78-Arne%20Ohman03.pdf>
142. LIFARI V. *Emoție, simț sau sentiment și echivalentele lor în engleză și rusă*. [online]. [citat 20.11.2020]. Disponibil: https://ibn.idsi.md/sites/default/files/imag_file/Emo%C5%A3ie%20simt%20sau%20sentiment%20si%20echivalentele%20lor%20%C3%AEn%20engleza%20si%20rusa.pdf
143. MARHAN M. *Modalități de reprezentare a emoțiilor în comunicarea bazată pe text*. [online]. [citat 5.07.2020]. Disponibil: https://www.researchgate.net/publication/237191468_Modalitati_de_reprezentare_a_emoțiilor_or_in_comunicarea_bazata_pe_text
144. MARZILLIER S., DAVEY G. C L. *The emotional profiling of disgust-eliciting stimuli: Evidence for primary and complex disgusts*. [online]. [citat 10.07.2020]. Disponibil: https://www.researchgate.net/publication/232909271_The_emotional_profiling_of_disgusteliciting_stimuli_Evidence_for_primary_and_complex_disgusts/link/02e7e52b9ce75a835d00000/download
145. *Mecanisme neurale ale fericirii*. [online]. [citat 18.04.2020]. Disponibil: http://daneremia.eu/mecanisme_neurale/cautarea_fericirii.html
146. *Modelarea climatului școlar prin intermediul activităților extrașcolare*. [online]. [citat 15.12.2021]. Disponibil: [Modelarea climatului școlar prin intermediul activităților extrașcolare – EDICT](#).
147. MOLEA V. *Elemente neinspirate ale oralității în textul publicistic*. [online]. [citat 18.07.2022]. Disponibil: http://dspace.usm.md:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/1955/93-100_0.pdf?sequence=1&isAllowed=y

148. NELSON J.A. *Fearing Fear: Gender and Economic Discourse*. [online]. [citat 15.09.2020]. Disponibil: http://repec.umb.edu/RePEc/files/2013_04.pdf
149. OBREJA-RĂDUCĂNESCU D. *Discursul religios – discurs specializat, Text și discurs religios, III, Secțiunea Retorica discursului religios*, Iași: Editura Universității „Alexandru Ioan Cuza”, 2011. p.335-344 [online]. [citat 16.03.2020]. Disponibil: <http://www.diacronia.ro/ro/indexing/details/A126>
150. OHMAN J. *Manipularea prin cuvinte*. [online]. [citat 15.05.2019]. Disponibil: <https://biblioteca.regielive.ro/proiecte/comunicare/manipularea-prin-cuvinte-254794.html>
151. PĂCURAR L. *Atitudinea în fața morții: aspecte generale*. [online]. [citat 23.07.2020]. Disponibil: <https://www.bcucloj.ro/bibliorev/arhiva/nr18/diverse4.html>
152. PÂNIȘOARĂ I.-O. *Emoțiile: tristețea, furia, dezgustul, disprețul, surpriza*. [online]. [citat 12.07.2020]. Disponibil:
153. PÂNIȘOARĂ I.-O. *Emoțiile: tristețea, furia, dezgustul, disprețul, surpriza... [Accesat la 29.10.2020]* Disponibil: <https://performante.ro/emotiile-tristetea-furia-dezgustul-dispretul-surpriza>
154. POPESCU-NEVEANU P. *Dicționar de psihologie*. [online]. [citat 08.07.2020]. Disponibil: <https://lectiadefilosofie.files.wordpress.com/2014/01/dictionar-de-psihologie-neveanu.pdf>
155. POPOVA E.S. *СТРУКТУРА МАНИПУЛЯТИВНОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ В ПЕЖИАННОМ ТЕКСТЕ*, În: *Izv. Statul Ural. Universitate*, nr. 24, Ekaterinburg, 2002. [online]. [citat 12.05.2021]. Disponibil: <http://www.philology.ru/linguistics2/popova-02.htm>
156. *Prague School (Prague Linguistic Circle)*. [citat 23.03.2023]. Disponibil: <http://ekladata.com/sGvk685NGgOsbyBoGN0VbO45xF0/lesson-03-Prague-school.pdf>
157. REY A. *Essays on Terminology*. John Benjamins Publishing Company, Amsterdam, Philadelphia, 1995. 223 p. ISBN 9789027283580. [online]. [citat 14.04.2020]. Disponibil: <https://benjamins.com/catalog/btl.9>
158. REY A. *Essays on Terminology*. [online]. [citat 6.04.2022]. Disponibil: <https://www.erudit.org/en/journals/meta/1998-v43-n2-meta171/002029ar/>

159. Schlimm M.R. *Emotions and Faith: The Perplexing Relationship Between What We Feel and What We Believe*. [online]. [citat 22.11.2021]. Disponibil: <https://www.ctsnet.edu/at-this-point/emotions-faith-perplexing-relationship-feel-believe/>
160. SHANNON C.I.E. & WEAVER W. *The Mathematical Theory of Communication*. Urbana: University of Illinois Press, 1963. Disponibil: https://pure.mpg.de/rest/items/item_2383164/component/file_2383163/content
161. STOICA G. *Lexicul afectivității în epoca română premodernă. Între tradiție și modernitate*. [online]. [citat 19.12.2020]. Disponibil: http://www.unibuc.ro/prof/stoica_g/docs/res/2016marGStoica_SCL_2_2010.pdf
162. *Studii privind limbajul publicitar al reclamelor. Aspecte lingvistice în contextual antropologico-cultural și economic*. [online]. [citat 17.07.2020]. Disponibil: <http://doctorate.ulbsibiu.ro/wp-content/uploads/rez-romana-bogdan.pdf>
163. *Surpriza o emoție trecătoare și neașteptată*. [online]. [citat 14.07.2020]. Disponibil: <https://ro.sainte-anastasiu.org/articles/bienestar/la-sorpresa-una-emocin-fugaz-e-inesperada.html>
164. *Text vs discurs în interacțiunea dialogică. Teoria actelor de vorbire*. [online]. [citat 11.04.2022]. Disponibil: <https://spbhttp.ru/ro/tekst-vs-diskurs-v-dialogicheskoj-interakcii-teoriya-y/>
165. TILEAGA C. *Analiza discursului și studiul atitudinilor: o introducere în psihologia socială discursivă (Discourse analysis and the study of attitudes: an introduction to discursive social psychology)*. [online]. [citat 12.07.2020]. Disponibil: https://www.researchgate.net/publication/321699613_Mediatization_of_Emotion_on_Social_Media_Forms_and_Norms_in_Digital_Mourning/link/5a6a913ea6fdcc2aedee0efd/download
166. ȚĂRA D.V. *Discursul religios, model și normă de exprimare îngrijită în epoca veche*. [online]. [citat 20.07.2020]. Disponibil: <http://www.diacronia.ro/ro/indexing/details/A6/pdf>
167. *Valori stilistice, moduri verbale*. [online]. [citat 17.07.2020]. Disponibil: <https://ru.scribd.com/doc/51321473/VALORI-STILISTICE-moduri-verbale>

168. *Vocabular expresiv. Vocabular emoțional evaluativ.* [online]. [citat 12.12.2020]. Disponibil:<https://zohenko.ru/ro/ekspresivnaya-leksika-emocionalno-ocenochnaya-leksika.html>
169. VIANU T. Dubla intenție a limbajului. [online] [citat la 15.09.2023]. Disponibil: https://kupdf.net/download/tudor-vianu-dubla-intentie-a-limbajului-si-problema-stilului_59b6243fdc0d602b2e8ceb1b_pdf
170. ZAFIU R. *Diversitate stilistică în româna actuală.* [citat 23.06.2019] Disponibil: <http://ebooks.unibuc.ro/filologie/Zafiu/introducere.htm>
171. АВЕЛИЧЕВ А. К., *Возвращение риторики* // Дюбуа Ж., Пир Ф., Тринон А. и др. Общая риторика. М. 1986. Disponibil: https://eusp.org/sites/default/files/archive/et_dep/sborniki/trudy1/317_324.pdf
172. *Анализ дискурса - сущность, подходы, методология проектирования.* [online]. [citat 13.05.2022]. Disponibil: <https://naukarus.com/diskurs-analiz-suschnost-podhody-metodologiya-roektirovanie>
173. ВОЙНОВ Д.А. *Эмодзи как технология политической коммуникации в Интернете.* В: *Электронный научный журнал «Век качества», №4, 2016.* с.103-112. [online]. [citat 20.08.2022]. Disponibil:<http://www.agequal.ru/pdf/2016/416007.pdf>
174. ВОРКАЧЕВ С. Г. *Лингвокультурология, языковая личность, концепт: становление антропоцентрической парадигмы в языкознании.* [citat 13.02.2023] Disponibil: <http://lincon.narod.ru/lingvocult.htm>
175. ДЕМЬЯНКОВ В.З. *Когнитивная лингвистика как разновидность интерпретирующего подхода* В: *Вопросы языкознания, №4, 1994.* С. 17. [citat 13.04.2023] Disponibil: <http://www.infolex.ru/Cogni.html>
176. ДОДОНОВ Б.И. *Эмоция как ценность.* [online]. [citat 08.08.2019]. Disponibil: <https://klex.ru/3b6>
177. ЖЕРЕБИЛО Т.В. *Словарь лингвистических терминов.* Изд-е 5-е, испр. и доп. Назрань: Пилигрим, 2010. р. 465. [online]. [citat]. Disponibil: http://gerebilo.ucoz.ru/load/leksikogoaficheskie_izdaniya/slovar/zherebilo_t_v_slovar_lingvisticheskikh_terminov_i_ponjatij_izd_6_e_ispr_i_dop_nazran_piligrim_2016_610_s/6-1-0-1565

178. ЗАППЕТТИНИ Ф., ПОНТОН Д., ЛАРИНА Т. *Эмоционализация современного медиадискурса*. [online]. [citat 20.05.2020] Disponibil: <https://cyberleninka.ru/article/n/emotsionalizatsiya-sovremennogo-mediadiskursa-issledovatel'skaya-povestka-dnya>
179. КАЛЕНДР А. *Медийный дискурс как преобразование информации*. [online]. [citat 23.07.2020]. Disponibil: <https://cyberleninka.ru/article/n/mediynny-diskurs-kak-preobrazovanie-informatsii>.
180. КАРАСИК В. *О типах дискурса. Языковая личность: институциональный и персональный дискурс*. Волгоград, 2000. С. 5-20. [online]. [citat 4.05.2021] Disponibil: <https://cyberleninka.ru/article/n/tezis-mir-v-ogne-kak-leymotiv-sovremennoy-publitsistiki.pdf>
181. *Классификация эмоций*. [online]. [citat 08.08.2019]. Disponibil: <http://psychologylib.ru/books/item/f00/s00/z0000050/st007.shtml>
182. КОВЕШНИКОВА М. *Речевая манипуляция и приемы речевого манипулирования*. [citat 23.06.2020]. Disponibil: <https://cyberleninka.ru/article/n/rehevaya-manipulyatsiya-i-priemy-rehevogo-manipulirovaniya/viewer>
183. КУЗНЕЦОВ А.М. *Экспрессивная функция*. В: *Большая энциклопедия*: в 30-ти т. / гл. ред. А. М. Прохоров. Изд-е 3-е. М.: энциклопедия, 1978. Т. 29. [citat 23.06.2020]. Disponibil: <https://philology-journal.ru/article/phil20230001/fulltext>
184. *Педагогические технологии обучения*. [online]. [citat 10.05.2022]. Disponibil: https://studme.org/18471227/psihologiya/pedagogicheskie_tehnologii_obscheniya
185. *Прагматика дипломатического дискурса*. [online]. [citat 10.04.2022]. Disponibil: <https://goaravetisyan.ru/ro/pragmatika-diplomaticheskogo-diskursa-v-usloviyah-voenno-politicheskogo-protivostoyaniya-tekst-vs-diskur/>
186. *Роль чувств в педагогической деятельности. эмоциональный тип личности педагога роль эмоции в работе педагога*. [online]. [citat 20.05.2022]. Disponibil: <https://algorithm-centr.ru/the-toland-john/rol-chuvstv-v-pedagogicheskoi-deyatelnosti-emocionalnyi-tip-lichnosti.html>
187. ХОХЛОВСКАЯ О.Г. *Ученые – тоже люди, и ничто эмоциональное им не чуждо. к вопросу об эмоциональности научных текстов*. В: *Вестник Челябинского государственного университета*, № 1, 2013. [online]. [citat 12.04.2022]. Disponibil:

<https://cyberleninka.ru/article/n/uchenye-tozhe-lyudi-i-nichto-emotsionalnoe-im-ne-chuzhdo-k-voprosu-ob-emotsionalnosti-nauchnyh-tekstov>

188. ЧЕРНЯВСКАЯ В. *Лингвистика текста. Лингвистика дискурса: учебное пособие*. [online]. [citat 4.05.2023]. Disponibil: <https://avidreaders.ru/book/lingvistika-teksta-lingvistika-diskursa-uchebnoe-posobie.html>
189. *Эмоции в педагогической речи*. [online]. [citat 10.05.2022]. Disponibil: https://psyera.ru/emocii-v-pedagogicheskoy-rechi_13878.htm
190. *Эмоции в труде педагога*. [online]. [citat 25.06.2021]. Disponibil: <https://algorithm-centr.ru/the-toland-john/rol-chuvstv-v-pedagogicheskoi-deyatelnosti-emocionalnyi-tip-lichnosti.html>.

Discursuri

191. БОСА А. *Din păcătoși, sfinți*. [online]. [citat]. Disponibil: <https://doxologia.ro/din-pacatosi-sfinti>
192. DANION V. *Despre iubirea aproapelui*. [online]. [citat]. Disponibil: <https://www.crestinortodox.ro/carti-ortodoxe/ne-vorbeste-parintele-calistrat-la-barnova-mangaiere-mustrare/despre-iubirea-aproapelui-81126.html>
193. *Date îngrijorătoare: Numărul moldovenilor care suferă de diverse patologii a rinichilor, în creștere*. [online]. [citat]. Disponibil: https://www.publika.md/date-ingrijoratoare-numarul-moldovenilor-care-sufera-de-diverse-patologii-a-rinichilor-in-crestere_3132845.html#ixzz85il5KTLw
194. *De sărbători, toate drumurile duc spre casă. Ce acțiuni vor fi întreprinse pentru a preveni îngreunarea circulației la frontiera de stat*. [online]. [citat]. Disponibil: https://www.publika.md/de-sarbatori-toate-drumurile-duc-spre-casa-ce-actiuni-vor-fi-intreprinse-pentru-a-preveni-ingreunarea-circulatiei-la-frontiera-de-stat_3132848.html#ixzz85iln4Tx9
195. *Deșertăciunea gândurilor*. [online]. [citat]. Disponibil: <https://cuvantcurat.ro/predici/desertaciunea-gandurilor/>
196. *Discursul didactic*. [online]. [citat]. Disponibil: <https://ru.scribd.com/doc/204020789/DISCURSUL-DIDACTIC>
197. *Discursul Președintei Maia Sandu cu prilejul Zilei Independenței Republicii Moldova*. [online]. [citat]. Disponibil: <https://presedinte.md/rom/discursuri/discursul-presedintei-maia-sandu-cu-prilejul-zilei-independentei-republicii-moldova>

198. *Discursul Președintei Maia Sandu la Summitul Bucea, Ucraina.* [online]. [citată]. Disponibil: <https://presedinte.md/rom/presa/discursul-presedintei-maia-sandu-la-summitul-bucea-ucraina>
199. *Discursul Președintelui Republicii Moldova, Maia Sandu, la Adunarea pentru Europa.* [online]. [citată]. Disponibil: <https://presedinte.md/rom/discursuri/discursul-doamnei-maia-sandu-presedintele-republicii-moldova-la-deschiderea-forumului-pentru-reformarea-justitiei-si-combaterea-coruptiei-90073>
200. *Dragostea nu caută folosul său...* [online]. [citată]. Disponibil: <https://cuvantcurat.ro/predici/dragostea-nu-cauta-folosul-sau/>
201. FULOP C. *Stres și stresori.* [online]. [citată]. Disponibil: <http://www.saptamanamedicala.ro/articole/Stres-si-stresori>
202. IONIȚĂ V. *BNM, mai securizată în fața poftelor Guvernului de a-i lua profitul.* [online]. [citată]. Disponibil: <https://ionita.md/2020/02/28/bnm-mai-securizata-in-fata-poftelor-guvernului-de-a-i-lua-profitul/>
203. IONIȚĂ V. *Comparativ cu valutele principalelor parteneri comerciali, Leul moldovenesc rămâne a fi mai puternic față de începutul anului 2020.* [online]. [citată]. Disponibil: <https://ionita.md/2020/03/30/comparativ-cu-valutele-principalelor-parteneri-comerciali-leul-moldovenesc-ramane-a-fi-mai-puternic-fata-de-inceputul-anului-2020/>
204. IONIȚĂ V. *Cum „sufletele moarte” din sec. XXI influențează relațiile bugetare dintre Guvern și Autoritățile Publice Locale.* [online]. [citată]. Disponibil: <https://ionita.md/2019/11/11/cum-sufletele-moarte-din-sec-xxi-influenteaza-relatiile-bugetare-dintre-guvern-si-autoritatile-publice-locale/>
205. IONIȚĂ V. *Pandemia i-a ținut pe moldoveni acasă și le-a „economisit” 1,2 miliarde lei, doar din plățile cu cardul bancar.* [online]. [citată]. Disponibil: <https://ionita.md/2021/01/14/pandemia-i-a-tinut-pe-moldoveni-acasa-si-le-a-economisit-12-miliarde-lei-doar-din-platile-cu-cardul-bancar/>
206. JIZDAN A. *Consultații privind contabilitatea și impozitarea, Terminalele de plată: considerații economice, contabile și fiscale.* [online]. [citată]. Disponibil: <http://www.contabilitate.md/ro/article/1570?cHash=c9ac91d28760db560c16d7ef09b28c0f>
207. *Locurile în care ne aflăm ne pot schimba personalitatea,* <https://www.moldova.org/locurile-in-care-ne-aflam-ne-pot-schimba-personalitatea/>
208. *Mesajul Președintei Maia Sandu, Adunarea „Moldova europeană”: „Ieri, 21 mai 2023, am fost o mare familie europeană!”* [online]. [online]. Disponibil:

- <https://presedinte.md/rom/presa/mesajul-presedintei-maia-sandu-dupa-adunarea-moldova-europeana-ieri-21-mai-2023-am-fost-o-mare-familie-europeana>.
209. *Mesajul Președintei Republicii Moldova, Discursul inaugural al Președintelui Republicii Moldova, Maia Sandu* [online]. [citată]. Disponibil: <https://presedinte.md/rom/discursuri/discursul-inaugural-al-presedintelui-republicii-moldova-maia-sandu>
210. MILICĂ I. *Recursul la metaforă în opera științifică a lui Sextil Pușcariu*. [online]. [citată]. Disponibil: [http://inst-uscariu.ro/SextilPuscariu/SPI/pagini/CSP%20I%20\[Pages%20109%20-%20127\].pdf](http://inst-uscariu.ro/SextilPuscariu/SPI/pagini/CSP%20I%20[Pages%20109%20-%20127].pdf)
211. „Nu ne-am gândit că este o persoană atât de periculoasă.” *Cum sunt protejate femeile de violența domestică în Moldova*. [online]. [citată]. Disponibil: <https://www.moldova.org/nu-ne-am-gandit-ca-este-o-persoana-atat-de-periculoasa-cum-sunt-protejate-femeile-de-violenta-domestica-in-moldova/>
212. PETRIȘOR C. *Care este singura țară din lume care are „Dragoste” în denumire? Numele capitalei se traduce prin „Persoana iubită”*. [online]. [citată]. Disponibil: <https://www.shtiu.ro/care-este-singura-tara-din-lume-care-are-dragoste-in-denumire-numele-capitalei-se-traduce-prin-persoana-iubita-160500.html>
213. SALAVĂSTRU D. *Argumentarea în discursul didactic*. [online]. [citată]. Disponibil: <https://www.psih.uaic.ro/anale-psi/wp-content/uploads/sites/10/2021/01/3.-Argumentarea-%C3%AEn-discursul-didactic.pdf>
214. SOLOMON M. *Singurătatea matematicianului*. Liter.Net.ro, Colecția Palimpsest, 2010 [online]. [citată]. p.38 Disponibil: <https://dokumen.tips/documents/singuratatea-matematicianului.html?page=38>
215. STAIKU S.-N. *Statutul stilistic al termenilor în discursul medical*. [online]. [citată]. Disponibil: http://old.upm.ro/facultati_departamente/stiinte_litere/conferinte/situl_integrare_europeana/Lucrari5/IETM5_Part58.pdf
216. SURDU A.-D. *Comunicare și discurs didactic*. [online]. [citată]. Disponibil: <http://www.asociatia-profesorilor.ro/comunicare-si-discurs-didactic.html>
217. TĂNĂSESCU A. *Cum sabotăm fericirea noastră și a celor din jur?* [online]. [citată]. Disponibil: <https://uzpr.ro/07/01/2020/cum-sabotam-fericirea-noastra-si-a-celor-din-jur/>
218. TOSTOGAN P. *Pulsul lunii septembrie*. [online]. [citată]. Disponibil: <https://old.contabilitate.md/?mod=article&id=7448>

219. *Vegheați să nu fie între voi nimeni lumesc.* [online]. [citată]. Disponibil:
<https://cuvantcurat.ro/predici/cine-zideste-la-templul-domnului>
220. VOINEA R. *Frumusețea adevărului științific.* [online]. [citată]. Disponibil:
https://acad.ro/discursuri_receptie/d2008/RVoinea-discurs.doc

ANEXA 1: DISCURSURI ȘTIINȚIFICE

1. CUM SABOTĂM FERICIREA NOASTRĂ ȘI A CELOR DIN JUR?

O relație echilibrată între doi adulți aduce creștere și are la bază încredere și susținere. Acest echilibru presupune deschidere și răbdare pentru a înțelege atât nevoile personale, cât și pe cele ale partenerului.

În opinia psihologului Andra Tănăsescu, vicepreședinte al Institutului de Neuro-Programare Lingvistică (INLPSI), atunci când doar unul oferă, se creează un dezechilibru pe balanța relației. Dacă unul trage într-o direcție și celălalt vrea să rămână pe loc, se naște presiunea, iar când lipsesc susținerea sau comunicarea, se naște frustrarea.

Atâta timp cât o relație ne ține pe loc sau, din contră, ne trage în jos, ea devine o oportunitate de învățare a unei lecții, în cel mai bun caz. Uneori e bine să trecem și prin acestea. În același timp, e important să știm când să ne oprim, să mulțumim pentru lecție ca mai apoi să dăm drumul și să mergem mai departe. Cu cât insistăm mai mult să nu învățăm lecția și ne încăpățânăm să ținem de ceva ce nu funcționează, cu atât mai mult ne limităm reciproc, explică psihologul Andra Tănăsescu.

Relațiile toxice sabotează fericirea noastră și a celor din jur

Prin decizia conștientă de a ne agăța de o relație în care știm că nu suntem fericiți, facem în mod asumat rău, nouă și partenerului/ei. Dacă ne încăpățânăm să rămânem în relații toxice, ne limităm șansele de a întâlni persoana care ne-ar putea face fericiți cu adevărat și ținem și cealaltă persoană departe de cineva alături de care chiar ar putea fi fericită. Dacă ne complacem într-o relație care nu mai funcționează, sabotăm fericirea noastră și a persoanei de lângă noi. Și înainte să spui Așa, și ce îmi pasă mie? Pentru mine nu face nimic ca să fiu bine!, am să te întreb asta. Pe tine cine te oprește să faci alegerea potrivită pentru tine? TU o faci! Vei putea găsi liniștea și să îți împarți fericirea cu altcineva, în momentul în care îți asumi să mergi mai departe, dând drumul la ceea ce nu mai este de mult pentru sufletul tău, conchide psihologul Andra Tănăsescu, vicepreședinte al Asociației „Generația Iubire” și al Institutului de Neuro-Programare Lingvistică (INLPSI)

Andra Tănăsescu, vicepreședinte al Institutului de Neuro-Programare Lingvistică INLPSI, este Psiholog, Trainer NLP și Consultant Panorama Socială. A urmat studiile în psihologie, având formarea în terapia de cuplu și familie. Cu experiența de instructor de dans, fiind atrasă de conexiunea dintre minte, emoții și corp, urmează o formare în terapia prin dans și mișcare. După ani de experiență în training și susținerea evenimentelor corporative, oferă prin îmbinarea psihologiei, cu NLP-ul și tehnici de conștientizare și conectare corporală, o experiență completă de auto-cunoaștere și evoluție personală.

2. STRES ȘI STRESORI

Pentru că traversăm o perioadă atât de dificilă, m-am gândit să povestim despre stresori și reacția de stres, în încercarea de a veni în ajutorul aceluia dintre noi care, prea des, împingem propriile limite dincolo de zona de confort, chiar cu riscul unor prejudicii serioase.

De aproape doi ani, nivelul stresorilor pe care suntem nevoiți să-i gestionăm s-a mărit, pentru că pe lângă stresorii de zi cu zi ai fiecăruia dintre noi, au apărut și cei determinați de pandemie deoarece, pentru majoritatea indivizilor, nivelul resurselor a fost și este în continuă scădere.

Stresorii sunt ceea ce fiecare dintre noi percepe (cu subiectivitate) ca având un potențial amenințător și care ne pune în situația de a acționa în vederea rezolvării și a restabilirii echilibrului personal. Pot fi considerați stresori, atât factori exteriori (o problemă de serviciu dificilă, plata unei facturi, cearta copilului cu colegul de bancă, un prestator de servicii întârziat), cât și factori interiori (oboseală, o durere de cap, o banală senzație de foame sau orice îți imaginezi că te poate prejudicia în vreun fel).

Reacția de stres sau pe scurt numită <stres> este despre felul în care ne descurcăm cu stresorii, despre cum ne adaptăm la aceștia și presupune o sumedenie de modificări la nivel fiziologic și neurologic ce au loc la nivelul întregului organism.

Să presupunem că suntem la finalul unei zile de lucru, în care ne-am confruntat cu mai mulți stresori încă de când ne-am trezit dimineața. Am început cu pregătirea copilului pentru grădiniță, am continuat cu pregătirea noastră pentru plecarea de acasă, apoi la birou cu tot felul de sarcini profesionale de care ne-am ocupat, în timp ce gestionăm și o discuție mai puțin confortabilă cu un coleg și mai apoi, știrile citite rapid, discuția în contradictoriu cu partenerul de cuplu care și-a dorit să stabilim azi programul pentru

weekend-ul următor și mai departe, traficul perturbat de ploaia neconținută care ne-a însoțit tot drumul până acasă și ne-a făcut să întârziem mai mult decât ne-am fi dorit. Vă sună cunoscut? Adăugăm și prânzul pe tastatură sau pare exagerat?

Pentru mulți dintre noi, seamănă cu o zi obișnuită, dintr-o săptămâna la fel de obișnuită. Cei mai mulți consideră că, dacă s-au ocupat de stresori și dacă au rezolvat problemele respective sau sunt în curs de a le rezolva (on progress), înseamnă că au gestionat și stresul. Din păcate, nu este așa. Este necesar să închidem ciclul reacției de stres, pentru a putea transmite corpului că suntem în siguranță, că ne putem relaxa. În absența închiderii ciclului, rămânem blocați în reacția de stres și trecem de la adaptare la sinucidere lentă (în timp îndelungat, descărcările chimice de substanțe - neurotransmițători, hormoni, etc, care au loc ca reacție la confruntarea cu stresorii rămân în sângele nostru și ne pot provoca diverse patologii).

Închiderea ciclului reacției de stres nu se petrece la nivel mental, ci se întâmplă printr-o schimbare fiziologică pe care o obținem cu ajutorul câtorva metode. Pe primul loc și cu o eficiență mare sunt activitățile fizice. Exercițiile de respirație, de tipul: inspir 5 secunde, țin aerul în plămâni 5 secunde, expir 10 secunde, sunt de asemenea, eficiente. Interacțiunile sociale pozitive, râsul în hohote sau o repriză scurtă de plâns, pot fi de asemenea eficiente. Nu uitați de îmbrățișări și săruturi (descărcăm oxitocina) și pentru cei creativi, orice formă de artă (desen, pictură, cântat la un instrument, etc.) pot aduce modificarea fiziologică de care avem nevoie pentru a ne relaxa. După cum cred că deja ați intuit, nu există o rețetă standard și pentru eficiență, vă recomand să vă ascultați corpul și intuiția, pentru a alege metoda potrivită în fiecare zi.

Încercați să rămâneți conectați cu voi și să vă ascultați nevoile! Succes!

3.

Este matematica numai un limbaj?

Solomon Marcus – Singurătatea matematicianului 3

Este matematica numai un limbaj? Limbajul este partea cea mai vizibilă a matematicii, partea care o trădează, stârnind admirația unora și repulsia altora. Rareori se întâmplă ca matematica să fie privită cu indiferență; atitudinea neutră față de ea este mult mai puțin frecventă decât atitudinea extremă, într-un sens sau altul. Datele de care dispunem arată că detractorii sunt incomparabil mai mulți decât admiratorii. Anchetele sociologice, semnalele din mass media, declarațiile elevilor și profesorilor confirmă antipatia celor mai mulți pentru formule matematice, pentru ecuații, pentru calcule.

Ușurința de a recunoaște jargonul matematicii contrastează cu dificultatea de a defini matematica, dificultate cu nimic inferioară celeia privind definirea poeziei sau a filozofiei. Putem însă identifica diferite ipostaze, diferite aspecte ale matematicii: a) domeniu de cunoaștere și cercetare; b) fenomen de cultură; c) știință; d) artă; e) unealtă utilă în anumite situații; f) limbaj; g) mod de gândire; h) catalizator al unor transferuri de idei, metode și rezultate; i) disciplină predată în școli și universități; j) fenomen social; k) joc; m) modă; n) mijloc de intimidare și chiar de terorizare; o) formă de snobism; p) posibilă formă de patologie; q) mod de a înțelege lumea; r) mod de viață; s) mod de a înțelege propria noastră minte; t) parte a vieții noastre spirituale; u) filozofie.

Ordinea nu este după importanță. Lista este deschisă. Fiecare dintre aspectele de mai sus comportă o întreagă discuție. Îngrijorător este faptul că aspectul i, al matematicii ca disciplină de învățământ, este aproape în întregime confiscat, la nivel școlar, de aspectul e, care vizează partea instrumentală a matematicii, iar la nivel universitar apar, în plus, aspectele a (cunoaștere și cercetare), c (știință) și f (limbaj). Dar chiar și acestea sunt de obicei considerabil sărăcite; de exemplu, rareori se întâmplă ca predarea matematicii să dezvăluie întreaga bogăție a aspectelor de limbaj, așa cum apar ele în multiplicitatea de componente și de funcții pe care le-am discutat anterior, în interacțiunea componentei naturale cu cea artificială, a secvențialului cu polidimensionalul, a discretului cu continuul. Desigur, în măsura în care participanții la procesul didactic sunt de o calitate superioară, pot apărea și celelalte aspecte. Fapt este că manualele standard, după care matematica este predată și învățată, și, mai ales, criteriile după care asimilarea ei este evaluată o transformă într-o palidă imagine a ceea ce este ea în realitate.

4. Frumusețea adevărului științific. Radu Voinea

Stimați colegi, Doamnelor și Domnilor,

Pare neobișnuit să rostesc discursul de recepție cu o întârziere atât de mare, astăzi când mă număr printre cei șase membri ai Academiei Române cu vechimea cea mai mare în această instituție. Ales membru corespondent în 1963, acest discurs trebuia rostit în anul 1974, când am fost titularizat.

În anii 1974 și 1975, un număr de 17 membri ai Academiei Române din cei 33 care fuseseră titularizați și-au rostit discursurile de recepție. Vă mărturisesc că-mi pregătisem și eu un discurs, și-l aveam scris, aproape în întregime, este adevărat, nu în forma pe care-l prezint astăzi. Academicianul Remus Răduleț acceptase să prezinte răspunsul la acest discurs. S-a întâmplat însă un eveniment neplăcut care a pus capăt discursurilor de recepție până în 1990. De ce nu mi-am rostit discursul de recepție în primii ani '90 ? Doresc să vă mărturisesc sincer că, pe cât de entuziasmat am fost în ziua de 22 decembrie 1989, pe atât de decepționat am fost în perioada de tranziție care a urmat. Așteptam în zadar să se termine. Având în vedere pe de altă parte și vârsta mea înaintată, m-am hotărât să rostesc acest discurs astăzi. Am făcut bine ? Am făcut rău ? Vă las pe dumneavoastră să apreciați.

*

Există un vechi și frumos obicei ca acela care rostește discursul de recepție la Academie să consacre prima parte a acestuia elogiului înaintașului său la această prestigioasă instituție, al cărui fotoliu a rămas vacant. Acest obicei a fost părăsit și înlocuit cu timpul cu elogiul foștilor profesori ai noului membru ales, sau cu elogiul țaranului român, al satului românesc, etc.

Vă rog să-mi îngăduiți ca în prima parte a discursului meu de recepție să fac elogiul unei personalități de excepție a cercetării științifice și a învățământului superior tehnic din domeniul construcțiilor, profesorul Mihail Hangan, părintele betonului armat din România, care ar fi meritat, după umila mea părere, un loc de cinste printre membrii Academiei Române, alături de academicienii Aurel A. Beleş, Cristea Mateescu, Ștefan Bălan, Nicolae Profiri, Dan Mateescu și alții.

S-a născut în anul 1897 la Botoșani. A urmat cursurile Școlii Naționale de Poduri și Șosele București, transformată în anul 1920 în Școala Politehnică din București, pe care a absolvit-o în 1922 și Școala Superioară de Electricitate din Paris, pe care a absolvit-o în 1925.

Ca inginer constructor a proiectat și executat numeroase construcții din București, din beton armat (corpul I din vechiul local al Politehnicii, clădirea fostului Comitet de Stat al Planificării de pe Calea Victoriei, clădirea Băncii Naționale, clădirea Institutului de Cercetări Chimice, etc..., rezervoarele din beton armat de la Câmpina, Câmpul Lung, Satu Mare, Siliștră, construcțiile industriale din beton armat de la Combinatul Carbochim din Cluj, de la Fabrica de vagoane din Arad, de la Combinatul de semicocs de la Călan, de la Combinate de industrializarea lemnului etc.).

A desfășurat o activitate didactică de peste 40 de ani, în principal la Facultatea de Construcții Civile din București, unde a predat cursuri de beton armat, de construcții din beton armat, de poduri de lemn, de zidărie și de beton armat, la Facultatea de Construcții a Politehnicii din Cluj, precum și la Institutul de Electrotehnică al Universității din București.

Pe profesorul Mihail Hangan l-am avut cadru didactic în ultimii 3 ani de studii la Politehnica din București. În anul al cincilea profesorul obișnuia să selecteze un număr redus de elevi pe care-i conducea dânsul la proiectul de beton armat. Ceilalți elevi erau conduși, la acest proiect, de asistenți. Elevilor selectați de dânsul le solicita, ca în afară de proiect să întocmească și o lucrare de documentare asupra unei probleme din domeniul construcțiilor. Având șansa să mă număr printre elevii selectați, mi s-a cerut să mă documentez asupra metodei de calcul al cadrelor din beton armat, elaborată de Gheorghe Emanoil Filipescu, celebru profesor de Statica și Rezistența Materialelor la Școala Politehnică din București, membru corespondent al Academiei Române.

Am încercat să duc mai departe metoda Filipescu și am reușit să ajung astfel la Metoda deplasărilor, care tocmai în anii '30 se năștea pe plan mondial. După cum este cunoscut, astăzi, metoda deplasărilor, în deosebi sub forma Metodei elementelor finite este larg utilizată în cele mai delicate probleme de teoria elasticității și nu numai acolo. Ce păcat că o boală cardiacă nemiloasă a curmat pe neașteptate zilele marelui savant care a fost Gh. Em. Filipescu, la numai 55 de ani, când era atât de aproape de un rezultat atât de important pe plan mondial.

Acest episod din viața mea mi-a deschis gustul pentru frumusețea cercetării științifice.

Nici nu s-a uscat bine tușul de pe diploma mea de inginer constructor, că profesorul Mihail D. Hangan, aș putea spune, aproape m-a obligat să mă înscriu la doctorat. În acea perioadă, este vorba de anii '40, nu erau prea mulți doctori ingineri *constructori români*. Eu am fost, cred, al patrulea, după Cristea Mateescu, Mihail Hangan și Ștefan Bălan. Tema pe care mi-a dat-o profesorul să o studiez era legată de efectele cutremurului de pământ din 11 noiembrie 1940, în urma căruia, în București se prăbușise blocul Carlton. Profesorul Hangan poseda fotografii din care rezulta clar că balcoanele diferitelor etaje nu căzuseră unul peste altul ci se rotiseră în jurul unei axe verticale împreună cu planșeele din care faceau parte, ca și când întregul bloc s-ar fi răsucit înainte de a se prăbuși. Eu trebuia, între altele, să explic acest fenomen, aparent ciudat.

Și am început să lucrez, să scriu pagină după pagină, să le umplu cu calcule mărunte. Știu că la un moment dat depășisem câteva sute de pagini. De un real folos mi-a fost atunci broșura elaborată de profesorul Acad. A. Beleş "Cutremurele și construcțiile", o lucrare extrem de serioasă. Îmi amintesc că, mai târziu, în urma cutremurului din 1977, *toate* clădirile avariate grav în timpul cutremurului din 1940 și criticate în broșura respectivă pentru modul iresponsabil în care au fost consolidate, dar absolut *toate*, s-au prăbușit. Am folosit prea puțină literatură străină de specialitate. Scriam pagină după pagină, și din când în când le arătam profesorului Hangan. Dânsul le examina sumar și-mi spunea aproape invariabil: „*E bine Voinea. E foarte bine, dar știi? Rezultatul final trebuie să fie simplu și frumos!*”

Între timp, în urma reformei învățământului din anul 1948, apăruseră dispoziții noi care reglementau modul de obținere a titlului științific de „candidat în științe” și de „doctor”. Era necesar să te prezinți la un concurs de admitere, după care, dacă reușeai, urma să susții 4 examene: unul de marxism-leninism, cu o bibliografie de câteva mii de pagini, un examen de limba rusă, un examen de limbă străină (limba rusă nu era considerată limbă străină!) și, în fine, un examen de specialitate. Se preciza că cei ce sunt în curs de pregătirea doctoratului după vechiul sistem, situație în care mă aflam eu, vor trebui să-și susțină teza de doctorat cel mai târziu în anul 1949, altfel urmând să se pregătească potrivit noilor dispoziții. Eram pur și simplu disperat. Lucram, scriam pagini noi cu calcule lungi și complicate, le arătam profesorului și dânsul îmi spunea invariabil: „*E bine, Voinea; e foarte bine, dar știi? Rezultatul final trebuie să fie simplu și frumos!*”

Aveam impresia că profesorul nu citește cu atenția cuvenită paginile mele. Presat și de timp (nu mai aveam decât câteva luni în care trebuia să-mi închei lucrarea) mi-am luat într-o zi inima în dinți și l-am întrebat: „Adică cum, domnule profesor, „simplu și frumos”?” Răspunsul a fost cu totul neașteptat: „Nu știi! Îți imaginezi că dacă l-aș ști, l-aș publica eu!” A urmat o perioadă în care am scris și am calculat mai puțin și am reflectat mai mult. Și am lucrat, îmi aduc aminte, zi și noapte. Și deodată, ca prin minune, toate calculele s-au simplificat mult, mult de tot și în zori, când liniștea nopții a fost alungată de zgomotele primelor tramvaie, care începeau să circule, dimineața, pe hârtia pe care lucram a apărut o formulă simplă, care rezolva problema pe care mi-o formulase profesorul.

Pe scurt, consideram o structură elastică alcătuită dintr-un planșeu orizontal rezemat pe stâlpi verticali, acționat de un sistem de forțe aflat în echilibru. Presupuneam forțele sistemului de s ori mai mari și în această situație, structura se află la limita de stabilitate elastică, gata de a se prăbuși (colapsa). Pentru această situație aplicam principiul lucrului mecanic virtual, considerând ca deplasare virtuală o rotație infinit mică în jurul unei axe verticale, care intersectează planul median al planșeului într-un punct de coordonate (x,y) în raport cu un sistem cartezian ortogonal de axe de coordonate Oxy din planul median. Obțineam o relație de forma

$$F(x, y, s) = 0 \quad (1)$$

În cazul unei structuri obișnuite această relație este o ecuație algebrică de gradul a doilea în variabilele x și y și anume o elipsă. Ea arată că s , coeficientul de siguranță la pierderea stabilității elastice, depinde de axa în jurul căreia are loc rotația. Mă interesa, firește, cea axă în jurul căreia se realiza coeficientul de siguranță minim. Problema revenea la aflarea minimumului unei funcții $S = S(x, y)$ definită de ecuația implicită (1). Am arătat că valorile extreme ale coeficienților de siguranță s sunt rădăcinile unei ecuații algebrice de gradul al treilea, care are întotdeauna rădăcini reale și pozitive. Firește, interesează întotdeauna cea mai mică dintre aceste rădăcini.

În unele cazuri este ușor de intuit cele trei moduri în care o asemenea structură își pierde stabilitatea elastică. De exemplu, în cazul planșeului din figura 1, așezat pe stâlpi identici, de secțiuni transversale pătrate, hexagonale, octogonale ori circulare dispuși simetric, cele trei moduri de pierdere a stabilității sunt:

- rotație în jurul centrului O al plăcii și
- două translații, una în direcția axei Ox și alta în direcția axei Oy (fig.1).

În alte cazuri în care stâlpii nu sunt identici, nu sunt dispuși simetric și au secțiuni transversale de alte forme decât cele de mai sus este mai greu de intuit care sunt cele trei moduri în care ar putea să se piardă stabilitatea elastică a structurii și sunt necesare calcule.

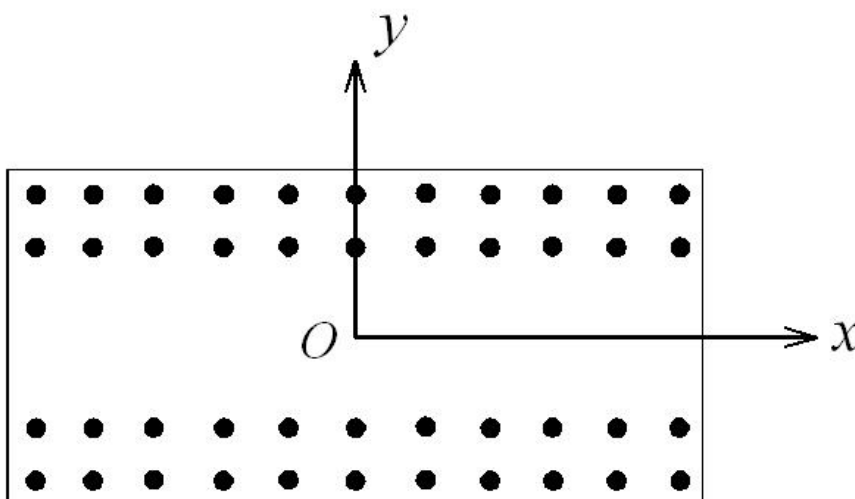


Fig. 1

Mie mi s-a părut simplu și frumos rezultatul la care ajunsesem. Mă întrebam dacă-i va plăcea și profesorului, pentru că știam zicala: „Nu-i frumos ce-i frumos; e frumos ce-mi place mie”. Și am avut noroc. I-a plăcut și profesorului Mihail Hangan. L-a examinat cu multă atenție, mi-a făcut niște observații mărunte de care am ținut bineînțelese seama. În ziua de 4 februarie 1949 a avut loc susținerea, în fața unei comisii formate din profesorul Mihail Hangan și profesorii Aurel A. Beleş și Cristea Mateescu, ultimii doi deveniți mai târziu membrii titulari ai Academiei Române.

Încrezători în metoda propusă de mine pentru evaluarea siguranței construcțiilor supuse la acțiunea cutremurelor, unii ingineri constructori proiectanți și executanți de construcții, printre care am avut onoarea să fie și marele constructor român, inginerul Emil Prager, mi-au dat să le verific unele construcții proiectate sau executate de dâșii. Profesorul Mihail Hangan însuși a introdus într-o ediție apărută ulterior a cursului său de Beton Armat metoda elaborată de mine.

Nu ascund faptul că am primit și critici, între care aceea că o teză de doctorat în domeniul științelor tehnice trebuie să conțină și o verificare experimentală. Critica era justificată, dar îmi era imposibil să realizez o instalație experimentală care să simuleze cutremurul din 1940 în câteva luni.

Întâmplarea a făcut ca metoda mea de calcul să fie verificată mult timp după aceea, nu experimental, ci natural, dacă mă pot exprima astfel, în timpul cutremurului catastrofal care a avut loc la 4 martie 1977.

Eram rectorul Institutului Politehnic din București. Localul institutului fusese construit recent, în anii 60-70 ai secolului trecut. Cu toate acestea a suferit avarii mari din cauza unor greșeli de proiectare. Arhitectul a avut ideea nefericită să prevadă în marele hol al noului local un stâlp de secțiune transversală inelară, extrem de rigid în raport cu ceilalți stâlpi, pe exteriorul căruia să fixeze treptele unei scări în formă de elice, care să permită accesul direct din marele hol la primul și la cel de-al doilea etaj. Greșeala a fost aceea că acest stâlp foarte rigid a fost legat solidar de planșeele peste parter și primul etaj. Din această cauză, la cutremurul din 4 martie 1977 s-a produs o rotație a acelor două planșee în jurul unei axe verticale foarte apropiată de axa stâlpului rigid. Ca urmare stâlpii notați în figura 2 cu A, B și C, cei mai îndepărtați de această axă au fost pur și simplu rețezați prin forfecare iar colțul ABC al planșeului s-a deformat cu o săgeată maximă în A de 30 centimetri! A trebuit să fie aduse cricuri speciale de la un șantier de poduri, pentru a readuce colțul ABC al planșeului aproape de poziția inițială. În același timp s-a înlocuit fierul beton

din stâlp cu o armătură rigidă din bare masive de oțel profilate și s-au eliminat legăturile de solidarizare ale stâlpului rigid de secțiune transversală inelară cu cele două planșee.

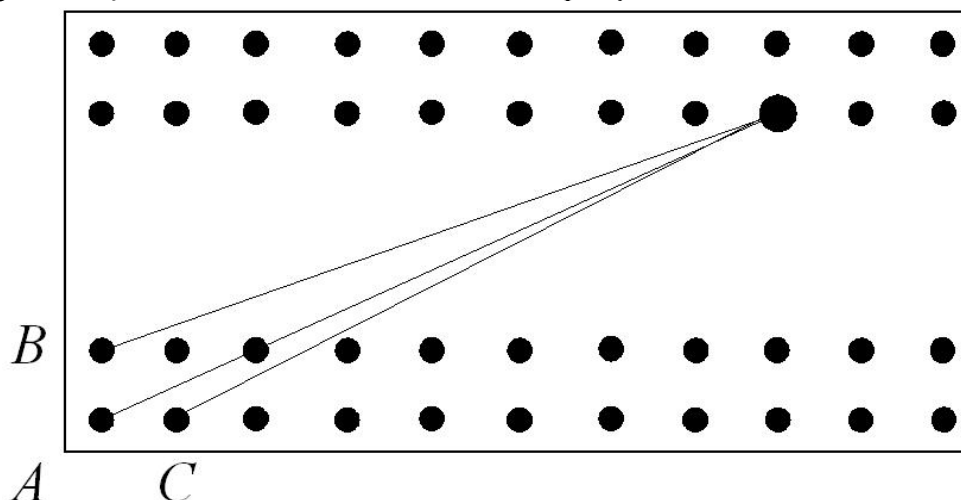


Fig. 2

După susținerea tezei de doctorat, profesorul Mihail Hangan m-a sfătuit ca în continuare să nu mă grăbesc să public orice, ci numai lucrări frumoase, fără să-mi spună nici de data aceasta ce se înțelege prin frumos în cecetarea științifică. Am încercat să urmez acest sfat, dar mărturisesc sincer n-am reușit întotdeauna.

*

Vă rog să-mi permiteți ca, în continuare, să fac unele reflecții asupra cuvintelor profesorului meu, Mihail Hangan: „Rezultatul trebuie să fie simplu și frumos”, care m-au urmărit întreaga viață și care mă urmăresc și astăzi. Se știe că adevărul nu este întotdeauna frumos. Există realități care ne dezgustă.

De ce adevărul științific este frumos?

Astfel formulată problema, pare să aparțină domeniului filosofiei și nu doresc să o abordez pe această cale, pentru că nu am competența necesară. Prefer să urmez sfatul pe care filosoful roman Seneca l-a dat lui Lucillius într-una din epistolele sale: „*Lungum iter est per praecepta, breve et efficax per exempla*” (Lung este drumul urmat prin învățătură, scurt și eficace prin exemple). Voi încerca, așadar, să explic frumusețea adevărului științific, analizând succint câteva exemple de descoperiri științifice. Dar mai întâi de toate, să ne întrebăm care este aria de investigare a omului de știință spre deosebire de aceea a altor specialiști.

Marele filosof german Emmanuel Kant a considerat că orice entitate din univers poate fi studiată din două puncte de vedere diferite: *al numenului* (al lucrului în sine) și *al fenomenului* (al modului de manifestare). Aria de investigare a omului de știință este aceea a fenomenelor, în timp ce numenul este obiectul filosofilor, al teologilor și al altor specialiști.

În continuare se pune problema; cum cercetează fenomenele oamenii de știință? Răspunsul, după părerea mea este: elaborează modele teoretice, de preferință *modele matematice*. Matematica este unealta intelectuală cea mai perfecționată a omului de știință, care-i permite să enunțe într-o formă precisă, concisă, clară, accesibilă, legile materiale descoperite de știință. Fără matematică, cercetarea științifică este dificilă, dacă nu imposibilă. Academicianul Remus Răduleț mi-a relatat următorul dialog între fizicienii Werner Heisenberg și Max Born, purtat în anul 1924, înainte ca ei să plece în concediu; dialog din care rezultă importanța cunoașterii matematicii.

Heisenberg: „Cred că n-am să reușesc niciodată să găsesc un model matematic pentru fenomenele care au loc în mecanica cuantică”.

Born: „De ce?”

Heisenberg: „Închipuiește-ți! Mi-ar trebui o matematică în care produsul $A \times B$ să nu fie egal cu $B \times A$!”

Born: „Am văzut parcă undeva așa ceva. Dacă nu mă înșel într-o carte în care era vorba de matrici”.

Heisenberg: „Ce sunt acelea matrici?”

Born: „Nu știu exact, dar cred că la Bibliotecă trebuie să fie o carte care să trateze despre matrici”.

Și cei doi s-au despărțit și au plecat în concediu. Cu siguranță că Heisenberg a împrumutat cartea care trata despre matrici, pentru că, la întoarcerea din concediu, a putut enunța celebrul său *principiu al incertitudinii*.

Omul de știință este modest. El se limitează să elaboreze modele matematice ale unor fenomene. Dacă rezultatele obținute prin calcul, folosind modelul matematic elaborat coincid cu cele experimentale, el este mulțumit. El nu pretinde că ar cunoaște absolut *total*. Modelul matematic îi permite în schimb să stăpânească fenomenele studiate.

Această coincidență între modelul matematic și experiment a fost considerată de Einstein ca *unica minune din univers*, faptul că natura are aceleași legi de evoluție ca și cele ale rațiunii umane.

Ideea aceasta de a modela matematic un fenomen fizic și de a-l studia apoi pe acest model a întâmpinat multe dificultăți în cursul istoriei. Ne amintim că, potrivit concepției filosofului grec Aristotel, era imposibil de a pătrunde în esența lucrurilor cu ajutorul matematicii, deoarece exista o mare deosebire între noțiunile matematice și realitate, de exemplu între noțiunea matematică de plan și suprafața unei mese, oricât de bine ar fi ea lustruită. Pentru că nu putea totuși nega exactitatea unor calcule care prevedeau cu precizie suficientă fenomene cerești, ca de exemplu eclipsele de lună sau de soare, Aristotel și-a limitat afirmația de mai sus la ceea ce a numit el „*lumea sublunară*”.

După cum se știe, primul model matematic al unui fenomen fizic a fost, legea căderii corpurilor, libere pe planul înclinat, a lui Galileu

$$s = \frac{1}{2}at^2 \quad (2)$$

Oricât de simplă, de elementară ni se poate părea astăzi această lege, ea a însemnat, în momentul în care a fost descoperită, un pas uriaș în știință, deoarece contrazicând concepția aristotelică retrogradă, care a dominat evul mediu, căderea corpurilor era un fenomen din lumea „sublunară” de acum stăpânit cu ajutorul unei formule matematice. Am putea spune ca Galileu a fost, de fapt, un platonician.

O altă întrebare pe care ne-o putem pune este: *cum ajung oamenii de știință să descopere un adevăr?* La această întrebare se pot da mai multe răspunsuri. Ne vom limita la câteva exemple:

1. În primul rând, *printr-un dezvoltat spirit de observație*. Un om obișnuit, parcurgând un drum cunoscut, sau chiar necunoscut, are impresia că ceea ce vede este banal, este firesc să fie așa și trece mai departe. Omul de știință, dimpotrivă, datorită spiritului său de observație, dezvoltat remarcă lucruri interesante și, pe această cale ajunge la adevărul științific. Să ne referim din nou la bătrânul Galileu. Să-l urmărim într-o duminică, în catedrala din Pisa. Ascultă evlavios slujba religioasă? Nu. Privește atent la imensul candelabru, care oscilează lent, după ce, unul din slujitorii catedralei i-a aprins toate lumânările. Observă că amplitudinea oscilațiilor este din ce în ce mai mică. Dar perioada lor? Parcă rămâne aceeași. Nu-i vine să creadă. Pune mâna dreaptă în dreptul inimii și numără simultan bătăile inimii și oscilațiile candelabrului. Constată că în ciuda micșorării amplitudinii, perioada oscilațiilor rămâne aceeași și descoperă astfel *isocronismul micilor oscilații*, lege pe care o verifică riguros și în laboratorul său. Această lege, după cum se știe, a stat la baza primelor instrumente de măsurare a timpului, pendulele.

2. În al doilea rând se poate ajunge la un adevăr științific printr-o *analogie* între două fenomene, unul cunoscut și altul necunoscut, dar având unele asemănări, mai puțin vizibile de către un om obișnuit.

Se știe că pe Newton îl preocupa foarte mult mișcarea Lunii în jurul Pământului. Odată a observat atent cum a căzut din pom, un măr copt. (povestea, dacă este să o credem, afirmă că mărul i-a căzut în cap, ceea ce a făcut-o pe domnișoara Gabriela Țițeica, profesoară de mecanică teoretică să spună: „*Mărul l-a nenorocit și pe Adam și pe Newton*”!). Atunci Newton și-a pus întrebarea dacă mișcarea Lunii și mișcarea mărului nu au ceva comun, dacă nu au cumva cauze similare și reflectând, a ajuns pe această cale la o formulare foarte generală a *legii atracției universale*, care l-a făcut celebru.

3. Se pune întrebarea dacă *șansa* nu joacă și ea un rol important în descoperirea adevărului științific.

Ca exemplu să amintesc împrejurările în care celebrul fizician german Wilhelm Conrad Röntgen a descoperit razele X, la începutul lunii ianuarie 1896. El a așezat niște plăci fotografice într-un anumit loc. Observând că s-au imprimat fără o cauză cunoscută, a cercetat cauza imprimării plăcilor, și a reușit în cele din urmă să descopere că este vorba de niște raze noi, necunoscute până atunci, pe care le-a numit razele

X. Se poate spune că Röntgen a avut noroc că a pus plăcile fotografice în acel loc. Dacă însă ținem seama că puțin înainte marele fizician William Crookes procedase la fel cu niște plăci fotografice, observase că plăcile se imprimă fără o cauză cunoscută, și a reclamat cazul la fabrica de plăci fotografice, tragem concluzia că numai norocul singur nu este suficient pentru a face o descoperire științifică.

Să adăugăm la acest exemplu, un altul, acela al celebrului doctor Sir Alexander Fleming, laureat al premiului Nobel, descoperitorul penicilinei. Colegii „binevoitori” s-au grăbit să aprecieze că această descoperire a fost o simplă „întâmplare”. Fleming, cu cunoscutul său umor scoțian, le-a răspuns: „Este adevărat, dar pentru întâmplarea aceasta am cercetat o viață întreagă!”.

Fără a nega importanța șansei în cercetarea științifică, voi menționa și butada „Toți avem noroc; puțini își dau seama că-l au”.

4. Se spune că *observația* este modul prin care cercetătorul *întreabă* natura. Există însă o adevărată artă în a întreba natura. Cea mai grea întrebare pe care și-o poate pune cercetătorul este „DE CE?”. Elaborarea unei întregi teorii pe baza căutării unui răspuns la întrebarea „de ce?” poate fi exemplificată prin „*Mecanica ondulatorie*” a lui Louis de Broglie.

Se știe că Newton a elaborat o teorie corpusculară a luminii, potrivit căreia lumina era alcătuită din mici particule elastice, teorie cu care a reușit să explice fenomene din optica geometrică (reflexia și refracția luminii), dar nu și fenomene din optica fizică (interferența, difracția, polarizarea). Se știe de asemenea că fizicianul olandez Christian Huygens a elaborat în 1678 o teorie ondulatorie a luminii, cu care a reușit să explice, atât fenomenele din optica geometrică cât și cele din optica fizică. Era acum clar că lumina este de natură ondulatorie. În anul 1905 însă a apărut problema interpretării efectului fotoelectric, incompatibil cu teoria ondulatorie a luminii, problemă rezolvată impecabil după cum se știe de Einstein care a considerat lumina ca fiind un flux de cuante de energie egale cu $h\nu$ (h fiind constanta lui Planck, iar ν frecvența) numite fotoni.

Louis de Broglie și-a pus atunci întrebarea: *de ce în acest univers numai lumina este și particulă și undă, în timp ce toate celelalte entități sunt, fie particole fie unde.*

În anul 1924 Louis de Broglie a elaborat un model teoretic, atașând fiecărui punct material o undă (numit ulterior “unda de Broglie”), a cărei lungime se obține din impulsul mecanic al punctului material, prin intermediul constantei h a lui Planck. Această teorie a apărut într-un volum intitulat “*Mecanica ondulatorie*”. Din fericire, în scurt timp (1926) Max Born și alți fizicieni au descoperit în laborator fenomenul de *difracție a electronilor*, despre care până atunci se credea că au numai proprietăți corpusculare.

5. Există și descoperiri științifice care au la bază *procesul de învățământ*. Exemplul pe care-l prezint în continuare mi-a fost dat de academicianul Remus Răduleț. După cum se știe dânsul și-a susținut teza de doctorat la Politehnica din Zürich, care în prima jumătate a secolului trecut se bucura de un strălucit renume în întreaga Europă. Aici au prezentat cursuri și prelegeri aproape toți corifeii Fizicii Moderne.

După ce Louis de Broglie a elaborat lucrarea sa de bază *Mecanica ondulatorie*, la Politehnica din Zürich decanul l-a rugat pe celebrul fizician austriac Erwin Schrödinger să le expună doctoranzilor aflați la această Politehnică, pe înțelesul lor, principalele idei din *Mecanica ondulatorie*. La început Schrödinger, care nu-l prea agrea pe Louis de Broglie, a refuzat, dar la insistențele decanului, pînă la urmă, a acceptat. Câteva săptămâni mai târziu, în anul 1926, a expus în fața doctoranzilor, celebra sa ecuație diferențială cu derivate parțiale, pentru unda pe care Louis de Broglie o atașa fiecărui punct material, ecuație, care, după cum se știe, este asemănătoare ecuației undelor și din care, prin condiții la limite potrivite, se puteau obține mulțimi discrete de stări energetice.

Decanul, ascultând expunerea, a fost mai mult decât încântat și, adresându-se lui Schrödinger, i-a spus: “Această ecuație cu derivate parțiale este extraordinară. Ea va fi, probabil, pentru *Mecanica cuantică*, în viitor, ceea ce este astăzi ecuația lui Newton pentru *mecanica clasică*”.

Erwin Schrödinger i-a răspuns: ”Vi se pare? Vă mărturisesc sincer că a fost singura modalitate de a prezenta mai clar, mai accesibil pentru doctoranzi această *Mecanică Ondulatorie* a lui Louis de Broglie”.

Răspunsul lui Schrödinger îmi amintește de butada: “*Nu este greu să faci o descoperire științifică epocală; greu este să-ți dai seama că ai făcut-o*”.

6. Omul de știință cercetează fenomenele din natură, folosind *inventarul de cunoștințe*, pe care le posedă și caută să-și explice un fenomen nou, utilizând mai întâi aceste cunoștințe, în care are mare încredere, acestea fiind verificate și experimental. Ne reamintim de încercările lui James Clark Maxwell într-o primă etapă de studiu în care, căutând o interpretare cvasimecanică a fenomenelor electromagnetice a adăugat curentului de conducție un așa-numit “curent de deplasare”, ipoteză la care a renunțat mai târziu când a constatat că fenomenele electromagnetice nu se pot explica cu ajutorul mecanicii clasice.

Tot așa în studiul fenomenelor optice, oscilațiile luminoase au fost concepute la început ca unde într-un mediu elastic ipotetic, care a fost numit *eter*. Nu este de mirare acest fel de a privi problemele, având în vedere faptul că “*inventarul de cunoștințe*” al cercetătorilor era alcătuit în principal din cunoștințe de mecanică clasică. Ceea ce era imposibil de explicat era faptul că undele luminoase erau numai transversale. Se cunoșteau exemple de corpuri în care se propagă numai unde mecanice longitudinale, cum sunt gazele, dar corpuri în care se propagă numai unde mecanice transversale nu există. Faptul că James Maxwell a tras, din sistemul lui de ecuații diferențiale, concluzia că sunt posibile unde electromagnetice, care sunt transversale și au o viteză de propagare egală cu viteza de propagare a luminii în vid, a condus la identificarea:

$$\text{undă luminoasă} = \text{undă electromagnetică}$$

Un adevăr nou, cel puțin în momentul în care a fost descoperit pare un *paradox*, pentru că nu se potrivește cu inventarul de cunoștințe existent în acel moment, mai ales atunci când este verificat experimental. Se afirmă pe bună dreptate că atunci când o teorie, acceptată de cvasiunanimitatea oamenilor de știință, este contrazisă de un banal experiment, teoria trebuie dată la o parte și trebuie acceptat experimentul. Cu timpul, adevărul științific, considerat la început un paradox, devine o *banalitate* și este incorporat în inventarul de idei al omului de știință, pentru a deveni mai târziu, când se face o nouă descoperire, o *prejudecată*. Și cercetătorii cu o bogată experiență cunosc faptul că uneori este mult mai grea lupta cu vechiul, cu cunoștințe deja asimilate, decât cu noul care, la început, aparent sau nu, contrazice cunoștințele existente.

7. Academicianul Nicolae N. Constantinescu mi-a relatat odată, că pe când lucra în USA la Banca Mondială, s-a luat hotărârea să se elaboreze un model matematic al Sistemului Economic al Statelor Unite ale Americii. A fost antrenat în această acțiune un mare număr de specialiști, cărora li s-au pus la dispoziție calculatoare de ultimă generație. În paralel un alt colectiv particular, cu un număr redus de specialiști a elaborat un alt model matematic. Colectivul oficial a ținut seama de un număr foarte mare de parametrii caracteristici sistemului economic studiat. Calculatoarele performante le-au permis să ajungă repede la rezultate. Colectivul particular s-a limitat la un număr redus de parametri, dar au fost aleși parametrii cei mai importanți. Modelul elaborat de colectivul particular s-a dovedit în anii următori, mult mai apropiat de realitate, decât modelul matematic elaborat de colectivul oficial, în ciuda faptului că realitatea economică fusese mult mai bine, mai complet caracterizată de colectivul oficial.

O explicație ar putea fi următoarea: Să presupunem că modelul matematic întocmit de colectivul oficial ar fi perfect și s-ar exprima matematic sub forma:

$$y = f(x_1, x_2, x_3, \dots, x_n)$$

unde y ar fi o anumită mărime care ne interesează, iar $x_1, x_2, x_3, \dots, x_n$ ar fi parametrii ce caracterizează sistemul economic. Aceasta înseamnă că înlocuind variabilele $x_1, x_2, x_3, \dots, x_n$ cu valorile lor *exacte*, se obține din relația de mai sus valoarea *exactă* a mărimii y și, firește o formulă a colectivului particular cu mai puține variabile ar fi mai puțin precisă din acest punct de vedere. În realitate, lucrurile se petrec altfel, mărimile $x_1, x_2, x_3, \dots, x_n$ nu pot fi măsurate cu precizie infinită, ci, practic, cu anumite toleranțe $\Delta x_1, \Delta x_2, \Delta x_3, \dots, \Delta x_n$. Acest fapt real, determină o eroare Δy egală cu

$$\Delta y = \frac{\partial y}{\partial x_1} \Delta x_1 + \frac{\partial y}{\partial x_2} \Delta x_2 + \dots + \frac{\partial y}{\partial x_n} \Delta x_n$$

care este cu atât mai mare, cu cât erorile

$\Delta x_1, \Delta x_2, \Delta x_3, \dots, \Delta x_n$ sunt mai multe și mai mari. Acesta este motivul pentru care precizia obținută de colectivul particular a fost mai mare; el a ales numai mărimile importante și care pot fi evaluate foarte precis (cu toleranțe Δx_i foarte mici).

8. Voi încheia seria de exemple de cercetări științifice cu una mai recentă făcută în anii '60 ai secolului trecut. *Edward Lorenz*, meteorolog a încercat să răspundă la o întrebare pe care ne-o punem și noi: de ce nu se poate prevedea vremea pe un interval de timp mai îndelungat. Astăzi, cu mijloacele moderne de care dispune știința, se poate face o prognoză destul de exactă pentru câteva zile. O prognoză a vremii pe un interval de câteva luni, ori de un an are o probabilitate destul de mică de a se realiza. Și aceasta în condițiile în care mișcarea aerului, a norilor, a precipitațiilor sunt guvernate de legile mecanicii fluidelor care sunt deterministe. El a făcut ceea ce se numește un „experiment numeric” în anul 1961, în sensul că, simplificând puțin cunoscutele ecuații Navier-Stokes, a studiat așa-nimic „*Convecție Rayleigh-Bernard*”, care are loc de exemplu vara când solul, încălzit prin radiație, încălzește la rândul lui stratul de aer din vecinătate, care devenind astfel mai ușor se ridică, în timp ce aerul situat la o înălțime mai mare încălzit prin conducție, deci având o temperatură puțin scăzută și o densitate ceva mai mare coboară să ocupe locul aerului mai cald. La întâlnirea celor doi curenți de aer, unul ascendent și celălalt descendent, se produce o învălmășeală, asemănătoare cu cea de la un cinematograf, la finalul unui film bun între spectatorii care părăsesc sala și cei care intră în sală, dacă folosesc același spațiu de acces. De aceea cinematografele de pe Bd.Regina Elisabeta din București aveau intrarea prin bulevard și ieșirea prin strada Sarindar! Asemenea învălmășeli se numesc *mișcări haotice deterministe* și sunt foarte sensibile la valorile inițiale. La mici variații ale acestora survin mari schimbări în comportarea soluțiilor. E.Lorenz a publicat acest rezultat în 1963 sub forma unui articol intitulat „*Can the flop of a butterfly wing stir up a tornado in Texas?*” (Poate fâlfâitul aripilor unui fluture să provoace un uragan în Texas?). Prezența fenomenelor haotice în mișcarea unui sistem face, practic vorbind imposibilă prevederea pe termen lung a acestei mișcări. Potrivit proverbului francez „*Savoir c'est prévoir*” (A ști însemnează a prevedea), faptul că în cazul mișcărilor haotice deterministe, cum au fost numite mai sus, prevederea pe termen lung este imposibilă, ar putea fi interpretat ca o înfrângere a omului de știință. Este interesant cum a reușit omul de știință să transforme acest insucces într-un mare succes. Să dăm la o parte pentru un moment sistemele dinamice haotice naturale și să ne referim la cele artificiale, fie ele mecanice, electrice, electromecanice, electronice, economice, sociale, etc.... Studiind în profunzime condițiile în care un asemenea sistem dinamic artificial poate avea comportări haotice, omul a realizat exclusiv sisteme care nu pot avea comportări haotice.

Marele economist american de origine română, *Nicholas Georgescu-Roegen* a avertizat în ultimele sale lucrări că, în ciuda teoriei liberalismului „*laissez faire, laissez passer*” a celebrului economist englez *Adam Smith*, care admitea existența unei „*mâini invizibile*”, care reglează totul, sunt posibile sisteme economice care pot sfârși prin haos. Avea și soluții care să evite haosul economic, dar din păcate a strigat în pustiu.

*

După ce am prezentat succint, prin exemple, modul cum o serie de oameni de știință au ajuns să descopere adevăruri noi, să revenim la întrebarea inițială pe care ne-am pus-o și anume: „De ce adevărul științific este frumos?” Să scriem câteva asemenea adevăruri și să le comentăm.

a) *Legea fundamentală a mecanicii* descoperită de *Newton*, $m\bar{a} = \bar{F}$ unde m este masa unui punct material, \bar{a} este accelerația sa, iar \bar{F} este forța care acționează asupra lui;

b) *Legea atracției universale* $F = G \frac{m_1 m_2}{r^2}$ descoperită de asemenea de *Newton*, unde m_1 și m_2

sunt masele celor două puncte materiale, r distanța dintre ele, iar G constanta atracției universale;

c) *Legea Gaz Lussac – Boyle Mariotte pentru gazul perfect* $PV=RT$ unde V este volumul, P este presiunea, T este temperatura absolută, iar R constanta gazului perfect;

d) *Formula lui Boltzmann* $S=k \cdot \ln W$, unde S este entropia, k este constanta lui Boltzman iar W este probabilitatea termodinamică;

- e) *Formula lui Einstein pentru energie* $E=mc^2$, unde E este energia, m este masa corpului și c este viteza luminii în vid;
- f) *Cuanta de energie (energia unui foton)* $E = h\nu$ unde E este energia, h este constanta lui Planck, iar ν este frecvența;
- g) *Principiul incertitudinii (complementarității)* al lui Heisenberg $\Delta p \cdot \Delta q \geq h$, în care Δp și Δq sunt erorile cu care sunt determinate impulsul generalizat și coordonata generalizată corespunzătoare unei particole, iar h este constanta lui Planck.

Examinând aceste câteva rezultate, observăm că ele sunt exprimate prin *expresii matematice simple*, elementare. *Simplitatea* este, dintr-un anumit punct de vedere o caracteristică a frumosului. Acest fapt a fost remarcat de mai mulți oameni de știință, printre care și Johannes Kepler, care scria într-o carte a lui mai puțin cunoscută, *Prodromus* că „*lumea ar fi opera unui spirit, căruia îi plac relațiile matematice simple*” și conchide că această idee l-a dus întotdeauna pe drumul bun.

Fiind simple, ele sunt și *ușor accesibile*. Se spune, firește, exagerându-se puțin, că adevăratul om de știință este acela care este în stare, după ce a făcut o mare descoperire, să o explice, în câteva minute, pe înțelesul primului trecător pe care-l întâlnește pe stradă.

Frumusețea adevărilor de mai sus rezidă și în faptul că fiecare dintre ele aduce și ceva nou, ceva interesant, o surpriză plăcută la care nu ne așteptam.

Aceste adevăruri sunt de asemenea frumoase prin faptul că sunt *foarte generale*. Teoria atracției universale descoperită de Newton se aplică nu numai corpurilor de pe suprafața Pământului, care sunt atrase de acesta, ci întregului nostru sistem solar, am putea spune întregului univers.

În sfârșit, adevărurile descoperite ne servesc nu numai să ne explicăm unele fenomene ale căror cauze nu le cunoașteam, ci să descoperim fenomene noi, a căror existență nici nu o bănuiam. Se știe astfel că astronomul francez *Urbain Jean Joseph Leverrier*, constatând unele anomalii în mișcarea ultimei planete cunoscute atunci, Uranus, în jurul Soarelui a dedus că ar mai exista o planetă și, prin calcul, *a descoperit pe hârtie această planetă* mai îndepărtată de Soare decât Uranus. Indicându-i prin calcul locul în spațiu, ea a putut fi descoperită cu telescopul de astronomul german *Johann Gottfried Galle* în anul 1846 și a fost numită *Neptun*.

Ce poate fi mai frumos!

Celebrul matematician francez *Henri Poincaré* a afirmat odată că dintre mai multe expresii matematice, elaborate de cercetătorii unui anumit fenomen, cea mai apropiată de realitate este cea mai frumoasă dintre ele. Prin această afirmație *Henri Poincaré* atribuie frumuseții caracterul de *criteriu al adevărului științific*. Este mai mult decât un simplu răspuns la întrebarea pe care mi-am pus-o „De ce adevărul științific este frumos?”, având în vedere prestigiul marelui matematician francez.

Și la aceste frumoase cuvinte aș adăuga câteva citate din capitolul „Permanența frumosului” din volumul „Filozofie și poezie” (Editura Enciclopedică, 1941 al lui Tudor Vianu):

„*Frumusețea adevărului științific rezultă din forma sub care ni se prezintă și tocmai această formă ne cucerește și ne îndeamnă să-i pătrundem conținutul.*

In cel mai neînsemnat adevăr științific, obținut cu multă trudă, strălucește parcă ceva din întregul univers, ceva nespus de frumos.

Aparent, omul de știință pare cel mai îndepărtat de orice preocupare artistică. Și totuși, la sfârșitul cercetării, omul de știință simte aceeași bucurie ca aceea care răsplătește pe artist. Și încheie Tudor Vianu: Adevărul, științific, frumosul și binele cresc dintr-o tulpină comună”.

În formularea răspunsului meu la această întrebare, cer îngăduința de a pleca de la o axiomă: „*Matematica este frumoasă*” și vă fac o mărturisire. Am ezitat mult în ultimele clase de liceu să aleg ca studii superioare Politehnica sau Facultatea de Matematică. Până la urmă balanța a înclinat către Politehnică și am ajuns astfel inginer constructor, dar marea mea dragoste a fost, este și va rămâne *matematica*. Și nu întâmplător, ca inginer, am îmbrățișat cariera de cadru didactic universitar, care a avut darul să mă apropie și mai mult de dragostea mea, de matematică.

Dacă acceptăm axioma că matematica este frumoasă și dacă ținem seama că în cercetarea științifică omul de știință ajunge în final la un model matematic pe care-l verifică experimental, așa cum am arătat mai sus, am putea spune, metaforic vorbind, că de fapt, *omul de știință extrage frumosul din fenomenul pe care-l studiază.*

În concluzie, profesorul Mihail Hangan a avut perfectă dreptate când, îndrumându-mă în perioada în care elaboram teza de doctorat și sfătuindu-mă și după aceea, îmi repetă adesea că rezultatul final al cercetării mele trebuie să fie simplu și frumos. Este motivul pentru care i-am purtat, îi port și-i voi purta o vie recunoștință.

Anexa 2: DISCURSURI ECONOMICE

1. PULSUL LUNII SEPTEMBRIE, Pavel TOSTOGAN, doctor în economie, redactor-șef al revistei „Contabilitate și audit”

Ministerul Finanțelor a inițiat discuții publice pe marginea proiectului politicii fiscale pentru anul 2018. În baza propunerilor primite, proiectul inițial a suferit unele schimbări.

Participanții la discuții au acordat o atenție deosebită propunerilor privind modificarea modului de evidență a mijloacelor fixe în scopuri fiscale. Ei au salutat inițiativa Ministerului Finanțelor de a perfecționa metoda existentă de calculare a amortizării, însă și-au exprimat temerile că noua modalitate va crea unele probleme. În anul de gestiune se vor deduce în mărime de 15 % numai cheltuielile cu reparația curentă, iar cele cu reparația capitală vor majora integral baza valorică a mijloacelor fixe. În consecință, aceasta va duce la diminuarea sumelor spre deducere, întrucât limita de 15 % se va aplica bazei fiecărui activ, și nu categoriei în ansamblu. Mai mult decât atât, deducerea reparației pentru mijloacele fixe învechite, care se repară mai des și au o bază valorică mică, va fi neînsemnată. Necesitatea evidenței fiecărui mijloc fix în scopuri fiscale va implica ajustări serioase ale programelor informatice, precum și costuri financiare și temporale. Ministerul Finanțelor a găsit o formulă de compromis: începând cu anul 2018, noua metodă de calculare a amortizării va funcționa concomitent cu cea veche, contribuabilii având dreptul să aleagă una dintre ele. În perioada de tranziție, entitățile vor avea posibilitatea să implementeze softurile noi, să le testeze și să înlăture posibilele erori.

Participanții la dezbateri și-au manifestat dezacordul privind creșterea cotei impozitului reținut de la persoanele fizice la achiziționarea produselor agricole de la 3 % la 5 %. S-au exprimat păreri că majorarea impozitului se va reflecta negativ atât asupra cetățenilor (în special, a celor din localitățile rurale), cât și asupra întreprinderilor care suportă povara fiscală în cazul achiziției producției de la persoanele fizice. Însă Ministerul Finanțelor la acest subiect are o poziție fermă – impozitul trebuie să crească treptat pînă nu va atinge cota-standard stabilită pentru persoanele fizice.

Începând cu anul următor, SFS poate obține dreptul de a obliga unele entități (în funcție de gradul de risc) să elibereze doar facturi fiscale electronice (e-factura). În acest caz, cumpărătorii vor avea dreptul la trecerea în cont a TVA numai dacă vor dispune de documentul electronic menționat. Aceasta înseamnă că, dacă cumpărătorul va obține de la furnizor nu e-factura, atunci el nu va avea dreptul la trecerea în cont a TVA. Reiese că pentru iresponsabilitatea unei persoane (furnizor) va purta răspundere cu totul altă persoană (cumpărător). În trecut contribuabilii s-au ciocnit deja cu o practică similară aferentă facturilor fiscale în sumă mai mare de 100 000 lei care se înregistrau în RGEFF.

Nu se va schimba modul de indicare a reducerilor în facturile fiscale prin descifrarea fiecărei denumiri de marfă. Ministerul Finanțelor a refuzat să excludă această obligație.

Proiectul de amendamente conține o precizare importantă ce ține de TVA la modificarea regimului fiscal. Prin modificarea regimului fiscal se înțeleg nu doar modificările legislative, ci și schimbarea destinației utilizării mărfurilor la discreția contribuabilului (pentru livrările impozabile sau scutite). Această precizare nu a fost inclusă în redacția actuală a CF, din care motiv au fost solicitate explicații de la Ministerul Finanțelor. Răspunsul este publicat în prezentul număr al revistei. Pornind de la redacția actuală a CF, Ministerul Finanțelor afirmă că schimbarea regimului fiscal se efectuează doar în cazul modificării legislației.

Pe de o parte, CF actual nu explică noțiunea de modificare a regimului fiscal, de aceea nu există temeuri de a limita în anul 2017 situațiile în urma cărora este necesară ajustarea sumelor de trecere în cont a TVA. Pe de altă parte, poziția Ministerului Finanțelor nu va da posibilitate controlorilor fiscali de a cere excluderea TVA din cont aferente stocurilor utilizate pentru livrările scutite (dacă acestea din start erau destinate livrărilor impozabile și TVA a fost trecută în cont la procurarea acestora).

Ministerul Finanțelor a pregătit un pachet de modificări în SNC3, unele avînd un caracter principal⁴. Astfel, se vor modifica formatele situațiilor financiare, va fi abrogat SNC „Investiții

imobiliare” (prevederile acestuia vor fi incluse în SNC „Imobilizări necorporale și corporale”), vor fi eliminate metodele alternative de recunoaștere și evaluare a elementelor contabile, care nu se conțin în Directiva 2013/34/UE, uzura OMVSD se va calcula în mărime de 100 % din valoarea uzurabilă la transmiterea în exploatare, va fi reintrodusă metoda LIFO de evaluare curentă a stocurilor. Particularitățile aplicării standardelor modificate vor fi examinate în revista noastră după publicarea acestora în Monitorul Oficial al Republicii Moldova.

Noua dare de seamă care, începând cu anul următor, va comasa dările de seamă privind salariul se va numi IPC-18, și nu FSIC-16. Proiectul dării de seamă și al instrucțiunii de completare a acesteia poate fi găsit pe paginile web oficiale⁵. Noul formular IPC-18 se deosebește de predecesorul său FSIC-16 atât după formă, cât și după structură. Darea de seamă constă din câteva tabele, într-un tabel actualul formular IRV 14 este comasat cu MED-08, alte două tabele înlocuiesc BASS și REV-5. Încă un tabel este nou, în acesta se vor reflecta informațiile privind începutul și sfârșitul raporturilor de muncă. IPC-18, spre deosebire de proiectul anterior, nu conține informația pentru activarea/dezactivarea polițelor medicale. Prima perioadă pentru care se va prezenta noua dare de seamă va fi luna ianuarie 2018.

De la începutul anului curent, nu se limitează veniturile angajaților la reținerea contribuțiilor de ASSO, cu toate că mărimea maximă a indemnizațiilor continuă să fie limitată. S-a decis să fie eliminată această inechitate – începând cu anul viitor, contribuțiile de ASSO iarăși se vor calcula doar din veniturile ce nu depășesc cinci salarii medii lunare prognozate pe economie, înmulțite cu numărul de luni în care angajatul a obținut venituri⁶.

S-a schimbat modul de examinare a cauzelor contravenționale de către SFS. Anterior, aveau împuterniciri de a examina și aplica sancțiuni șefii inspectoratelor fiscale de stat și adjuncții lor. De acum înainte, procedurile privind cauzele contravenționale vor fi efectuate de către angajații SFS⁷.

Au fost modificate consecințele virării cu întârziere a mijloacelor pentru elaborarea documentelor normative în construcții. Anterior, pentru această încălcare se aplicau și sancțiuni, și majorări de întârziere în conformitate cu CF, de acum înainte – doar majorări de întârziere⁸.

După actualizarea ordinară a Bazei generalizate a practicii fiscale (răspunsul 28.15.49)⁹, s-a determinat momentul în care urmează a fi eliberate facturile fiscale pentru diferențele de sumă în cazul în care cumpărătorul achită în rate marfa procurată. S-a stabilit că factura fiscală de corectare se eliberează o singură dată – la data ultimei achitări în baza art. 1171 alin. (12) din CF.

Codul muncii a suferit unele schimbări¹⁰. Au obținut garanții suplimentare lucrătorii cu ziua sau săptămâna de muncă parțială, precum și angajații întreprinderilor în proces de reorganizare, schimb al proprietarului sau al formei de proprietate. A fost eliminată restricția de a nu atrage femeile care au născut de curînd la munca de noapte, munca suplimentară, în zilele de odihnă și de sărbătoare. S-a precizat că ordinul de eliberare din serviciu a angajatului care a absentat nemotivat poate să nu fie adus la cunoștința acestuia, adică pe ordin nu este obligatorie semnătura angajatului concediat.

Este publicat Ordinul Ministerului Finanțelor nr. 118/2017 prin care s-a aprobat formularul tipizat al facturii fiscale și Instrucțiunea privind completarea acestuia¹¹. Colaboratorii fiscali atribuie la plusurile implementării formularului unic cu regim special faptul că, începând cu data de 28 octombrie, posibilitatea refacturării cheltuielilor compensate prin factura fiscală va apărea și la neplătitorii de TVA. Conform explicațiilor colaboratorilor SFS, în cazul cînd contribuabilii au în stocuri „facturi” în care sînt indicate seriile și numerele, primite pînă la intrarea în vigoare a OMF nr. 118/2017 pentru a fi tipărite de sine stătător, acestea pot fi utilizate și după 28 octombrie 2017.

Au fost introduse modificări în Regulamentul cu privire la delegarea salariaților entităților din Republica Moldova¹². Începând cu data de 22 septembrie, la delegarea în țări străine, data trecerii hotarelor se va determina conform documentelor de călătorie, dar nu potrivit însemnărilor efectuate în pașaport la punctele de trecere și control la frontieră. La delegarea unei persoane în două și mai multe țări, diurna pentru ziua deplasării dintr-o țară în alta se plătește în mărime de 50 % în valută străină (dar nu de 100 %), conform plafonului stabilit pentru fiecare țară (dar nu în conformitate cu normele țării în care se deplasează delegatul). S-au majorat normele diurnelor și plafoanele de cazare pe categorii a persoanelor delegate în hotarele Republicii Moldova.

Dragi prieteni! Pe parcursul celor 22 ani de existență, revista noastră a fost cu adevărat cartea de căpăți pentru contabili, promotorul reformelor în domeniul contabilității și fiscalității, consultantul de încredere în activitatea cotidiană.

Noi vom depune și în continuare eforturi pentru a răspunde așteptărilor Dvs.: vom spori valoarea practică a materialelor publicate, vom analiza critic actele normative și vom propune soluții optime, vom îmbunătăți funcționalitatea paginii web www.contabilitate.md.

Pînă la 1 noiembrie, Vă oferim posibilitatea să perfectăți abonamentul pe anul 2018 la revista „Contabilitate și audit” la prețurile anului curent.

Vă mulțumim pentru colaborare!

2. CONSULTAȚII PRIVIND CONTABILITATEA ȘI IMPOZITAREA, Andrei JIZDAN, contabil consultant, *Terminalele de plată: considerații economice, contabile și fiscale*.

Actualmente, terminalele de plată reprezintă un instrument comod și rapid, utilizat pentru achitarea unui număr semnificativ de servicii, mai ales de către persoanele fizice. Popularitatea acestui instrument de plată a cunoscut o dinamică semnificativă pe teritoriul Republicii Moldova de la apariția terminalelor de plată pe piața locală în anii 2008-2009 până în prezent. Prin intermediul terminalelor de plată utilizatorii au posibilitatea să achite comod și rapid, în regim 24/7, facturile pentru serviciile comunale, serviciile operatorilor de telefonie mobilă și fixă, serviciile internet, creditele. Impozitele și amenzile, precum și diverse servicii publice. Interfața de utilizare a terminalelor este intuitivă și clară, preluând informația de la plătitor și transferând-o către beneficiar în doar câteva secunde. În prezent, terminalele de plată oferă posibilitatea achitării serviciilor a peste 200 de furnizori locali și internaționali. Ce reprezintă, de fapt, așa zitul „terminal de plată”? În conformitate cu art. 3 din Legea cu privire la serviciile de plată și moneda electronică nr. 114/2012 (în continuare – Legea nr. 114/2012) și pet. 3 din Regulamentul cu privire la aplicarea mașinilor de casă și control pentru efectuarea decontărilor în numerar

Terminalul de plată în numerar (terminalul cash-in) este un dispozitiv automatizat pentru primirea de la plătitor (persoană fizică) a numerarului, care funcționează în regim autonom, fără prezența fizică (participarea) a persoanei fizice împuternicite a prestatorului de servicii de plată.

În general, actorii unei tranzacții prin intermediul terminalelor de plată sunt:

Societatea de plată – societate comercială, alta decât banca, furnizorul de servicii poștale sau societatea emitentă de monedă electronică, ce deține licență pentru prestarea serviciilor de plată; Agentul - persoană juridică care furnizează servicii de plată în numele și pe contul unei societăți de plată (agent de plată); beneficiarul plății persoană care este destinatarul fondurilor ce au făcut obiectul unei operațiuni de plată. Plătitorul-persoană, cealaltă parte contractantă a operațiunii economice în cadrul decontărilor bănești, care poate avea și calitatea de consumator, beneficiar, cumpărător, Client, pacient, creditor/imprumutător etc.

Conform prevederilor art. 23 din Legea nr. 114/2012, Banca Națională a Moldovei (în continuare BNM), ține un registru public al societăților de plată ce au obținut licențe, care este accesibil pe pagina web oficială a BNM

Cu ajutorul terminalelor de plată și prin intermediul unei societăți de plată, într-un spațiu relativ redus (pana la 1 m²), agenții au posibilitatea de a dezvolta, pe lângă activitatea economică de bază, și o activitate adițională. Nu sunt necesare configurări hardware sau software suplimentare, singura cerință fiind accesul la o priză electrică și existența conexiunii la internet.

Conform art. 27 din Legea nr. 114/2012, societatea de plată poate desfășura activități legate de terminalele de plată, prin filiala cu sediul în Republica Moldova sau prin agent de plată. Astfel, pentru inițierea activității, agentul urmează să încheie un contract cu societatea de plată. Totodată, agenții de plată nu au dreptul să înceapă activitatea legată de utilizarea terminalelor de plată înainte de înscrierea acestora în registrul societăților de plată în calitate de agenți ai unei anumite societăți de plată. În vederea înscrierii în registru, societatea de plată care intenționează să presteze servicii de plată prin intermediul unui agent de plată prezintă BNM următoarele:

a) denumirea și sediul filialei/agentului de plată;

b) o descriere a mecanismelor de control intern care urmează să fie folosite de filială/ agentul de plată pentru a se conforma cerințelor prevăzute de legislația în domeniul de prevenire și de combatere a spălării banilor și finanțării terorismului;

c) administratorii filialei/agentului de plată care va presta servicii de plată, dovezile care atestă faptul că aceștia au reputație bună, posedă cunoștințe și experiență adecvate pentru a presta servicii de plată, precum și corespunzătoare naturii, extinderii și complexității activității.

Cerințele suplimentare pentru administratorii agenților de plată sunt prevăzute în pct. 27 și 27' din Regulamentul cu privire la activitatea emitentilor de monedă electronică și prestatorilor de servicii de plată nebancari. Agentul trebuie să prezinte societății de plată un set de documente și informații, prevăzute în pct. 28' din regulamentul menționat, care ulterior se transmit BNM. Acesta include:

- 1) copia actului de identitate cu prezentarea originalului pentru verificare (care ulterior se restituie) sau copia legalizată a actului de identitate;
- 2) certificatul de cazier judiciar sau alt document echivalent eliberat de autoritățile competente din țara în care are stabilit domiciliul/stabilită reședința;
- 3) curriculum vitae care va cuprinde cel puțin informații legate de studiile absolvite, cu menționarea instituției de învățământ, a naturii cursurilor și a anului absolvirii, și o prezentare detaliată a activității desfășurate, cu indicarea denumirii, adresei și a profiului activității întreprinse în cadrul căreia a activat, a naturii și duratei activităților desfășurate, a responsabilităților exercitate și, după caz, a autorității însărcinate cu supravegherea fiecăreia dintre entitățile în cadrul cărora persoana respectivă a desfășurat activitate;
- 4) copia carnetului de muncă cu prezentarea originalului pentru verificare (care ulterior se restituie) sau copia legalizată a carnetului de muncă, care să ateste experiența profesională anterioară, precum și activități sau funcții suplimentare exercitate la momentul depunerii actelor sau alte referințe relevante necesare de la angajatorul precedent, în cazul în care legislația altor țări nu prevede dispunerea de cartele de muncă;
- 5) copia diplomei de studii cu prezentarea originalului pentru verificare (care ulterior se restituie) sau copia legalizată a diplomei de studii;
- 6) chestionarul al cărui model este prevăzut în anexa nr. 4 la Regulamentul cu privire la activitatea emitentilor de monedă electronică și prestatorilor de servicii de plată nebancari.

Numărul societăților de plată este relativ mic. În același timp, fiecare societate de plată are un număr considerabil de agenți care au o acoperire teritorială mult mai extinsă. Terminalele de plată se pot afla fie în proprietatea societății de plată, fie în proprietatea agenților societății de plată.

Un interes deosebit prezintă anume contabilizarea tranzacțiilor economice realizate prin intermediul terminalelor de plată care se află în proprietatea agenților, întrucât agenții sunt, de regulă, companii mici care pot avea în proprietate unul sau mai multe terminale de plată (de exemplu, magazinele de produse alimentare din localitățile rurale sau urbane). De asemenea, unii agenți au transformat activitatea la gata de terminalele de plată din activitate auxiliară în activitate de bază, prin instalarea unui număr semnificativ de terminale de plată în locurile aglomerate (intersecții, centre comerciale, instituții de stat, gări auto etc.). Terminalele de plată pot fi procurate de către agent fie de la societatea de plată, fie de la alți furnizori.

Agentul poate instala terminalul de plată în incinta imobilului care îi aparține și unde își desfășoară activitatea de bază sau poate

închiria spațiul necesar pentru instalarea terminalului de plată (de circa 1 m²) de la alți agenți economici sau de la autoritățile publice locale. Spațiul pentru terminalul de plată instalat urmează a fi înregistrat la SFS în calitate de subdiviziune (Denumirea subdiviziunii: Terminal de plată; Tipul subdiviziunii: 08 Alte obiecte”).

La fel ca și mașinile de casă și control, terminalele de plată trebuie înregistrate la subdiviziunea SFS în a cărei rază teritorială agentul își are stabilit sediul indicat în documentele de constituire. Procedura de înregistrare a terminalelor de plată este stabilită în pct. 46 din Regulamentul cu privire la modul de înregistrare și exercitarea controlului asupra utilizării mașinilor de casă și control și presupune depunerea unei cereri la care se anexează următoarele documente confirmative:.

1. Copia de pe documentul ce atestă procurarea terminalului de plată în nume rar (declarația vamală și/sau factura fiscală);
2. Copia contractului cu sistemul de plăți;
- 3) documentul de confirmare a numărului unic de identificare a terminalului de plată în sistemul de plăți, eliberat de operator (societatea de plată);
3. Copia documentului fiscal eliberat de terminalul cash-in (se prezintă după programarea în terminal a numărului de înregistrare atribuit de subdiviziunea SFS. Nu mai târziu de 7 zile de la data înregistrării). Copiile de pe documentele nominalizate se legalizează de către conducătorul conținutului (numele, prenumele, semnătura).

Interesul economic al agentului constă în perceperea comisionului din tranzacții efectuate prin intermediul terminalului de plată, care poate fi de trei tipuri: comision de sus, comision de jos, comision fix. Din punct de vedere contabil, comisionul poate fi divizat în două categorii majore: comision suportat de plătitor (persoana fizică sau juridică care efectuează plata prin intermediul terminalului de plată) și comision suportat de beneficiarul plății. Comisionul suportat de plătitor se percepe nemijlocit din suma încașată, iar comisionul datorat agentului de către societatea de plată, de regulă, nu se achită prin transfer bancar, dar rămâne în calitate de avans la aceasta. Mărimea comisionului pentru serviciile prestate este diferită, dar în medie constituie până la 2,5 % din rulaj. Comisionul care i se cuvine agentului se calculează lunar de societatea de plată.

Agentul trebuie să păstreze în permanență un avans de mijloace bănești la societatea de plată. Terminalul agentului funcționează doar în mărimea avansului agentului, existent la societatea de plată. Odată cu epuizarea acestuia, plătitorii nu vor putea utiliza terminalul de plată al agentului. Agentul, de regulă, dispune de un cont de acces la sistemul informatic al societății de plată, cu ajutorul căruia poate vizualiza informația despre tranzacțiile realizate cu societatea de plată, tranzacțiile care au loc prin terminalul de plată și starea acestuia (soldul mijloacelor bănești în terminal, dacă se termină hârtia, dacă caseta cu mijloace bănești este plină etc.).

În baza datelor din exemplu, în luna martie 2018, agentul „X” va întocmi formulele contabile prezentate în tabelul de mai jos.

Formulele contabile aferente tranzacțiilor efectuate prin intermediul terminalelor de plată

Comisionul perceput de agent pentru colectarea plăților prin intermediul terminalelor de plată se atribuie la serviciile financiare legate de circulația monedei naționale și, în baza prevederilor art. 103 alin. (1) pct. 12) lit. C) din CF, este scutit de TVA.

Terminalele de plată prezintă un interes sporit și pentru agenții economici care prestează servicii persoanelor fizice, deoarece pot servi nu numai în calitate de instrumente rapide și eficiente de încasare a mijloacelor bănești de la plătitorii din cele mai diverse locații, ci și ca un centru de economii pentru întreprindere.

Cu alte cuvinte, terminalul de plată poate înlocui un casier sau mai mulți casieri, asigurând astfel economii semnificative în ceea ce privește cheltuielile salariale și impozitele aferente. Astfel, entitatea furnizor de servicii poate beneficia de un sistem inovator de încasare a plăților pentru serviciile oferite, indiferent de natura acestora (de exemplu, abonamente, bilete de acces etc.), care este disponibil la orice oră.

Prin urmare, resursele de timp și financiare necesare pentru efectuarea operațiunilor cu numerarul în cadrul agentului economic pot fi micșorate considerabil cu ajutorul terminalelor de plată.

Plătitorul (persoana fizică sau juridică) care intenționează să achite un anumit serviciu (de exemplu, serviciile telefonice) depune mijloacele bănești în terminalul de plată. Terminalul de plată, la rândul său, eliberează bonul de casă. În momentul în care plătitorul efectuează plata la terminal, informația despre achitarea respectivă ajunge prin sistemul informatic al societății de plată la beneficiarul plății.

Periodic, reprezentantul agentului reține numerarul din terminalul de plată și îl depune la contul bancar curent al agentului care îl transferă în avans societății de plată. Mijloacele bănești transferate de către agent societății de plată sunt puse în balanța terminalului de plată. În momentul în care plătitorul efectuează o achitare prin terminalul de plată, mijloacele bănești se extrag din balanța agentului și se înscriu în contul plătitorului.

La retragerea mijloacelor bănești din terminalul de plată, acesta eliberează un document numit bon de încasare în care se indică suma totală retrasă, numărul și valoarea bancnotelor, data și ora retragerii mijloacelor bănești, adresa terminalului etc. La rândul său, societatea de plată transferă sumele încasate de la agentul beneficiarului plății (furnizorului de servicii).

Operațiunile menționate formează un circuit care se repetă cu frecvență diferită. Societatea de plată emite lunar două documente primare care reflectă nemijlocit calculul comisionului ce revine agentului: 1) Registrul plăților.

2) Raportul agentului.

Registrul plăților are, de regulă, următoarea formă:

Exemplu, Agentul „X” care dispune de trei terminale de plată a acordat un avans inițial (la începutul activității în calitate de agent) societății de plată „Y” în sumă de 600 000 lei. În total, pe parcursul lunii martie 2018, s-au încasat de la plătitori 590 000 lei, din care 1000 lei reprezintă comisionul suportat de

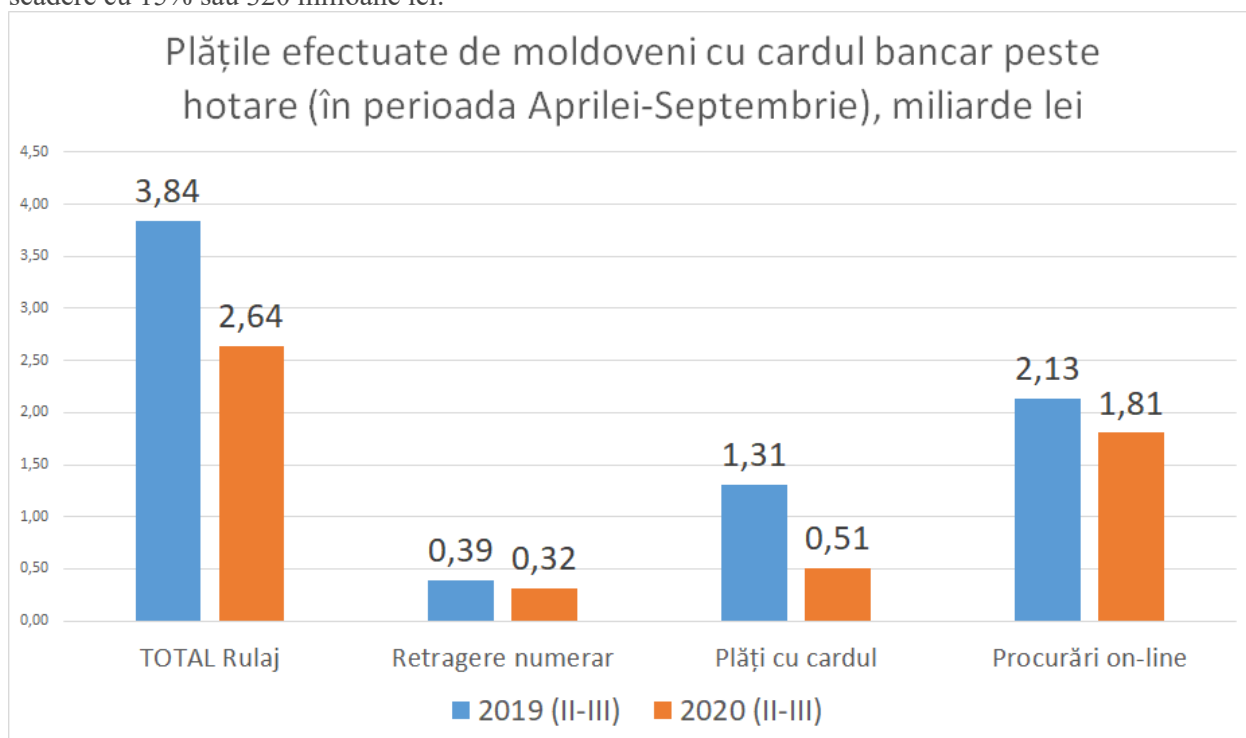
către platitori. Suma numerarului care a fost ridicat din casetele terminalelor de plată și depus în contul curent al agentului ...X» constituie 587 000 lei, iar comisionul ce urmează a fi primit de la societatea de plată-8000 lei. Pe parcursul lunii, agentul a transferat societății de plată mijloace bănești în sumă de 580 000 lei.

Conturile contabile utilizate pentru contabilizarea operațiunilor efectuate prin intermediul terminalelor de plată și descrierea lor sunt prezentate mai jos.

3. Pandemia i-a ținut pe moldoveni acasă și le-a ”economisit” 1,2 miliarde lei, doar din plățile cu cardul bancar

Pandemia din 2020 a limitat puternic posibilitatea de circulație și odihnă peste hotare a moldovenilor. Drept consecință doar achitățile cu cardul bancar în 2020 în perioada Aprilie-Septembrie a fost cu 30% sau 1,2 miliarde lei mai mici decât anul trecut.

Cel mai puternic au scăzut plățile cu cardul efectuate de moldoveni peste hotare, care sau redus în perioada Aprilie-Septembrie aproape 3 ori de la 1,3 miliarde lei în 2019 la 0,5 miliarde lei în 2020. O reducere totală de peste 800 milioane lei. Procurările on-line tot au fost afectate de pandemie, ele fiind în scădere cu 15% sau 320 milioane lei.



Sursa: Datele oficiale ale Băncii Naționale a Moldovei, www.bnm.md

Raport: Numărul și valoarea tranzacțiilor efectuate cu carduri de plată din Republica Moldova

Însă cardul bancar nu este mijlocul de bază de plată a moldovenilor în vacanțele de peste hotare. Cea mai mare parte a plăților este realizată în numerar sau aici în Moldova la procurarea foilor turistice. În baza unei analize a IDIS Viitorul de mai mulți ani în urmă, putem estima că în jumătate de an de primăvară-vară 2020, moldovenii au economisit cel puțin 250-300 milioane USD din contul anulării vacanțelor peste hotare. Deja dacă sunt bune sau rele aceste economii vă las să decideți singuri.

633 de mii de locuitori sau 23,6% din numărul lor real, care de fapt nu există sunt utilizați în calcularea transferurilor bugetare de la Guvern către Raioane și Primării.

4. Cum ”sufletele moarte” din sec. XXI influențează relațiile Bugetare dintre Guvern și Autoritățile Publice Locale. Veceslav Ioniță

Elementul de bază care determină relațiile bugetare între Guvern, Primării și Raioane este numărul populației. Astfel baza fiscală locală, transferurile de la bugetul de stat, finanțarea educației, transferuri din fondul rutier se efectuează în dependență de numărul de locuitori dintr-un Raion sau Primărie.

Iar aici apar primele dificultăți pentru Ministerul Finanțelor, deoarece conforma datelor oficiale populația stabilă în Moldova este de 3.543 mii locuitori. Însă conform altui indicator: Populația prezentă noi suntem 3.315 mii locuitori.

Iar aici nu se termină indicatori. Recent Biroul Național de Statistică a elaborat un nou indicator: populația cu reședință obișnuită, conform căruia noi suntem 2.682 mii locuitori.

În opinia mea ultimul indicator este cel mai apropiat de realitate, însă rămâne întrebarea care este numărul populației de care trebuie să țină cont Ministerul Finanțelor în relațiile cu autoritățile publice locale.

Dacă ne uităm pe pagina oficială a Ministerului Finanțelor ei utilizează indicatorul: Numărul Populației prezente, care conform datelor operate de Minister este de 3.315 mii locuitori.

Deci diferența dintre populația mai mult sau mai puțin reală 2.682 mii locuitori și cea utilizată de Minister în relațiile bugetare este de 23,6%. Altfel spus raioanele și primăriile raportează o populație cu 23,6% mai mare decât este în realitate pentru a beneficia de transferuri și baza fiscală diferită, adică un fel de "Suflete moarte" ale sec. XXI.

Însă aceasta problemă nu este o durere de cap a Guvernului, dar a Primăriilor și Raioanelor.

Dacă aceste "suflete moarte" sunt repartizate egal pe întreg teritoriu țării, atunci nu e o problemă pentru nimeni, dar dacă nu, atunci unele primării și raioane sunt privilegiate în comparație cu alții. De fapt vorbim cât de corect sunt repartizate 23,6% din buget alocate sufletelor moarte egal la toți sau nu.

La capitolul finanțarea educației situația este mult mai bună. Diferența de populație în grupa de vârstă preșcolară și școlară este de doar 9%. Aici datele sunt mult mai exacte, dar totuși vorbim de Un miliard de lei, care este distribuit într-o ceață destul de mare, privilegiind pe unii și nedreptățind pe alții.

O altă provocare este Fondul Rutier, care merge la nivel local strict după numărul populației. Deci din cele peste 700 milioane lei, 165 milioane revin "sufletelor moarte", care sunt și ele repartizate după un principiu greu de estimat.

Deci nu Guvernul, dar Primăriile și Raioanele trebuie să fie cointeresate în stabilirea exactă a numărului populației din Moldova și fiecare localitate în parte. În caz contrar avem o repartizare neclară a circa 2 miliarde lei între autoritățile locale, unde ce onești pierd, iar cei șmecheri câștigă.

Guvernul alocă o sumă fixă pentru autoritățile locale, iar numărul populației de fapt este criteriul în conformitate cu care fiecare autoritate obține anumită sumă de bani. Deci competiția este între Raioane și Primării. Adică: cine și cât va primi din suma fixă alocată de Guvern.

5. BNM, mai securizată în fața poftelor Guvernului de a-i lua profitul. Veceslav Ioniță

Guvernul a aprobat proiectul de lege, prin care o parte din veniturile Băncii Naționale să fie transferate în Bugetul de Stat. Pentru a înțelege impactul posibil al acestei inițiative, am simulat situația ce ar fi fost dacă această lege se aproba acum 20 de ani și am comparat cu cea ce am avut în realitate.

Amintim că ultima dată BNM a transferat bani în Bugetul de stat în anul 2007, însă atunci transferurile să făceau fără a ține cont de gradul de capitalizare a BNM, iar în 2007 au fost realizate transferuri, chiar dacă BNM a înregistrat pierderi.

Astfel, în perioadei monitorizate (2000-2007) BNM a transferat către Guvern 1,35 miliarde Lei, însă acest transferuri necondiționate au crescut riscurile BNM și dacă ne uităm atent, atunci observăm că din 20 de ani doar în 6 ani gradul de capitalizare a BNM a fost mai mare de 4%, iar în alți 6 ani capitalul BNM a fost chiar negative.

Mecanismul existent în prezent este unul vulnerabil pentru BNM.

Noul mecanism consultat cu FMI este mult mai echilibrat și presupune 3 elemente de bază.

1. BNM transferă din profiturile sale Bugetului de Stat doar când înregistrează profit. În ultimii 20 de ani în 16 ani BNM a înregistrat profit, iar în 4 ani pierderi. Cele mai mari profituri au fost înregistrate în anii 2014-2015, iar cele mai mari pierderi în anul 2008.

2. Capitalizarea BNM să fie mai mare de 4%. În condițiile legii noi din 20 de ani în 13 ani capitalizarea BNM a fost mai mare de 4% și niciodată capitalizarea nu ar fi fost negativă, cum s-a întâmplat în realitate.

3. În caz dacă BNM este capitalizată cu mai puțin de 4% tot profitul BNM merge la capitalizare și în caz de necesitate Guvernul va suplini capitalul BNM până la nivelul de 4%. În condițiile Legii noi Guvernul ar fi trebuit să intervină de 4 ori cu 330 milioane lei. Deci, prevederile noii legi sunt mult mai echilibrate, Guvernul nu poate solicita iresponsabil de la BNM repartizare de profit și drept consecință capitalizarea BNM în condițiile legii noi este mult mai bună decât în sistemul din ultimii 20 de ani. Dacă legea ar fi fost adoptată acum 20 de ani, Guvernul ar fi obținut 2,6 miliarde lei venituri nete în bugetul de stat, dintre care 1,9 miliarde lei în anii 2015-2016. Totodată, Guvernul ar fi fost nevoit să intervină de 4 ori cu bani, pentru a suplini Capitalul BNM. Conform legii existente până în 2007 Guvernul a sustras 1,35 miliarde lei ceea ce a determinat înrăutățirea situației de capitalizare a BNM. În condițiile legii noi, în aceeași perioadă Guvernul ar fi avut dreptul să primească doar 325 milioane lei, iar restul profitului BNM trebuia să meargă la capitalizarea BNM. În condițiile legii noi timp de 15 ani Guvernul ar fi primit de la BNM 941 milioane lei, dar tot în această perioadă trebuia să ofere BNM 330 mil lei. Deci, veniturile nete ale bugetului de stat pentru 15 ani ar fi constituit 611 milioane lei. Astfel, noul model de relații dintre Guvern și BNM este mult mai echilibrat și creează responsabilitate reciprocă ceea ce pe de o parte permite Guvernului să obțină anumite venituri de la BNM, dar și BNM la rândul său va obține garanții legale că nu-i va scădea capitalul sub 4%.

6. COMPARATIV CU VALUTELE PRINCIPALELOR PARTENERI COMERCIALI, LEUL MOLDOVENESC RĂMÂNE A FI MAI PUTERNIC FAȚĂ DE ÎNCEPUTUL ANULUI 2020. VECESLAV IONIȚĂ

Pentru o înțelegere mai bună a fenomenelor de pe piața valutară, expertul IDIS Viitorul, Veaceslav Ioniță, a elaborat Indicele Valutar Moldova-10 (IVM-10), care este format dintr-un coș de 10 valute a principalilor parteneri comerciali și economici ai Republicii Moldova. Săptămânal experții IDIS Viitorul vor publica evoluția pieței valutare sub trei aspecte: 1) evoluția Leului Moldovenesc față de IVM-10, 2) evoluția Leului Moldovenesc față de fiecare valută luată în parte, 3) Evoluția valutei față de Dolarul American. Leul moldovenesc a înregistrat o depreciere ușoară față de IVM-10, dar rămâne în continuare mai puternic comparativ cu începutul anului. După trei săptămâni de apreciere continuă față de Coșul Valutar IVM-10, săptămâna trecută (23-29 martie 2020) Leul Moldovenesc a înregistrat o ușoară depreciere (-0,29%) față de Indicele Valutar Moldova-10 (IVM-10), însă față de începutul anului Leul Moldovenesc continuă să fie mai puternic față de IVM-10 cu (+2,01%). Leul Moldovenesc continuă să se aprecieze față de valutele regionale, dar se depreciază față de valutele de bază.

Leul Moldovenesc săptămâna trecută (23-29 martie 2020) a continuat să se aprecieze față de valutele regionale din IVM-10, dar s-a depreciat față de valutele de bază în principal față de Dolarul American.

Cel mai mult Leul Moldovenesc s-a apreciat săptămâna trecută față de Rubla Belarusă (+3,96%), Zlotul Polonez (+1,24%) și Hrivna Ucraineană (+1,33%).

Cele mai mari deprecieri Leul Moldovenesc le-a înregistrat săptămâna trecută față de Dolarul American (-1,29%), Lira Turcească (-0,94%) și Yuanul Chinezesc (-0,87%). De la începutul anului Leul Moldovenesc s-a depreciat față de Dolarul American cu (-4,74%), iar cea mai mare apreciere a înregistrat față de Rubla Rusească (+17,67%).

Toate valutele din IVM-10 continuă să se deprecieze față de Dolarul American.

Săptămâna trecută (23-29 martie 2020), toate Valutele din IVM-10 a principalelor parteneri comerciali ai Republicii Moldova au continuat deprecierea față de Dolarul American, însă cu un ritm mult mai lent

decât săptămâna precedentă (16-22 martie 2020). Valutele regionale sunt cele mai afectate de criză și rând pe rând cedează în fața Dolarului American.

De la începutul anului 2020, primele au căzut Rubla Rusească (-27,22%) și Rubla Belarusă (-23,04%), apoi a urmat Hrivna Ucraineană (-17,43%), iar săptămâna trecută a venit rândul depreciilor și a Coroanei Cehe (-11,33%) urmate de Zlotul Polonez (-10,76%). Săptămâna trecută cele mai mari depreciări față de Dolarul American, le-a înregistrat Rubla Belarusă (-5,46%), Hrivna Ucraineană (-2,95%) și Zlotul Polonez (-2,56%).

Cele mai mici depreciări față de Dolarul American le-au înregistrat Turcească (-0,34%), Yuanul Chinezesc (-0,41%) și Leul Românesc (-0,81%).

În timp ce toate valutele din IVM-10 înregistrează scăderi față de Dolarul American, Leul Moldovenesc cedează lent pozițiile sale și are un comportament comparabil cu Leul Românesc. Asta în condițiile în care toate valutele partenerilor comerciali din regiune au cedat puternic în fața Dolarului American

Poziția puternică a Leului Moldovenesc în regiune pe de o parte permite menținerea la un nivel scăzut a prețurilor de import, cea ce este benefic pentru populație, dar scade din competitivitatea agenților economici, cea ce va fi un impediment pentru ei la exportul de bunuri moldovenești în țările din regiunii

BNM este pusă între ciocan și nicovală: pe de o parte prin intervențiile sale pe piața valutară, trebuie să mențină cursul valutar, dar nici nu trebuie să-l mențină foarte tare, pentru a asigura competitivitatea companiilor moldovenești pe piețele regionale, europene și globale.

ANEXA 3. DISCURSURI DIDACTICE

ACTIVITATE EXTRACURRICULARĂ. *Ședința cercului lingvistic: Arta – medicația sufletului*

Motto: Mama mea, eroul meu, cel mai bun exemplu de răbdare și înțelepciune.

Mama. Purtată în gând, în inimă și în suflet, mama este acea rază de soare care ne încălzește și ne luminează viața chiar și în cele mai reci și mai noroase zile. O face necondiționat, fără a cere răsplata, iubirea lor fiind mai pură decât primul ghiocel al primăverii, acesta fiind motivul în plus pentru care mama merită tratată cu cel mai mare respect, deoarece cel ce oferă și nu cere nimic în schimb, întotdeauna merită să primească totul!

1. Restabiliți ordinea cuvintelor:

- a) decât, iubirea, e, orice, unei, mai, frumoasă, mame, floare,
- b) de, să trăiască, a învăța, de, Arta, mamă, este, arta, copilul, a fi.

2. Analiza poeziei:

Mamă, tu ești...de Grigore Vieru

Mamă,

Tu ești patria mea!

Creștetul tău –

Vârful muntelui

Acoperit cu nea.

Ochii tăi –

Mări albastre.

Palmele tale –

Arăturile noastre.

Respirația ta –

Nor

Din care curg ploii

Peste câmp și oraș.

Inelul

Din degetul tău –
Cătare
Prin care ochesc
În vrăjmaș.
Basmaua –
Steag,
Zvâcnind
Ca inima...
Mamă,
Tu ești patria mea!

3. Ascultați cântecul și completați versurile cu lexemele care lipsesc:

Mama mea

I. Cel _____ cuvânt

Rostit pe acest _____

Atât de drag și sfânt, _____

Ce _____ uimitor, mereu atrăgător

Șoptim noi cu mult _____, mama.

Refren:

_____, de ziua ta maicuța -ți dăruiesc

_____, mereu senine îți doresc,

Cântece, cât voi _____ eu ție am să-ți cânt

Mama mea, tu ești icoana _____ mele pe pământ.

II. Ca pomul roditor și _____ înfloritor

Mi-a atinge zâmbitor, _____

Cu glas fermecător

Ca șoapta de izvor

Ne _____ visător, mama.

Refren:

Florile, de ziua ta măicuță îți _____

Ziele, mereu senine îți doresc,

_____, cât voi trăi eu ție am să-ți _____

Mama mea, tu ești icoana vieții _____ pe pământ.

Florile, de ziua ta maicuța îți dăruiesc

Ziele, _____ senine îți doresc,

Cântece, cât voi trăi eu ție am să-ți cânt

Mama mea, tu _____ icoana vieții mele pe pământ.

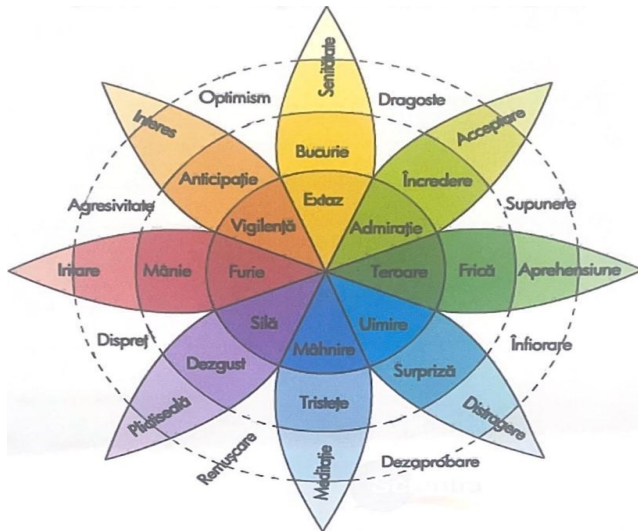
Mama mea, _____, iubita mea.

4. Scrieți un mesaj de felicitare pentru mame:

Dragă mamă!

2. DE UNDE VIN EMOȚIILE
De unde vin emoțiile

»CERCUL» EMOȚIILOR



1. Explicați cu ajutorul DEX-ului emoțiile necunoscute:
2. Care sunt funcțiile și care este structura inimii?
3. Amintiți-vă sistemul nervos, care este structura creierului? Care sunt funcțiile?
4. Completați primele trei coloane din tabelul de mai jos:

Ieri am trăit emoțiile:	Astăzi am trăit emoțiile:	În cadrul lecției cu cred că voi trăi aceste emoții:	În cadrul lecției am trăit aceste emoții:

5. Cum comentați fraza: „Mă domină ceea ce simt, nu ceea ce gândesc” Paler?
6. Citiți textul de mai jos, ce părere aveți?

Până nu demult, oamenii de știință au crezut că doar prin gândurile noastre emitem energie către exterior și că cel mai puternic emițător energetic din corpul uman ar fi astfel creierul, cu impulsurile sale electromagnetice. S-a demonstrat însă că avem un emițător mult mai puternic. Inima. Una din cele mai mari descoperiri ale secolului XX este că inima are și un alt rol decât cel de pompă de sânge.

Descoperirea a fost făcută de Institutul de Cardiologie din California. Ei au spus că acest organ miraculos e înzestrat cu inteligență, inteligența inimii, și că influența inimii este foarte importantă, foarte profundă pentru noi.

În 1994, cercetătorul american J. A. Armour introducea conceptul de „creier al inimii», după ce rezultatele studiilor arătau că inima are un sistem nervos, suficient de complex pentru a putea fi recunoscut drept un „mic creier” propriu. Acest sistem nervos al inimii conține în jur de 40.000 de neuroni, cu mult mai puțini decât neuronii cerebrali, care sunt în jur de 1 00 de miliarde. Cu toate acestea, circuitul elaborat pe care îl formează permite inimii să acționeze independent de creier (prin învățare, memorie, senzație) și chiar să influențeze procesele cognitive la nivelul creierului, cu care ea comunică. Adică inima acționează ca și cum are o minte a ei și influențează profund felul cum percepem lumea și cum îi răspundem.

Inima trimite către creier mai multă informație decât primește

Între inimă și creier se produce o comunicare dinamică, continuă, ca un dialog, fiecare organ influențând permanent funcția celuilalt. Există patru tipuri de conexiuni care pleacă din inimă spre creier. Primul este comunicarea neurologică prin transmisia de impulsuri nervoase: interesant este că inima trimite către creier mai multă informație decât primește, și e singurul organ din corpul uman care poate face asta. Deci poate inhiba sau activa părți din creier, în funcție de circumstanțe, influențând percepția realității și, în final, reacțiile. Alt tip de comunicare al inimii este prin hormoni și neurotransmițători: inima este cea care produce hormonul AN F, care asigură echilibrul general al corpului (homeostazia). Unul din efectele sale este inhibarea producerii de hormoni ai stresului, alături de producerea și eliberarea de oxitocină, „hormonul iubirii”.

Emiterea unei emoții determină instantaneu răspuns în ADN

Câmpul electric al inimii este de aproximativ 60 de ori mai mare decât amplitudinea activității electrice generate de creier. Câmpul magnetic produs de inimă este de 5.000 de ori mai mare în intensitate decât câmpul produs de creier. Acest câmp se schimbă în funcție de starea emoțională. Când ne temem, simțim frustrare sau stres, el devine haotic.

Sentimentele umane care pleacă din inima noastră, având în spate convingerile noastre profunde, influențează ADN-ul și el, la rândul său, influențează atomii, materia.

S-au realizat experimente care au arătat că stările de iubire, de recunoștință dilată, modifică lanțurile de ADN, iar la stres, furie, frustrare, molecula de ADN se micșorează, se contractă și implicit blochează codurile sale. Tot demonstrat este că aceste coduri se deblochează instantaneu dacă experimentatorii reușeau să emită iar iubire, recunoștință, bucurie. Emiterea unei emoții determină la miime de secundă, deci instantaneu, răspuns în ADN, chiar dacă mostra studiată era la distanțe imense de experimentator.

Concluzia este că sentimentele și gândurile noastre pot modifica ADN-ul, iar ADN-ul modifică materia din care e structurată lumea. Când trăim compasiune, iertare, dragoste influențăm propriul ADN, dar mai mult decât atât, putem transmite aceste modificări în afara noastră, la distanțe oricât de mari, prin câmpul cuantic, influențând tot ce este în lume.

A) Da, sunt de acord _____

B) Nu, nu sunt de acord _____

7. Ascultați cântecul și completați cu lexemele care lipsesc:

Cum să te scot din _____

Cu așa o _____ nebună

Nu-mi găsesc niciunde _____

Și nu te _____ așa

De parcă norii toți adună

Toate ploile-n _____

Îmi repet din ce în ce mai des

_____ fără tine eu ce-s

Ma tot înnec în _____

Și nu știu să mai ies

Iubirea mea s-a rătăcit prin _____ tale
Ai apărut de nicăieri în viața mea și m-ai lăsat _____
Fără _____
Nord, est, sud, vest
Nu găsesc nicio scăpare
Iubirea mea s-a rătăcit prin toate _____
Ale _____ tale
Noi doi nu suntem în tipar
_____ amar la zâmbet dulce
Flori ce înfloresc atât de rar
N-am încercat să te repar
Și am așteptat _____ ntregă
Spune-mi că nu-i totul în zadar

a) Ce termeni anatomici ați identificat în cântec?

b) Scrieți familia de cuvinte a lexemului inimă și încadrați-le în enunțuri:

c) Ce emoții v-a provocat cântecul?

d) Formulați concluzia lecției de azi:

e) Completați a patra coloană din tabelul de la exercițiul 4

3. DISCURSUL DIDACTIC. NATALIA BOGDAN

Limbajul educațional este o formă specifică a limbajului natural, „un sistem de semne lingvistice sau nonlingvistice, care în manifestarea unei relații de comunicare, determină schimbări în sfera personalității receptorului (cognitive, atitudinale, acționale, afective)”. C. Sălăvăstru înscrie limbajul educativ pe trei coordonate: Designativ -informativă; Apreciativ-evaluativă; Prescriptiv-incitativă. Limbajul educațional are trei laturi: prima de desemnare, de trimitere spre un referent (în acest caz informația); a doua de apreciere, evaluare și adaptare; a treia de stârnire a unei reacții, de modelare și de încurajare a cercetării, căutării personale. Prin discurs didactic înțelegem ansamblul proceselor prin care se efectuează schimbul de semnificații între profesor și elevi aflați într-o anumită situație educativă. Putem vorbi despre discursul didactic în termeni de influență sau de acțiune întreprinsă cu scopul de a provoca schimbări la nivelul personalității elevului. Oliver Rebuol identifică cinci tipuri de discurs pedagogic: contestatar, novator, funcțional, umanist și oficial. Discursul contestatar se axează pe prezentarea unor idei, concepte astfel încât să determine chiar combaterea lor, ca modalitate de activizare a elevilor, de motivare în sensul stimulării gândirii și identificării de noi elemente teoretice sau soluții practice. Discursul novator este cel care are la bază prezentarea informațiilor noi, a ideilor cu care elevii nu au fost încă familiarizați. Discursul funcțional se referă la utilitatea acestuia, la gradul în care informația prezentată este productivă și eficientă. Discursul umanist are în vedere contribuția pe care comunicarea o aduce la dezvoltarea personalității individului, la extinderea limitelor cunoașterii și

formării individului. Discursul oficial se rezumă la o comunicare de tip standard, închisă, prin care se transmite o cerință, o hotărâre, o decizie, în scopul asigurării unui cadru formal, necesar și în instituțiile educative. Discursul prezintă câteva legi generale ce se impun a fi respectate dacă dorim o comunicare optimă. Are mai multe etape: identificarea fiecărui cuvânt, recunoașterea sensului său lexical, analiza relațiilor dintre cuvinte, efectuarea unei combinatorici semantice astfel încât să se obțină un sens global, îndeplinirea operațiilor de referință asupra realităților în chestiune. Pentru ca înțelegerea să se producă, discursul trebuie organizat în virtutea unor legi comunicaționale. Oswald Ducrot (1996) stabilește astfel de legi: 1. Legea sincerității, cu trei cerințe – a spune numai ceea ce este adevărat, a preveni auditoriul în caz contrar și a nu vorbi în absența competenței în acel domeniu; 2. Legea interesului – cu cerința de a nu vorbi decât despre ceea ce îl interesează; 3. Legea informației – care presupune a nu da cuiva informații pe care le are; 4. Legea exhaustivității - cu cerința de a indica extensia exactă a faptelor prezentate, nici mai mult , nici mai puțin; 5. Legea litotei- a spune mai puțin decât știi din modestie, artificiozitate sau considerație, fără intenția de a înșela interlocutorul.

Discursul educațional are propriul set de reguli. C. Sălăvăștru în lucrarea „Logică și limbaj educațional” evidențiază trei astfel de legi: 1. Într-un discurs educațional secvențele discursului nu trebuie să conțină enunțuri contradictorii; 2. secvențele discursive să se articuleze, pe cât posibil, prin enunțuri care nu stau sub jurisdicția ambiguității; 3. conceptele trebuie receptate în referința tematică dată de intervenientul educativ. Cuvântul nu se confundă cu propoziția, care este o unitate componentă a frazei. Enunțul ,în schimb, este unitate componentă a sensului el putând îngloba mai multe propoziții. În activitatea de predare profesorul utilizează mai multe coduri. Codurile limbajului educațional s-ar putea ordona într-o structură complexă, care integrează: -codul lingvistic (al limbii în care se afce predarea); - codul didactic (cu indicatori specifici, care sugerează elevilor că este vorba despre o lecție); -codul specific (literar, simboluri chimice, formule matematice etc.). Limbajul educațional este explicativ, descriptiv și informativ. În scopul obținerii unei informații pertinente, predarea va fi nonambiguă. Stilul clar și concis, cuvintele cu referință unidirecțională sunt aspecte ale discursului didactic. Indicatorii textuali cei mai frecvenți sunt: - clasificările - „în practică nu se întâlnesc tipuri pure, clasificarea este didactică și are rolul de a facilita înțelegerea”; - enumerarea - „sunt trei metode : prima..., a doua..., a treia...”; - ierarhizările - „cea mai importantă teorie”; - sintezele - „romantismul se caracterizează prin...”; - comparațiile - „alți psihologi nu sunt de acord cu... în ceea ce privește...”; - demonstrativitatea - „de aceea”, pentru că , rezultă, etc.; - definițiile abundente. Alți indicatori textuali apar din valența incitativă a discursului didactic. Se includ în această categorie interogațiile implicite și explicite. Limbajul educațional îndeplinește și valențe apreciativ-evaluative. Se expun informații, însă nu fără o prelucrare a lor. Se evaluează pertinenta informațiilor și utilitatea lor. Discursul educațional întâlnește pe cel critic și pe cel estetic. Estetul performează funcția consumatorie a comunicării, pe când educatorul utilizează evaluarea în scopuri preponderant instrumentale, urmărind adecvarea, adaptarea , corectarea. Rolul pe care îl joacă pentru exegeză critica criticii, îl joacă pedagogia pentru educație, discursul pedagogic fiind discursul asupra educației. Natura prescriptiv-incitativă apropie textul didactic de cel filosofic și poetic, diferențiindu-se de acestea printr-o ambiguitate mai redusă. Dacă filisofia și literatura pun întrebări ori caută răspunsuri, rostul educației este de a învăța individual să pună întrebări și să caute răspunsuri. Diversele specializări ale limbajului natural interacționează, asigurând unitatea de comunicare la nivel social. Fără relații între discursuri, acestea nu ar fi decât alte „limbi” sau „dialecte”. Noțiunea de transtextualitate comportă , în opinia lui Gerard Genette, cinci subdiviziuni: -intertextualitatea-prezența unui text în altul (citatul, aluzia, plagiatul); -paratextualitatea-relația textului cu titlul, notele etc.; - metatextualitatea- comentariul care leagă un text de altul fără a-l numi neapărat; -hipertextualitatea-relația de derivare a unui text din altul prin transformare ori imitare; -arhitextualitatea-apartenența taxonomică (roman, eseu, etc.);

Se adaugă a șasea latură (Paul Cornea, 1998): -contextualitatea –relațiile textului cu câmpul sociocultural de apartenență. Relațiile pa care discursul educațional le manifestă cu pregnanță sunt contextualitatea, intertextualitatea și metatextualitatea. Tendințele de sistematizare a limbajului pedagogiei merg în două direcții: -ordonarea termenilor în grupuri,după apartenența la un anumit moment din istoria pedagogiei; -ordonarea termenilor prin prisma epistemologiei pedagogiei: concepte generale, derivate și împrumutate. Pentru a realiza o comunicare clară și o referință univocă se poate alcătui un

dictionar de pedagogie actualizat. O altă metodă este extinderea presei de specialitate și difuzarea ei pe o scară mai largă . Se asigură astfel un spațiu pentru promovarea cercetărilor noi și o circulație rapidă a informației în domeniu.

BIBLIOGRAFIE

Cucoș,C-„Pedagogie” Editura Polirom, Iași 1996; Pânișoară,I.O-„Comunicarea eficientă”,Editura Polirom,Iași,2004; Stănculescu,E.-„Despre educație”, Editura Cartea Universitară, București,2004; Ionescu,M.și Radu.I-„Didactica modernă”,Editura Dacia, Cluj Napoca, 2002; Anghel,P.-„Stiluri și metode de comunicare”,Editura Aramis,București,2003.

4. COMUNICARE ȘI DISCURS DIDACTIC. Prof. Surdu Alina-Daniela Liceul Tehnologic Alexandru Vlahuță Șendriceni

Nimic nu poate fi cunoscut cu adevărat înainte de a trece în semne; nu există cunoaștere fără semne și nici semne fără cunoaștere. „O bună formare în utilizarea flexibilă a semnelor înseamnă a dobândi capacitatea de a intra într-o interacțiune fructuoasă cu persoanele ale căror semne diferă unele de altele, înseamnă a „traduce” semnele lor în vocabularul nostru și semnele noastre într-al lor, înseamnă, în sfârșit, a adapta discursul la problematica diferiților indivizi care acționează în situații unice” (W.Nöth, apud V.Dospinescu, 1998).

Discursurile produse în instituțiile școlare sunt rezultatul unui enunțiator care se înscrie într-o poziție socială stabilită de instituție. Discursul didactic este, așadar, o întrepătrundere a unui enunț, a unui mod de spunere și a unei instituții: „Discursul didactic nu vorbește despre lume decât făcând trimitere la lumea școlară în care este prins” (D. Maingueneau, 1984).

Enunțiatorul didactic acționează în mod „legitim”, pe baza unor diplome. Modul de producere a textului și modul de utilizare sunt legate de instituția școlară. „Orice discurs are inscripționată pe suprafața sa amprenta semiotică a instituției. Dar nici unul nu are o amprentă instituțională mai pregnantă, mai autoritară, mai „vigilentă” decât aceea pe care o exhibă discursul didactic, nu atât prin conținuturile vehiculate, cât prin formele sale” (V.Dospinescu, 1998).

Orice comunicare implică doi subiecți în interacțiune și fiecare își asumă un anumit rol, în mare măsură determinat din exterior, în funcție de circumstanțele comunicării: locul, momentul, evenimentele și semiotica lor.

Tranzacția educativă între profesor și elev este definită ca fiind obiectul (cunoștințele) care, posedat de profesor urmează a fi transferat elevului, fără a renunța însă la el: „Obiectul de valoare, deși este atribuit Destinatarului, rămâne în conjuncție cu Destinatorul” (A. J. Greimas, 1973).

Trei tipuri de relații dinamice formează tranzacția educativă : momentul distribuirii cunoștințelor, momentul însușirii lor de către destinatar și momentul restituirii. Profesorul are obligație de a transmite cunoștințe elevului, acesta are obligație de a le învăța și, la sfârșit, obligația de a le restitui prin răspunsurile sale scrise sau orale. Dacă obligația de a restitui cunoștințele nu este îndeplinită, aceasta atrage sancțiuni (note rele etc.).

Indiferent de tipul de pedagogie care prevalează într-un moment sau altul, relația de autoritate care îi unește pe profesor și elev este mereu prezentă în tranzacția educativă.

Gradul de legitimare a profesorului în planul autorității este atât de înalt, încât acesta și-ar putea permite „să spună neadevăruri în clasa sa și acestea ar fi luate drept adevăruri de către elevii care socotesc că profesorul este merit să reprezinte știința” (P. Charaudeau, 1983).

Dar, oricât de legitimat este și oricât de mare este autoritatea de care se bucură profesorul, comunicarea didactică este centrată pe elev, subordonată intereselor și nevoilor de cunoaștere ale acestuia. Astfel, elevul devine co-constructor al discursului clasei, determinând profesorul să-și formuleze discursul în funcție de elevii săi.

Comunicarea didactică devine astfel interactivă, ceea ce permite o mai bună înțelegere și desfășurare a orelor de curs.

Obiectul de cunoaștere, cunoștințele savante, discursul științific cunosc o serie de transpuneri didactice succesive înainte de a ajunge la destinatarul lor, elevul. Școala trebuie să împartă în mod egal între membrii ei cunoștințele fundamentale, indispensabile funcționării ei.

„Vorbirea didactică este profund instituțională, deci convențională, atât în formele pe care le poate îmbrăca, cât și în conținuturile pe care este autorizată să le vehiculeze, conform criteriilor de adevăr și de ideologie, stabilite de proiectul social și politic al unei societăți, într-un anumit moment al dezvoltării sale.” (V. Dospinescu, 1998).

Bibliografie:

1. Ardeleanu, S.-M., Coroi, I.-C., 2002 – Analyse du discours. Eléments de théorie et pratique sur la discursivité, editura Universității, Suceava
2. Charaudeau, P., 1983 – Langage et Discours, Eléments de sémiolinguistique, Hachette, Paris
3. Chevallard, P., 1983 – La Transposition Didactique du savoir savant au savoir enseigné, La Pensée Sauvage
4. Dubois, J., 1973 - Dictionnaire de linguistique, Larousse, Paris
5. Dospinescu, V., 1998 – Semne și cunoaștere în discursul didactic, Editura Junimea, Iași
6. Greimas, A.J., 1973 – Un problème de sémiotique narrative: les objets de valeur, in Langages, nr.31
7. Maigueneau, D., 1984 – Genèse du discours, Pierre Mardaga, Bruxelles

6. ARGUMENTAREA ÎN DISCURSUL DIDACTIC. DORINA SĂLĂVĂSTRU

Unele caracteristici de bază ale argumentării: (a) argumentarea presupune prezența mai multor persoane: cele care produc argumentarea, cele care o recepționează și, eventual, un public; argumentarea este deci un fenomen social; (b) argumentarea nu este un exercițiu speculativ, cum ar fi, de exemplu, nararea unui eveniment; ea este un demers prin care una dintre persoane urmărește să exercite o influență asupra celeilalte; argumentarea este un fenomen de influență; (c) argumentarea apelează la justificări, la dovezi în favoarea tezei apărute; ea este deci o procedură care comportă elemente raționale și are astfel legături cu raționamentul și logica. Pierre Oléron concepe argumentarea ca pe o articulare între două aspecte opuse: pe de o parte, componenta logică, rațională care se bazează pe legături între propoziții și, pe de altă parte, componenta care vizează influențarea auditoriului și obținerea adeziunii acestuia la tezele puse în discuție prin utilizarea unor tehnici de persuadare. 2. Condiții de eficiență a argumentării didactice.

Ca strategie de influențare a unui auditoriu oarecare (prin convingere sau persuadare), argumentarea este prezentă, cum am mai avut ocazia să subliniem, într-o multitudine de domenii ale cunoașterii umane. Ne interesează, în cadrul de investigație pe care-l urmărim, funcționalitatea argumentării în domeniul didactic, mai exact, în predarea cunoștințelor de psihologie. O serie de caracteristici se desfășoară în aceste condiții, deoarece avem de-a face cu un auditoriu special (clasa școlară), ale cărui particularități își pun amprenta pe orice încercare de intervenție discursivă. Noile orientări în didactica științelor au făcut să crească, în ultimul timp, cererea privind construcția unor strategii eficiente în planul comunicării educaționale.

Argumentarea este una dintre componentele acestor strategii, poate cea mai importantă, dacă avem în vedere faptul că „procesul de instruire/predare realizează alături de funcția de informare și o alta, specială, subordonată celei formative, înscrisă sub numele de persuasiune” (Neacșu, 1990, p. 162). Analiza strategiilor argumentative implicate în discursul educațional reprezintă o exigență a oricărei didactici, din cel puțin două motive: în primul rând, argumentarea este unul dintre mijloacele prin care putem influența opinia, atitudinea sau comportamentul celor cu care comunicăm. Or, acesta este unul dintre scopurile majore ale învățământului. În al doilea rând, învățarea rezultată din exersarea funcțiilor demonstrative și argumentative ale metodelor de instruire școlară nu va fi una dominant conceptuală, ci una fundamental operativă și interactivă. Printr-un discurs argumentativ, profesorul va urmări să obțină aderarea auditoriului la ideile care îi sunt expuse, ceea ce implică atât convingerea pe cale rațională, cât și persuadarea auditoriului prin sensibilizarea resorturilor afectiv-motivaționale ale acestuia din urmă. Așadar, discursul argumentativ, indiferent de domeniul în care se manifestă, vizează un anumit auditoriu. Acest auditoriu își pune amprenta asupra strategiilor și a modelelor argumentative utilizate în discurs. În condițiile argumentării didactice, clasa școlară este un tip special de auditoriu, caracterizat printr-o anumită omogenitate (de vârstă, de interese, de dorințe, de aspirații etc.), o activitate dominantă (activitatea de instrucție și educație), un anumit nivel al dezvoltării fizice și intelectuale. Cel care își pregătește argumentarea are întotdeauna o imagine despre auditoriul căruia urmează să i se adreseze. O condiție a unei argumentări didactice eficiente este ca imaginea pe care profesorul și-a format-o în

legătură cu auditoriul-clasă să fie cât mai apropiată de realitate. Crearea unei imagini adecvate este rezultatul experienței și al contactului direct cu clasa de elevi, ceea ce permite evaluarea exactă a valorilor pe care aceștia le acceptă, a cunoștințelor pe care le au etc. O imagine corectă asupra auditoriului-clasă poate influența nu numai alegerea tipurilor de argumente favorabile, ci chiar și ponderea acordată componentelor raționale și afective. Argumentul reprezintă o probă ce funcționează în această calitate doar în măsura în care este adaptat la teză și la interlocutor. Cu alte cuvinte, atunci când își construiește argumentarea, profesorul trebuie să aleagă acele argumente care să determine maximum de efect, deoarece, conform afirmației făcute de Perelman și Olbrechts-Tyteca „important, în argumentare, nu este să știm ce consideră oratorul ca fiind adevărat sau probant, ci care este părerea celor cărora li se adresează”. Se acceptă drept regulă generală faptul că orice argument este recepționat de auditoriu în funcție de: dispoziția lui sufletească, practicile culturale ale mediului în care trăiește, posibilitățile de înțelegere și receptare a problemelor, certitudinea unor efecte pozitive ca urmare a adoptării și integrării lor în sistemul cognitiv personal. O altă condiție ce trebuie îndeplinită pentru a obține adeziunea auditoriului la argumentele unui mesaj este credibilitatea oratorului. Factorului credibilitate i-au fost dedicate numeroase studii de psihologie și sociologie, unele referindu-se strict la elementele de ordin subiectiv care dau credibilitate sursei, altele căutând factori de ordinul raționalității care fac ca mesajul emis de o anumită sursă, și deci indirect și sursa, să fie credibili. Credibilitatea, ca imagine pe care și-o formează receptorul asupra celui care desfășoară o argumentare, poate fi determinată atât de factori de ordin subiectiv (aspectul fizic, impresia de sinceritate pe care o face oratorul etc.), cât și de factori de ordin rațional (forța argumentelor, organizarea mesajului etc.). E. Năstășel și I. Ursu identifică următoarele elemente ale credibilității unui orator (Năstășel, Ursu, 1980, pp. 261-262): (a) competența sursei în domeniul pe care îl abordează; (b) gradul de încredere pe care îl inspiră sursa; (c) modalitatea de expunere a argumentelor, manifestată prin mimică, gestică și ritm; (d) reputația de care se bucură autorul mesajului în rândul auditoriului; (e) impresia de sinceritate pe care o creează sursa; (f) gradul în care receptorul identifică, din mesaj, similitudinea cu propriul său sistem de valori; (g) organizarea logică a mesajului. Problema credibilității profesorului are o mare importanță în argumentarea didactică pentru că gradul de receptivitate a mesajului, captarea auditoriului-clasă, atmosfera favorabilă sau defavorabilă în raport cu intervenția argumentativă sunt dependente de această credibilitate. Credibilitatea profesorului poate fi anterioară intervenției argumentative propriu-zise datorită reputației de care acesta se bucură; ea se poate câștiga pe parcursul intervenției argumentative dacă profesorul știe să exploateze toate elementele credibilității sau poate fi pierdută pe parcursul intervenției dacă așteptările clasei de elevi sunt prea mari în raport cu realitatea. Este interesant de menționat faptul că această dinamică a credibilității celui care argumentează depinde și de ceea ce s-a numit efect de atmosferă (Neț, 1989, p. 17). Prin atmosferă nu se denumește ceea ce noi numim context, ci mai degrabă „atitudinea unui grup într-un context dat”. Atmosfera este determinată de concordanța sau discordanța dintre așteptările unui subiect și ceea ce i se oferă prin intermediul intervenției argumentative. Pentru ca intervenția profesorului să aibă efect este necesară nu numai cunoașterea clasei de elevi căreia i se va adresa, ci și o anticipare a atmosferei în care va intra, a stării de spirit a auditoriului în raport cu persoana sa, cu tema propusă sau cu disciplina pe care o predă. Am putea spune că profesorul de psihologie se află într-o situație fericită pentru că beneficiază de o atmosferă favorabilă intervenției sale, atmosferă rezultată din așteptările foarte mari pe care le au elevii în raport cu disciplina psihologie. Aceste așteptări vin din faptul că la vârsta de 16-17 ani elevii devin mai reflexivi, încearcă să se cunoască și să se înțeleagă mai bine, caută să-și explice anumite probleme emoționale și ei au convingerea că psihologia îi poate ajuta în acest sens. Or, profesorul trebuie să anticipeze această atmosferă și să o valorifice. Cadrul favorizant deja existent poate fi amplificat de personalitatea profesorului, de actualitatea și profunzimea temei pe care o propune, de concordanța între problematica expusă și ierarhizările valorice ale auditoriului-clasă. Evocând orele de curs ale profesorului Vasile Pavelcu, Adrian Neculau ne oferă o imagine deosebit de sugestivă privind efectul de atmosferă: „Ștefan Bârsănescu, format la școala germană, avea un discurs riguros organizat, un curs sistematic, ușor de urmărit și de notat. Vasile Pavelcu ne părea mai degrabă un artist: maiestuos, ne impresiona prin modul de a dialoga cu noi, de a «construi» cursul pe loc. Ideile se nășteau atunci și noi participam la acest efort creativ. Nu puteam lua notițe; o pagină sau două de însemnări dispartate, de expresii memorabile, un gând, un nume. Nu se putea învăța după aceste notițe. Nici nu ne solicita acest lucru la examen. Era un artist și ne cerea să re-creăm universul în care ne-a introdus (...). Cursul său avea virtuțile unui spectacol, cu un singur actor, dând impresia publicului că participă la creație. Poate că și participa, efectele discursului îl

stimulau” (Neculau, 1999, p. 12). Cercetările care au urmărit creșterea eficienței argumentării nu s-au limitat la determinarea acestor condiții de ordin psihologic, ci au dezvoltat analize mai ales asupra condițiilor de ordinul raționalității, precum: modalitatea de construire a discursului, regulile sintactice, semantice și pragmatice ale actelor argumentative, tipurile de argumente folosite etc. Marie-Jeanne Borel determină, în acest sens, o serie de condiții care au rolul de a asigura coerența unui discurs și, implicit, succesul unei intervenții discursive argumentative (Borel, 1983, p. 76). Prima condiție este receptabilitatea discursului. Această condiție exprimă exigența ca limbajul în care este formulat un mesaj să poată fi receptat și înțeles de către interlocutor, pentru că altfel comunicarea este pusă sub semnul întrebării. În cazul argumentării didactice, această condiție este de maximă importanță deoarece discursul educațional urmărește să determine anumite modificări în sfera receptorului (elevului), lucru care nu se poate realiza dacă mesajul și argumentele nu sunt receptate în mod clar și distinct. Claritatea și distincția se pot obține numai în măsura în care sensurile termenilor sunt precise și ele sunt asumate de către elev. Se impune, așadar, folosirea riguroasă de către profesor a limbajului psihologic, introducerea corectă și, pe cât posibil, explicită a conceptelor și, bineînțeles, urmărirea însușirii și întrebuițării adecvate, riguroase a acestora de către elevi. Practica educațională demonstrează că multe dintre dificultățile pe care le au elevii în însușirea și, mai ales, în operarea cu cunoștințele de psihologie se datorează faptului că profesorul nu realizează explicitări conceptuale corecte și complete. În psihologie, precizarea sensului termenilor folosiți este cu atât mai necesară, cu cât există pericolul unor interferențe între sensul comun și sensul științific al conceptelor. De aceea, afirmația lui Voltaire, „dacă doriți să discutați cu mine, mai întâi trebuie să vă definiți termenii” ar putea fi pusă drept cuvânt de ordine al fiecărei lecții de psihologie. Definirea termenilor încă de la prima lor introducere în expunere reprezintă o cerință majoră a unei comunicări educaționale eficiente. O definiție trebuie să fie corectă din punct de vedere logic, dar ea trebuie să fie și inteligibilă pentru a fi ușor asumată și operaționalizată de către elevi. Dacă sunt termeni deja întâlniți, utilizați în cadrul lecțiilor precedente, înțelesul lor poate fi reamintit sau reconstituit cu ajutorul elevilor. De asemenea, o atenție deosebită trebuie acordată semnificației pe care o iau în context conceptele care au fost definite. Numai așa se va ajunge la un limbaj clar, nuanțat, lipsit de ambiguitate și va fi evitată însușirea formală și deformată a conceptelor psihologice. Exigențele foarte stricte, formulate de Augustin în *De Dialectica* și în *De Magistro*, referitoare la folosirea cuvintelor, la evitarea ambiguității și obscurității ni se par deosebit de relevante și astăzi și demne de toată atenția în practica educațională: „...însăși folosința cuvintelor trebuie să treacă înaintea cuvintelor: căci cuvintele există pentru ca să le folosim și le folosim pentru a învăța...” (Augustin, 1994, p. 91). O a doua condiție a unei argumentări eficiente ar fi – după M.-J. Borel – verosimilitudinea schematizărilor discursive propuse. Altfel spus, argumentele aduse în fața auditoriului-clasă trebuie să fie raționale și, în același timp, credibile, în acord cu ceea ce elevul știe deja. În acest sens, unii autori recomandă ca procesul de argumentare să înceapă cu prezentarea acelor idei, opinii sau date care sunt apropiate, similare sau acceptate de interlocutor și abia apoi să se introducă progresiv elementele ce diferențiază sau distanțează cei doi locutori (Neacșu, 1990, p. 333). Sigur că un mesaj argumentativ aduce elemente noi, care solicită aderarea interlocutorului. Aceasta se obține însă mai ușor dacă se apelează la experiența interlocutorilor, pe baza căreia se pot confirma unele aspecte exprese. Este un aspect asupra căruia ne-am referit pe larg în capitolul dedicat particularităților însușirii limbajului psihologic, când am subliniat necesitatea cunoașterii de către profesor a experienței anterioare a elevului în vederea valorificării și restructurării conținutului ei. Alteori, verosimilitudinea argumentării și, respectiv, aderarea auditoriului la teză se obțin dacă locutorul (profesorul) apelează la un număr mare de fapte, date, informații, mărturii, opinii etc. Aceste „dovezi” trebuie selectate de profesor în așa fel încât să fie semnificative, să exprime valoarea pe care le-o acordă cadrul didactic, să fie actuale și să fie organizate într-o secvență logică. În sfârșit, cea de-a treia condiție este acceptabilitatea temei discursului de către auditoriu. O discuție asupra unei teme pe care auditoriul nu o acceptă sau în legătură cu care are serioase rezerve este, din chiar punctul de pornire, serios afectată în consecințele ei. Sigur că aici libertatea auditoriului special care este clasa școlară este limitată, temele programei sunt obligatorii atât pentru profesor, cât, mai ales, pentru elevi, dar nu putem trece prea ușor cu vederea că reticența la temă este un obstacol serios în calea succesului școlar. Am putea spune că o precauție elementară care trebuie să însoțească orice act de argumentare este acordul inițial între cel care argumentează și cel care este supus actului argumentativ. De multe ori, interesul pentru ceea ce urmează a se transmite este suscitată încă de la început de către profesorul însuși, dacă acesta îi va arăta sau îi va demonstra elevului utilitatea cunoștințelor de psihologie, îi va trezi curiozitatea pentru aplicațiile

practice ale psihologiei și va anticipa problemele la care acesta așteaptă răspuns. O greșeală care poate duce la îndepărtarea elevilor de psihologie o reprezintă prezentarea seacă a datelor sau faptelor, pornind de la premisa că ele vorbesc de la sine și, prin aceasta, asigură adeziunea celui ce receptează. 3. Demersuri discursive argumentative O argumentare este eficientă dacă duce la rezultatul vizat de cel care argumentează, anume obținerea acordului la teză al celor cărora le este adresată, iar acest acord și convingerea în legătură cu justetea lui sunt un efect al argumentelor ce se prezintă auditoriului. Dacă admitem că argumentarea este o formă de întemeiere, alături de demonstrație, înseamnă că ea presupune, ca orice întemeiere, inferența și deci anumite reguli de derivare a căror repetare constituie condiția necesară a validității. Într-o lucrare scrisă în 1958 și intitulată *The Uses of Argument*, epistemologul Stephen Toulmin arată că logica argumentării nu contrazice regulile logicii demonstrației; ea relevă noi temeuri pentru derivare, în afara celor strict logico-formale, temeuri „materiale”. Dar nu ar mai fi logică dacă ar abandona complet cerințele logice ce se impun în cazul demonstrației. Toulmin consideră că logica argumentării este o „logică practică”, adică o logică a utilizării categoriilor de argumente în diferite contexte discursive. În procesul de intercomunicare cotidiană, fiecare individ prezintă date sau o evidență care sunt legate prin justificare sau raționament de o concluzie. Îmbinarea argumentelor este corelativă diferitelor forme de raționament utilizate. Formele clasice ale raționamentului sunt deducția, inducția și analogia. Fiecare dintre aceste forme are o valoare argumentativă. Deducția este derivarea riguroasă a unei propoziții, numită concluzie, din alte propoziții date, numite premise. Caracteristica principală a raționamentului deductiv este aceea că dacă premisele sunt adevărate, concluzia nu poate fi falsă (dacă raționamentul deductiv e valid, corect). Concluzia acestui tip de raționament decurge în mod necesar din premise (este implicată în ele), deoarece nu afirmă nimic în afară de ceea ce se află deja în premise. În cazul unei argumentări deductive, sensul concluziei este implicat de sensul premiselor. A argumenta deductiv înseamnă a explicita în concluzie ceea ce se află, implicit, în premise. În ceea ce privește raționamentul inductiv, el este menționat de Aristotel în *Topica* și constă în „a pleca de la cazuri individuale pentru a accede la universal”. Putem defini inducția drept o metodă de generalizare nelimitată pornind de la faptele particulare ale experienței. Dacă în raționamentul deductiv concluzia derivată din premise adevărate este cu certitudine adevărată, în raționamentul inductiv, concluzia este doar probabilă, chiar dacă ea a fost obținută din premise sigur adevărate. Explicația se află în faptul că, într-un raționament inductiv, concluzia spune mai mult (este mai generală) decât premisele din care ea a fost obținută. În același timp însă, aceste premise nu conțin o informație suficientă pentru a permite inferarea cu certitudine a concluziei din premise. Petre Botezatu exprima specificul celor două tipuri de raționament în felul următor: „este sigur că toate proprietățile genului sunt și proprietăți ale speciei sale, dar este cu totul nesigur ce proprietăți ale speciilor sunt și proprietăți ale genului” (Botezatu, 1971, p. 7). A fost o vreme când s-a considerat că inducția și deducția vin în conflict. S-a subliniat că inducția este metoda științei și unicul produs de cunoaștere reală. Deducția a fost socotită o metodă pur formală, fără valoare în descoperirea adevărului factual. În prezent însă, s-a ajuns la concluzia că, chiar dacă unele științe operează preponderent deductiv (de exemplu, matematica sau logica), iar altele preponderent inductiv (de exemplu, chimia, fizica), dezvoltarea unei științe n-ar fi posibilă fără cooperarea între inferențele inductive și inferențele deductive, care se completează și se sprijină reciproc. La fel se întâmplă și în procesul predării. Rolul profesorului nu este numai să prezinte cunoștințele, dar să le și explice, să le argumenteze, astfel încât ele să fie efectiv înțelese. Cu cât în predare se caută mai mult să se înlesnească însușirea cunoștințelor, cu cât se utilizează în cadrul ei mai multe demonstrații și argumente, cu atât ea se bazează mai mult pe logică. Din acest motiv, în predarea psihologiei profesorul va folosi ambele tipuri de demersuri: atât demersul deductiv, cât și demersul inductiv. Uneori se pornește de la exemple, de la fapte concrete pentru a se ajunge – prin analiză, sinteză și generalizare – la definiția unei noțiuni, la enunțul unei reguli; alteori se introduc de la început definiții ori descrieri concise ale unui fenomen psihic, care se ilustrează apoi cu ajutorul datelor concrete. 3.1. Argumentarea prin inducție Analiza psihologică a mecanismelor însușirii cunoștințelor la diferite discipline de învățământ (I. Radu, 1983, pp. 78-119) a pus în evidență faptul că însușirea cunoștințelor noi presupune stăpânirea unor reprezentări sau noțiuni anterioare care oferă premisele pentru însușirea noilor cunoștințe. Altfel spus, nu se pot construi demersuri de instruire eficiente fără să se țină cont de cunoștințele anterioare ale elevilor. Luarea în considerare a cunoștințelor și noțiunilor empirice ale elevilor în vederea valorificării sau a restructurării conținutului lor face ca, în realizarea procesului de instruire, profesorul să aleagă demersurile inductive. În plus, și principiile didactice recomandă ca însușirea noilor cunoștințe să se facă parcurgând drumul de la ușor la

greu, de la cunoscut la necunoscut, de la concret la abstract. Organizarea demersului didactic pornind de la cunoștințele anterioare ale elevilor modifică esențial relațiile dintre profesor și elevi. Elevii se văd implicați în procesul de instruire, devin activi și motivați, așteptând o apreciere a contribuției lor. Instruirea câștigă astfel în eficacitate, căci copilul învață mult mai temeinic ceea ce și-a însușit prin efort propriu și printr-o trecere naturală de la cunoștințele anterioare, de la experiența lui de viață la cunoștințele noi. A. Herbert Smith este de părere că învățarea prin inducție – adică acea învățare prin intermediul căreia elevul își construiește mai mult sau mai puțin singur generalizările, concluziile – este de preferat învățării deductive, în care concluziile sunt gata prezentate și atunci elevul nu are decât a le memora. În plan metodic, argumentarea pe baza procedurilor inductive îl obligă pe profesor să pornească de la exemple, fapte concrete, cazuri particulare, pentru a ajunge prin analiză, sinteză și generalizare, la definiția unei noțiuni, la enunțul unei reguli etc. În lecțiile de psihologie, profesorul folosește deseori acest procedeu, pentru că elevii au astfel posibilitatea să descopere singuri notele caracteristice ale unui fenomen psihic și, în plus, se asigură menținerea relației psihologiei cu viața. Descrierea se integrează, în ipostaza invocată, strategiilor inductive de structurare și întemeiere a informației, în care noțiunile se formează pe baza desprinderii notelor comune unui grup de obiecte (fapte) sau exemple prezentate. Prin descriere, profesorul aduce în fața elevilor date concrete, fapte de observație, din a căror examinare se va desprinde esențialul, relațiile constante dintre fapte, condensate în anumite generalizări empirice: noțiuni, legi, principii. Așadar, însușindu-și cunoștințe, elevul trece de la datele percepției la noțiuni, de la examinarea faptelor brute la generalizări sau principii. Formarea noțiunii nu se reduce însă la simpla selecție a notelor comune, ci înseamnă, totodată, și o prelucrare. Datele percepției nemijlocite sunt transformate, prelucrate în concept grație activității de abstractizare și generalizare, diferențiere și asimilare. Structurarea materialului, organizarea ofertei de date/exemple sunt foarte importante în procesul de conceptualizare. Contează nu numai numărul, cât mai ales varietatea exemplelor prezentate. Ilustrarea unilaterală, variația insuficientă sau inadecvată a datelor și faptelor care servesc la introducerea definiției pot duce fie la o îngustare a conținutului noțiunii, fie la o lărgire sau extensie nepermisă a acestuia (Radu, 1983, p. 54). Respectarea exigențelor conceptualizării nu este un lucru ușor de realizat în demersul didactic. Din acest motiv, profesorul preferă deseori calea deductivă în predarea cunoștințelor. Chiar dacă presupune anumite dificultăți, uneori chiar abateri de la exigențele unei conceptualizări, opțiunea profesorului pentru un demers inductiv în momentul familiarizării elevului cu un fenomen psihic poate spori gradul de implicare a elevului în desfășurarea lecției, îi trezește interesul, îi menține atenția și sporește, astfel, durata reținerii și eficiența utilizării cunoștințelor. Atractivitatea cunoștințelor de psihologie va fi mult sporită dacă elevul va descoperi faptul psihologic în spatele unor situații de viață cu care el este zilnic confruntat. Nu se poate concepe, de exemplu, predarea cunoștințelor de psihologia personalității fără a lua drept cadru de observație viața cotidiană și fără a descrie ceea ce se impune atenției în legătură cu o persoană, adică faptele sale de conduită, aspectul fizic, relațiile cu ceilalți, activitățile pe care le desfășoară, performanțele la care ajunge etc. Informația de start este deci cu precădere, una observațională, formată dintr-o colecție de date de ordin calitativ despre fapte, activități, relații. Prin descriere, elevul ia cunoștință de o serie de comportamente specifice ale omului, consemnate în situații dintre cele mai diferite. Aceste date empirice vor servi drept cadru de clasificare provizoriu al trăsăturilor de personalitate. Pentru a obține datele empirice care să constituie baza de plecare în studiul trăsăturilor de personalitate, sugerăm cadrelor didactice să organizeze următorul exercițiu cu elevii: „Gândiți-vă, fiecare dintre voi, la cineva de același sex pe care îl cunoașteți bine, apoi îl (o) descrieți, scriind cuvinte, propoziții sau fraze care să exprime ceea ce credeți că reprezintă caracteristici esențiale (definitorii) ale acestei persoane”. Se pot face liste cu trăsăturile descrise de elevi, care vor fi grupate în categorii temperamentale, aptitudinale și caracteriale. Urmează apoi ca, în analizele ce se vor face fiecărei trăsături de personalitate, datele preliminare să fie completate cu noi observații, cu explicații și interpretări care să permită reducerea varietății datelor inițiale la anumiți „invarianti”. Un demers oarecum asemănător poate fi aplicat pentru familiarizarea elevilor cu specificul proceselor afective. Se cere elevilor să descrie în cuvinte sau propoziții care sunt trăirile lor subiective (ceea ce simte fiecare) atunci când sunt confrunțați cu următoarele situații concrete: (1) Te prezinți nepregătit la examen. (2) Ești prins copiind la teză. (3) Câștigi o sumă importantă de bani la Loto. (4) Vizionezi un film horror. (5) Te desparți de un prieten care se mută în altă localitate. (6) Ai aflat că a apărut un nou roman al scriitorului preferat. (7) Ești pedepsit pe nedrept (de exemplu, primești nota doi pe motiv că ai suflat colegului, ceea ce nu e adevărat). Răspunsurile elevilor vor fi folosite pentru a arăta că evenimentele, situațiile cu care ne confruntăm nu ne lasă indiferenți, ci determină anumite trăiri

afective: unele evenimente ne bucură (aparitia romanului scriitorului preferat), altele ne întristează (despărțirea de prietenul ce se mută într-o altă localitate), unele fapte trezesc entuziasm (câștigul de la Loto), în timp ce altele determină indignarea (pedepsirea pe nedrept). Natura acestor trăiri este în strânsă legătură cu trebuințele, interesele și aspirațiile persoanei. Prin afectivitate trăim subiectiv relațiile noastre cu mediul înconjurător, reflectăm aceste relații, punem în relief măsura în care necesitățile noastre interne sunt sau nu satisfăcute. Fiecare individ își reflectă propriile trăiri, situații și împrejurări de viață, de unde și diversitatea deconcertantă a trăirilor afective. Dezvăluind elevilor semnificația psihologică a reacțiilor și comportamentelor lor în anumite situații, îi provocăm (cognitiv și emoțional, firește) la o judecată proprie cât mai obiectivă atât asupra conduitei personale, cât și asupra conduitei celorlalți. Un alt exemplu de utilizare a demersului inductiv este în cazul temei „Motivația”. Pentru ca elevii să ajungă să înțeleagă ce este motivația și care este gama motivațiilor conduitei umane, putem pleca de la analiza datelor obținute în urma răspunsurilor elevilor la următoarele întrebări: Ce anume vă determină să învățați la psihologie? Ce anume vă determină să nu învățați la psihologie? Ce anume vă determină să legați prietenii? Pe baza răspunsurilor elevilor vom alcătui liste cu motivele care i-au determinat să acționeze într-un anumit fel. Profesorul poate formula o generalizare, și anume aceea că orice activitate umană este determinată de ceva, de un mobil sau un motiv. Dacă uneori nu ne dăm seama de ce întreprindem o acțiune sau alta, nu înseamnă că motivația este absentă. Putem spune, într-o primă aproximație, că „totalitatea mobilurilor interne care susțin energetic și direcționează activitatea umană poartă numele de motivație”. Definiția motivației este, în acest caz, rezultatul unei inducții desfășurate la nivelul cunoașterii comune. Nu am epuizat, nicidecum, gama motivelor acțiunii umane prin inventarierea făcută, dar ea a oferit o bază de date suficientă pentru a face o generalizare și a fixa un enunț universal. Profesorul poate apoi să completeze și să ordoneze în categorii toate tipurile de structuri motivaționale. Demersurile argumentative inductive sunt atractive pentru elevi deoarece presupun, pe de o parte, o valorificare a experienței de viață a elevului și, pe de altă parte, o coborâre a psihologiei din turnul ei de fildeș pentru a se ancora în realitatea imediată și a dezvălui mecanismele ce generează comportamentul cotidian.

3.2. Argumentarea prin deducție

Dacă analizăm modalitatea de organizare a cunoștințelor din manualul de psihologie, vom observa că multe teme debutează cu definirea fenomenului psihic studiat, definiție urmată de caracterizări și apoi de ilustrații ale conținutului noțiunii. Opțiunea profesorului pentru un demers argumentativ deductiv poate fi determinată, pe de o parte, de modelul sugerat de manual, iar pe de altă parte, de credința că introducerea definiției la începutul lecției este mult mai eficientă, aceasta asigurând operarea permanentă cu însușirile esențiale, conducând astfel la asimilarea mai rapidă a cunoștințelor științifice. În plus, definițiile cuprind într-o formă concentrată însuși conținutul noțiunii și ele vor permite profesorului ca, prin analiza acestora, să dezvăluie notele esențiale ale noțiunii definite. Așadar, în plan metodic, demersul argumentativ deductiv se realizează pornind de la definiții, caracterizări ale unui fenomen psihic, legi de manifestare și ajungând la analiza unor cazuri particulare. În felul acesta, elevii au posibilitatea de a constata modul specific în care se manifestă adevărurile generale în cazurile particulare studiate, dar și posibilitatea de a încadra anumite cazuri particulare într-o clasă sau lege generală. Într-un demers deductiv, un rol deosebit de important îl au exemplele care dezvăluie, ilustrează conținutul unei noțiuni. Acest lucru este cu atât mai important în psihologie, cu cât conceptele cu care se operează au nu numai o valoare teoretică, ci și o valoare concret-intuitivă, care pune în relație abstracția conceptuală cu faptele psihice observate. Excesul de abstracție poate să dăuneze efortului argumentativ. Dincolo de concepte și argumente, trebuie vizată mereu realitatea empirică și, din acest motiv, trebuie să recurgem la exemple bine alese, care pot acționa asupra sensibilității și imaginației elevului. Ce este un exemplu? Exemplul reprezintă recursul la un fapt singular, la un caz particular, la un eveniment empiric. Exemplul desemnează o reprezentare concretă care permite a evita pura abstracție sau verbalismul, a controla într-un domeniu particular al analizei legitimitatea unei expresii sau noțiuni. Exemplul constituie o pavăză împotriva unei abstracții lipsite de intuiție. Unii autori fac distincție între exemplu și ilustrare: „... este bine ca ilustrarea să fie mai vie, să includă amănunte frapante, dar în același timp precise. Exemplul însă se recomandă să fie mai sobru, «despuiat prudent» de amănunte ce ar putea abate atenția auditoriului de la scopul principal pe care și-l propune argumentarea” (Năstășel, Ursu, 1980, pp. 238-240). Observația aceasta trebuie poate discutată mai atent. Într-adevăr, ilustrațiile vin să ne arate modul în care „lucrează” legea, noțiunea, abstracția într-o situație dată. Este motivul pentru care ele sunt însoțite de amănunte, de contexte favorabile, de factori favorizanți sau, dimpotrivă, obstacole. Exemplul însă este tipic pentru ambiția nemăsurată a cazului particular de a accede la lege. De aici, necesitatea ca el să fie ilustrativ

pentru legea dată, esențial pentru categoria de fenomene pe care o ilustrează. Un bun exemplu este uneori suficient într-o argumentare pentru a asigura asumția unei generalizări, în timp ce ilustrații multiple pot să rămână fără efect. Care este deci rolul exemplului într-o argumentare? Exemplul nu poate substitui o argumentare. El vine și pune o probă importantă pentru sau contra a ceea ce argumentația urmărește să susțină sau să respingă. Exemplele sunt introduse cu scopul de a reda mai clar mesajul, de a-l face mai bine înțeles ori cu scopul de a-l preciza și întări: „să confirme, să precizeze, să ilustreze un concept sau un discurs logic – aceasta este treaba exemplului, servitor al conceptului care trebuie să rămână stăpânul. Cu alte cuvinte, conceptul sau ideea permit judecarea exemplului, iar nu invers: intelectul e cel care comandă și, în această perspectivă, trebuie să limităm strict întrebuintărea exemplelor și să le concepem, pe cât posibil, ca subordonate vederilor intelectului” (Russ, 1999, p. 174). Cel care folosește exemplul trebuie să îl aleagă astfel încât să fie adecvat definiției, regulii sau legii pe care vrea s-o pună în evidență. De aceea nu trebuie nici să înmulțim exemplele, nici să le considerăm în ele însele, făcând abstracție de argumentare. Nerespectarea acestor cerințe poate crea auditorului o stare de confuzie. Am insistat asupra acestor exigențe ale folosirii exemplului într-un demers deductiv deoarece, în practica educațională, pot fi constatate erori diferite: fie profesorii disprețuiesc rolul exemplului în argumentație și atunci îl folosesc sau nu în funcție de inspirația de moment (deci fără o selecție și o pregătire prealabilă a exemplelor), fie exagerează rolul exemplului, considerând că el singur este suficient de grăitor pentru a surprinde esența unui fenomen psihic și, prin aceasta, elimină practic analiza conceptuală riguroasă. Vom urmări acum desfășurarea unui demers argumentativ deductiv utilizat pentru predarea unei secvențe din lecția privitoare la atenție. În manualul de psihologie, prima secvență din lecție este consacrată caracterizării și definirii atenției. Pentru ca elevii să înțeleagă ce este atenția și care este rolul ei în viața psihică, profesorul poate alege un demers inductiv, fiind tentat mai ales de faptul că există suficiente comportamente manifeste, răspunsuri vizibile ale organismului la stimulii de mediu, care să constituie o bază de date suficientă ce ar putea fi discutată și analizată apoi cu elevii pentru a extrage caracteristicile și, respectiv, definiția atenției. Credem însă că un asemenea demers, dacă nu este condus cu pricepere, riscă să rămână doar la o latură a fenomenului atenției, și anume la modul de exprimare a atenției în comportament și să piardă din vedere mecanismul neurofiziologic al atenției. Pentru a fi accesibil elevilor de liceu, fenomenul atenției este mult simplificat, însă regăsim, totuși, în fragmentul din manual, suficiente date care trimit atât către modelul fiziologic al atenției („atenția implică alte două stări neurofuncționale, și anume starea de veghe și starea de vigilență...”), cât și către dimensiunile psihice ale atenției. În aceste condiții, dată fiind dificultatea conceptelor, ni se pare mai profitabil să apelăm la un demers deductiv, respectiv să pornim de la definiția atenției, apoi să analizăm și să ilustrăm fiecare caracteristică în baza acestei definiții. Atenția se definește drept „fenomenul psihic de activare selectivă, concentrare și orientare a energiei psihonervoase în vederea desfășurării optime a activității psihice, cu deosebire a proceselor senzoriale și cognitive”. Această definiție a atenției surprinde, sintetic, atât mecanismul, substratul fiziologic, cât și expresia comportamentală a atenției. Selectivitatea este principala caracteristică a atenției. Vom înțelege mai bine acest lucru dacă ne gândim la faptul că omul este asaltat în permanență de nenumărați stimuli. Din această cantitate nu ajung în conștiință decât o mică parte dintre ei. Se realizează deci o importantă selecție a stimulărilor și, în acest proces, un rol central este îndeplinit de atenție. Atenția se manifestă ca un filtru activ care potențează acțiunea anumitor stimuli, favorizează anumite mesaje către instanțele cerebrale superioare și, în același timp, suprimă sau ignoră mesajele lipsite de semnificație. De exemplu, dacă citim cu interes o carte, textul ne absoarbe toate gândurile și ceea ce se petrece în jur (zgomote, conversație) nu este înregistrat. De asemenea, ni s-a întâmplat probabil multora dintre noi să ne aflăm într-o încăpere aglomerată unde se poartă mai multe conversații și noi să ne orientăm atenția spre o singură conversație, ignorându-le pe toate celelalte. Același lucru se întâmplă și când vorbim la telefon într-o încăpere în care se discută sau se urmărește televizorul. Toate aceste exemple arată că atenția selectează și suprimă în același timp. Atenția la un stimul înseamnă neatenția față de ceilalți stimuli. O a doua caracteristică a atenției este orientarea, direcționarea spre un stimul prezent sau a cărui apariție este așteptată în viitorul apropiat (Floru, 1976, pp. 21-22). Există situații în care un stimul neașteptat (exemplu: un zgomot puternic, o lumină intensă, soneria telefonului) provoacă o reacție de orientare către sursa de stimulare, un răspuns reflex, involuntar, care este, de obicei, de scurtă durată. În alte situații însă, orientarea se manifestă sub forma unei atitudini persistente, de așteptare și de pregătire. Elevul care așteaptă subiectul lucrării scrise, pilotul care așteaptă permisiunea de a ateriza din partea turnului de control, sportivul la start care așteaptă semnalul de pornire sunt doar câteva exemple

de orientare a atenției în vederea recepției optime și a răspunsului prompt la o categorie de stimuli ce urmează să apară. Putem spune deci că nu există atenție fără orientarea activității psihice într-o anumită direcție. A treia caracteristică a atenției se referă la intensificarea și concentrarea optimă a energiei psihonervoase spre ceea ce constituie obiectul atenției. S-a demonstrat, prin înregistrări electroencefalografice, că atunci când subiectul este atent, undele electrice oscilează foarte rapid și sunt de voltaj scăzut. Un mecanism activator, dinamogen al creierului este pus în funcțiune ori de câte ori atenția este atrasă de un stimul extern ori îndreptată voluntar către un obiectiv anume. Nivelul activității psihice este mai ridicat în cursul concentrării atenției, ceea ce face ca obiectul atenției să fie reflectat mult mai clar, mai precis, mai pregnant în raport cu fondul. S-a comparat „focarul atenției” cu un fascicul de raze luminoase înconjurat de o zonă de penumbră; obiectele situate în focar sunt prezente clar, cele situate la periferie dau o imagine mai puțin distinctă, deși ne dăm seama de prezența lor (Floru, 1976, p. 82). De exemplu, în timpul unui examen, concentrarea profundă asupra rezolvării subiectelor se datorează focalizării atenției în paralel cu inhibarea relativă a altor zone corticale și cu limitarea acțiunii stimulilor colaterali. Așadar, suntem atât de absorbiți de subiecte (care au o semnificație deosebită pentru noi), încât facem abstracție de factorii perturbatori, interni sau externi (zgomot, oboseală, lumină proastă, frig sau căldură excesive). Concentrarea atenției asupra obiectelor și fenomenelor înconjurătoare sau asupra propriilor idei, reprezentări și acțiuni are ca efect creșterea eficienței activității de cunoaștere. Aceste dimensiuni ale atenției – orientare, selecție, activare – pot fi analizate separat numai în condiții experimentale speciale; în condiții naturale ele sunt integrate într-un proces psihofiziologic unitar. Organizarea informației în manieră deductivă, pornind de la definiție, caracteristici generale și trecând, cu ajutorul exemplelor, către manifestările particulare ale atenției ni s-a părut mai profitabilă deoarece, pe baza caracteristicii deja enunțate, elevii se orientează mult mai rapid și precis în determinarea cazurilor particulare. Profesorul poate completa această secvență discursivă cu mici exerciții demonstrative, poate solicita și elevilor exemple care ilustrează orientarea, selectivitatea și concentrarea atenției, astfel încât să se realizeze o bună pregătire pentru receptarea formelor de manifestare și a însușirilor atenției. Alături, profesorul poate să-și concretizeze expunerea apelând la exemple din biografii, memorii, literatură beletristică, filme și chiar din presa cotidiană. Ținem să reamintim însă faptul că exemplele din literatură se aduc cu scopul de a ilustra un aspect sau un proces psihic oarecare și nu pot reprezenta un mijloc de cunoaștere științifică a psihicului. Nu întâmplător, Vasile Pavelcu făcea următoarea observație cu privire la relația psihologiei cu arta: „desigur că opera unui Dostoievski poate servi ca material ilustrativ de primă mână pentru un psiholog, dar numai ca material intuitiv, de ilustrare. Observația unui romancier nu poate avea valoarea de constatare a unui om de știință, mai întâi pentru că pe romancier nu-l preocupă adevărul, ci efectul estetic (al ficțiunii sau al adevărului)” (Pavelcu, 1999, p. 72). Profesorul poate face apel la exemplele din literatură mai ales la capitolele despre imaginație, voință, afectivitate, trăsături de personalitate. Preocupați de procesul de formare, dar și de însușire a noțiunilor, psihologii au atras atenția asupra faptului că noțiunile sunt înțelese și utilizate nu atât în funcție de notele lor definitorii, cât de exemplele care le ilustrează. Exemplul care ne vine cel mai ușor în minte, în raport cu un concept, este numit prototipul acestuia. Și în procesul de predare, pentru a ilustra o noțiune, profesorul folosește cel mai adesea exemple cu valoare de prototip. Ce este prototipul? Termenul de prototip are două accepțiuni ușor diferite (Miclea, 1999, pp. 146-150). Într-o primă accepțiune, prototipul se referă la unul sau mai multe exemplare reale, care apar cu cea mai mare frecvență când se cere exemplificarea unei categorii. Acei membri ai categoriei cu tipicalitatea cea mai ridicată sunt socotiți prototipuri ale categoriilor respective. Se consideră că reprezentarea mentală a categoriei se face în aceste exemplare-tip sau prototipuri. De exemplu, mărul este de obicei prototip pentru fructe și el este mult mai ușor evocat decât grepfruit-ul, măslinea etc. În a doua accepțiune, prototipul nu vizează un exemplar real al categoriei, ci un exemplar ideal, un portret-robot care însumează caracteristicile mai multor membri ai categoriei. Se presupune că din contactul cu diverse exemplare ale unei categorii, subiectul uman abstrage tendința medie sau prototipul categoriei respective. Ambele feluri de prototipuri sunt utilizate de profesor în predarea psihologiei pentru ilustrarea unei noțiuni, a unui anumit tip de problemă, a unor însușiri, a unei categorii de fenomene, ceea ce face ca elevii să rămână cantonați la nivelul acestor exemple-tip și să le utilizeze în locul conceptelor. În aceste condiții, exemplul tipic se transformă din mijloc de ilustrare a noțiunii în purtătorul ei (Radu, 1974). Așa se face că ori de câte ori este invocat un anumit concept psihologic, elevii se vor raporta la exemplul-tip și nu la notele caracteristice ale categoriei de fenomene pe care o reprezintă și care sunt mult mai dificil de reținut. De exemplu, profesorul dă definiția percepției,

văzută ca un „proces senzorial complex și, totodată, o imagine primară ce conține totalitatea informațiilor despre însușirile obiectelor și fenomenelor în condițiile acțiunii directe a acestora asupra analizatorilor”. Pentru a face mai bine înțeles acest concept, el ilustrează cu percepții vizuale. Le spune elevilor că este suficient să privească în jurul lor și vor avea imagini perceptivă ale obiectelor din clasă (bănci, catedră, rechizite), ale colegilor etc. Așadar, ilustrarea cea mai frecventă a percepției se face prin percepții vizuale și mai puțin prin percepții auditive, olfactive, tactilo-kinestezice, ca să nu mai vorbim de percepția timpului ori a cauzalității. Așa se face că elevii rămân mereu la aceste exemple și vor asocia de fiecare dată percepția cu imaginea perceptivă vizuală, întâmpinând dificultăți în a recunoaște alte forme ale percepției. Puși în situația de a realiza un exercițiu aplicativ de genul: „Identificați tipurile de activități perceptivă care sunt implicate în: activitatea de învățare, activitatea profesională a piloților, activitatea șoferilor, pictorilor, dactilografilor etc.”, elevii nu vor face apel la conceptul de „percepție”, ci la reprezentarea mentală pe care ei și-au format-o despre ceea ce înseamnă percepție. Or, acest lucru îi poate ajuta uneori să facă o identificare mai rapidă (atunci când este vorba de prezența percepției vizuale), după cum, alteori, îi poate orienta în direcții greșite. Sunt situații în care profesorul exemplifică printr-un așa numit „portret-robot” care trimite la o constelație de trăsături comune ce vor permite identificarea unor tipuri psihologice. Aceste trăsături comune, pe care G. Allport le definește drept „dispoziții generalizate în raport cu care oamenii pot fi în mod avantajos comparați” (Allport, 1991, p. 350), pot prezenta interes în măsura în care, luând act, de exemplu, de comportamentul unei persoane, îi punem o etichetă, o subsumăm unei categorii, unui anumit tip psihologic. Așadar, prin aceste trăsături comune nu facem decât să-i oferim elevului indici după care să poată judeca oamenii și să-i plaseze în categorii. O astfel de cunoaștere este utilă atâta timp cât celălalt este un reprezentant tipic al categoriei în care a fost plasat. În același timp însă, dacă aceste „portrete-robot” ne ajută în cunoașterea apartenenței de grup a unei persoane, a statusului și rolurilor ei, a ne opri la aceste informații înseamnă a lipsi individualitatea de structură, a suprasimplifica. Toți oamenii, chiar și cei „tipici”, deviază în anumite privințe de la normele stereotipe. Referindu-se la această tentație a omului de a suprasimplifica și la faptul că este imposibil a reține tot atâtea variabile câte aspecte are o personalitate unică, Gordon Allport afirma că „nici cel mai lung roman, nici cea mai elaborată istorie a unui caz nu pot da un portret și o explicație completă asupra caracterului. Rapoartele mai scurte – inclusiv un psihograf – sunt aproape inevitabil caricaturi. De obicei, suntem pe deplin satisfăcuți să caracterizăm concis pe ceilalți oameni, dar protestăm energic dacă suntem lichidați printr-o analiză scurtă” (Allport, 1991, p. 513). Atunci când profesorul prezintă portretele tipice ale celor patru temperamente: coleric, sangvinic, flegmatic și melancolic (în cadrul de clasificare propus inițial de Hippocrate și reluat apoi de mai mulți autori), trebuie să atragă atenția elevilor asupra faptului că, în practică, tipuri temperamentale pure se întâlnesc rar și că atunci când vor încerca să determine temperamentul unei persoane în baza trăsăturilor ce le-au fost prezentate, trebuie să țină seama de contextul/situația în care se manifestă (situație curentă, situație inedită, situație critică, situație limită). În plus, există mecanisme de compensare învățate în timpul vieții care pot să constituie indici falși asupra temperamentului unei persoane. Există, de exemplu, persoane care prezintă multe din caracteristicile temperamentului flegmatic: calm, răbdare, reactivitate emoțională mai redusă, meticulos, cugetat în tot ceea ce face, dar care să ascundă în realitate un temperament coleric. Prin exercițiu repetat, tenace, pot fi învinse sau corectate anumite deficiențe. Un exemplu de automodelare a trăsăturilor de personalitate și inclusiv a celor temperamentale ni-l oferă din nou Titu Maiorescu, care l-a făcut pe Șerban Cioculescu să afirme: „nu s-a născut olimpien, ci a devenit ca atare, printr-o muncă laborioasă de modelare conștientă a propriei sale personalități. Cel care a trecut în ochii contemporanilor săi ca un om rece, impasibil, glacial, a fost în adolescență și tinerețe, ca și autorul lui Werther, un neliniștit, un anxios, un pasionat” (cf. Comănescu, 1996, p. 137). Așadar, trebuie să-i învățăm pe elevi să adune mai multe unități de informație și să nu se lase călăuziți doar de o singură categorie de indici sau doar de primele impresii atunci când doresc să-i înțeleagă pe ceilalți.

3.3. Persuadarea prin argumente afective

Argumentarea prin apelul la proceduri inductive sau deductive se înscrie în categoria argumentării logice, raționale, care pune accentul pe capacitatea receptorului de a analiza și de a sintetiza, de a trage concluzii pe baza unor generalizări acceptate. În același timp însă, pentru ca raționamentul să fie probant, trebuie să se adreseze voinței, afectivității, trebuie să intereseze și să placă. Procesul argumentării presupune deci și o abordare afectivă, care pune accentul pe capacitatea receptorului de a se transpune în situația descrisă prin mesaj, de a „ trăi ” și a „ simți ” emoțiile care îi sunt sugerate. Nu este vorba, în acest caz, de a deduce consecințele din premise, ci de a „ provoca ” sau a „ crește ” adeviziunea spiritului la tezele care sunt supuse asentimentului

său. De aceea, trebuie să convingem, dar să și persuadăm, adică să urmărim adeziunea completă – rațională și afectivă – a interlocutorului. Ca să convingem, ne adresăm direct intelectului, dar ca să persuadăm trebuie să ne adresăm întregii personalități a receptorului. În psihologie sunt multe subiecte care pot fi abordate fie logic, fie afectiv, fie logic și afectiv simultan. Cel care alege abordarea logică va selecta anumite date pe care le va ordona în secvențe logice conform regulilor raționamentului inductiv sau deductiv, iar întregul mesaj se va adresa rațiunii interlocutorului sau auditoriului. De exemplu, dacă profesorul vorbește despre rolul eredității și al învățării (educației) în dezvoltarea unei aptitudini, va face apel la rezultatele unor cercetări care indică faptul că aptitudinile sunt un „aliaj” între elementul înăscut și cel dobândit prin exercițiu, fără a putea stabili cote pentru fiecare dintre cele două dimensiuni. Manualul de psihologie se rezumă la a descrie ce înseamnă o „dotație nativă”, respectiv care sunt premisele ereditare necesare pentru dezvoltarea aptitudinilor și a sublinia faptul că „aptitudinea depinde de ereditate, dar nu este oferită nemijlocit de ea, ci se făurește în condițiile prilejuite de activitate”. Or, pentru ca această teză să fie credibilă și convingătoare, profesorul poate oferi exemple ale unor oameni celebri care au manifestat aptitudini pentru diferite domenii extrem de timpurii: Mozart a compus un menuet la 5 ani, Goethe a scris la 8 ani lucrări literare, Enescu a intrat la 7 ani la Conservatorul din Viena. Aceste exemple sunt un indiciu pentru existența unor predispoziții native aflate la baza aptitudinilor. În același timp, aptitudinile devin specifice datorită învățării. Marile creații nu au fost posibile numai grație dotației native, ci și datorită unui efort imens și durabil. Referindu-se la necesitatea exercițiului permanent în domeniul pianului, George Enescu obișnuia să spună: „Dacă nu cânt o singură zi, consecințele le simt numai eu; dacă nu exersez două zile, acest lucru este remarcat de colegii mei, iar dacă nu exersez trei zile, de aceasta își dă seama publicul din sală”. Dacă profesorul vrea să construiască un mesaj care se adresează emoțiilor și sentimentelor, el nu se poate rezuma la o înșiruire seacă a acestor exemple. În primul rând, exemplele vor fi prezentate în contexte mai largi, prin intermediul fragmentelor de memorii (de exemplu, pentru cazul Goethe poate fi folosit volumul Poezie și adevăr. Din viața mea, trad. de Tudor Vianu, Editura pentru literatură, București, 1967), al biografiilor, chiar și al povestirilor cu caracter anecdotic, deoarece mijloacele literare au o puternică încărcătură afectivă și o forță de penetrare mult mai mare decât simpla descriere a unui fapt empiric. În al doilea rând, prezentarea verbală a exemplelor menționate poate fi însoțită de o categorie diferită de mesaje. Putem apela la imagini (diapozitive, filme, fotografii), benzi audio, instrumente de comunicare cu un puternic conținut emoțional. În raport cu mesajul verbal, imaginea are un plus de forță, căci te face să vezi persoanele, evenimentele, acțiunile și să devii un fel de co-participant la evenimente. Limbajul nu are eficacitatea documentară și afectivă a imaginii pentru că el nu prezintă lucrurile, ci le evocă numai. Poate că nu totdeauna profesorul are timpul sau mijloacele materiale necesare pentru a apela la această categorie de mesaje, dar ar putea valorifica în oră secvențe din filme anterior vizionate de elevi la televiziune sau la cinematograful, cu scopul de a face mai convingătoare anumite aspecte referitoare la trăsăturile de personalitate, imaginație, creativitate, afectivitate. În situația în care profesorul vorbește despre expresivitatea proceselor afective, analiza diferitelor tipuri de expresii emoționale trebuie neapărat făcută pe baza unui material-suport, respectiv imagini ale unor figuri umane care permit descrierea elementelor care participă la crearea unei expresii emoționale. Dacă aceste figuri umane ar putea fi văzute într-un anumit context de viață (prin prezentarea unui film), ar prilejui analize mult mai nuanțate ale modului de exteriorizare a proceselor afective și, în plus, informația ar fi mult mai relevantă și mai convingătoare. În al treilea rând, profesorul poate obține persuadarea auditoriului printr-o serie de mijloace care țin atât de registrul retoric, cât și de trăsăturile lui de personalitate. Altfel spus, puterea noastră de convingere se exprimă prin gest, intonație, întreaga gamă de expresii care constituie fondul afectiv, timid al cunoștințelor transmise, atitudinea față de conținutul intelectual al informației, adeziunea față de știința obiectivă. Nu întâmplător studiile consacrate discursului didactic atrag atenția asupra faptului că se poate influența auditoriul nu numai prin mijloace logice, raționale, ci și prin modul în care comunicăm. Exigențele retorice ale unui discurs didactic sunt foarte bine surprinse de Léon Daudet: „Să nu fii niciodată plicticos. Fii totdeauna clar și nu te feri să fii chiar nostim din când în când. Spune-ți ție însuși că oamenii cărora te adresezi așteaptă de la tine trei lucruri: să afle ceva nou, ceva emoționant și detalii care să îi amuze. Acestea sunt regulile de aur ale meseriei. De tine depinde dacă le vei oferi sau nu ceea ce așteaptă. În timp ce vorbești, imaginează-te așezat în fotoliul unui ascultător și întrebă-te: ce mi-aș dori eu acum? Să se termine Schimbă deci tactica și nu-ți lăsa auditoriul să adoarmă, fiindcă nu-l vei mai putea trezi. Gândește-te la ceea ce cauți el. Nu trebuie să fii vulgar, ci doar viu, activ. Nu te lăsa la îndemâna mulțimii, ridic-o la nivelul la care

vrei tu să o menții. Nu uita că o vorbă de duh este câteodată un dar dumnezeiesc și că o imagine adecvată te duce spre cele mai bune raționamente. Vorbește fără hârtie ca să fii ascultat ș...ș. Fii vigilent, gata să intervii, să modifice ambianța ș...ș. Încearcă tot timpul să placi. Nu fi prea lung, nu-i lăsa pe oameni să se plictisească, este cel mai bun mijloc de a-ți păstra tu însuși prospețimea” (cf. Ferréol, Flageul, 1998, p. 163). Din nefericire, aceste exigențe nu sunt luate în considerare și respectate decât de o mică parte a cadrelor didactice. În concluzie, profesorul nu trebuie să uite faptul că expunerea aparține registrului oratoric și că efectele obținute depind de priceperea de a exploata tehnicile de persuasiune. Referințe bibliografice Allport, G., Structura și dezvoltarea personalității, Editura Didactică și Pedagogică, București, 1991; Aristotel, Organon II, Editura IRI, București, 1998; Augustin, De Magistro, Editura Humanitas, 1994; Bârzea, C., Arta și știința educației, Editura Didactică și Pedagogică, București, 1995; Blaga, L., Ființa istorică, Editura Dacia, Cluj, 1977; Borel, Marie-Jeanne, Grize, Jean-Blaise, Miéville, Denis, Essai de logique naturelle, Peter Lang, Bern, Francfort, New-York, 1983; Botezatu, P., Valoarea deducției, Editura Științifică, București, 1971; Comănescu, I., Autoeducația-Azi și Măine, Editura Imprimeriei de Vest, Oradea, 1996; Cosmovici, A., Psihologia simțului comun și relațiile interpersonale, în Neculau, A., (coord.), Psihologie socială, Editura Polirom, Iași, 1996; Ferréol, G., Flageul, N., Metode și tehnici de exprimare scrisă și orală, Editura Polirom, Iași, 1998; Floru, R., Atenția, Editura Științifică și Enciclopedică, București, 1976; Grize, J.-B., Logique de l'argumentation et discours argumentatif, "Travaux du CdRS", nr. 7, Université de Neuchâtel, Suisse, 1971; Marga, A., Raționalitate. Comunicare. Argumentare., Editura Dacia, Cluj, 1991; Miclea, M., Psihologie cognitivă, Editura Polirom, Iași, 1999; Năstășel, E., Ursu, I., Argumentul sau despre cuvântul bine gândit, Editura Științifică și Enciclopedică, București, 1980; Neacșu, I., Instruire și învățare, Editura Științifică, București, 1990; Neacșu, I., Metode și tehnici de învățare eficientă, Editura Militară, București, 1990; Neculau, A., Un "scriitor de psihologie" : Vasile Pavelcu, prefață la volumul : Pavelcu, V., Elogiul prostiei. Psihologie aplicată la viața cotidiană, Editura Polirom, Iași, 1999; Neț, M., O poetică a atmosferei, Editura Univers, București, 1989; Oléron, P., L'argumentation, P.U.F., Paris, 1983; Pavelcu, V., Culmi și abisuri ale personalității, Editura Enciclopedică Română, București, 1974; Pavelcu, V., Din viața sentimentelor, Editura Enciclopedică Română, București, 1969; Pavelcu, V., Drama psihologiei, Editura Didactică și Pedagogică, București, 1972; Pavelcu, V., Elogiul prostiei. Psihologie aplicată la viața cotidiană, Editura Polirom, Iași, 1999; Perelman, C., Olbrechts-Tyteca, L., La nouvelle rhétorique. Traité de l'argumentation, P.U.F., Paris, 1958; Radu, I., (coord.), Psihologie socială, Editura Exe, Cluj, 1994; Radu, I., Introducere în psihologia contemporană, Editura Sincron, Cluj, 1991; Radu, I., Premisele psihologice ale însușirii cunoștințelor la unele discipline de învățământ, în vol. Radu, I., (coord.), Psihologia educației și dezvoltării, Editura Academiei, București, 1983; Radu, I., Psihologie școlară, Editura Științifică, București, 1974; Radu, I., Formarea noțiunilor; modelul psihologic al unei secvențe tipice de predare, în Radu, I., (coord.) Psihologia educației și dezvoltării, Editura Academiei, București, 1983; Reboul, O., Le langage de l'éducation, P.U.F., Paris, 1984; Russ, J., Metodele în filosofie, Editura Univers Enciclopedic, București, 1999; Zlate, M., Empiric și științific în învățare, Editura Didactică și Pedagogică, București, 1973;

ANEXA 4. DISCURSURI RELIGIOASE

DESPRE IUBIREA APROAPELUI. Danion Vasile

Trăim într-o societate în care se vorbește mult despre iubirea celorlalți, într-o lume preocupată de comuniune. Este foarte ciudat însă că, pe cât de mari sunt eforturile depuse pentru a-i apropia pe oameni, pe atât de mici sunt rezultatele obținute.

Un exemplu este oferit de telefonია mobilă: oamenii vorbesc foarte mult unii cu alții, dar vorbele lor nu îi apropie. Oamenii își împărtășesc unii altora din propria singurătate. Dumnezeu e singurul care poate alunga această singurătate și Care poate pune în locul rămas împlinirea dragostei...

***– Părinte, aș vrea să ne spuneți câteva cuvinte despre iubirea aproapelui.

– Mântuitorul Iisus Hristos spune în Sfânta Scriptură: „Să iubești pe aproapele tău ca pe tine însuși și pe Domnul Dumnezeul tău, din tot sufletul tău, din tot cugetul tău și din toată inima ta“. Și tot Mântuitorul Iisus Hristos spune în Sfânta Scriptură: „Jubiți-vă unii pe alții așa cum v-am iubit Eu“.

„Pacea Mea dau vouă.“ „Jubiți-vă, ca lumea să cunoască că sunteți ucenicii Mei.“ „Dragostea nu cade niciodată.“ Iată de unde vom porni să discutăm despre iubirea aproapelui.

– Cine este aproapele nostru?

– Nu trebuie să vedem în aproapele nostru numai pe cel care este de aceeași credință, de aceeași

mentalitate, de aceeași trăire duhovnicească. Noi trebuie să ne raportăm din punct de vedere social la iubirea umană. Asta este în primul rând iubirea despre care vom vorbi. Iubirea umană este respectarea semenului. Deci noi trebuie să iubim orice făptură de sub soare, indiferent de religie, de părere și de opinie. Și întâlnim acest lucru în societatea în care trăim. Relațiile între statele lumii sunt bazate pe legături diplomatice, economice, financiare, de întraajutorare reciprocă, mass-media, crucea roșie și așa mai departe.

Ei, această iubire a omului de către om și a omului către om, este explicată prin cuvântul Apostolului Pavel care spune clar: „Păgânii fac din fire cele ale legii...” Mai intervine însă un lucru: aproapele meu, ca să înțeleagă forma în care eu îl iubesc, trebuie să înțeleagă ce este iubirea.

– Ce este iubirea?

– Iubirea este o taină pe care Dumnezeu a pus-o în sufletul omului, care are la baza ei jertfa. Nu există jertfă fără iubire și iubire fără jertfă.

– Ne puteți da un exemplu?

– Un părinte al Patericului tot spunea fiecăruia: „Eu, într-o zi, am să ajung împărat”. Odată, păgânii au luat în robie un monah mai bătrân. Părintele le-a spus: „Lăsați-l pe el liber și luați-mă pe mine în schimbul lui, că eu vă sunt mai de folos, și vă dau și șapte arginți.” Iar în clipa în care i-au tăiat capul, bătrânul s-a arătat în biserică unde preotul slujea Sfânta Liturghie la mănăstire, și toți l-au văzut cu duhul și au auzit că el a spus: „Acum sunt cu adevărat împărat, pentru că mi-am pus viața pentru aproapele”.

Iată o formă de manifestare a iubirii.

– Câte feluri de iubire există?

– Un mod de iubire este iubirea socială sau iubirea agapică, întraajutorarea. Cei șapte diaconi din Faptele Apostolilor au fost hirotoniți ca să slujească la mese, să se îndeletnicească cu cuvântul, să le protejeze pe femeile vrednice și care erau neluate în seamă la mesele creștine, când se făceau întraajutorările. Acolo totul era de obște.

Un alt mod de iubire este iubirea duhovnicească. Și aici intră iubirea lui Dumnezeu din tot sufletul, din tot cugetul și din toată inima. Când vorbesc de iubirea aproapelui, mă raportează numai la iubirea dintre oameni. Această iubire trebuie să aibă la bază principiul dumnezeiesc, principiul uman și principiul sufletesc. Principiul uman: „Dacă nu ești om, nu poți să iubești”. Om nu ca persoană, ci ca trăire. Dacă nu ești duhovnicesc, n-ai să poți iubi pentru că ura este inversul iubirii; iar din punct de vedere dumnezeiesc, niciodată n-ai să poți vorbi sau trăi în iubire dacă nu ai fost vreodată implicat în ea.

Despre iubire nu se poate vorbi artificial. Iubirea înseamnă lacrimi, suferință, părere de rău. Iubirea înseamnă a te gândi, a te implica, a trăi, a colabora, a ajuta, a sprijini, a mângâia, a da sfat, tot ce se face din punct de vedere al binelui. Când este vorba să-l aleg pe aproapele meu, problema se împarte și este foarte fină.

Chiar Mântuitorul, la un moment dat, întreabă într-una din cuvântările Sale: „Iertăm sau facem dreptate?” Când iubește Dumnezeu? Când iartă sau când face dreptate? În ambele cazuri iubește. Atâta timp cât face dreptate, pedepsește pentru a curma păcatul, tot din iubire, căci, dacă nu s-ar curma păcatul, s-ar strica și alții în raport cu forma păcatului, iar în momentul în care Mântuitorul iartă, la fel iubește.

– Cum se manifestă iubirea?

– Ca și creștini, noi trebuie să trăim iubirea creștină. Conform principiilor scripturistice și patristice, iubirea creștină nu-ți dă voie să urăști absolut pe nimeni. Și Mântuitorul arată clar că cine poartă ură pe aproapele, mincinos este chiar dacă spune că-L iubește pe Dumnezeu. Cine poartă ură, păcat de moarte săvârșește. În vrăjmașul tău să arunci cu pâine și cu sare, ca să grămădești pe capul lui cărbuni aprinși. Dacă el blesteamă, tu să-l binecuvântezi, dacă el urăște, tu să-l iubești, ca să se îplinească legea lui Hristos.

Dar, ca să se îplinească legea lui Hristos, Ortodoxia are nevoie și de demnitate. Sunt cazuri în care noi, dacă iubim, trebuie să și alegem. Și uite ce frumos spune Mântuitorul prin gura Apostolului Pavel, în epistola către Tit: „De omul eretic, după întâia și a doua mustrare, depărtează-te”. Și iarăși spune: „De-ți greșește fratele tău, iartă-l între el și tine; și de l-ai câștigat pe fratele tău, lucru bun ai făcut; de-ți greșește fratele tău ceartă-l între el și încă doi-trei; și de l-ai câștigat, bun lucru ai făcut; de-ți greșește fratele tău, ceartă-l între tine și sobor, iar dacă nici de sfatul soborului, adică de Biserică, nu ascultă, să-ți fie ție ca un străin și ca un vameș”.

Sfântul Ioan Gură de Aur spune în scrierile sale: „Pe eretic când îl auzi vorbind și hulind pe Dumnezeu, să-l lovești peste gură, că ți se sfințește mâna”.

- Dar poate că oamenii din ziua de azi au ajuns la o dragoste mai mare decât zice sfântul și îi iubesc pe eretici, fără să se gândească la mântuirea acestora...
- Da. „S-au amestecat lor, s-au amestecat între neamuri și au deprins lucrurile lor și mâncarea fiind în gura lor, a venit peste dânșii mânia lui Dumnezeu și i-a pierdut pe ei“, spune în Psalmi. Iar învățătura Scripturii și a Sfinților Părinți spune așa: „Cu omul eretic la masă să nu stai și bună ziua să nu-i dai“.
- Până unde merge iubirea de aproapele?
- Avem exemplul cu femeia desfrânată, în care Mântuitorul, iubind pe păcătoși, nu vrea să-i judece și să-i piardă, ci să-i mântuiască. Este o iubire înaltă. Spune Sfântul Ioan Evanghelistul: „Adevărata viață veșnică este ca lumea să Te cunoască pe Tine, singurul și adevăratul Dumnezeu, și pe Fiul Tău Iisus Hristos pe care L-ai trimis în lume ca să mântuiască neamurile“. Sau: „Atât de mult a iubit Dumnezeu lumea, încât pe unicul Său Fiu L-a dat la moarte și la ce fel de moarte, moarte pe cruce“...
- Iată modelul absolut al iubirii nemărginite. Iată modelul absolut al iubirii: Dumnezeu vine în viața noastră și vrea să ne arate că, atunci când este vorba despre aproapele, noi trebuie să mergem până la jertfă. Cine greșește una din porunci se face vinovat pentru toate celelalte. Pentru că, dacă iubești pe aproapele, nu poți să furi, nu poți să râvnești bunul lui cu viclesug, nu poți să iei în deșert numele lui Dumnezeu, nu poți să nu-ți cinstești părinții, nu poți să ucizi, să curvești, nu poți să urăști și așa mai departe.
- Există iubirea ca act filantropic, ca act de caritate și de milostenie...
- Ei, aici este esența. Mântuitorul scoate în evidență iubirea față de aproapele, filantropia. Biserica trebuie să fie foarte fermă și categorică: să nu încurajeze lenea. Nu există act de caritate pentru trândavi și leneși, pentru că atunci Biserica ar înlesni păcatul de moarte al lenii. Nu are voie să facă nici un act filantropic celor leneși și nepăsători, nu are voie să încurajeze hoția. Și de ce spun hoția: pentru că foarte mulți vin în numele lui Iisus Hristos și, fără nerușinare, folosindu-se de cruce sau în numele crucii, sub diferite forme și organizații, în numele copiilor străzii, copiilor cu SIDA, copiilor din orfelinate, bătrânilor, încep să facă acele colecte din care, vezi Doamne, să le asigure un tratament, o masă, o vorbă bună, o cântare.
- Puteți să detaliați?
- Da. Psihologul sau psihiatrul trebuie să analizeze foarte bine dacă cel care a ajuns la deznădejde, la starea de alterare totală, toți respingându-l și marginalizându-l, nu cumva și-a făcut-o cu propria mână și cu propria voie. Spre exemplu: un caz concret întâlnit în cadrul spovedaniei în mănăstire. Vine o femeie de 76 de ani și începe să zică un fel de rugăciune de hulă la icoana Maicii Domnului: „Maica Domnului, dacă ești și mă iubești, cum îți poți bate joc de mine? Mă rog de atâta vreme la tine, de atâta vreme îți cer să mă ajuți, ți-am spus că mi-am pus nădejdea în tine, tu ești singura mea mângâietoare, cum poți să mă lași? Nu vezi că dorm în gară? Nu vezi că sunt necăjită, nu vezi că n-am din ce trăi? Adică tu ești cu adevărat Maica lui Dumnezeu și nu înțelegi lucrurile astea? Pentru ce mai stai în cer?“ Eu, la un moment dat, spovedind la scaun, am întrebat: „Stai un pic. Cum te iei tu cu Maica Domnului în bețe și-i vorbești așa? Ia vino încoace!“
- O iau și o spovedesc pentru a-i cunoaște fondul sufletesc. Și aflu că, la 76 de ani ai ei, avea trei ani de când concubinul o lăsase, o îmbătase, îi vânduse casa și averea, o dusesse la azil și, având pensia mică și făcând pe acolo diferite lucruri interzise, a fost exclusă și dată afară. Și a rămas pe drumuri. Și ce-a zis atunci? „Hai s-o fac pe evlavioasă și pe credincioasă, că s-o găsi cineva care să mă ia și să mă îngrijească; și o să trăiesc pe spinarea Bisericii.“
- Ca să aflu că, la Biserică, în tinerețe nu mersese, ca să aflu c-a stat nemăritată cu trei bărbați, ca să aflu că a avut copii pe care i-a dat la casa de copii. Și atunci m-am dus imediat cu mintea la Sfântul Isaac Sirul care a spus: „Osteneala tinereții este odihna bătrâneții“.
- Și atunci i-am spus: „Femeie, cum îți permiți tu să hulești, când ești ca o gură de iad. Cum îți permiți să hulești când ai trăit o viață în nenorociri, iar acum vii la ușa lui Dumnezeu și strigi cât poți că nu te bagă în seamă? Unde ți-ai consumat vigoarea tinereții? În care familie de creștini ai crescut copii, ai lucrat pământul și ai fost la serviciu? Unde îți este cartea de muncă? Tu ce-ai îngrijit în tinerețea ta, oameni sau câini? Ce-ai avut, copii sau animale?“ „Domnule părinte, nu sunteți pus să mă judecați; eu am venit aici ca o femeie necăjită, ca să mă ajutați cu o strachină de mâncare, că pot să vă fiu mamă“.
- Ea începuse să-mi explice mie că poate să-mi fie mamă, cum îmi permit să-i spun asemenea vorbe? Și atunci am așezat-o frumos pe un scaunel și-am început să-i explic ce grea pedeapsă de la Dumnezeu este să ajungi să dorești să mai păcătuiești și să nu mai fii de folos păcatului, până și păcatul să se

îngrețoseze de tine și să te părăsească, să devii al nimănui și apoi, fals ca un fariseu și ca un om slab și ticălos, să vii să spui că Dumnezeu este vinovat că tu ți-ai făcut de cap o viață.

Dar când te-ai distrat, când ai dansat, când ai mâncat peste măsură, când ai desfrânat, când ai făcut toate fărădelegile, atunci nu exista Dumnezeu? Atunci nu te gândeai? Cum spune Iisus Sirah: „Adu-ți aminte de cele de pe urmă ale tale și în veac nu vei greși“. Atunci cugetai la moarte? Cum spune Sfântul Vasile cel Mare: „i-ai adus aminte că trebuie să mai și mori, ți-ai adus aminte că zilele omului sunt ca iarba câmpului, așa va înflori, până va cădea și se va usca?“

Și i-am spus: „Îmi pare rău, nu vreau să te jignesc, o pâine sau o pungă de făină ți-o dau, un ban de autobuz ți-l dau, dar ca să mă privească unde dormi, de ce n-ai ce-ți trebuie, nu este treaba mea, nu este al meu. Este al lumii care te-a ținut în ea până la ora aceasta. Mergi și-l caută pe primar, pe asistentul social, de președintele tribunalului, pe avocat și pe procuror; și roagă-i să te ia în spinare, fiindcă ei te-au ocrotit...“

– Există foarte multe astfel de cazuri.

– Da. Venise una cu un copil în brațe și ofta acolo, chiar în fața mea, ca eu s-o văd. „Ce, vrei să pari mai dramatică? Tot două pâini și bani de autobuz ți dau. Nu ți-am făcut eu copilul și nu te-am pus eu să-l faci. Înainte de a face acest copil trebuia să te întrebi unde îl ții, cu ce-l hrănești, ce va ieși din el, ce iese din tine, unde stai și unde lucrezi.“

Avortonii sociali sunt foarte periculoși. Din avortonii sociali ies vagabonzii străzii, homosexualii și pedofilii de mâine, ies curvarii și bandiții și spărgătorii de vitrine și ies hoții pentru care societatea, în loc să investească în dezvoltarea culturală, trebuie să facă acele centre de reeducare, pușcăriile, căminele în care să-i țină pe acești oameni care nu se pot adapta la normele societății.

– Cum se implică Biserica în asistența socială?

– Biserica a făcut niște pași enormi, pozitivi, ținând cont de vasiliade, de acele opere de binefacere ale Sfântului Vasile cel Mare, sau de viața agapică a primilor creștini, în care totul se împărțea din dragoste, ca într-o viață de obște. S-au făcut cantine sociale pentru săraci, bucătării sociale pentru nevoiași, s-au făcut mici colectări de fonduri cum este cutia milei sau ajutorul social, fondul central misionar, ajutorarea unor familii nevoiașe, a unor familii cu copii mulți. Dar, mai mult decât orice, Biserica a făcut un pas pozitiv în acest domeniu prin înființarea secției de asistență socială în Facultățile de Teologie.

– Care este rolul asistentului social în societate?

– Asistentul social trebuie să îndeplinească trei condiții. Să fie un bun credincios, să fie un bun psiholog și să fie un bun analist. Fiecare parohie sau fiecare protopopiat trebuie să aibă un asistent social care să circule din casă în casă și să constate necesitatea ajutorului bisericesc, prin intermediul Mântuitorului Iisus Hristos, pe principiul milei creștine. Acelor persoane care întrunesc condițiile de a fi ajutorați social de biserică, adică văduvele, bătrânii cu fonduri minime financiare, oamenii părăsiți, uitați de copii, cu o viață creștină corespunzătoare – buni credincioși, evlavioși, răbdători, care solicită preotul pentru spovedanie, pentru Împărtășanie – Biserica le este cu adevărat o mamă spirituală.

Mi se pare firesc ca Biserica să nu-i ajute decât pe cei care cu adevărat merită, pe cei care cu adevărat sunt oamenii Bisericii, și nu pe tot felul de boschetari și bețivi, desfrânați, tot felul de lepădați de credință, care, în ultimul moment, constrânși de situația în care se află – socială, morală, economică sau financiară – aleargă repede la sânul Bisericii, că Biserica e o mamă bună și trebuie să le treacă pe toate cu vederea.

Dacă ar face așa, unii oameni ar crede că se poate trăi nemuncind. Apostolul Pavel spune clar: „Cine nu lucrează nici să nu mănânce“; și iarăși în Psaltire spune clar: „Ieși-va omul la lucrul său și la lucrarea sa până seara“. La fel se zice și în rugăciunea începerii lucrului. Și iarăși Mântuitorul Iisus Hristos spune clar: „Tatăl meu lucrează și Eu lucrez“. Orice om trebuie să facă ceva.

Dacă în cooperativa invalizilor, ologii, orbii, chiorii, blegii, paralizații și betegii pot să facă perii, măhuri, țesături ornamentale, să facă tot felul de împletituri artistice, de menaj sau de uz casnic, atunci unul care într-adevăr este sănătos și apt de muncă poate să își ia serviciu și să o ia pe calea adevărului. Iar când Biserica constată că un om vicios are deja un an, doi, de îndreptare în viața creștină, atunci merită să facă și ea un efort și să-l ajute.

– Care este atitudinea pe care ar trebui să o aibă creștinii față de cerșetori?

– Miluirea cerșetorilor este o altă formă de ajutorare socială. Știm prea bine din viața Sfântului Patriarh Ioan al Alexandriei că la el a venit un cerșetor de mai multe ori într-o zi. Sluga l-a întrebat pe patriarh: „Da' de câte ori o să-i dăm ăștia, c-a fost de șase sau șapte ori?“ Patriarhul i-a răspuns: „Dă-i, că e mai

bine așa...” A șaptea oară când a venit cerșetorul i-a spus patriarhului: „Lui Hristos I-ai dat”. Și în clipa aceea a zburat în chip luminos la cer. Patriarhului i s-a dat numele de „cel milostiv“, fiind cel mai milostiv patriarh cunoscut în istoria bisericească.

Dar să ne fie iertată îndrăzneala, consider un act total necaritabil miluirea fumătorilor, miluirea bețivanilor, miluirea desfrânaților și a cerșetorilor prefăcuți. Eu, personal, ca preot, nu obișnuiesc să resping cerșetorii sau să-i las cu mâna întinsă; dar le dau în raport de cateheza pe care o cunosc. Dacă vine un cerșetor la o mănăstire, o femeie, de exemplu, cu trei copii, o întreb: „Știi Tatăl nostru?” „Da.” „Știi Crezul?” „Da.” „Știi Psalmul 50?” „Da.” „Știi rugăciunile de dimineață?” „Da.” „Postești miercurea și vinerea?” „Da.” Atunci îi dau de pomană o sută de mii. Dacă știe numai „Tatăl Nostru”, „Crezul” și „Îngerășul”, îi dau numai 50.000. Dacă știe numai „Îngerășul”, îi dau 10.000. Pentru că ea trebuie să-și facă obligatoriu cateheza creștină, ca să înțeleagă în numele cărui Dumnezeu cerșește, ca să înțeleagă în numele cărui Dumnezeu i se face milostenia, pentru că nu există un Dumnezeu al creștinilor evlavioși, care sunt luați drept monștri de naivitate, sau sunt luați drept naivii care pot fi scotociți în buzunare prin metode și tertipuri inventate pe principiul simfoniei lacrimilor, al parodiei vorbelor frumoase și pompoase sau al sentimentalismelor pioase.

Spune Sfântul Tihon de Zadonsk: „Adevăratul miluitor este cel care și zidește când miluiește”.

Scriptura spune: „Să asude milostenia în mâna ta”, ca nu cumva, făcând milostenie, să stârnești viciile și patimile, lenea, trândăvia, nepăsarea, amânarea, dezinteresul, lăncezeala. Cel ce a cerșit nu trebuie să-și facă din cerșetorie completarea lucrurilor proprii din familie. Cerșetoria nu face altceva decât să amelioreze o stare de moment.

Dacă un om flămând cerșește o pâine, merită să i-o dai, fiindcă s-a săturat, a băut apă și, în numele lui Hristos, l-ai hrănit. Dar nu ești obligat să-i cumperi pâine pentru încă o lună sau pentru o săptămână. După un principiu al Scripturii, „cine se mulțumește cu puțin are parte de mult”. Iată un proverb frumos, românesc, potrivit tuturor cerșetorilor: „Furnica nu face mușuroi cu lopata, ci cu gura”. Dacă are răbdare să aștepte picătură cu picătură, și aceea este o osteneală, atunci merită să ia bănuț cu bănuț și să facă ce crede cu ei.

Lumea de astăzi are mare nevoie de dragoste. Și, în loc să facă efortul de a căuta dragostea cea adevărată, oamenii se mulțumesc să o înlocuiască prin tot felul de surogate. Părintele Calistrat ne spune: „Iubirea este o taină pe care Dumnezeu a pus-o în sufletul omului, care are la baza ei jertfa. Nu există jertfă fără iubire și iubire fără jertfă”. O astfel de mărturie nu este prea plăcută. Pentru că lovește cu toporul în iubirea surogat, în iubirea pe care ne-o vinde la preț atât de ieftin vrăjmașul mântuirii noastre.

Oamenii vorbesc despre iubire, considerând că, prin această îndelungă vorbire, vor alunga singurătatea din inimile lor. Dar inima nu se satură cu minciuni. Inima are nevoie de dragoste adevărată.

Cuvintele părintelui Calistrat despre dragoste nu fac altceva decât să ajute inima să nu primească zgura pătimășă a vremurilor pe care le trăim. Într-o lume care face din ajutorarea cerșetorilor dovada fundamentală a iubirii semenilor, vocea părintelui vine să mărturisească altceva...

2. DIN PĂCĂTOȘI, SFINȚI de Arsenie Boca

Mântuirea e fapta milostivirii lui Dumnezeu, prin care ne scoate din păcat, dacă vrem și ostenim și noi. Dacă însă nu vrem, cu sila, nu ne mântuiește nimeni. Așa voiește Dumnezeu, ca darul mântuirii Sale să fie totdeodată și roadă cunoștinței, a voinței și a dragostei noastre. Dar Dumnezeu e așa de milostiv, că tot El ne ajută și să vrem și să lucrăm. Calea mântuirii, sau Cărarea, începe când omul vine - de cele mai multe ori abia viu din gâlceava cu moartea - și intră în Biserica văzută, cea adevărată, care e: „Una, sfântă, sobornicească și apostolească Biserică”. Mântuitorul nostru a întemeiat și are numai o Biserică creștină, nu opt sute. Biserica aceasta, una, e sfântă pentru că Sfânt e întemeietorul și, ca atare, rămâne mereu sfântă, ba chiar sfințește pe păcătoși. Celelalte „biserici” - casele de adunare ale sectelor - nu sunt sfinte, pentru că sunt întemeiate de oameni robiți răzvrătirii și, ca atare, nici nu sfințesc pe nimeni. Biserica lui Hristos e sobornicească, adică stă pe temelii celor șapte soboare a toată lumea și, prin furtunile istoriei, e cărmuită nevăzut de Mântuitorul însuși, nu de vreun înlocuitor al Său, mai presus de soboare. Biserica, în care ne mântuim, e apostolească, adică își are slujitorii urmând, ca dar, prin punerea mâinilor, unii de la alții în șir neîntrerupt, suind până la Apostoli și prin ei până la Iisus Hristos. Toate celelalte „biserici” ivite după aceea, prin chiar aceasta sunt alătura de cale, deci alătura de mântuire.

Prin urmare, cei ce stăm sub semnul crucii, câtă vreme petrecem în cortul pământesc, urmăm calea mântuirii în obștea Bisericii văzute sau luptătoare. „Pe ea nu o înnegrește rugina rătăției, produsă de

împrejurările pământești. Ea rămâne nemicșorată și neștirbită, deoarece, cu toate că e arsă din vreme în vreme în cuptorul prigoanelor și încercată de furtunile neconținute ale ereziilor, ea nu suferă sub povara încercărilor nici o slăbire în învățătura, sau viața, în credința sau rânduială ei. De aceea ea întărește prin har înțelegerea celor ce cugetă la ea cu evlavie. Ea cheamă pe de o parte pe necredincioși, dăruindu-le lumina cunoștinței adevărate; pe de alta păstorește cu iubire pe cei ce contemplă tainele ei, păzind nepătimaș și fără beteșug ochiul înțelegerii lor. Iar pe cei ce-au pățimit vreo clătinare îi cheamă din nou și, prin cuvânt de îndemn, le reface înțelegerea bolnavă.” Iar după dezlegarea noastră din cele pământești, dacă am luptat lupta cea bună pe pământ, venim în obștea Bisericii biruitoare din ceruri, - desăvârșirea neavând hotar.

Biserica de pe pământ se numește luptătoare, pentru că aci, sub povățuirea ei, inșii din obște au de purtat o întreită luptă, care ține o viață întreagă: lupta cu ei înșiși, cu patimile contra firii, după trup și după duh; o luptă cu «lumea» indiferentă și necredincioasă; și lupta împotriva uneltirilor vicelanului. Preoția Bisericii urmărește ca nici unul din fiii Tatălui să nu se învrăjbească în sine însuși, sau să se rupă din obște și din duhul dragostei lui Hristos. Căci El e Cel ce unește obștea laolaltă, deci nimeni nu se mântuiește răzlețindu-se de Biserică, oricât ar crede că într-însul sălășluiește Duhul lui Hristos.

Iar Biserica din Ceruri se numește biruitoare, fiindcă e alcătuită din obștea bunilor biruitori mucenici, a sfinților slujitori și cuvioși și a tuturor sfinților purtători și mărturisitori de Dumnezeu, unde sunt așteptați toți ucenicii Domnului care vor mai fi până la sfârșitul veacului . Unii s-au învrednicit încă de aici să petreacă nevăzut cu sfinții, să fie cercetați de Maica Domnului și de Puteri cerești și chiar pe Domnul să-L vadă. E cunoscută întoarcerea lui Pavel pe drumul Damascului și răpirea lui în Rai.

Calea mântuirii, prin urmare, ne desprinde de pământ spre Cer, ca pe unii ce știm că de la Dumnezeu am ieșit și iarăși la Dumnezeu ne-ntoarcem și lăsăm lumea.

Fericit cine se-ntoarce.

3. VEGHEAȚI SĂ NU FIE ÎNTRE VOI NIMENI LUMESC

Poate până azi nu ai avut, dealtfel ca mulți alții o înțelegere cu privire la curăția care trebuie să fie în Biserica lui Hristos. Mulți cred că neghina (întunericul) poate locui împreună cu grâul (lumina) în Biserica lui Hristos. Însă cuvântul scripturii vorbește total diferit de această înțelegere eronată predicată astăzi de prorocii mincinoși.

”Deuteronom 23:14 Căci Domnul Dumnezeul tău, merge în mijlocul taberei tale, ca să te ocrotească și să-ți dea în mână pe vrăjmașii tăi dinaintea ta; tabăra ta va trebui, deci, să fie Sfântă, pentru ca Domnul să nu vadă la tine nimic necurat, și să nu Se abată de la tine.”

Biserica este unul dintre cele mai însemnate lucruri în ochii lui Dumnezeu. Domnul Isus și-a dat viața pentru Biserică, ca s-o curățească și s-o prezinte înaintea lui Dumnezeu fără pată. Dacă suntem ușuratici și credem această minciună că păcatul poate fi tolerat în adunarea lui Hristos suntem departe de lucrarea lui Dumnezeu.

Ascultă acest mesaj care te va aduce mai aproape de adevărul lui Dumnezeu cu privire la ”Biserica” ca Templu al lui Dumnezeu și rolul nostru în zidirea acestuia, lucru nesocotit de cel mai mulți dintre noi. <https://cuvantcurat.ro/predici/cine-zideste-la-templul-domnului/>

5. DEȘERTĂCIUNEA GÂNDURILOR. BISERICA-TRUPUL LUI HRISTOS, FRAȚII DOMNULUI

Să mergem să citim în Geneza, capitolul. 6 versetul și 6: ”Domnul a văzut că răutatea omului era mare pe pământ și că toate întocmirile gândurilor din inima lor erau îndreptate în fiecare zi numai spre rău. I-a părut rău Domnului că a făcut pe om pe pământ și s-a mâhnit în inima Lui.” Amin.

Toate întocmirile gândurilor, toate. Ce înseamnă toate? Tot ce e în mintea omului, toate gândurile, toate întocmirile gândurilor erau îndreptate în fiecare zi numai spre rău. Ce sunt gândurile? Aveți și voi gânduri sau nu aveți gânduri, vorbiți cu voi înșivă în interior sau nu vorbiți? Depistați, urmăriți să vedeți că vorbiți. Vorbim cu mintea, folosim mintea ca să vorbim în interior.

Să definim puțin ce zice dicționarul despre gânduri. Gândurile sunt activitatea internă a minții. Gândim, facem decizii înăuntru în gândurile noastre, sunt dorințele, este raționamentul acolo. Îngrijorările, poftele sunt și ele, apoi sunt pornirile inimii? Din inimă ies gândurile. Gândurile bune sunt la Dumnezeu și gândurile rele sunt la om. Toate întocmiri gândurilor din inima lui erau îndreptate în fiecare zi numai spre rău. Acesta este un om mort spiritual.

Din acest motiv i-a părut rău Domnului că a făcut pe om pe pământ, pentru că omul întocmește gânduri îndreptate numai spre rău. Nu se vede la suprafață. Faptele le controlăm puțin, le așezăm, facem cumva, dar gândurile nu ni le vede decât Dumnezeu.

Dumnezeu ne avertizează că și gândurile vor fi pedepsite. (Isaia 66:18 „Eu pedepsesc faptele și gândurile lor!”)

Noi răsturnăm izvodirile minții și orice înălțime, care se ridică împotriva cunoștinței lui Dumnezeu; și orice gând îl facem rob ascultării de Hristos. (2 Corinteni 10:5)

<https://cuvantcurat.ro/predici/desertaciunea-gandurilor/>

5. DRAGOSTEA NU CAUTĂ FOLOSUL SĂU...

Ce ne poate determina să ne dorim să avem această dragoste de sus, care nu caută folosul său? Putem observa ușor că doar un singur lucru ne poate determina, și acesta este dorința noastră de a trăi, cum a trăit El. Dragostea de sus ne arată frumusețea inimii lui Dumnezeu. Numai dacă El este pentru noi Cel mai frumos, numai așa ne vom dori să fim ucenicii lui cu scopul este de a-l copia, în a avea și noi această dragoste, care se dăruiește.

Dacă am fost chemați doar la credința pasivă în jertfa Lui ca să fim mântuiți prin har, pentru a nu ajunge în iad, fără să ni se arate frumusețea Domnului și să ni se spună că scopul Lui este să fim cum este El, nu o să ajungem să avem dragostea Lui, fiind singura care alungă frica.

Mulți dintre noi nu am înțeles prea bine, ce vrea să spună Scriptura când spune că dragostea nu caută folosul său. Ascultă acest mesaj care te va aduce mai aproape de adevărul lui Dumnezeu cu privire la dragostea de sus.

Dragostea este îndelung răbdătoare, este plină de bunătate: dragostea nu pizmuiește; dragostea nu se laudă, nu se umflă de mândrie, nu se poartă necuviincios, nu caută folosul său. (1 Corinteni 13:4)

6. MARE ESTE TAINA EVLAVIEI.

Poate până azi nu ai avut, de altfel ca mulți alții nici un gând în privința evlaviei. Ce este evlavia? Ești evlavios dacă ești mai liniștit, mai smerit, mai serios pe calea lui Dumnezeu? De ce Sfânta Scriptură spune că Domnul Isus a fost ascultat de Tatăl din pricina evlaviei? Cum putem defini evlavia care a avut-o Domnul Isus?

Ascultă acest mesaj care te va aduce mai aproape de adevărul lui Dumnezeu cu privire la taina evlaviei și rolul acesteia în procesul mântuirii, lucru nesocotit de cel mai mulți dintre noi.

Și fără îndoială, mare este taina evlaviei... (1 Timotei 3:16) Dacă învață cineva pe oameni învățatură deosebită, și nu se ține de cuvintele sănătoase ale Domnului nostru Isus Hristos și de învățătura care duce la evlavie, este plin de mândrie, și nu știe nimic: ba încă are boala cercetărilor fără rost și a certurilor de cuvinte. (1 Timotei 6:3,4)

ANEXA 5. DISCURSURILE MEDIATICE

1. LOCURILE ÎN CARE NE AFLĂM NE POT SCHIMBA PERSONALITATEA

Locurile unde ne petrecem timpul par să ne influențeze personalitatea, spune un nou studiu. Dacă te simți mai dezorganizat sau mai puțin amabil decât de obicei, asta se poate întâmpla pentru că petreci mai mult timp acasă în loc de spații publice, potrivit unei echipe de oameni de știință.

„Am descoperit că atunci când oamenii petrec timp în locuri sociale, ei tind să fie mai deschiși, extrovertiți, agreabili, conștiincioși și mai puțin anxioși în comparație cu momentele când petrec timpul acasă”, spune coautoarea studiului Gabriella Harari, profesoară asociată la catedra de comunicare la Universitatea Stanford.

Rezultatele cercetării arată că locurile pe care le alegem pentru vizite frecvente pot influența nu doar gândirea, sentimentele sau comportamentul nostru în acest moment, ci ne pot schimba și personalitatea în timp.

„De regulă, revii acasă ca să-ți reîncarci bateriile, unde revii după ce ai comunicat cu lumea și ai ieșit din rutina ta. Acum ne aflăm constant în același loc, casa noastră, iar oamenii pot simți că asta afectează modul în care se văd pe ei înșiși”, a declarat coautoarea studiului Sandra Matz, profesoară asistentă la Columbia Business School.

Cercetarea, rezultatele căreia au fost publicate recent sugerează, de asemenea, că diferite locuri dețin diferite niveluri de atracție pentru oameni, în funcție de cât de extrovertiți sau introvertiți sunt.

Personalități și locuri

Pentru a studia raportul dintre personalitatea oamenilor și locurile unde își petrec timpul, Harari și Matz au recrutat 2.350 de studenți voluntari dintr-un campus universitar din SUA.

Participanții au trecut un test de personalitate standard, iar apoi au răspuns la întrebări scurte de mai multe ori pe zi, timp de două săptămâni. Respondenții erau întrebați despre locurile unde au petrecut timpul și cum s-au simțit în acel moment. În total, cercetătorii au adunat aproximativ 63.000 de răspunsuri. Ei au identificat 10 tipuri de locuri care includeau casa, locul de muncă, biblioteca, cafenelele sau restaurantele, campusul, casa unui prieten, sala de sport, un lăcaș de cult, magazinul sau mall-ul și transportul.

Folosind modelul „Big Five” al trăsăturilor de personalitate, care este un instrument comun al psihologilor pentru a înțelege modul în care oamenii diferă, cercetătorii au putut să descrie modul în care anumite locuri pot atrage anumite aspecte ale personalității unui individ.

Cercetătorii au descoperit că unele locuri pot atrage anumite aspecte ale personalităților oamenilor. Datele lor au arătat, de asemenea, că persoanele cu anumite trăsături de personalitate sunt atrase de anumite locuri. De exemplu, persoanele care tind să fie mai extrovertite – o trăsătură care reflectă cât de sociabilă este o persoană – petrec mai mult timp în locuri publice, în comparație cu persoane mai introvertite.

În timp ce cercetătorii au descoperit că locurile pot atrage anumite aspecte ale personalităților oamenilor, datele lor au arătat, de asemenea, că persoanele cu anumite trăsături de personalitate sunt atrase în anumite locuri. De exemplu, persoanele care tind să fie mai extravertite – o trăsătură care reflectă cât de sociabilă este o persoană – petrec mai mult timp în locuri publice, în comparație cu persoane mai introvertite.

Blocat în casă

Locurile unde ne petrecem timpul au un rol important în viața noastră de zi cu zi. „Cu toate acestea, un timp îndelungat nu era clar de ce preferăm un loc și nu altul sau cum ne afectează timpul petrecut într-un anumit loc”, spune Matz. „Rezultatele noastre oferă o perspectivă unică asupra modului în care oamenii interacționează zilnic cu mediul ambiant”.

Această cercetare ar putea ajuta, de asemenea, să explice de ce unii oameni pot face față mai bine decât alții statului acasă, spun cercetătorii. „Calitățile personale pot influența modul în care reacționezi la indicația de a rămâne acasă”, spune Harari. „De exemplu, rezultatele noastre arată că extrovertiții tind să viziteze mai multe locuri decât persoane introvertite. Acest lucru sugerează că persoanelor extrovertite le este mai dificil să stea acasă, pentru că vor să comunice cu alte persoane și să petreacă timp în locuri publice unde are loc o astfel de comunicare.”

Cercetătorii speră că rezultatele lor pot fi o strategie utilă la care oamenii pot să apeleze atunci când vor să-și schimbe gândirea, sentimentele sau comportamentul.

„Aceste rezultate arată că oamenii pot fi capabili să-și schimbe experiențele psihologice schimbându-și mediul fizic”, spune Harari.

„De exemplu, dacă o persoană se simte neliniștită și capricioasă acasă, pentru ea ar putea fi benefic să-și petreacă timpul într-un loc social sau public, cum ar fi casa unui prieten, o cafenea, sala de sport sau o instituție religioasă.”

2. CUM SUNT PROTEJATE FEMEILE DE VIOLENȚA DOMESTICĂ ÎN MOLDOVA

În noaptea de 30 iunie, în Centrul de Asistență și Protecție a victimelor și potențialelor victime ale traficului de ființe umane, a intrat un bărbat care ținea în mâini un ciocan și un cuțit, cu care amenința și distrugea ușile și mobilierul care îi stătea în cale. Își căuta soția, care beneficia de serviciile Centrului după mai multe cazuri de agresiune din partea lui. „În doar opt minute a distrus mai multe uși cu ciocanul, paturi pe care dormeau câțiva copii, a speriat beneficiarele, a lovit-o în față pe o angajată și a amenințat-o pe soție cu moartea”, povestește Veronica Teleucă, coordonatoarea Coaliției Naționale „Viață fără Violență în Familie”, care relatează faptele petrecute în acea noapte la Centru. Una dintre angajate a reușit să sune la 112. La scurt timp bărbatul a fost arestat. Însă, acesta a revenit a doua zi dimineață, la fel de agresiv și sigur că polițiștii nu au să-i facă nimic, la fel ca în ajun.

„Cel mai mult ne indignează că polițiștii l-au lăsat să plece, în pofida faptului că era agresiv și a lovit o persoană și a distrus bunurile Centrului și speriat copiii și femeile. De aceea am scris un demers pe care l-am trimis mai multor instituții de stat care să vină cu mai multă informație și să ne spună de ce

agresorul nu a fost reținut după primul incident și cum a fost calificată fapta lui din noaptea de 30 iunie”, explică Veronica Teleucă.

Moldova.org a aflat că pe numele agresorului a fost deschisă o cauză penală. Acesta se află în arest, ne-a spus Valentin Cucos, comisarul șef al Inspectoratului de Poliție Botanica. „În acea noapte agresorul nu a fost reținut pentru că nu era pornită cauza penală și nu ne-am gândit că este o persoană atât de periculoasă”, motivează el decizia subalternilor săi.

Zilnic în lume se prăbușește câte un avion cu 200 de femei la bord
În Republica Moldova, 7 din 10 femei din spațiul rural și 6 din 10 femei din mediul urban au suferit pe parcursul vieții de cel puțin un tip de violență din partea partenerului, se arată într-un studiu realizat de Biroul Național de Statistică. Violența domestică ucide zilnic câte 200 de femei din întreaga lume. „Anual, peste 60.000 de femei mor din cauza violenței domestice. Dacă am compara aceste statistici cu cele din aviație, am putea spune că, zilnic, în lume se prăbușește câte un avion cu 200 de femei la bord. Ne cutremurăm atunci când vedem la știri că s-a produs un accident aviatic, ne este milă de acei oameni care au urcat la bord și și-au pierdut viața, dar rămânem reci și indiferenți când vorbim despre victimele violenței domestice”, susținea Ulziisuren Jamsran, fosta reprezentantă UN Women Moldova. Violența împotriva femeilor este o încălcare a legii în majoritatea țărilor, însă rămâne deseori nesancționată corespunzător.

În Moldova, polițiștii pot întocmi la fața locului un ordin de restricție de urgență, care le oferă victimelor 10 zile de siguranță, în care pot obține o ordonanță de protecție pentru trei luni. Legea a intrat în vigoare pe 16 martie 2017, iar primul ordin a fost semnat chiar a doua zi. Totodată, la începutul lunii mai a acestui an, a fost anunțată prevederea care face posibilă ca agresorii familiali să fie monitorizați electronic, prin intermediul unei brățări, instalată la mână sau picior, imediat după pronunțarea de către judecător a ordonanței de protecție.

Potrivit datelor statistice ale poliției, în 2019, instanțele judecătorești au emis 710 ordonanțe de protecție a victimelor, dintre care doar 422 au fost respectate, în restul cazurilor, agresorul a încălcat aceste restricții. „În fiecare an avem mai multe cazuri când agresorul încearcă să intre în centrele de plasament sau să agreneze soțiile, însă în toate aceste cazuri nu îmi aduc aminte ca agresorii să fie înarmați cu cuțite sau cu ciocane”, constată Veronica Teleucă.

Mai bine decât în Rusia, dar mult mai rău decât în Germania

În anul 2018, la nivel național au fost înregistrate 2655 de cazuri de comportament violent în familie. Situația în Republica Moldova este mai bună decât în Rusia, unde victimele violenței în familie nu se simt deloc protejate. Mai mult, în anul 2017, Duma de Stat a Rusiei a votat un proiect de lege care decriminalizează violența în familie. Citește aici un material despre unul dintre cele mai recente scandaluri legate de violența domestică din Rusia.

Cu toate acestea, Moldova mai are mult de lucru ca să ajungă nivelul Germaniei, care luptă activ împotriva violenței domestice încă din anii '80 secolul XX. Potrivit legii germane, cel care lovește trebuie să plece. Violența domestică în Germania este o infracțiune pedepsită penal. Astfel, în primul rând, agresorului nu i se mai permite să se apropie de casă, dar nici de victimă. Iar victima este protejată, consiliată psihologic și ajutată să-și revină atât emoțional, cât și economic.

„Eu cred că lucrurile în ultimii 10 ani s-au schimbat la nivel de sistem, pentru că s-a format spațiul public unde se discută destul de mult despre violență. Și de aceea, autoritățile nu pot să facă un pas în urmă și să spună că ei nu știu sau că asta nu e treaba noastră. Dar din punctul meu de vedere de lege beneficiază acele femei care au norocul să ajungă la vreo organizație care să le susțină sau care au suficiente resurse să treacă prin sistemul de justiție. Dar dacă ești singur nu vei reuși să ieși din acest cerc vicios”, crede coordonatoarea Coaliției Naționale „Viața fără Violență în Familie” care este o platformă informală, constituită din 22 organizații non-guvernamentale și instituții publice care activează în domeniul prevenirii și combaterii violenței în familie. Serviciile prestate de Membrii Coaliției sunt gratuite, cu asigurarea dreptului la confidențialitate.

Membrii Coaliției acordă consiliere telefonică, consiliere psihologică de urgență și de durată, asistență juridică, primară și calificată, asistență socială, suport financiar, material și plasament. Serviciile sunt gratuite și confidențiale. Peste 5600 de femei au beneficiat de aceste servicii. Totodată, în perioada pandemiei, Coaliția a venit cu o serie de recomandări despre ce să faci și unde să te adresezi dacă ești victima violenței.

Conform Organizației Mondiale a Sănătății aproximativ 38% dintre femeile ucise la nivel mondial sunt ucise de către partenerii lor.

3. De sărbători, toate drumurile duc spre casă. Ce acțiuni vor fi întreprinse pentru a preveni îngreunarea circulației la frontiera de stat.

De sărbători toate drumurile duc spre casă. Moldovenii de peste hotare se întorc în țară pentru a fi alături de cei dragi și a simți din plin magia și căldura sărbătorilor petrecute în familie. Astfel, în această perioadă se intensifică traficul în mai multe puncte de trecere a frontierei, în special la granița cu România. Astfel, pentru a degaja circulația transfrontalieră au fost implementate mai multe măsuri, printre care și majorarea numărului de polițiști la frontiera până la circa 1500 de angajați.

Într-un comunicat de presă, Poliția de Frontieră informează că este planificat în serviciu un număr mai mare de personal din prima linie, respectiv a fost suplinit numărul de echipamente speciale de control al documentelor de călătorie. De asemenea, au fost deschise spre circulație suplimentar artere de control și aplicată, la necesitate procedura „Revers”.

Pentru a facilita lucrul polițiștilor de frontieră și a asigura rapiditate în procesarea datelor din actele de călătorie, a fost schimbată rețeaua de telecomunicații în PTF Leușeni, cel mai solicitat punct de trecere, inclusiv actualizat sistemul informațional.

Poliția de Frontieră menționează că au fost formate echipe comune și sincronizate acțiunile cu colegii de la Serviciul Vamal, dar și menținute contacte directe cu omologii din România și Ucraina pentru a interveni operativ în orice situație. Totodată, s-a format un front comun cu subdiviziunile MAI, în vederea dirijării traficului pe traseele naționale din proximitatea punctelor de trecere și asigurarea ordinii publice în zona de frontieră.

Cetățenii sunt rugați să se informeze din timp despre regulile de trecere a frontierei de stat.

La frontiera Republicii Moldova sunt deschise spre circulație cu România 7 puncte de trecere, iar cu Ucraina – 33 de puncte de trecere.

4. Numele capitalei se traduce prin „Persoana iubită”!. Claudiu Petrișor

Despre dragoste se vorbește în cărți, în filme sau, mai nou, în podcasturi. Dragostea este catalogată ca fiind cel mai nobil sentiment pe care-l poate trăi un om. În limba engleză, dragoste se traduce prin „love”. Există un singur stat care conține „Love” în numele său. Este vorba despre... SLOVENIA.

Situată în inima Europei, Slovenia este o țară de zece ori mai mică decât România și are o populație de aproximativ 2 milioane de locuitori. Slovenia are aproape 60% din teritoriul său împădurit, ceea ce o face a treia țară ca cea mai împădurită din Europa și una dintre cele mai verzi din lume. Capitala țării este Ljubljana, iar Slovenia se învecinează Italia spre vest, Austria spre nord, Ungaria spre nord-est, Croația spre sud-est și are o mică ieșire la Marea Adriatică spre sud-vest.

Slovenia este singura țară din lume care are cuvântul IUBIRE/DRAGOSTE (NR. LOVE) în numele ei. Iar capitala, Ljubljana, se traduce prin „Persoana iubită”.

Curiozități despre Slovenia:

- Slovenii cred că forma țării lor seamănă cu un pui, scrie travelwithmansoureh.com.
- Slovenii iubesc albinele. Are aproape cinci apicultori la 1.000 de oameni. La inițiativa Sloveniei, Organizația Națiunilor Unite a proclamat ziua de 20 mai drept Ziua Mondială a Albinei.
- În Slovenia sunt peste 8.000 de peșteri și grote. Dintre acestea, doar 20 sunt deschise vizitatorilor.
- Olm, cunoscut și sub numele de pui de dragon, este un animal care trăiește numai în Peștera Postojna din Slovenia. Această creatură poate trăi până la 100 de ani și se reproduce doar o dată sau de două ori pe deceniu. Unii oameni cred că această creatură străveche este dovada că dragonii au existat.
- Slovenia și-a câștigat independența în 1991.
- Principalul fel de mâncare tradițională este o prăjitură care se cheamă Potica.
- Dacă se întâmplă să vă aflați în Slovenia pe 30 aprilie, veți vedea focuri aproape în fiecare sat în timpul nopții. Această tradiție datează de sute de ani, dar în zilele noastre este mai mult ca un eveniment social.

5. Date ÎNGRIJORĂTOARE: Numărul moldovenilor care suferă de diverse patologii a rinichilor, în creștere.

Numărul moldovenilor care suferă de diverse patologii a rinichilor este în continuă creștere. Despre acest lucru anunță Agenția Națională pentru Sănătate Publică, care susține că anul trecut s-au înregistrat peste 47 de mii de bolnavi noi, cu șapte mii mai mult decât în 2020. Medicii nefrologi din cadrul Spitalului Clinic Republican susțin că în următoarea perioadă se așteaptă la un număr și mai mare de pacienți cu probleme renale, aceasta fiind o consecință de lungă durată a infecției cu noul coronavirus.

"Pacienții în ultimul timp sunt mai gravi, mai complicați, probabil mai rău tratați în ambulator din cauza scăderii adresabilității în acea perioadă complicată. Avem mai mult de lucru cu ei, tratăm nu doar consecințele renale, de aceea ne așteptăm pacienți să fie mai mulți și mai complicați din punct de vedere medical", a spus TATIANA RĂZLOG, medic nefrolog Spitalul Clinic Republican.

Medicul susține că în ultima jumătate de an înregistrează nu doar bolnavi cronici cu acutizări după COVID-19, dar și persoane care în premieră au dezvoltat patologii ale rinichilor, după ce au trecut prin infecția cu noul coronavirus.

"Pacienții cronici - pacienți cu hipertensiune sau cu diabet zaharat dacă funcția renală înainte de covid era bună, atunci după infecție se observă alterarea funcției renale", a spus TATIANA RĂZLOG, medic nefrolog Spitalul Clinic Republican.

Printre ei este și Gheorghe Țărăuș în vârstă de 61 de ani din raionul Ungheni, care acum își tratează rinichii. Bărbatul care suferă și de diabet zaharat spune că problemele renale s-au acutizat după infecția cu noul coronavirus de acum câteva luni.

"Pietrele au apărut. Ele fac disconfort se pot bate și rinichii să nu lucreze. Da, covidul tare agravează și tot mai mulți pacienți văd că sunt la spital cu probleme de rinichi. Unde organismul e mai slab acolo covidul bate", a explicat Gheorghe Țărăuș, pacient.

Medicul Tatiana Răzlog susține că în ultima perioadă se observă o creștere a pacienților, care post COVID au dezvoltat glomerulonefrită la rinichi, o boală care netratată poate duce la insuficiență renală și chiar la transplant renal. Această patologie este a doua cea mai des întâlnită în secția de nefrologie a Spitalului Clinic Republican.

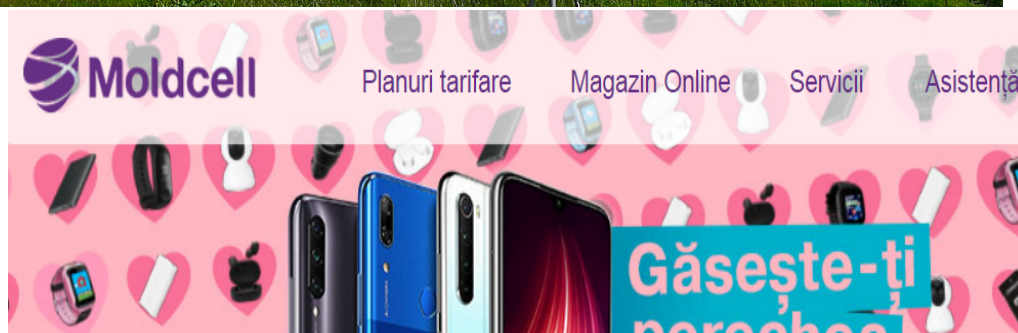
"Durerile sunt de nedescris, nu poți merge. Obosești, dacă nu menții toate condițiile se pornește boala la picioare. Acidul uric nu iese și se așează sub formă de săruri la picioare, la toate încheieturile", a precizat TATIANA RĂZLOG, medic nefrolog Spitalul Clinic Republican.

Din cauza pacienților în creștere cu glomerulonefrită, la Spitalul Republican a fost introdusă în premieră posibilitatea de a face biopsia rinichilor, procedură pentru care până acum, pacienții plecau peste hotare. Necesitatea acestei investigații este vitală deoarece permite stabilirea tipului de glomerulonefrită de care suferă pacientul.

"De ce noi avem nevoie de această procedură deoarece putem să dăm țintit tratamentul conform ghidurilor internaționale. Și asta pentru că fiecare tip de glomerulonefrită are tratamentul specific", a spus TATIANA RĂZLOG, medic nefrolog Spitalul Clinic Republican.

În Republica Moldova incidența bolilor renale este de 180 de cazuri la 10 mii populație, în timp ce în 2020 incidența era de 151 de cazuri la 10 mii locuitori. OMS estimează că 10% din întreaga lume suferă de o anumită afecțiune a rinichilor, iar în fiecare an milioane de oameni decedază prematur din această cauză.

ANEXA 6. DISCURSURI PUBLICITARE



**Păstrează
doar bucuria
din mâncare
cu Digenzym
Plus**

Diversitate
mare de enzime
naturale și
aport de fibre

Supliment alimentar
**Digenzym
Plus**
Fără zahăr
Combinată complexă de
enzime + fibre + culturi lactice
20 comprimate
livrate

Împreună
parcurgem
drumul mai ușor!

AMBITTI
Superbrands
Consumer's Choice

CUMPĂRĂ ACUM

**JACK APPLE
CU TONIC
O SĂ-ȚI PLACĂ**

JACK DANIEL'S
Tennessee
APPLE

FIECARE CLIPĂ CONTEAZĂ

ANEXA 7. DISCURSURI POLITICE

Stimați cetățeni, oameni dragi, În această zi importantă pentru noi toți am vrut să vă vorbesc despre Moldova. Că-i frumoasă, că ni-i dragă. Că există prin oamenii ei, dragi și frumoși.

Și am întrebat copiii. Ei simt mai bine. Pentru că ei filtrează ce văd, ce simt printr-o inimă curată, nebatătorită de problemele zilei de azi și îngrijorările celei de mâine.

În ochii lor, Moldova e bună, fără facturile adunate în sertar, fără porumbul ofilit pe deal, fără secetă sau criză energetică.

În ochii lor mici, Moldova e mare. Ca-n deal unde merg părinții să curețe vița-de-vie, când pui mâna streășină la ochi și-ți pare că-i nesfârșită.

Iubitoare. Ca mama atunci când îți mângâie fruntea și râde. Și-i acasă mama.

Simplă. Ca ploaia așteptată demult. Ea cade și aduce viață.

Caldă. Ca pâinea scoasă din cuptor, cum numai bunica știe să facă.

Copiii simt mai bine. Iată mi-au scris copiii despre acasă, despre Moldova.

„Când mama îmi leagă cosițele înainte de școală – asta înseamnă acasă pentru mine”, scrie Maria.

„Acasă înseamnă locul de siguranță, unde ai crescut, unde ești alături de cei dragi,” zice Evelina.

„Când pot merge la joacă și nu trebuie să mă ascund în subsol din cauza bombelor,” scrie Vasiliu.

„Sunt o copilă norocoasă,” scrie Nelly. „Eu am un loc de trai bun, o familie fericită, o casă, pâine pe masă și tot ce este mai bun.”

Copiii știu foarte bine ce vor. Iar adulții vor ce vor și copiii. Doar că le spunem în cuvinte mai complicate. Libertate, democrație, bunăstare, respect pentru drepturile omului, șanse egale, dreptate, securitate.

De fapt, vrem să fim fericiți.

Iar șansa de a fi fericit se poate împlini doar când nevoile noastre firești sunt asigurate. Când mergi la culcare fără să-ți fie frică că noaptea ar putea cădea un obuz peste casa în care dorm oamenii dragi ție.

Când nicio mamă nu trebuie să-și ducă copiii departe de casă, în altă țară, pentru a-i proteja. Când tații se duc la lucru, nu la război.

Când poți spune ce crezi fără să ai de suferit din cauza asta. Când nu ajungi la închisoare pentru că pledezi pentru pace și te opui războiului. Sau pentru că critici guvernarea.

Când nu ești nevoit să vorbești în șoaptă în casa ta. Când statul tău te apără și te ajută. Când statul prețuiește viața fiecărui cetățean al său.

Da, veți spune, și când avem bani suficienți ca să trăim demn. Așa este. Însă ca oamenii să poată câștiga salarii bune, țara trebuie să fie puternică și democratică. Puternică – ca să-și poată apăra cetățenii de cei care ar vrea să le facă rău. Și democratică – ca să țină cont de nevoile cetățenilor.

Doar într-o țară democratică oamenii pot alege ce e mai bine pentru ei. Doar într-o țară liberă statul lucrează pentru popor.

Înțelegem importanța libertății doar când o pierdem. Ca și pe cea a sănătății. De ambele trebuie să avem grijă. O societate liberă și democratică nu va permite niciodată ca o mână de persoane să se îmbogățească pe nedrept pe spatele cetățenilor. Sau ca hoții să rămână nepedepsiți. Sau ca cineva să-și bată joc de copiii săi. În democrație oamenii au aceeași valoare și sunt deopotrivă respectați.

Un om, un popor liber va alege pentru el o viață mai bună, nu una mai rea. Un popor fără libertate este ținut la mila conducătorilor autoritari. Nimeni nu a devenit vreodată prosper închis în temniță.

Moldovenii știu asta și și-au apărat libertatea de multe ori: și la începutul anilor '90, și-n 2009, și-n 2015, și-n 2019. Pentru că vor să trăiască cum cred ei de cuviință, să-și decidă ei soarta. Moldovenii vor să aibă libertatea de a trăi în pace și în bunăstare, în țara lor. Moldova e o țară liberă. Asta e puterea noastră.

De multe ori, cei din linia întâi care luptă pentru libertate nu mai ajung să se bucure de ea. Plătesc cel mai scump preț. Ei au luptat pentru libertate. Noi o trăim. Și uneori uităm că ei și-au sacrificat viața pentru libertate. Noi suntem datori să o apărăm. În fața poliștilor, în fața corupților, în fața mincinoșilor. Să prețuim libertatea și pe ea să construim bunăstarea. A tuturor.

Războiul nedrept al Rusiei împotriva Ucrainei ne arată clar prețul libertății. De șase luni, vecinii noștri ucraineni își apără casa și masa, își apără libertatea cu arma în mână și, din păcate, cu prețul propriei vieți. A lor și a copiilor. Pentru că vor să trăiască liberi în țara lor, să-și decidă singuri viitorul și soarta.

Noi am sărit în ajutorul vecinilor noștri ucraineni. Am împărțit din puținul pe care îl avem cu ei, ne-am deschis casele și inimile pentru femeile, copiii și bătrânii speriați, aciuți în țara noastră în timp ce bombele cădeau peste locuințele lor din Ucraina. O lume întreagă ne-a văzut așa cum suntem: o țară mică cu inimă mare.

Condamnăm războiul deoarece condamnăm crima. Condamnăm războiul pentru că iubim viața. Iubim pacea.

Până recent, pentru mulți dintre noi, războiul era doar în povestirile bunicilor și părinților spuse cu vocea tremurândă, cu groază în ochi, cu suferința crestată adânc. Acum el nu-i o poveste, ci este lângă noi. Ne-a zguduit viața, siguranța, viitorul.

Incertitudinea crește, iar oboseala se face tot mai mare. Chiar și atunci când se întâmplă câte un lucru bun, el este umbrit de îngrijorare. Războiul înseamnă crize și sărăcie.

Aceste greutăți însă nu ne vor face să lăsăm mâinile în jos. Dimpotrivă, ne pot uni mai strâns, ne pot întări. Căci așa suntem noi – strângem rândurile la nevoie. Când se revarsă cerul și se umple casa de apă, nu ne așezăm pe prisă la bocit, nu dăm mâinile în jos. Ci ne apucăm de lucru.

Moldova știe ce vrea. Așa cum copiii ei știu ce vor. Moldovenii nu au nevoie să le spună cineva ce vor și cum să trăiască. Noi am ales libertatea. Nu ca pe un cuvânt frumos gravat pe tablou, ci ca pe o dorință limpede de a ne decide soarta singuri. De a ne apăra demnitatea și drepturile. De a fi fericiți la noi acasă.

Avem nevoie de ajutor ca să ne îndeplinim visul. Și cerem acest ajutor de la lumea democratică, de la țările care își respectă proprii cetățeni și care își doresc ca toate popoarele să conviețuiască în pace și bună înțelegere.

În acest an, Moldova a devenit țară candidată la aderarea la Uniunea Europeană. Moldova poate deveni cu adevărat puternică, capabilă să-și apere cetățenii, doar în familia țărilor europene. Moldova poate să-și păstreze și să-și consolideze democrația doar în UE. Moldova poate asigura bunăstarea cetățenilor săi realizând modelul european de dezvoltare, care prețuiește libertatea, onestitatea, munca și respectarea regulilor.

Integrarea europeană înseamnă lucruri concrete, resimțite de fiecare dintre noi. Două treimi din exporturile noastre merg în țările UE. Din acest an, și mai multe produse moldovenești pot ajunge pe piața europeană fără plata taxelor vamale. Transportatorii moldoveni pot circula liber în UE. Ne-am conectat la rețeaua europeană de energie electrică.

Uniunea Europeană ne-a oferit ajutor iarna trecută ca să putem achita facturile mari la gaze și încălzire și face acest lucru și în această iarnă. UE ne ajută să construim stat de drept, să susținem afacerile pentru a crea mai multe locuri de muncă pentru oamenii noștri, să investim în infrastructura orașelor și satelor noastre.

Am trecut prin multe greutăți anul acesta - dar nu suntem singuri. Astăzi guvernarea nu are o altă grijă decât apărarea intereselor oamenilor, schimbarea în bine a vieții cetățenilor în Moldova.

Și în perioada care urmează, autoritățile vor da o mână de ajutor tuturor celor care vor avea nevoie de sprijin. Vom ajuta familiile cu venituri mici. Vom fi alături de vârstnici. Vom fi alături de oamenii care muncesc onest. Vom rezista, vom face totul în puterile noastre ca să ieșim cu bine din sezonul rece. Vom face tot ce ne stă în puteri ca să păstrăm pacea și siguranța oamenilor în Moldova.

Cu încredere, răbdare, cooperare și eforturi susținute, folosind bunele relații construite cu prietenii și partenerii țării noastre, vom găsi soluții ca să depășim toate greutățile.

Și am încredere că vom reuși. Pentru că am ales să reușim. Atunci când am ales libertatea, când am ales să fim parte din familia europeană, am ales să reușim. Am ales să contăm. Pentru că asta înseamnă un stat democratic european – un stat în care omul contează și este pe primul loc. Tu contezi, familia ta contează. Dorințele tale contează. Când ai altă opinie contează. Reușitele tale contează.

Vreau ca fiecare cetățean să știe: ne mândrim cu voi. Ne mândrim cu fiecare copil și tânăr care învață și are curajul să-și urmeze visul. Cu fiecare om care muncește onest sau contribuie pe altă cale la binele comun. Astfel, cu toții punem umărul la dezvoltarea și prosperarea țării. Ne mândrim cu ei, oamenii acestei țări.

Ne mândrim cu Serghei Tarnovschi, Irina Rângaci, Anastasia Nichita, Victor Ciobanu, Denis Vieru, Zalina Marghieva, Cătălin Spânu - ne mândrim cu toți sportivii care se antrenează deseori în condiții vitrege, dar reușesc să ducă faima Moldovei în lume.

Ne mândrim cu Nicolae Secieru, Valentin Ilco, Alexei Martâniuc, Vlad Varzaru, Nicolae Levineț și Vladimir Melnic - echipa de ingineri care a construit un satelit la Universitatea Tehnică, aici, în țara noastră, și au reușit să-l lanseze pe orbită, punând astfel Moldova pe harta globală a cercetărilor spațiale.

Ne mândrim cu Ivan Schițco, Andrei Macovei, Vladimir Hamițevici, Iulian Baltag, Dragoș Cereș - sahiștii care au ridicat Moldova tocmai pe locul 6 în clasamentul mondial olimpic de șah, pe aceeași poziție cu Statele Unite și India.

Ne mândrim cu Valentina Naforniță, Marcel Lazăr, Adriano Marian, recunoscuți în lume pentru talentul lor, care au inspirația să aducă muzica mai aproape de oameni, prin proiecte cu mii de spectatori.

Moldova se mândrește cu toți oamenii ei: profesori și fermieri, antreprenori și funcționari publici, polițiști și doctori, ingineri și artiști.

Am încredere că vom reuși pentru că am încredere în rezistența și înțelepciunea oamenilor noștri. Să avem încredere în noi. Să nu ne oprim la mijloc de drum, oricât de greu ar fi. Să continuăm și să lăsăm copiilor noștri o țară liberă. O țară în care să-și croiască soarta așa cum vor ei, în casa lor, și să strângă roadele.

Iar dacă unii vor întreba: „La ce vă servește libertatea și democrația, dacă prețurile cresc și e mai greu de trăit?”, vom răspunde cu încredere: libertatea noastră ne face mai puternici. Ne dă voce, demnitate și putere. Ne face să stăm drepti, să nu ne temem și să judecăm după interesul nostru propriu, nu după dictatul cuiva din afară. Fiind liberi, avem curaj, avem alegere - și avem o comunitate de prieteni care ne sunt alături.

Războiul se va termina, iar noi vom ieși din aceste crize mai puternici, mai rezistenți, mai înțelepți. Și vom continua drumul nostru de construire a Moldovei libere și democratice, o casă bună pentru oamenii săi.

Viața în Moldova este așa cum o facem împreună. „Poate că e bine în alte țări, dar acasă e mai bine,” mi-a scris Valeria. Să urmărim îndemnul lui Nelly, fetița din clasa a 5-a: „să facem totul, din răspuțeri, ca să transformăm Moldova într-un Rai”.

2. Mesajul Președintei Maia Sandu despre inițiativa de creare a Centrului național de apărare informațională și combatere a propagandei - PATRIOT

De când și-a obținut independența, Republica Moldova a fost amenințată în mod constant. Timp de peste 30 de ani țara noastră a fost supusă șantajului, embargourilor, hoțiilor, schemelor de spălare a banilor, amenințărilor hibride, cu scopul de a-i bloca dezvoltarea și de a-i împiedica creșterea bunăstării oamenilor.

De cele mai multe ori, atacurile veneau din afara țării, dar, de fiecare dată, se găseau trădători aici, în țară. Au încercat să ne dezbine, să ne certe între noi pentru a ne face slabi în fața amenințărilor.

De când Rusia a pornit războiul brutal împotriva Ucrainei care ucide oameni pașnici și bombardează case, spitale, grădinițe, orașe întregi, s-au intensificat și atacurile împotriva Republicii Moldova. În mod constant, se încearcă atragerea țării noastre pe o orbită a trecutului, într-o zonă întunecată și fără perspectivă de dezvoltare.

Doar datorită rezistenței și curajului ucrainenilor, Rusia nu poate ataca militar țara noastră. Dar o atacă constant informațional, prin minciună, propagandă, dezinformare. Zi de zi, Kremlinul și grupările criminale lansează atacuri hibride, utilizând arma propagandei, pentru a semăna ură în Moldova, pentru a slăbi încrederea noastră unii în alții și încrederea noastră în statul nostru.

Planul celor care lansează falsuri și contribuie la propagarea lor este să provoace frică, ceartă și, astfel, să-și realizeze scopurile meschine. Pentru că nu poate ajunge la noi cu tancuri, Kremlinul sponsorizează cu sume imense răspândirea minciunilor în mass-media și pe rețelele sociale, finanțează cu bani murdari grupări criminale care încearcă să ne oprească din drumul nostru de a dezvolta țara.

Minciunile difuzate la televizor și pe internet au devenit cele mai periculoase arme cu care suntem atacați în prezent. Cu sume imense de bani, cu fabrici de trolli care lucrează 24 de ore din 24, prin multiple canale media care servesc interesele unor grupuri criminale organizate, se încearcă slăbirea Moldovei prin atacuri repetate. Propaganda este o amenințare directă la securitatea țării și pune în pericol viitorul liber, democratic și prosper al Moldovei.

Din păcate, avem pe teritoriul Republicii Moldova persoane și rețele bine puse la punct, plătite cu bani murdari, care servesc interesele străine țării noastre și au un singur rol - să creeze falsuri, să propage minciunile Kremlinului și să blocheze drumul Moldovei spre Uniunea Europeană.

Să servești interesul unui stat care atacă și ucide copiii vecinilor și șterge de pe fața pământului localități întregi în loc să te îngrijești de oamenii din țara ta este trădare de patrie. Și noi avem datoria de a apăra Moldova de atacuri și de trădători.

Avem nevoie de măsuri concrete, coerente și un plan bine pus la punct care să răspundă acestor amenințări la adresa cetățenilor noștri, care să combată propaganda și să contribuie la protejarea spațiului informațional în societatea noastră.

Cel mai bun antidot împotriva războiului informațional este asigurarea informării obiective, corecte, garantarea întâietății faptelor și dezvoltarea gândirii critice și a rezistenței cetățenilor la dezinformare. Oamenii trebuie să aibă acces la faptele reale, la informație adevărată, fără manipulare, să poată auzi mai multe opinii și să cunoască ce se întâmplă în țara lor și în lume.

Azi anunț inițiativa legislativă de a crea o instituție care să combată propaganda dăunătoare statului Republica Moldova și să apere cetățenii noștri de manipulare și de atacurile propagandistice constante. În virtutea atribuțiilor oferite de Constituție, în domeniile apărării țării și securității naționale, voi propune Parlamentului spre adoptare constituirea Centrului național de apărare informațională și combatere a propagandei, denumit simbolic - PATRIOT.

Centrul Patriot va avea misiunea de a coordona și implementa politica statului în domeniul securității informaționale și de a asigura comunicarea strategică în vederea identificării, prevenirii și combaterii dezinformării la nivel național. Instituția va avea două responsabilități de bază: să transmită informații veridice către publicul larg și să asigure un dialog constant cu cetățenii, precum și să colaboreze cu toate instituțiile statului în vederea promovării intereselor naționale și creșterii rezistenței societății noastre în fața dezinformării.

să identifice, să evalueze și să combată dezinformarea pentru eliminarea riscurilor generate de amenințările hibride și dezinformare asupra securității naționale.

Mâine textul proiectului de lege va fi publicat pe site-ul instituției prezidențiale pentru consultări. Până la finalul lunii iunie vom transmite proiectul de lege în Parlament.

Moldova are nevoie de o instituție care să asigure combaterea propagandei, informarea obiectivă a oamenilor, dezvoltarea rezilienței informaționale a cetățenilor și apărarea securității informaționale.

Știu că acest anunț va agita cuibul de viespi care lucrează împotriva Republicii Moldova și se vor înteți minciunile.

Unii vor discuta această inițiativă din prisma libertății de exprimare. Dreptul la libera exprimare este o valoare incontestabilă și stă la baza dezvoltării democratice pe care o dorim cu toții. Însă libertatea de exprimare nu poate fi un paravan pentru minciună și intoxicare.

Depinde de noi, întreaga societate, să nu le permitem să ne dezbine și să ne slăbească țara. Pentru că acesta este planul lor - o țară slabă, cu oameni certați, care nu le încurcă lor să fure și să țină Moldova într-o zonă a sărăciei și corupției.

Vă îndemn pe toți să contribuim la promovarea informațiilor obiective, să fim atenți când distribuim informații, să gândim critic și să lucrăm împreună pentru a apăra oamenii de minciuni.

Eu am încredere în Moldova. Sunt sigură că avem șansa să construim un stat european, unde oamenii trăiesc în libertate și bunăstare. Vreau ca și cetățenii noștri să aibă încredere în Moldova și în puterea noastră ca țară de a ne ridica.

3. Mesajul Președintei Republicii Moldova, Maia Sandu, cu ocazia Zilei Drapelului de Stat

Dragi cetățeni,

Astăzi, onorăm Tricolorul, Drapelul de Stat al țării noastre, simbolul cu care ne-am dobândit independența, libertatea și suveranitatea, dreptul de a alege, noi pentru noi, calea pe care vrem să mergem.

A fost simbolul mișcării noastre de eliberare națională, ne-a unit în podurile de flori și în rezistența după zeci de ani de ocupație sovietică și deznaționalizare. Acum trei decenii, când poporul nostru lupta pentru redobândirea identității naționale, Tricolorul era un veritabil simbol al curajului, al demnității, al libertății și viitorului nostru.

Astăzi, sub acest Drapel este dusă faima țării noastre în toată lumea. Doar săptămâna trecută, Tricolorul nostru a fost ridicat sus în sălile sportive din Croația, Armenia, Israel, Turcia în cadrul unor evenimente sportive de anvergură în cinstea atleților moldoveni. Vreau să mulțumesc sportivilor pentru performanțele înregistrate la campionatele recente și pentru că ne-am simțit mândri și uniți în succesul stegarilor noștri.

În 2023 putem purta drapelul cu mândrie și nestingheriți oricând și oriunde am fi.

Drapelul ne aduce fiecăruia aminte de unitate - Moldova este suverană, independentă și indivizibilă.

Indiferent de culoarea politică, acum, mai mult ca niciodată, trebuie să fim uniți sub culorile Tricolorului. Să muncim împreună, cot la cot, pentru a construi Moldova prosperă, sigură și europeană, Moldova cu care să putem să ne mândrim necondiționat.

Trăiască drapelul de stat, trăiască Republica Moldova!

4. Discursul Președintei Maia Sandu la Summitul Bucea, Ucraina

Distinși participanți,
Oameni curajoși ai Ucrainei,

Suntem solidari astăzi cu dumneavoastră pentru a marca eliberarea orașului Bucea. Conștiința noastră colectivă ca indivizi și ca o comunitate a națiunilor este șocată de ceea ce știm acum.

Am vizitat Bucha vara trecută, la câteva luni după ce a fost eliberată, și am văzut consecințele ocupației ruse. În acel oraș cândva pașnic, forțele ruse au comis crime violente împotriva a sute de civili și prizonieri. Brutalitatea lor era lipsită de sens sau scop. Iar răspunsul Rusiei a fost negarea.

La fel ca mulți europeni, am sperat că crimele comise în Bucea nu vor mai avea loc niciodată pe continentul nostru. Din păcate, ne-am înșelat. Oamenii pe care credeam că îi cunoaștem au atacat brutal vecinii lor.

Acum Bucea, alături de Babi Yar, de Holodomor și de alte crime împotriva umanității comise pe acest pământ, ne amintesc că libertatea și pacea noastră nu sunt date. Ele trebuie îngrijite în fiecare zi și trebuie apărate atunci când sunt puse în pericol.

Carta ONU afirmă că cea mai bună apărare împotriva capacității umane de a face rău și distrugere este consensul legal, negocierea și respectul pentru individ și pentru națiune.

La fel, Europa este, în primul rând, un proiect al păcii – o familie căreia trebuie să i se alătore curând și Ucraina.

În cel mai întunecat moment pentru Ucraina, față în față cu o invazie militară rusă la scară largă, ați fost nevoiți să luați armele și să luptați cu agresorul. Curajul poporului ucrainean și sacrificiul de sânge al eroilor ne-a lăsat fără replică. Unul dintre aceștia, Oleksandr Mațievski, s-a născut în Moldova.

Noi, cei care nu suferim direct în urma uciderii poporului nostru sau distrugerea școlilor și caselor noastre, avem o altă responsabilitate specială. Ca națiuni dedicate păcii și statului de drept, avem responsabilitatea față de fapte

Istoria acestui război trebuie să includă o relatare detaliată. Aceasta trebuie să includă fiecare crimă, victimă și loc al faptei, dar și toți agresorii, instigatorii, motivele și intențiile lor.

Nu ne vom uita neputincios înainte. Nu vom fi oameni buni care nu fac nimic. O lume justă bazată pe reguli cere ca toate crimele să fie pedepsite și orice nedreptate să fie corectată.

Moldova sprijină crearea unui Tribunal internațional special care va investiga și urmări penal agresiunea și crimele comise de Rusia în Ucraina. Iar activitatea acestuia ar trebui să înceapă cu adevărul pur - documentat, atestat și analizat minuțios astfel încât nimeni să nu poată spune că aceste fapte nu au avut loc.

Astfel Bucea nu va fi doar o scenă îngrozitoare a crimei. Ea va deveni un prim pas către răspundere conform statului de drept, care va construi o cauză de urmărire penală și care va supraviețui, de asemenea, ca o dovadă a hotărârii noastre de a trăi într-o lume guvernată de justiție.

În acest scop, Moldova susține fără rezerve Declarația de la Bucea și se angajează pe deplin în această cauză.

Susținem de asemenea Formula de pace de 10 puncte, propusă de dumneavoastră, domnule Președinte Zelensky, pentru restabilirea păcii.

Suntem alături de oamenii curajoși ai Ucrainei. Victoria dumneavoastră va restabili pacea și dreptatea istoriei noastre europene comune.

Слава Україні!

5. Discursul Președintelui Republicii Moldova, Maia Sandu, la deschiderea Forumului pentru reformarea justiției și combaterea corupției

Bună dimineața,

Vă mulțumesc pentru că organizați această discuție. E important să vorbim de esența lucrurilor care se întâmplă și a celor care nu se întâmplă, pentru că, așa cum se întâmplă și-n alte domenii, uneori, discuțiile sunt superficiale, iar aici avem de a face cu o reformă care trebuie înțeleasă, discutată, trebuie văzute problemele și, evident, trebuie să încurajăm succesele.

Reforma justiției, în opinia mea, este în continuare elementul-cheie al transformărilor prin care trebuie să trecem. De succesul acestei reforme depinde dacă vom reuși să readucem încrederea cetățenilor în stat, în țara noastră Republica Moldova. De succesul acestei reforme depinde cât de repede vom deveni stat membru, cu drepturi depline, al Uniunii Europene. De succesul acestei reforme depinde cât de repede putem să construim o economie puternică și incluzivă. Miza acestei reforme, în continuare, este extrem de mare.

Tocmai de aceea, de la bun început, vreau să spun că noi vom insista, în continuare, pe această reformă, indiferent cât de mari vor fi problemele de ordin tehnic, rezistența la schimbare sau sabotajul din sistem. Reforma a început, dar lucrurile se întâmplă prea încet. Lucrurile se mișcă greu, în pofida faptului că există voință politică de a crea un sistem de justiție veritabil și a construi instituții puternice de combatere a corupției. În pofida faptului că Ministerul Justiției, cu susținerea Parlamentului, a îmbunătățit semnificativ cadrul legal pentru a facilita reforma și pentru a oferi instituțiilor pertinente instrumente mai eficiente în lupta împotriva corupției. Astăzi, judecătorii și procurorii sunt liberi să-și facă meseria cinstit. Astăzi, nimeni din reprezentanții puterii nu-i amenință pe judecători și procurori cerându-le să facă lucruri ilegale, să ia decizii ilegale. Ei toți sunt liberi. Liberi să aplice legea. Liberi să facă justiție.

Din păcate, în continuare, o parte dintre ei înțeleg libertatea ca pe o posibilitate de a face ce vor ei - să comită abuzuri, să-și negocieze deciziile pentru a obține foloase necuvenite, ca urmare a emiterii deciziilor ilegale sau a tergiversării acestor decizii. O parte a oamenilor din sistem nu vor să înțeleagă că independența merge, mână în mână, cu responsabilitatea. Iar oamenii corupți din sistem reprezintă, în continuare, cel mai mare impediment în calea reformei.

Nu mai putem pierde timp așteptând ca toți justițiarii să capete o conștiință. Sistemul trebuie curățat de urgență. Și s-a dovedit că el nu se poate curăța de sine stătător. Comisia de pre-evaluare externă extraordinară, instituită din experți naționali și internaționali, va ajuta să curățăm sistemul. La prima etapă, această curățare se face în raport cu viitorii candidați la Consiliul Superior al Magistraturii (CSM) și Consiliul Superior al Procurorilor (CSP), apoi în raport cu Curtea Supremă de Justiție (CSJ). Dar și aici lucrurile trebuie să se întâmple mai repede, evident, fără a compromite rigurozitatea verificării integrității candidaților.

Este important să avem până, cel târziu, la sfârșitul acestui an un nou CSM și CSP, instituții funcționale și să începem reforma la CSJ. E important să ne mișcăm mai repede, pentru că avem de îndeplinit la timp condițiile Comisiei Europene, formulate în opinia către Consiliul Uniunii Europene atunci când a fost propusă acordarea statutului de țară candidată pentru Republica Moldova. Dar, avem nevoie să grăbim lucrurile, de asemenea, pentru a salva banul public și pentru a salva încrederea cetățenilor în această reformă.

Înțeleg că nu putem avea rezultate spectaculoase imediat, în situația în care, pe de o parte, trebuie să facem curățenie generală în sistem, ca să scăpăm de oamenii corupți și care au îndeplinit comenzi ale grupărilor corupte, iar, în același timp, trebuie să se avanseze pe investigarea de către procurori și examinarea în instanță a unui număr enorm de dosare. Apropo, acest număr de dosare este enorm, în mare parte pentru că sistemul nu a funcționat în anii precedenți, iar acum trebuie să compenseze pentru eșecurile din trecut.

Eu sunt foarte îngrijorată de tergiversarea în sistemul judecătoresc a examinării unor dosare importante, dosare de importanță națională, inclusiv dosare care vizează resurse financiare și proprietăți publice semnificative. Astăzi, acest comportament de tergiversare nejustificată sau de adoptare a deciziilor ilegale, cu suspiciune de încasare a beneficiilor necuvenite, nu este sancționată de nimeni. Organele interne ale sistemului judecătoresc sunt în incapacitatea de a da sancțiuni, iar procuratura, în pofida mai multor suspiciuni, care se vehiculează la adresa unor judecători, nu a reușit să sancționeze niciunul pentru a transmite un mesaj clar, puternic în sistem, că corupția este pedepsită. Cine îi oprește astăzi pe

judecătorii corupți să nu comită abuzuri? Această stare de lucruri compromise și magistrații onești din sistem.

Recunoaștem că în procuratură se întâmplă anumite lucruri. Sunt progrese pe investigarea unor dosare. Unele dintre ele au ajuns deja în instanță. Hoții cei mari se arată tot mai deranjați. Dar acești hoți sunt încă la libertate și încă încearcă să exploateze scheme de corupție pe care le-au creat în trecut sau să-și cumpere impunitate. Iar societatea are întrebări la modul în care se fac unele investigații.

Am vorbit și acum câteva zile despre scurgerile de informații din dosare, care nu doar accentuează neîncrederea societății în anchetă, dar și trezesc suspiciuni că în așa fel anchetele, dosarele sunt compromise din start. Unele acțiuni și chiar dosare, sunt percepute ca politice. E clar că hoții cei mari vor încerca să se victimizeze și să se ascundă după justificări de luptă politică. Nu despre pretențiile lor vorbim. Vorbim despre percepția și întrebările cetățenilor.

Toate dosarele trebuie să fie făcute într-un mod impecabil, dar în special pe dosarele în care sunt implicate personaje politice, chiar dacă politica lor este despre corupție, nu despre oameni, transparența trebuie să fie asigurată. Comunicarea trebuie să fie impecabilă, probele trebuie să fie solide pentru a nu da motive de interpretare, pentru că altfel se pune la îndoială credibilitatea reformei și, odată cu ea, credibilitatea viitoarei justiții, a justiției reformate.

Parcursul șablon al dosarelor - cu circ, cu procese interminabile, fără finalitate - este o altă nedumerire a oamenilor. Dosarele prost instrumentate, fără dovezi clare, aruncate în public, prin care unii sunt aduși în fața presei pentru show, sunt păguboase. Ele nu fac decât să le ofere șanse celor vinovați de a se eschiva de justiție. Justiția se face cu dovezi fundamentale, nu cu scandal.

Știm că în trecut unii exponenți ai sistemului Procuraturii au făcut politică prin deciziile lor ilegale, la comanda grupărilor corupte care au ajuns la putere. Astăzi, când sunt liberi de această presiune, mă întreb dacă nu cumva unii dintre ei fac politică în continuare, pe cont propriu. Înțeleg că cei cărora nu le convine reforma justiției sunt tentați să facă jocuri politice. Procuratura nu este loc pentru a face politică și nu o să permitem acest lucru, iar singura presiune pe care o facem noi și vom continua să o facem este să se aplice legea.

Îmi pare rău că trebuie să discutăm despre aceste lucruri jenante. Îmi pare rău că unii judecători și procurori au făcut de rușine sistemul. Și îmi pare rău că mulți alții au tăcut. Îmi pare rău că, în timp ce școlile, spitalele, satele noastre sărăceau, un grup de persoane deveneau tot mai bogate. Pentru că atunci când un înalt funcționar plătește mită în justiție, rămâne nepedepsit. Un drum prost făcut, pentru că s-a plătit mită în procesul de reparație, va rezista doar până la prima ploaie.

Îmi pare rău că au murit oameni din cauza că a fost tolerată corupția în sistemul medical și banii pentru echipamente moderne și medicamente de calitate au ajuns în buzunarul hoților. Îmi pare rău că țara a pierdut miliarde care puteau fi investite în creșterea nivelului de trai al oamenilor.

Da, lucrurile rele pornesc dintr-o justiție strâmbă și lucrurile bune pornesc dintr-o justiție dreaptă. Știu că sunt în sistem oameni onești și muncitori. Sunt procurori și judecători responsabili și care își iubesc țara. Sunt oamenii care înțeleg că nu e bine ce a fost. Cu acești oameni vom reface încrederea în sistem și în stat. Pe acești oameni o să-i susținem și o să-i încurajăm.

Ministerul Justiției, domnul ministru Litvinenco, au toată încredea și susținerea noastră în acest efort dificil de reformare a sistemului.

Ministerul Justiției, Guvernul, Parlamentul, Președinția vor continua să susțină această reformă și reabilitarea sistemului cu toată puterea. Noi nu ne implicăm în actul justiției, dar ne-am asumat această reformă în fața cetățenilor și vom cere în continuare rezultate.

Vom insista să ducem până la capăt acest efort, oricât de mare va fi rezistența. Repet, miza e prea mare ca să ne lăsăm învinși de dușmanii luptei cu corupția sau de problemele tehnice ale acestei reforme.

Îi invit pe oamenii din sistem, care țin la țara noastră și la viitorul copiilor noștri, să lucrăm de aceeași parte a baricadei, de partea Moldovei, de partea cetățenilor noștri.

6. Discursul Președintelui Maia Sandu la cea de-a treia ediție a Platformei de sprijin pentru Moldova, la Paris

Stimate Doamnele Președinte Emmanuel Macron,
Doamna Ministru Colonna,
Doamna Ministru Baerbock,
Doamnele Ministru Aurescu

Doamnelor și domnilor,
Dragi prieteni ai Moldovei,

Mă bucur să vă salut astăzi la Paris, la cea de-a treia reuniune a Platformei de sprijin pentru Republica Moldova. Această platformă a fost lansată de Franța, Germania și România și s-au alăturat multe alte țări și organizații pentru a ajuta Moldova într-o perioadă dificilă.

Primele două ediții, la Berlin și București, au avut loc într-un moment în care Moldova se confrunta cu un aflus masiv de refugiați ucraineni, insecuritate energetică, provocări economice și sociale provocate de războiul nedrept al Rusiei.

Suntem extrem de recunoscători pentru solidaritatea voastră și pentru angajamentele importante de sprijin. Prin eforturi comune, guvernul a reușit să mențină pacea și stabilitatea, să continue implementarea reformelor, să avanseze pe drumul nostru către Uniunea Europeană, să consolideze reziliența energetică, să îi ajute pe cei mai vulnerabili și să îmbunătățească securitatea frontierelor.

Împreună cu Ucraina, Moldova este acum conectată la rețeaua electrică europeană și facem progrese în construirea unei noi conexiuni electrice cu România. Ne-am făcut primele rezerve de gaze, am redus semnificativ consumul de energie – doar în octombrie am redus consumul de gaze naturale cu 38% și de energie electrică cu 16%. De asemenea, lucrăm pentru a implementa proiecte de energie regenerabilă și pentru a crește investițiile în eficiența energetică.

Am reușit să rămânem pe calea cea bună în circumstanțe dificile, dar drumul care urmează să îl parcurgem rămâne a fi foarte periculos. Pentru Ucraina. Pentru Europa. Și pentru noi - în Moldova.

Ne confruntăm cu o criză energetică dramatică, o economie în scădere și o inflație extrem de ridicată de 35%, un nivel pe care nu l-am mai văzut din 1999. Toți acești factori afectează drastic gospodăriile și întreprinderile; PIB-ul nostru va fi cu 8% mai mic decât previziunile de până la declanșarea războiului.

Ne pregătim pentru o iarnă grea.

Luna trecută, rachetele rusești au traversat spațiul nostru aerian. Resturi de rachete au căzut pe pământul nostru, punându-ne în pericol oamenii și pacea. Între timp, democrația noastră este atacată de grupuri criminale corupte susținute de Rusia. Ne confruntăm cu un război hibrid împotriva Republicii Moldova, care încearcă să ne abată de la reforme și de la integrarea europeană.

Moldova se confruntă și cu o criză energetică acută. Războiul pune în pericol furnizarea energiei electrice și a gazului. Nu suntem siguri că putem găsi suficiente volume pentru a încălzi și ilumina casele noastre. Și chiar dacă reușim - prețurile sunt inaccesibile pentru cetățenii și economia noastră. Acest lucru ar putea pune în pericol pacea noastră socială și securitatea noastră. Știu că toată lumea din Europa plătește un preț foarte mare pentru energie. Dar aceleași prețuri au un impact mult mai mult devastator asupra țării și cetățenilor noștri.

Doar în ultimul an, costul gazelor naturale a crescut de șapte ori, iar costul energiei electrice a crescut de 4 ori. Mulți cetățeni ai Republicii Moldova nu vor putea să-și achite facturile în această iarnă, dacă guvernul nu intervine.

Vreau să mulțumesc partenerilor și prietenilor noștri care deja au promis susținerea lor pentru a ne ajuta să gestionăm multiplele noastre crize. În această iarnă, trebuie să cheltuim mai mult pe compensații specifice pentru consumatorii casnici, pentru a atenua șocul prețurilor ridicate la energie pentru cei mai vulnerabili. În mod similar, au fost puse în aplicare măsuri anticriză pentru sprijinirea întreprinderilor. Ajutorul vostru important va fi vital în lunile următoare.

Printre aceste provocări, continuăm reformele noastre în domeniile justiției, economiei, securității, administrației publice și social. În ultimul an, Moldova și-a îmbunătățit scorul democrației și performanța libertății presei. În calitate de țară candidată la aderarea la UE, ne pregătim pentru discuțiile de aderare și lucrăm la recomandările Comisiei Europene. Am avut cele mai mari exporturi în UE de până acum. Ne aprofundăm integrarea cu UE în domeniul energiei și facem tot posibilul pentru a accelera tranziția către o energie mai ecologică. Am lansat pre-vetting-ul în sectorul justiției, iar un Procuror-șef Anticorupție instruit în SUA conduce acum eforturile noastre de a aduce infractorii în fața justiției.

Cu toate acestea, Moldova rămâne cel mai vulnerabil vecin al Ucrainei. Atât timp cât Ucraina se apără de atacurile rusești, ea apără și Moldova. Apără întreaga Europă. Suntem alături de Ucraina și îi suntem recunoscători poporului său pentru curaj și sacrificiu.

Comunitatea internațională trebuie să facă totul pentru a sprijini Ucraina. Trebuie să ne asigurăm că ucrainenii pot rezista atacurilor și distrugerilor barbare și au posibilitatea să lupte împotriva unui inamic nemilos și neobosit.

Moldova este în prima linie a amenințărilor emergente pentru UE, ca urmare a războiului: contrabanda cu arme, droguri, mărfuri și persoane. Suntem un contribuitor angajat la combaterea acestor riscuri. Dar trebuie să ne sporim capacitățile pentru a proteja Moldova și a proteja UE de aceste riscuri. Buna noastră cooperare cu Frontex și Europol, precum și deschiderea unui hub de securitate al UE la Chișinău în vara acestui an, sunt mărturie a progresului nostru către obiectivele noastre comune. Dar efectele războiului vor fi resimțite zeci de ani înainte. Trebuie să consolidăm în continuare capacitatea poliției și a organelor noastre de aplicare a legii pentru a face față consecințelor.

Între timp, grupările criminale, care vor să destabilizeze situația politică și să răstoarne guvernul încearcă să submineze eforturile noastre în sectorul justiției. Atacurile lor fac parte din războiul hibrid purtat împotriva Moldovei. Un astfel de grup, care plătește oamenii să participe la protestele antiguvernamentale din Centrul Chișinăului în fiecare săptămână, este finanțat direct de Rusia. Astfel de acțiuni ostile sunt o răzbunare pentru condamnarea de către Moldova a războiului, poziția noastră în raport cu Ucraina și pentru alegerea noastră europeană.

Trebuie să lucrăm împreună pentru a opri aceste grupuri. Recent, Statele Unite au sancționat o parte din aceste persoane. Dar trebuie să facem mai mult pentru a reduce capacitatea acestor grupuri de a destabiliza Moldova și regiunea. Prin urmare, solicit partenerilor noștri din această platformă, inclusiv UE și statelor sale membre, să sancționeze infractorii corupți de nivel înalt, care nu numai că fură fonduri publice, ci amenință direct stabilitatea și democrația țărilor noastre.

Doamnelor și domnilor, dragi prieteni,

cetățenii Republicii Moldova au ales democrația, pacea, libertatea și Uniunea Europeană, în locul autocrației, corupției și războiului. Voința societății noastre este puternică, dar instituțiile noastre rămân slabe. Următoarele luni de iarnă vor testa reziliența Moldovei la limită. Putem reuși doar cu sprijinul partenerilor noștri.

Mulțumesc președintelui francez Emmanuel Macron și echipei sale pentru găzduirea celei de-a treia reuniuni a Platformei de sprijin pentru Moldova, astăzi, la Paris. Sprijinul Dumneavoastră consecvent a ajutat Moldova să depășească mai ușor numeroasele provocări. Cel mai important - ne-a ajutat să punem țara pe o cale fermă către UE. Suntem extrem de recunoscători pentru asta.

De asemenea, le mulțumesc copreședinților Annalena Baerbock, Catherine Colonna și Bogdan Aurescu pentru angajamentul personal față de Republica Moldova. Sunt recunoscătoare tuturor țărilor și organizațiilor reprezentate aici pentru solidaritatea și sprijinul concret acordat țării mele.

Angajamentele anunțate astăzi ne vor ajuta să avansăm cu implementarea reformelor, să menținem pacea socială, să menținem stabilitatea și să continuăm să contribuim la un continent mai stabil.

Așteptăm cu nerăbdare să găzduim anul viitor acest grup de prieteni ai Moldovei la Chișinău, pentru următoarea reuniune a acestei platforme de suport.

Dragi prieteni,

Iarna va fi dificilă și anii următori nu vor fi ușori. Pentru Ucraina. Pentru Moldova. Pentru Europa.

Astăzi, stând aici cu voi la Paris, sunt mai încrezătoare ca niciodată că vom reuși să readucem pacea pe continentul nostru. Vom reuși să ne apărăm democrațiile și libertățile. De asemenea, sunt încrezătoare că Moldova va continua să fie un membru mândru al comunității noastre de valori, va adera la Uniunea Europeană și vom continua să lucrăm împreună pentru o Europă mai puternică și mai pașnică.

Vă mulțumesc.

ANEXA 8. EMOȚIILE ȘI CARACTERISTICA LOR

1. BUCURIA

Bucuria este o emoție fundamentală și pozitivă. După opinia lui Descartes bucuria este o emoție plăcută sufletului, produsă de gustarea binelui pe care impresiile creierului i-l înfățișează sufletului ca fiind al lui. Bucuria provine din convingerea pe care o avem că posedăm un anumit bine, iar tristețea din convingerea pe care o avem despre un anume rău sau un anume neajuns al nostru.

Bucuria, mai întâi de toate, este o stare de spirit, o combinație de emoții, iar în contextul spiritual este localizat în inima noastră. Bucuria conține elemente de mulțumire, încredere și speranță.

Sartre definește bucuria ca o conduită magică ce tinde să realizeze prin încântare posesia obiectului dorit, ca pe o totalitate instantanee. Această conduită este însoțită de certitudinea că posesia va fi realizată mai devreme sau mai târziu, însă ea caută să anticipeze acest lucru. [50, p.69]

A fi bucurios necesită să te simți conectat cu alți oameni în viață, cu natura, prin aprecierea artelor și necesită o acceptare a vieții, așa cum este ea. Uneori viața nu ne tratează bine, devastarea financiară, îmbolnăvirea, divorțul, dezvoltarea unei boli cronice, moartea unei persoane dragi sau adaptarea la îmbătrânire. Aceste tranziții sau provocări sunt toate aspectele vieții și toate le vom experimenta în diferite grade până în ziua în care vom muri. Unii cred că bucuria este un angajament conștient de a fi fericit, de a avea un sentiment de mulțumire pentru moment, în ciuda provocărilor vieții. Bucuria este o condiție emoțională de durată internă.

Potrivit lui George Vaillant, bucuria tinde să fie pe lista tuturor emoțiilor pozitive și este totuși cea mai puțin studiată. Bucuria este diferită de fericire și diferită de plăcere [72, p. 131]. Este important de menționat munca psihologului Sylvan Tomkins, care leagă bucuria și suferința înlăturată. Există bucurie de a fi eliberat de captivitate, de a recâștiga ceea ce se credea pierdut. Există, de asemenea, bucurie în observarea minunilor mici, dar obișnuite ale vieții, cum ar fi privirea copilului care face un prim pas.

Scott Stephens susține că bucuria este una dintre cele mai importante emoții din viața morală și totuși este una despre care există o mulțime de tulburări conceptuale. O știm când o simțim, o știm când se încheie, dar nu avem un sens clar despre ceea ce ar trebui să-o provoace și care este substanța sau sensul ei.

La fel Stephens afirmă că bucuria este o emoție care aburește singurătatea. Aceasta este dimensiunea convivialității - a bucuriei cu ceilalți, a sporirii bucuriei cuiva prin experiența bucuriei celorlalți. Cu alte cuvinte, bucuria nu poate fi solipsistă (Solipsismul este o atitudine conceptuală extremă care declară că numai propria individualitate există, iar restul sunt reflectări modale în personalitate, sunt construcții ale percepției sau intelectului.)

Dar, în al doilea rând, dezamăgirea, întârzierea și chiar durerea fac parte din condiția bucuriei. Acestea nu oferă doar bucurie odată cu înfăptuirea ei, dar delimitează însăși experiența bucuriei. Până la urmă, dacă bucuria este totul, atunci bucuria nu este nimic.

Bucuria este o emoție complexă, există foarte puține studii, care au drept obiect de studiu emoția bucuriei, chiar și când alegem o carte motivațională, nu alegem și nici nu există îndrumare care să ne învețe cum să fim bucurioși, dar cum să fim fericiți, cum să fim puternici etc. există. Această emoție este una retrospectivă, deseori simțim o bucurie doar când ne amintim de un eveniment care ne-a marcat emoțional.

Prin urmare, bucuria vine din experiențele care sunt încântătoare și memorabile atunci când simți că totul este corect, atunci când te simți fericit, în siguranță, mulțumit și confortabil. Este un sentiment de fericire și plăcere deosebită care înalță spiritul.

2. TRISTEȚEA

Tristețea este una dintre emoțiile de bază care joacă un rol important în viața noastră de zi cu zi. Oamenii de știință au descoperit că tristețea are un efect mult mai puternic asupra noastră decât să ne facă să simțim furie sau să ne aducă la lacrimi. Psihologii evoluționiști susțin că tristețea este prețul pe care îl plătim pentru capacitatea noastră de a ne stabili obligațiuni unul față de altul. Oamenii depind unul de celălalt pentru a supraviețui. Tristețea este emoția care ne face să ne amintim acest fapt. Tristețea este emoția care însoțește izolarea de ceilalți sau singurătatea, este ceea ce îi determină pe oameni să investească continuu în relații.

Sartre identifică tristețea pasivă și cea activă. Tristețea pasivă se caracterizează printr-o conduită de sleire. Atunci când suntem triști preferăm penumbra, liniștea, solitudinea, pentru a fi singuri cu durerea noastră. [50, p.66], dar această părere este greșită, deoarece în esență nimeni nu îndrăgește durerea și, cu atât mai mult, singurătatea. Motivul este cu totul altul: una dintre condițiile obișnuite ale acțiunii noastre dispărând, lumea cere de la noi să acționăm în cadrul ei și asupra ei fără acea condiție. [50, p.66] Astfel, conștiința unei persoane care e deprinsă să fie într-o anumită stare, atunci când este schimbată, începe să caute noi căi de supraviețuire, noi mijloace de a îndeplini toate cerințele cu care era deprinsă conștiința

persoanei. Tristețea vizează suprimarea obligației de a căuta căi noi, de a transforma structura lumii printr-o structură nediferențiată. [50, p.66]

Tendința noastră de a evita tristețea este aproape instinctivă. De la o vârstă foarte mică, încercăm să evităm sentimentele triste. Deși nu este intenționat, avem tendința de a transmite mesajul că tristețea este rea și trebuie evitată. Cu toate acestea, cercetările au arătat că tristețea poate fi o emoție adaptativă cu beneficii reale.

Adesea tristețea este confundată greșit cu depresia. Spre deosebire de depresie, tristețea este o parte naturală a vieții și este de obicei legată de anumite experiențe de durere sau pierdere sau chiar de un moment semnificativ de legătură sau bucurie care ne face să ne valorificăm viața. Pe de altă parte, depresia poate apărea fără o explicație clară sau poate rezulta dintr-o reacție nesănătoasă, neadaptativă la un eveniment dureros, în care fie acționăm împotriva reacției noastre naturale la eveniment, fie suntem copleșiți de acesta. Atunci când ne aflăm într-o stare deprimată, de multe ori ne simțim amorțiți sau ne împiedicăm de emoții. Este posibil să avem sentimente de rușine, de vină de sine sau de auto-ură, toate acestea fiind susceptibile să interfereze cu un comportament constructiv, producând în schimb lipsă de energie și vitalitate. Tristețea, pe de altă parte, poate însemna deșeptare, pe de altă parte, tristețea este o emoție vie care ne poate servi pentru a ne aminti de ceea ce contează pentru noi, ceea ce dă sensul vieții noastre.

După cum a subliniat psihologul Robert Firestone, „Când simțim tristețe, ne centreză.” În general, atunci când ne recunoaștem emoțiile și ne permitem să le simțim într-o capacitate sănătoasă și sigură, ne simțim mai siguri, mai mult noi înșine și chiar mai rezistenți. Dimpotrivă, suprimarea emoțiilor ne poate face de fapt să ne simțim mai deprimati. Adesea, oamenii tind să diminueze sau să-și dramatizeze emoțiile în loc să le simtă. Să exagerăm sau să rumegăm în tristețea noastră sau să ne cufundăm în mila față de noi înșine poate fi foarte distructiv și inadaptabil. Pe de altă parte, dacă permitem să ne simțim adevărata tristețe în legătură cu lucrurile reale, emoția se poate deplasa prin noi ca un val, atingând apogeul. Asta nu înseamnă că toată durerea va fi redusă sau va dispărea pentru totdeauna, dar putem învăța s-o simțim atunci când apare și apoi să continuăm să ne trăim viața, simțindu-ne mai vitali, mai veridici și mai echilibrați.

Despre tristețe se vorbește mult în literatura de specialitate și în discursurile mediatică, care pun un accent sporit pe emoții în general, dar și pe lupta cu emoțiile negative. De cele mai multe ori tristețea în asociere cu alte emoții negative poate duce la depresie, care poate fi tratată cu ajutorul unui medic.

3. FURIA

Furia este una dintre emoțiile umane de bază, la fel de elementară precum fericirea, tristețea, anxietatea și dezgustul. Aceste emoții sunt legate de supraviețuirea de bază și au fost accentuate pe parcursul istoriei umane. Furia se rezumă la răspunsul „luptă, zbor sau îngheț” al sistemului nervos simpatic; pregătește oamenii să lupte.

[143]

Lupta nu întotdeauna presupune o putere fizică, furia ar putea motiva unele persoane dintr-o comunitate să combată nedreptatea prin schimbarea legilor sau aplicarea de noi norme comportamentale. Desigur, o persoană mereu furioasă poate submina relațiile interpersonale, însăși furia resimțită des și pe un termen mai îndelungat este dăunătoare. Medicii afirmă că eliberarea prelungită a hormonilor de stres care însoțesc furia pot distruge neuronii din zonele creierului care răspund de judecată și memorie pe termen scurt și pot slăbi sistemul imunitar.

Când suntem iritabili, căutăm o oportunitate de a deveni furioși și interpretăm lumea într-un mod care să ne permită, sau chiar să ne ceară, să devenim furioși. Devenim supărați din cauza problemelor care nu pot fi rezolvate. Devenim furioși dacă aceste probleme sunt de o durată mai lungă. Furia este probabil mai puternică și durează mai mult decât supărarea sau starea de spirit iritabilă. Furia reduce flexibilitatea noastră și ne face mai puțin receptivi la nuanțele de schimbare a mediului nostru. La fel, furia, ne face să fim mai critici în interpretarea mesajelor și mai pasivi față de răspunsurile date de noi. [22, p.67] Deși furia este considerată o emoție negativă ea poate avea și efecte pozitive. Mai mulți psihologi consideră furia o emoție normală și sănătoasă, pe care am putea-o experimenta dacă simțim că suntem atacați, înșelați, frustrați, tratați pe nedrept. De fapt, furia poate fi uneori utilă, de exemplu, senzația de supărare despre ceva poate să ne ajute să identificăm problemele sau lucrurile care ne dor, să ne motiveze să creăm schimbări, să ne atingem obiectivele și să mergem mai departe, să ne ajute să stăm

în siguranță și să ne apărăm în situații periculoase, oferindu-ne o explozie de energie ca parte a instinctului nostru de luptă.

Majoritatea oamenilor vor experimenta episoade de furie care se simt manevrabile și nu au un impact mare asupra vieții lor. Învățarea unor modalități sănătoase de a recunoaște, a exprima și de a face față furiei este importantă pentru sănătatea noastră mentală și fizică.

Sartre consideră că furia nu este un instinct, nici o deprindere, nici un calcul rațional. Ea este o soluție subită pentru un conflict, un mod de a tăia nodul gordian. [50, p. 46] Astfel, furia este considerată o emoție spontană, care apare ca o reacție bruscă în cazul unei situații tensionate. Deseori furia este interpretată ca o relaxare, atunci când persoana recurge la furie pentru a-și elibera și alte emoții care îl macină. Sartre afirmă că furia apare ca o evadare. Conduita furie mai puțin bine adaptată la problemă decât conduita superioară – imposibilă – care ar rezolva-o, este totuși perfect adaptată la trebuința de a rupe tensiunea, de a scutura acea mantie de plumb care ne apasă pe umeri. [50, p.47]

4. FERICIREA

Fericirea, ca și multe alte emoții, nu are o definiție clară. Nu în zadar există expresia nu e îndeajuns să fii fericit, trebuie să știi că ești fericit. Sau cum afirma Marcus Aurelius: niciun individ nu este fericit dacă nu gândește el însuși că este fericit. Starea de fericire a fost întotdeauna analizată de filosofi, iar acum este cercetată intens de specialiștii în științe socio-umane.

Din punct de vedere semantic, lexemul fericire are două sensuri, cel de emoție și cel de stare. Mai exact, o emoție intensă de scurtă durată și o stare sufletească de mulțumire asociată cu o satisfacție. Fericirea ca stare presupune mai multe emoții pozitive: bucurie, veselie, satisfacție, extaz, acceptare, mulțumire, beatitudine, plenitudine, mândrie, împlinire etc. Aceste emoții pot avea un grad de intensitate diferit și pot fi asociate câte două sau mai multe împreună. Conform unor surse, fericirea este preponderența emoțiilor pozitive asupra emoțiilor negative.

Această categorie de definiții accentuează experiența emoțională pozitivă. Cel fericit fie trăiește emoții pozitive într-o anumită etapă din viață, fie este predispus la emoții pozitive, indiferent le trăiește la moment sau nu. [6, p.15]

Starea de fericire este cercetată încă în lucrările lui Aristotel, în care face apel la eudemonism. Eudemonismul este o teorie etică de origine greacă: eudaimonia și înseamnă fericire.

Aristotel nu s-a referit la o viață care conduce la bucurie, ci la o viață virtuoasă. În viziunea lui eudemonismul este teorie în care fericirea este un scop suprem al existenței omului, firea lui fiind spontan înclinată să dobândească plenitudinea bucuriei de a trăi astfel încât calea ce duce spre maximă fericire să presupună urmarea înclinațiilor natural virtuoză sădite în fiecare individ. [6, p.30]

O altă tradiție a studiului stării de bine este hedonismul, care provine la fel ca și eudemonismul din greacă, hedon, ce înseamnă plăcere. Susținătorii hedonismului au fost criticați pentru această teorie, deoarece plăcerea a fost interpretată greșit de către critici. În viziunea hedoniștilor o persoană poate să primească plăcere de la o prietenie sau simpatie față de cineva, de la reputația sa în societate etc.

Astfel, fericirea nu se reduce la hedonismul de nivel fizic, ci rezultă și din împlinirea scopurilor, a finalităților valorizate în diverse domenii ale existenței. [6, p.17]

De fapt, cele două teorii nu pot fi analizate practic separat, în ceea ce privește dinamica, consecințele stării de bine nu putem face o delimitare exactă unde este o fericire eudemonică și unde este o fericire hedonică.

Fericirea este o emoție și o stare subiectivă, pentru fiecare om fericirea este diferită, nu există o conceptualizare exactă a acestei stări sau emoții. Determinarea stării de fericire ține de standardele personale a fiecărui individ. Noi o definim mai mult ca o asociere dintre satisfacție și bucurie sau împlinire și mulțumire. Caracterizând fericirea, nu putem să ignorăm situaționalitatea, pentru unii fericirea este emoția trăită la moment, pentru alții fericirea este o emoție în retrospectivă, când persoana își amintește de o situație trăită deja în care era fericit și el simte o mulțumire și o bucurie mult mai mare în prezent decât a simțit în trecut. La fel, de situaționalitate depinde întreaga inteligență emoțională a unei persoane, deoarece un individ poate să simtă starea de fericire când este în sânul familiei, când este la serviciu, când este cu prietenii etc. Situația poate fi aceeași, doar intensitatea fericirii poate fi diferită, dacă este influențată de anumiți factori imprevizibili, care tot sunt în corelație cu situaționalitatea. Astfel, experiențele emotive sunt relativ identice în anumite împrejurări.

La nivel fiziologic, fericirea provoacă niște schimbări sau, mai bine zis, senzații. Musculatura netedă a stomacului și a intestinelor se contractă, astfel apar așa numiții fluturi în stomac. Crește frecvența bătăilor inimii, crește afluxul de sânge. [107]

Din punct de vedere al limbajului non-verbal, o persoană fericită poate râde zgomotos, bate din palme, face gesturi necontrolate, uneori chiar poate plânge. Pentru a nu recurge la aceste gesturi necontrolate, persoanele au o inteligență emoțională care îi ajută să nu cadă pradă emoțiilor. De acest fapt este responsabil nucleul amigdalian, care este centrul cerebral major destinat procesării evenimentelor de natură emoțională, mai exact este porțiunea anterioară a circumvoluției corpului calos (o parte a lobului limbic), care poate pune în acțiune un registru mult mai larg de manifestări comportamentale. [107]

În concluzie, analizând mai multe studii psihologice, fericirea poate fi definită din punct de vedere al timpului în două moduri: fericirea pe parcursul vieții și cea de moment. Persoana care este întrebată dacă în general se consideră fericită va analiza viața per total și cu siguranță va găsi momente și situații în care ea a fost fericită. Dar dacă aceeași persoană va fi întrebată dacă este fericită la moment, aici vor apărea o serie de factori care vor fi analizați: starea de sănătate la moment, atmosfera din familie, caracterul persoanei interogate, persoanele care sunt în preajmă, locul în care se află la momentul interogării. O persoană extrovertă va spune totul cu ușurință, una introvert va încerca să se eschiveze de la răspuns. Astfel, fericirea poate fi considerată o emoție condiționată și temporală. Ea se rezumă la gradul de mulțumire al persoanei pe o perioadă mai îndelungată și este dependentă de împrejurimi când este analizată pe moment.

Abordând filosofic fericirea, ea rămâne totuși o dimensiune inefabilă, adică ceva ce nu poate fi exprimat prin cuvinte.

5. DEZGUSTUL

Din motiv că nu știm sigur cum și în ce moment au apărut primele cercetări ale emoțiilor. Totuși, unele emoții par a fi descoperite odată cu dezvoltarea omenirii. Din acest punct de vedere, există probabilitatea că emoția dezgustului a fost una dintre primele emoții descoperite și percepute de om. Cele mai simple organisme ar fi trebuit să posede sisteme biologice care să ofere motivație pentru reacția de detașare și de abordare, deoarece această reacție joacă un rol fundamental în supraviețuirea organismului.

Omul modern, intrând în interacțiuni complexe și diverse cu mediul, atât fizic, cât și social, demonstrează o mare varietate de reacții de detașare de realitate. El are multe mecanisme motivaționale care îl încurajează să accepte o altă persoană, obiect, eveniment și aceeași varietate de mecanisme care îl obligă să evite anumiți stimuli. [86, p.208]

Studierea emoției dezgustului și a expresiei faciale în acest caz ne oferă o mulțime de informații valoroase despre emoțiile umane în general. Emoțiile sunt una dintre caracteristicile fundamentale ale unei persoane. Nu există nicio persoană care este privată de experiențe emoționale. Dezgustul, ca și emoție, este perceput mai mult din aspectul evitării.

Această emoție își are rădăcinile în antichitate și se referă mai mult la acele părți ale creierului care oferă senzații de gust și comportament alimentar. La un copil nou-născut se poate observa o grimasă caracteristică și perfect distinctivă a dezgustului. [86, p.208]

Se consideră că dezgustul își are originea din reacția la alimente, din cauza unei componente cognitive referitoare la proprietățile stimulilor dezgustători. [144]

Rosin și Fallon au dezvoltat o teorie a dezgustului, în care emoția dezgustului este strâns asociată cu comportamentul alimentar. Aversiunea este considerată de ei ca o reacție fiziologică a respingerii obiectelor, dezvoltată din interacțiunea dintre sistemul imunitar și sistemul nervos central în procesul selecției variabilelor adaptative. Prin obiecte se înțelege nu doar produse de origine animală.

Rosin și Fallon identifică patru posibile cauze ale respingerii alimentelor:

- 1) mâncare fără gust (una care individului nu-i place);
- 2) alimente periculoase (otrăvitoare);
- 3) obiecte necomestibile ca aliment (de exemplu, lemn sau nisip);
- 4) mâncare dezgustătoare (alimente contaminate). [86, p.210]

La fel Rosin și colegii săi cercetători au propus o taxonomie cu patru factori ai dezgustului, argumentând că stimulii dezgustului pot fi clasificați în patru mari categorii: dezgustul de bază, dezgustul de natură animală, dezgustul interpersonal și dezgustul moral. [144]

Dezgustul este un mecanism complex, șlefuit evoluționistic, care orientează supraviețuirea umană de la un nivel elementar până la un nivel complex precum alegerea morală după care un individ se afiliaza unui grup social sau unei idei politice, ajută la păstrarea identității culturale și conduce mintea umană spre căutarea sacralului și purității. Prin urmare, experiența emoțională este resimțită de fiecare persoană și în relațiile sociale. O persoană poate fi dezgustată de o situație, de o altă persoană, de o idee etc.

În discurs, dezgustul este mai mult provocat decât experimentat. Un emițător poate descrie atitudinea sa față de subiectul discutat prin dezgust, dar mai des poate provoca dezgust receptorilor prin abordarea anumitor teme. Dezgustul din câmpul social este provocat și de dorința de a păstra o anumită distanță între persoane sau grupuri de persoane și are ca scop tot păstrarea unei atitudini personale sau a unei omogenități de grup. Afilierea morală, spirituală, politică sau provoacă un individ să păstreze distanța sau să accepte contactul cu un stimul al dezgustului. Pe lângă dezgustul la alimente există și dezgustul moral care are ca tema frica de degradare spirituală. Aici este vorba de grija față de personalitate, față de moralitate a fiecărei persoane. Categorisim dezgustul ca fiind unul moral, deoarece aceasta este emoția pe baza căreia se construiește conceptul de demnitate umană sau pe baza căreia se condamnă viciile umane precum ipocrizia, cruzimea, trădarea, lașitatea, etc. Un factor interesant este ca această emoție este generată doar de ce fac alții, dar nu și de propria persoană.

Dacă alte emoții pot fi monitorizate cu ajutorul inteligenței emoționale, atunci dezgustul este mai dificil de monitorizat. Un exemplu elocvent este compararea furiei cu dezgustul. Atunci când o persoană este furioasă, ea simte că îi „fierbe” sângele, că poate exploda dacă nu-și potolește furia sau nu elimină cauza frustrării, în timp ce, dezgustată de ceva, o persoană caută în primul rând să elimine obiectul dezgustului sau să se îndepărteze de el.

În concluzie, dezgustul poate fi definit ca un fenomen care include procese neurofiziologice, comportamentale expresive și experiențe specifice. La baza dezgustului este moralitatea sau sensibilitatea morală, care este definită ca și capacitatea și motivația universală a omului de a evalua obiecte, evenimente și comportamente ca fiind bune sau rele, corecte sau incorecte. Analizând dezgustul ca emoție regăsită în arta discursivă facem trimiteri și la codurile morale, care au ca funcție reglarea și motivarea comportamentului uman, facilitând interacțiunea interpersonală, coeziunea socială, identitatea culturală și religioasă și indirect supraviețuirea umană.

6. FRICA

Frica este considerată o emoție negativă, care este des simțită și discutată, atât de specialiștii în psihologie, cât și de specialiștii din alte domenii.

Conform dicționarului de psihologie frica este o reacție emoțională de tipul afectului care survine când subiectul ajunge într-o situație primejdioasă fără a fi pregătit pentru aceasta. Spre deosebire de teamă care se referă la un obiect și anticipă primejdia, frica implică un factor de surpriză. [156]

Frica nu poate fi echivalată cu anxietatea. Frica este o emoție complexă, specifică, care merită să fie identificată într-o categorie separată. Considerarea fricii ca emoție specifică ne permite să o diferențiem de fenomenul anxietății. Anxietatea este asociere de emoții, iar frica nu este decât una dintre ele. Considerarea fricii ca o emoție separată, diferită de fenomenul anxietății, ne permite să analizăm influența specifică a fricii asupra proceselor cognitive și actelor comportamentale, precum și caracteristicile interacțiunii sale cu alte emoții. [86, p.14]

Fiecare persoană a simțit cel puțin o dată frica, iar atunci când își amintește de această emoție, persoana reconstruiește și situația în întregime, cu detalii. Frica poate provoca diferite stări, la diferite vârste. În copilărie, frica poate fi provocată de niște factori cum ar fi un păianjen sau un câine, dar odată cu înaintarea în vârstă, frica poate dispărea sau poate fi provocată de alți factori. Pe măsură ce o persoană crește, natura obiectelor care provoacă frica se schimbă.

Ca orice altă emoție, frica are manifestări fiziologice și comportamentale. Teoria emoțiilor diferențiale interpretează un astfel de conflict comportamental ca rezultat al unei fluctuații între emoția fricii (motivarea reacției de evitare) și emoția de interes (motivarea activității de cercetare). Relația specifică dintre emoțiile de frică sau surpriză pot fi rezultatul învățării. Într-un discurs didactic, mai cu seamă în procesul de predare, o persoană poate dobândi experiență emoțională, iar orice emoție poate deveni un stimul al fricii. În plus, frica în sine este un factor stimulator. Experimentând frica și exprimând-

o în comportament, o persoană primește feedback din propria exprimare emoțională, iar acest lucru îi poate spori frica. În acest sens, frica în sine poate înspăimânta o persoană.

Procesele cognitive pot fi considerate stimuli ai fricii, deoarece frica, de exemplu, poate fi cauzată și de memorie. Atunci când ne amintim de un anumit obiect, de imaginea mentală a obiectului sau de anticiparea unei anumite situații.

Din păcate, procesele cognitive reflectă destul de des nu o amenințare reală, ci una fictivă, în urma căreia unei persoane începe să-i fie frică de situații care nu reprezintă o amenințare reală, sau prea multe situații, sau viața în general. Amintirea fricii sau așteptarea fricii în sine poate fi un activator al fricii. Dacă o persoană percepe din greșeală o altă persoană ca o sursă de amenințare, poate simți frică nu numai atunci când îl întâlnește de fapt, dar când se gândește la el sau se așteaptă să-l vadă. [86, p.230]

Frica mai poate fi stimulată și de mulți alți factori, cum ar fi:

- Singurătate;
- Schimbări bruște în viață;
- Persoane;
- Anticiparea durerii etc.

Durerea este primul și cel mai important dintre activatorii naturali ai fricii. Persoana care se află în așteptarea durerii este mai agitat și suferă mai multe schimbări din punct de vedere fiziologic. Orice obiect, eveniment sau situație legată de experiența durerii poate deveni un stimul condițional.

Un alt activator natural al fricii este singurătatea. Adesea, fiind singură, o persoană simte o amenințare la adresa siguranței sale, dar imediat ce se regăsește printre oameni, frica dispare.

Spontaneitatea din viața oricărei persoane provoacă un șir de emoții. Una dintre aceste situații ar putea fi cauzată de o pierdere bruscă a sprijinului sau a unei persoane de încredere.

Înălțimea este considerată un activator al fricii, de asemenea, mai este considerată ca un semnal natural de pericol.

Vorbind de teama de înălțime trebuie să specificăm că o frică mai intensă este numită de specialiști, psihologi - fobie. Fobiile sunt definite ca reacții emoționale necondiționate, dar și reacții emoționale condiționate care se bazează pe o predispoziție biologică (sau dorința) unui individ de a reacționa cu frică la anumiți stimuli.

Mai mulți specialiști din domeniul psihologiei au elaborat o listă a caracteristicilor specifice ale fobiilor:

1. Persoanele care suferă de fobii nu-și pot aminti niciun caz când un obiect înspăimântător le-ar fi provocat vreun rău. Fobiile apar brusc, fără un motiv exact.
2. Persoanele care suferă de fobii pot enumera multe evenimente nocive care nu le-au provocat frică și n-au dus la dezvoltarea unei fobii.
3. O frică moderată poate apărea după o perioadă de stres care nu este caracterizată de vreun eveniment traumatic specific.
4. Manifestările de frică sau de fobie apar fără nicio legătură aparentă cu contextul situației sau cu un eveniment specific.
5. Unele fobii (de exemplu, agorafobia) devin atât de generalizate, încât individul nu este capabil să înțeleagă de ce anume îi este frică.
6. Temerile persoanelor cu fobii nu dispar după întâlnirile repetate și sistematice cu un obiect înspăimântător, chiar și în absența consecințelor negative ale acestei coliziuni, în ciuda faptului că persoanele sunt conștiente de iraționalitatea temerilor lor.

În cazul discursurilor, frica apare mai mult din partea emițătorului, atunci când există riscul să nu fie înțeles sau să expună idei neacceptabile de public. Teamă de public este, de fapt, o emoție ușor de controlat cu ajutorul inteligenței emoționale. Deseori frica poate da imbolduri oratorului să prezinte mult mai bine mesajul din discurs, deoarece adrenalina din corp îl provoacă inconștient să prezinte bine. Uneori efectul fricii ar putea fi cu totul invers, oratorul ar putea să se blocheze. Deși, în mod tradițional, este considerată o emoție „negativă”, frica deține de fapt un rol important în a ne păstra în siguranță, deoarece ne mobilizează să facem față potențialului pericol.

În concluzie, frica este o emoție umană naturală și puternică. Ea implică un răspuns biochimic universal, precum și un răspuns emoțional individual ridicat. Frica ne avertizează asupra prezenței pericolului sau a amenințării de rău, indiferent dacă pericolul este fizic sau psihologic. Uneori frica provine din amenințări reale, dar poate fi provocată și din pericolele imaginate.

7. SURPRIZA

Surpriza este una dintre cele șapte emoții universale și apare atunci când întâlnim sunete sau mișcări bruște și neașteptate. Fiind cea mai scurtă dintre emoțiile universale, funcția sa este să ne concentrăm atenția pe determinarea a ceea ce se întâmplă și dacă este sau nu periculos.

Păreră cercetătorului Izard este că surpriza nu poate fi numită emoție în sensul deplin al cuvântului, deoarece nu are același set de caracteristici care sunt inerente unor emoții de bază precum bucuria sau tristețea. [86, p. 144]

Din punct de vedere fiziologic, surpriza poate fi recunoscută după sprâncenele înălțate și curbate. Această înălțare produce riduri orizontale de-a lungul frunții (deși aceste riduri nu apar la toate persoanele). Ochiul sunt larg deschiși, cu pleopa de deasupra ridicată și cea de jos relaxată (și nu tensionată ca în cazul fricii). Gura este deschisă. [130]

Fiecare dintre noi este familiarizat cu sentimentul de surpriză, dar este foarte dificil de descris această emoție. Acest lucru se datorează parțial faptului că surpriza este o emoție de scurtă durată, dar un rol și mai important îl joacă faptul că într-un moment de surpriză mintea noastră pare să rămână goală, toate procesele de gândire par să se oprească. De aceea, reacția surprizei nu capătă suficientă înțelegere și este foarte rar descrisă de către specialiști.

Experiența surprizei este cam asemănătoare senzației de șoc electric ușor: mușchii tăi se contractă instantaneu și simți o ușoară senzație de furnicături ca de la o descărcare care îți trece prin nervi, ceea ce te face să fii uluit. [86, p. 144] Din acest motiv, atunci când suntem surprinși, noi nu știm cum să ne comportăm, cum să reacționăm la unii stimuli, în acest moment surpriza, ca emoție, ne creează o stare de incertitudine. Spre deosebire de alte emoții, surpriza nu poate motiva comportamentul unei persoane mult timp.

Principala funcție a surprizei este de a pregăti o persoană pentru interacțiune eficientă cu un eveniment nou, brusc și cu consecințele acesteia. Dorința de a cunoaște ceva nou este extrem de importantă pentru o persoană. În general, principala funcție a surprizei este de a opri activitatea sistemului nervos în momentul unei schimbări bruște a mediului, care nu mai este relevant și poate interfera cu adaptarea. Creierul nostru este stagnat în momentul surprizei, noi conștientizăm situația în care ne aflăm, dar acțiunile noastre nu întotdeauna vor fi înțelese de ceilalți. Surpriza ar putea fi egalată cu spontaneitatea. Astfel, are loc activarea sistemului somatic și se atestă o creștere temporară a activității neuronale care poate fi detectată prin desincronizare. Deși, dacă răspunsul este nespecific sau prelungit, desincronizarea implică întregul cortex cerebral și devine tonic. [134]

În concluzie, surpriza este o emoție neutră, nu este nici pozitivă, nici negativă. Caracteristicile surprizei se diferențiază de celelalte emoții. Surpriza este cea mai scurtă emoție din toate, ea apare brusc, poate genera noi stimuli.

Surpriza este reflectarea unei realități, de obicei în viitorul nostru se întâmplă o mulțime de lucruri imprevizibile. Surpriza se intensifică atunci când situația este importantă pentru noi, dar rămâne a fi marcată de emoția care urmează. Surpriza este importantă, deoarece facilitează curiozitatea. Această emoție poate afecta atitudinea față de alte evenimente. De exemplu, atunci când o persoană este surprinsă, argumentele pot deveni surprinzătoare și, de cele mai multe ori, sunt mai persuasive. Persuasiunea se rezumă la aceea că surpriza este un sentiment dificil de definit din cauza cantității de stimuli care o pot provoca, iar pe de altă parte, în multe ocazii surpriza este ca un prolog sau un preludiu la o altă emoție. În aceste momente persoana este mai convingătoare, iar publicul primește orice reacție spontană ca una obișnuită. Deși persoana poate manifesta reacții ce vor atrage atenția publicului, după surpriză poate urma o stare de fericire sau de tristețe.

Diagrame

Diagrama 1

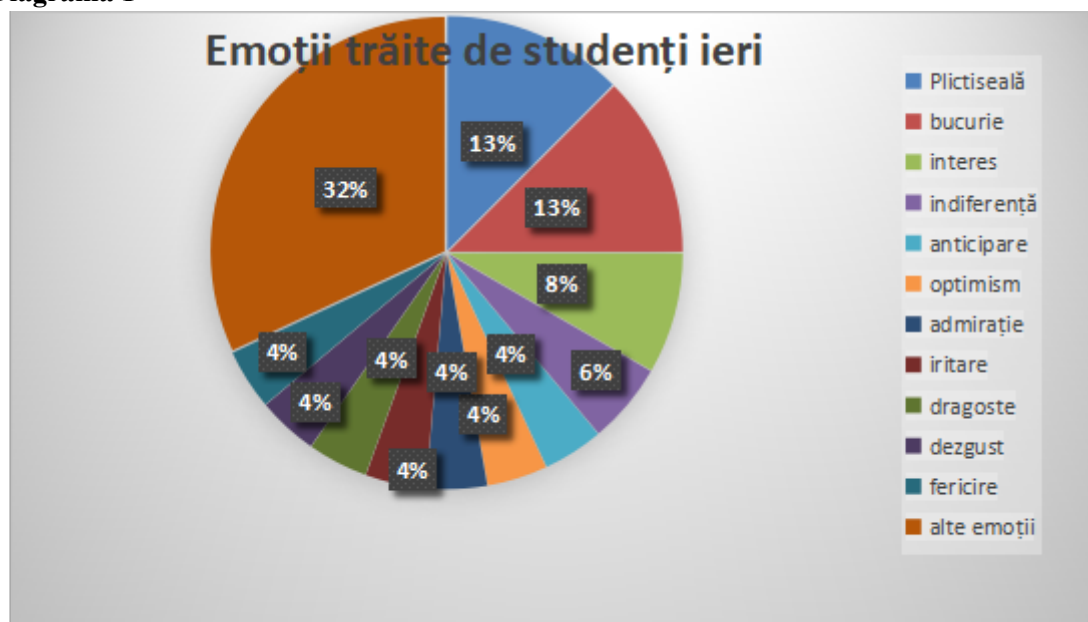


Diagrama 2

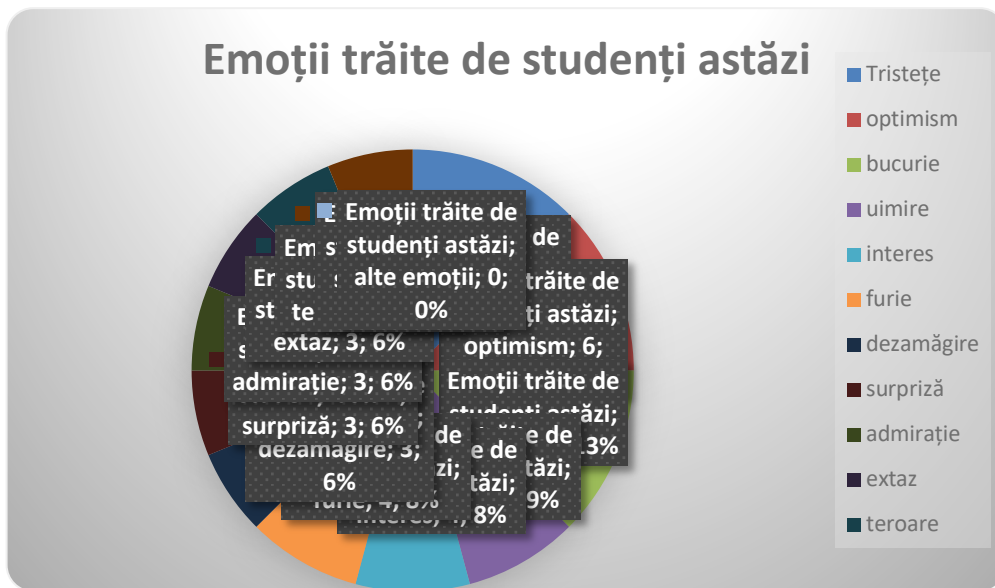


Diagrama 3

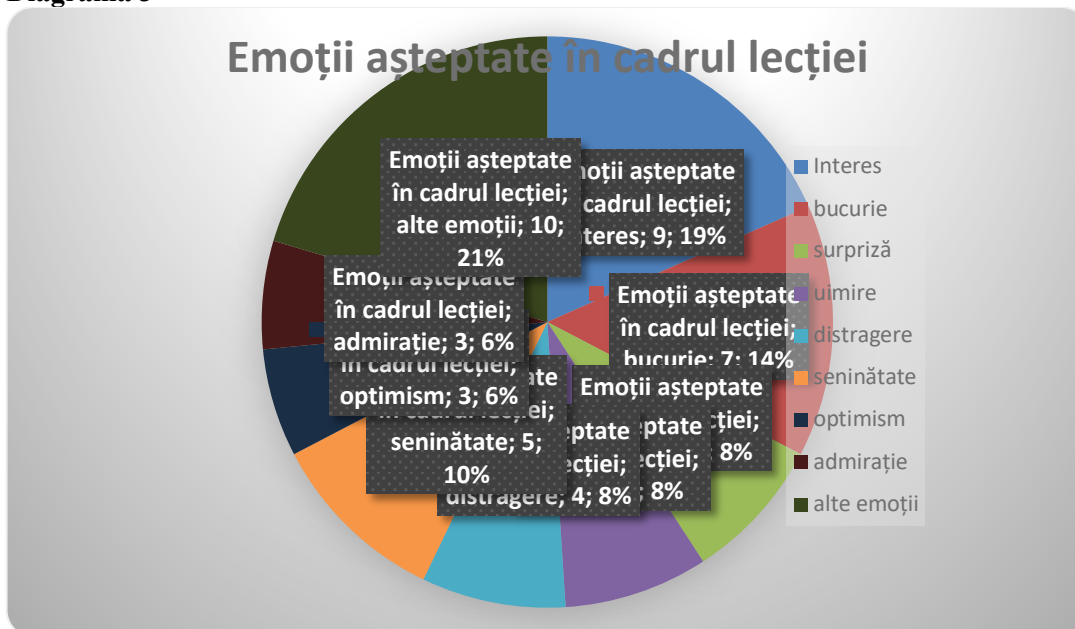
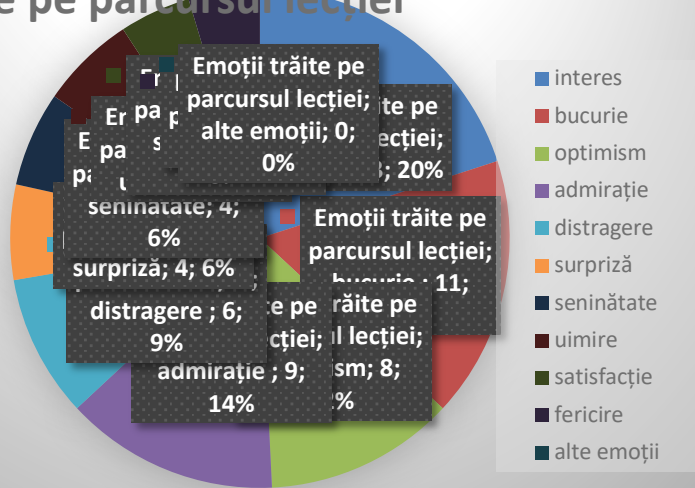


Diagrama 4

Emoții trăite pe parcursul lecției



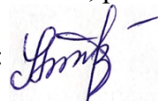
Declarație privind asumarea răspunderii

Subsemnata, Lopatiuc Alina declar pe proprie răspundere că materialele prezentate în teza de doctorat sunt rezultatul propriilor cercetări și rezultate științifice. Conștientizez că, în caz contrar, urmează să suport consecințele în conformitate cu legislația în vigoare.

Numele de familie, prenumele:

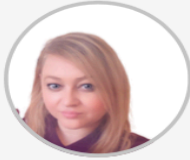
Lopatiuc Alina

Semnătura:



Data: 22.11.2023

CV-ul autorului



Alina Lopatiuc

Data nașterii: 30/05/1988 | **Cetățenie:** moldoveană | **Gen:** Feminin |

Număr de telefon: (+373) 68066704 (Număr de telefon mobil) | **E-mail:**

alina.lopatiuc@usmf.md |

Adresă: str. Fantalului 15, ap. 11M, Chișinău, Moldova (Acasă) |

Adresă: str. Ștefan cel Mare 194A, Chișinău, Moldova (Muncă)

● EXPERIENȚA PROFESIONALĂ

08/2011 – ÎN CURS Chișinău, Moldova

ASISTENT UNIVERSITAR UNIVERSITATEA DE STAT DE MEDICINĂ ȘI FARMACIE " NICOLAE TESTEMIȚANU"

Profesoară de limba română pentru studenți alolingvi și internaționali cu predarea în limba engleză, profesoară de limba latină, profesoară la cursul Terminologie medicală funcțională contemporană

2011 – 2013 Chișinău, Moldova

LECTOR UNIVERSITAR UNIVERSITATEA SLAVONĂ DIN REPUBLICA MOLDOVA

Profesoară de limba română și profesoară de limba engleză în cadrul Facultății de Drept

07/2010 – 12/2010

COLABORATOR LITERAR REVISTA SOCIAL - CULTURALĂ "MOLDOVA"

01/05/2023 – 01/11/2023 Chișinău, Moldova

PROFESOARĂ DE LIMBA ENGLEZĂ PENTRU REFUGIAȚII DIN UCRAINA ASIST- NGO/ HIAS MOLDOVA

Predarea limbii engleze la refugiați în proiectul English courses for Refugees organized by ASIST NGO and HIAS MOLDOVA

● EDUCAȚIE ȘI FORMARE PROFESIONALĂ

01/11/2012 – 01/08/2015 Chișinău, Moldova

STUDII DE DOCTORAT Universitatea de Stat din Moldova, Facultatea de Litere

Adresă Str. M.Kogălniceanu 65, Chișinău, Moldova

01/10/2010 – 2012 Chișinău, Moldova

STUDII DE MASTERAT, SPECIALITATEA LINGVISTICĂ GERMANICĂ Universitatea de Stat din Moldova, Facultatea de Limbi și literaturi străine

Adresă Str. M.Kogălniceanu 65, Chișinău, Moldova

2007 – 2010 Chișinău, Moldova

STUDII DE LICENȚĂ, SPECIALITATEA LIMBA ȘI LITERATURA ROMÂNĂ - LIMBA ENGLEZĂ Universitatea de Stat din Moldova, Facultatea de Litere

1995 – 2007 Briceni, Moldova

STUDII LICEALE Liceul teoretic "Grigore Vieru"

● **COMPETENȚE LINGVISTICE**

Limbă(i) maternă(e): **LIMBA ROMÂNĂ**

Altă limbă (Alte limbi):

	COMPREHENSIVNE		VORBIT		SCRIS
	Comprehensiune orală	Citit	Exprimare scrisă	Conversație	
ENGLEZĂ	C2	C2	C1	C1	C1
RUSĂ	C2	C2	B2	C1	B2
FRANCEZĂ	A2	B1	A1	A1	A1
UCRAINEANĂ	B2	B2	A1	A1	A1

Niveluri: A1 și A2 Utilizator de bază B1 și B2 Utilizator independent C1 și C2 Utilizator experimentat

● **INFORMAȚII SUPLIMENTARE**

CONFERINȚE ȘI SEMINARE

2011 – 2022

Formare continuă

1. Stagiul de formare a cadrelor didactice universitare „Implementarea curricula la limba și literatura română în instituțiile de învățământ cu predare în limbile minorităților naționale”, Chișinău, UPS Ion Creangă, 27-28 noiembrie 2019;
2. Prague Institute for Qualification Enhancement, Praga, Cehia, 20-27 noiembrie, 2016;
3. Ciclul de perfecționare Psihopedagogia învățământului superior, USMF Nicolae Testemițanu, 2013

2012 – 2022

Workshopuri

1. Evaluarea formatoare în învățământul universitar, USMF "Nicolae Testemițanu", AGIRO MD, 19 octombrie, 2023
2. Workshop: „Metode și tehnici de învățare eficientă pentru studenți”, 6 decembrie 2019;
3. Workshop: „Abordări practice în învățarea, predarea și evaluarea limbilor străine”, workshop organizat de către Asociația QUEST, Cluj-Napoca, România, noiembrie, 2018;
4. Workshop interactiv: „Călătorie în lumea ideilor” Alba Iulia, România. 16 mai 2019;
5. Workshop interactiv: „Cadrul didactic creator de experiențe de învățare” Alba Iulia, România, 17 mai 2019;
6. Workshop interactiv: „Povestea experiment și valorificarea acesteia în activitatea didactică”, Alba Iulia, România, 17 mai 2019;
7. UMF “Gr. T. Popa”, Iași, România (Workshopul *Comunicarea în context multilingvistic și multicultural*) – 28-29 martie, 2014;
8. UMF “Gr. T. Popa”, Iași, România (Workshopul *Comunicarea în context multilingvistic și multicultural*) – 3 iulie 2014

2012 – 2022

Webinare 1. Participarea la formarea profesională: Cum începem lucrul în G Suite pentru educație, organizat de Institutul de formare continuă, Chișinău. 11.09.2020;

2. Participarea la formarea profesională: Secretele încrederii în sine a cadrului didactic, organizat de Institutul de formare continuă, Chișinău. 25.09.2020;

3. CPD Sessions for Teachers "Improve your Teaching – Civic Meditation!"

Topic: Flash feedback: How to provide meaningful feedback in less time, 30.09.2020 (Online Webinar);

4. Participarea la formarea profesională: Organizarea mediului educațional al profesorului în G Suite, organizat de Institutul de formare continuă, Chișinău. 2.10.2020;

5. Conferința internațională Educație on-line (55 de webinare și sesiuni Facebook Live) 6-11 iulie 2020 ;

6. Webinar : “Pedagogia este viața”, Academia de vară a cadrelor didactice “ Viitorul educației este astăzi” 3.08.2020

7. Participarea la formarea profesională: 7 tehnici de consolidare a încrederii elevilor în profesor, Chișinău. 19.08.2020;

8. Webinar : Pedagogul - model de cultură și comunicare, Academia de vară a cadrelor didactice “ Viitorul educației este astăzi” 10.08.2020;

9. 14.08.2020 – Webinar: Dialog pedagogic online: Curriculumul școlar ca răspuns la provocările globale. Postmodernism și inovare.
10. 19.08.2020 - Webinar 7 tehnici de consolidare a încrederii elevilor în profesor, Institutul de formare continuă;
11. 26.08.2020 - Webinar educațional: Condiții pedagogice de optimizare a învățării în criză pandemică prin prisma dezvoltării gândirii științifice;
12. 02.10.2020 - Formare profesională: Organizarea mediului educațional al profesorului în G suite, Institutul de formare continuă;
13. 28.10.2020 – Workshop: The keys to excellent class discussion, Improve your teaching – civic meditation!, American center SPU I. Creanga;
14. 27.11.2020 – Conferința științifico- practică cu participare internațională, Inovații pedagogice în era digitală.
15. 2.12. 2020 –Workshop – Formative assessment tools, Improve your teaching – civic meditation!, American center SPU I. Creanga;
16. 9.12.2020 - Workshop: Space for uncertainty: developing critical thinking skills, Improve your teaching – civic meditation!, American center SPU I. Creanga;
17. 16.12.2020- Workshop: Teaching english through pictures, Improve your teaching – civic meditation!, American center SPU I. Creanga.
18. 12.01.2021 - Workshop: Teaching speaking, Improve your teaching – civic meditation!, American center SPU I. Creanga.
19. 10. 02. 2021 - Webinar: Improve your teaching-civic meditation!. American Center SPU Ion Creangă, Chișinău;
20. 17. 02. 2021 - Webinar: Improve your teaching-civic meditation!. American Center SPU Ion Creangă, Chișinău;
21. 09.03. 2021 - Webinar: Împreună online XXIV Participant. eLearning Center, Politehnica University of Timișoara. (Certificate badgr).

Webinare 22. 13.03.2021- 24.04.2021: Webinar: Integrating Civic Engagement in Teaching English Taking action. American Center SPU Ion Creangă, Chișinău.

23. 17.03.2021: Webinar: Improve your teaching-civic meditation!. American Center SPU Ion Creangă, Chișinău
24. 31.03.2021 - Webinar: Un an de educatie in pandemie - experienta studentilor, part of the Webinars series "Impreuna Online / Together Online", organized in collaboration by Politehnica University of Timisoara, Romania. (Certificate badgr).
25. 14. 04. 2021: Webinar: Un an de educatie in pandemie - experienta studentilor, part of the Webinars series "Impreuna Online / Together Online", organized in collaboration by Politehnica University of Timisoara, Romania. (Certificate badgr);
26. 4.05 - 6. 05 2021: Webinar: Second language Teaching. American Center SPU Ion Creangă, Chișinău;
27. 2. 06. 2021: Webinar: *Improve your teaching-civic meditation!*. American Center SPU Ion Creangă, Chișinău.

Participări la conferințe

1. Ireland International Conference on Education (IICE-2016), April 24-26, 2016, Dublin, Ireland.
 2. The 6th New Perspectives in Science Education, Pixel, Florence, Italia 17-18 martie 2017.
 3. International forum: Problems and scientific solutions. 7 th International Scientific and Practical Conference, 25-26 aprilie, 2022, Melbourne, Australia.
 4. International Scientific Conference "The Contemporary Issues of the Socio-Humanistic Sciences". XI th Edition, 03-04 decembrie, 2020, Universitatea Liberă Internațională din Moldova.
 5. Tradiție și perspective în didactica modernă, Alba Iulia, România, 2019, 2020, 2021, 2022.
 6. The 8 th Edition of the International Conference Synergies in Communication (SiC), București, România, 31 October - 01 November 2019.
 7. Colocviul internațional de științe ale limbajului „Eugeniu Coșeriu”, Ediția a XV-a „SCHIMBAREA LINGVISTICĂ ȘI SCHIMBAREA LINGVISTICII”, 11-12 octombrie, 2019, Cernăuți, Ucraina.
 8. International scietific and practical conference „Problems and Perspectives in European Education Development”, 20-27 noiembrie, 2016, Praga, Cehia.
 9. International Symposium "Trends in Medical Language Teaching and Learning", Târgu- Mureș, România, 10-11 decembrie 2015.
 10. Promovarea Educației Interculturale în Învățământul Superior, conferința internațională Cultural Diversity and Languages for Specific Purposes, QUEST, Cluj-Napoca, România, 2014.
- P.S. Și la alte conferințe naționale și internaționale organizate în Republica Moldova și România

Materiale metodic - didactice

1. Manual de limba română, CEP USMF, 2014. Autori: Vintu, Trebeș, Lopatiuc
2. **Coautor:** Caiet de Exerciții Audio în baza dialogurilor cu tematică medicală, realizate în colaborare cu specialiștii de la catedrele de profil ale USMF „Nicolae Testemițanu” (Nivelurile B1-B2). Coordonator: **A. Chiriac.** Chișinău, CEP Medicina, 2017. ISBN 978-99-75-82-053-0
3. **Coautor:** Limba română. Caiet de exerciții lexicale și gramaticale (Nivelurile A1-A2). Coordonator: **A. Chiriac.** Chișinău, CEP Medicina, 2019.
4. **Coautor:** Chiriac A., Limba română în context medical (Pentru studenții de la Facultatea de Medicină). Chișinău : CEP Medicina, 2020, 175 p. ISBN 978-9975-82-179-7;
5. **Coautor:** Chiriac A., Trebeș - Roșca T., Lopatiuc A., et al., Limba română nematernă în context medical. Coordonator: Plăcintă Gheorghe, dr.hab., Chișinău, ed. Print-Caro, 2023, 224p., ISBN 978-9975-175-22-7.

Școli de vară

1. Școala de vară doctorală, *Eugen Coșeriu*, Cluj- Napoca, România, iulie, 2012
2. Școala de vară, *Provocările istoriei ca știință și disciplină de învățământ la începutul mileniului III*, Ediția a XIII-EA, Satu - Mare, România 2017

Certificat de cunoaștere a limbii engleze B2 acordat de Department of continuing education, USM, 2013

COMPETENȚE ORGANIZATORICE

Activități extracurriculare Bune competențe organizaționale dobândite prin participarea în procesul de organizare a

activităților extracurriculare anuale în cadrul Catedrei Limba română și terminologie medicală.

- In memoriam Doina și Ion – suflet în cântec și rugăciune – Mai, 2012;
 - Manifestarea cultural-artistică "Ion Creangă și lumea personajelor sale"- Mai, 2014;
 - Manifestarea cultural-artistică Eu al țării mele sunt lucindă stea, dedicată scriitorului Vasile Alecsandri - Mai, 2015;
 - Omagiu scriitorilor și poezilor români: Ion Creangă, Mihai Eminescu, Grigore Vieru, Vasile Alecsandri - Mai, 2016
 - Profesor la laboratorul lingvistic Arta-medică suflului etc.
-