

FUNCȚII ȘI VALORI ALE TITLULUI ÎN TEXTUL PUBLICISTIC ROMÂNESC

Doina DUZENCO, Facultatea de Litere

The purpose and tasks of the theme consist in revealing the semantic, stylistic, grammatical and linguistic peculiarities, the functions and values of the press titles in Romania and the Republic of Moldova.

Key words: *journalistic style, title, functions, values, types, heterogeneity, journalistic text.*

În sec. al XXI-lea, secolul informației, al vitezei și al tehnologiilor moderne, este imposibil și inadmisibil să nu cunoaștem nimic despre ceea ce utilizăm, consumăm sau citim. Rețeaua comunicativă și-a extins aria: pe străzi ne întâmpină panouri publicitare, în librării ne atrag

atenția titluri de cărți dintre cele mai diverse, ziarele din chioșcuri conțin articole cu titluri provocatoare, emisiunile TV și radio incită prin denumiri amuzante, captivante. Așadar, zeci de titluri pe zi ne trec prin față, încât e aproape imposibil să le memorizăm, să le sistematizăm etc.

În ceea ce ne privește, vom încerca să redescoperim semnificația structurilor metaforice, a titlurilor, în diversele lor ipostaze neordinare, remodelate de spiritul creator, care include toate inflexiunile stilistice ce-i sunt cu putință maestrului.

Aglomerarea de metafore, prezența neologismelor, precum și expresia oralității în titlu comportă semnificații stilistice și conținuturi pragmatice care, așadar, ne ajută să observăm predilecția autorilor pentru elementul șocant, argotic, familiar, neologic, popular metaforic (prin frazeologisme), care sporesc ostentația titlului și interesul receptorului.

Dacă în literatura română avem sau nu un stil jurnalistic și un limbaj publicistic a fost întotdeauna o temă de discuție pentru cercetători, argumentele fiind în favoarea primei opinii. Unul dintre cei care și-a exprimat ideile cu privire la acest subiect a fost Alexandru Andriescu, care a afirmat că „stilul jurnalistic al literaturii române s-a născut în secolul al 19-lea (...) s-a convenit că procesul prin care elementele sale au fost diferențiate s-a încheiat în jurul anului 1860” [1, p.7].

Limbajul presei înregistrează constant o mulțime de inovații și abateri în raport cu norma reperabile la toate nivelurile limbii: fonetice, în preluarea ironică a unor forme arhaice și regionale (*hirea, pohta*), lexicale, prin inventivitatea derivării, a compunerii prin trunchiere, a împrumuturilor din engleză sau din americană, gramaticale, textuale – prezența unor structuri hibride din punctul de vedere al organizării textului, care nu respectă trăsăturile fundamentale ale acestuia: coeziunea și coerența.

Este indiscutabil faptul că unul dintre criteriile după care un cititor alege un ziar îl reprezintă și capacitatea acestuia de a-i stârni interesul prin titluri tentante, pline de elemente pitorești, senzaționale. De aceea redacțiile acordă o importanță tot mai mare titlurilor, folosind în acest sens o paletă largă de posibilități: de la procedee grafice până la năstrușnice inovații lingvistice. Cristian Florin Popescu recunoaște puterea de influențare a titlului ce combină informativul cu incitativul [3, p. 150].

Se acceptă, în general, ideea că între un text și titlul acestuia există

o legătură fundamentală de interdependență: orice titlu are un sens, dar el nu are încă semnificație decât prin confruntare cu conținutul textului titrat și, totodată, titlul oferă posibilitatea înțelegerii adecvate a mesajului textului respectiv. Tema anunțată de titlu trebuie să fie dezvoltată în corpul textului, nu rareori, după cum observăm, titlul este „spectaculos-înșelător” [2, p. 25]. Mulți cercetători preocupați de problema titlului susțin că acesta trebuie să conțină un mesaj foarte clar, mesajul să fie excerptat din informația principală a articolului și nu din cea colaterală, să existe o strânsă legătură între text și titlul purtat de acesta, titlul să fie formulat corect, ușor de reținut și fără echivoc, titlul trebuie să dea un imbold spre lectură, să fie incitant și să posede o informație veridică.

Interesante sunt diverse tipologii extrem de rafinate ale titlurilor, ilustrând bogăția materialului în discuție (acestea incluzând, în general, categorii precum: titluri informative, titluri bazate pe jocuri de cuvinte, titluri-citat, titluri parafrază, titluri rimate, titluri interogative sau exclamativ-imperative, titluri defective de predicat, titluri evazive, titluri asociate cu supratitluri și subtitluri etc.).

Pentru fiecare categorie de titlu, putem atribui o anumită funcție, care argumentează necesitatea titrării și fondul semantico-retoric al acestora. Există trei etape de percepere a textului (pretext, familiarizarea cu textul și înțelegerea acestuia după lectură), astfel pentru fiecare etapă titlul îndeplinește o anumită funcție.

Alături de funcția informativă/referențială, titlurile pot realiza și funcțiile: **poetică** („Acolo unde curg râuri de lapte și miere” timpul.md, 30 martie, 2017), **fatică** („Vă rog frumos, încetați să ne prostiți în halul ăsta! timpul.md, 26 aprilie 2017!), **conativă** („Dragi tovarăși și pretini”, mai țineți minte? Revelionul românilor, în vremea lui Ceaușescu: banane coapte în ziare, vin spumant „Zarea” și mesajul dictatorului” (Adevărul, 1 ianuarie 2016).

În prezent atât în România, cât și în Republica Moldova, sunt folosite titluri șocante și incitative care să atragă cât mai mult cititorul. Așa cum am specificat, jurnaliștii apelează la diferite valori stilistice, lingvistice și pragmatice în titlul presei scrise, cum ar fi: titlurile care utilizează jocurile de cuvinte, de litere, citatele, rimele, prezența limbajului oral în titlu, titluri ce conțin frazeologisme. De asemenea, sunt foarte des întâlnite titlurile care utilizează valori stilistice ale unor semne de punctuație, titluri care parafrazează, titluri evazive, defectiv

de plural etc. Foarte des folosite în titlul presei sunt și procedeele stilistice ca: repetiția, chiasmul, enumerația, elipsa, epitetul, anafora, alegoria etc.

Valoarea pragmatică a titlului publicistic se poate realiza prin intermediul deconstrucției: suprimarea, adăugarea, substituirea unor elemente care denotă anumite structuri persuasive.

Valorile lingvistice sunt exprimate și prin intermediul mijloacelor fonologice, gramaticale ale oralității, adică formele ce țin de fonetică, morfologia sau sintaxa limbajului oral. Fondul de valori și funcții pragmatice însă, în ambele cazuri, este destul de consistent și vizibil.

Cu ajutorul presei se formează o terminologie specifică uzuală, care reflectă, în primul rând, după cum observăm din exemplele propuse spre analiză, viața politică, viața socială, economică, morală etc. Un bun principiu de promovare a articolului constă în atragerea atenției asupra unor detalii amuzante, surprinzătoare sau pitorești, chiar din titlu, astfel fiind utilizate diverse procedee stilistice și un limbaj variat, ornamentat stilistic și incitativ.

Considerăm că problema titrologiei, în general, și cea a titlurilor, în particular, prezintă un câmp vast și complex, investigabil din diverse perspective, deoarece titlul are o gamă foarte largă de utilizări. Fără el, nu există nici articol, nici carte, cântec, emisiuni radio sau TV, filme etc., având o extraordinară putere de convingere prin utilizarea procedeele stilistice ca: metaforele, comparațiile, jocurile de cuvinte, aliterațiile, rimele, repetițiile, elipsa, chiasmul, citatele etc. ce apar în mod curent în presa actuală.

Referințe:

1. ANDRIESCU, Al. *Limba presei românești în secolul al XIX-lea*. Iași: Junimea, 1979.
2. COMAN, M. *Manual de jurnalism. Tehnici de documentare și redactare*. Ediția a II-a, revăzută, vol. I-II, Iași: Polirom, 2001.
3. POPESCU, C. Fl. *Manual de jurnalism. Redactarea textului jurnalistic. Genuri redactionale*. Vol.I. București: Tritonic, 2003.

Materiale electronice:

1. BOULEANU, El. adevarul.ro, 1 ianuarie, 2016, [Accesat 23.04.17], Disponibil pe Internet:http://adevarul.ro/locale/alexandria/dragi-tovarasii-pretini-mai-tineti-minte-petreceau-romanii-vremea-ceausescu-banane-coapte-ziare-vin-spumant-zarea-mesajul-dictatorului-1_56844ed237115986c6fb1bd9/index.html

2. GALBEN, D. timpul.md, 26 aprilie 2017, [Accesat 1.05.17], Disponibil pe Internet: <http://www.timpul.md/articol/va-rog-frumos-incetai-sa-ne-prostii-in-halul-asta-108371.html>
3. STĂNILĂ, M. timpul.md, 30 martie 2017, [Accesat 3.05.17], Disponibil pe Internet: <http://www.timpul.md/articol/acolo-unde-curg-rauri-de-lapte-i-miere-106925.html>

Recomandat
Viorica MOLEA, dr., conf.univ