

CZU: 81'42

DOI: <http://doi.org/10.5281/zenodo.3984827>**ELEMENTE ALE PERSUASIUNII ÎN DISCURSUL POLITIC***Alina LOPATIUC**Universitatea de Stat din Moldova*

Politica a prezentat mereu un interes sporit pentru societate. Oamenii întotdeauna au construit negocieri și conflicte în jurul politicii. Iar între negocieri și conflict este poziționată undeva politica, ca o constantă a existenței noastre. Politologii, dar și lingviștii afirmă că discursul politic actual este construit pe ideea clivajului, clivajul politic însemnând divizarea lumii politice în două, trei sau n... părți. Astfel, în politica din Republica Moldova, dar și în politica mondială există această antiteză bine-rău, stânga-dreapta.

În general, discursul politic se caracterizează mai mult prin persuasiune, care, la rândul său, face apel la emoțiile cetățenilor. Emoțiile care pot fi provocate de un discurs politic pot fi diferite, în dependență de persoana care recepționează mesajul. Un discurs politic poate provoca atât simpatie, cât și antipatie sau chiar agresivitate, atât mândrie, cât și compasiune.

Cuvinte-cheie: *emoții, discurs, politică, persuasiune, manipulare.*

ELEMENTS OF PERSUASION IN POLITICAL DISCOURSE

Politics has always represented a high level of interes for society. People have always built negotiations and conflicts around politics. But politics is positioned somewhere between negotiations and conflicts, as a constant of our existence. Political scientists, and also linguists say that the current political discourse is built on the idea of cleavage, political cleavage means the division of the political world into two, three or n... parts. Thus, in the politics of the Republic of Moldova, but also in the world politics, there is the antithesis of good-bad and left-right.

In general, the political discourse is characterized more by persuasion, which in its turn appeals to citizens' emotions. The emotions that can be chalenged by a political speech can be different depending on the person receiving the message. A political speech can provoke both sympathy and antipathy or even aggression, both pride and compassion.

Keywords: *emotions, discourse, speech, politics, persuasion, manipulation.*

Introducere

Discursul politic reprezintă un proces complex de comunicare, constând într-un schimb masiv de informații, adevărate sau false, de opinii și de comentarii, rezonabile sau pasionale, transmise pe diverse căi de comunicare. În literatura de specialitate, discursul politic este caracterizat printr-o interacțiune strategică, deoarece la această comunicare participă mai mulți actori, cum ar fi omul politic și publicul, sau omul politic – omul politic. Comunicarea este considerată interactivă, deoarece de cele mai multe ori atunci când se discută despre politică întotdeauna există păreri diferite, contradictorii, care duc la provocări și dezbateri.

Trăim într-o lume care se confruntă cu o abundență de fapte și acte de natură politică. Puterea este factorul principal în organizarea, conducerea și reglarea vieții sociale. În acest fel puterea impune ordinea la nivel social, ordinea care, la rândul ei, generează fenomenul puterii. Ambele se materializează prin suportul lingvistic.

Puterea politică versus limbaj

Puterea politică apare grație unui proces de inovare socială și se legitimează printr-un proces de recunoaștere, inovarea răspunzând unei „nevoi de ființare” politică, în timp ce recunoașterea exprimă „dreptul de ființare” a unei puteri politice legitime [1].

În acest sens, inovarea și recunoașterea devin două procese complementare care configurează indubitabil puterea politică și, implicit, determină eficacitatea unui sistem politic prin limbaj.

Ca registru specific, limbajul politic a reușit să se dezvolte și sa-și aplice propriul set de trăsături lingvistice, adaptând limbajul de așa manieră încât în cele din urmă să-i servească complet interesele, nelăsând urme detectabile care 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 limbi care reprezintă puterea legislativă, puterea economică, 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 înspre 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 ale unui asemenea tip de text [2, p.53].

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 sale. Discursul negativ este acel care are ca scop criticarea oponentilor politici. Respectiv, limbajele și mijloacele utilizate vor avea și ele conotații pozitive sau negative.

Persuasiunea în discursul politic

Discursurile politice încorporează mesaje ideologice, politice, economice și sociale. Candidații își structurează discursurile pentru a-și accentua propriile ideologii. Toate nivelurile discursului sunt implicate în atingerea persuasiunii. Van Dijk consideră că discursul poate lua forma unei analize a ideologiei și delimitează șapte niveluri de analiză: structurile de suprafață, sintaxa, lexicul, semantica locală, semantica globală, structurile schematice și structurile retorice. Pe lângă aceste structuri mai există și limbajul non-verbal, care poate fi mult mai expresiv decât cel verbal.

Atât comportamentul verbal, cât și cel non-verbal sunt concepute ca și 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 non-verbal (prin tonul vocii, prin gesturi, prin expresie facială), euristic sunt considerate ușor de decodificat pentru persoanele care cunosc limbajul non-verbal, dar mai greu pentru cei care nu vor înțelege unele gesturi. În schimb, vocabularul utilizat într-un discurs poate fi pe înțelesul audienței, iar cuvintele pot fi alese în mod spontan. Mesajul emoțional propriu canalului non-verbal este mai puțin controlat 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) operează 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. Deseori, locutorii recurg la un vocabular emoțional/conotativ atunci când au intenția de a manipula pe cineva. Persuasiunea este prezentă în multe 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.

Tehnicile de persuasiune implică anumite legi ale persuasiunii, pe care le putem găsi în multe ghiduri pentru o comunicare eficientă. De asemenea, aceste legi mai implică și manipularea altor circumstanțe curente, care pot include folosirea cu măiestrie a întrebărilor, împărtășirea secretelor, folosirea cuvintelor și a frazelor cu efect puternic, aplicarea presiunilor de timp și altele. În mod paradoxal, comunicarea non-verbală pe care o exhibăm este de la două până la șapte ori mai semnificativă în procesul de persuasiune decât cuvintele pe care le rostim. Pe măsură ce devenim mai abili în comunicarea non-verbală, trebuie să devenim comunicatori non-verbali excelenți. Într-o comunicare persuasivă, valoarea cuvintelor pe care le rostim reprezintă cam cincisprezece la sută din mesajul de ansamblu. Semnalele vocale, inclusiv ritmul vorbirii, tonul, timbrul, volumul și accentele, sunt evaluate la aproximativ treizeci și cinci la sută. Fiziologia, inclusiv expresiile faciale, postura, mișcărilor trupului și contactele vizuale ar acoperi cam cincizeci la sută. Nu putem stabili procentaje exacte pentru fiecare dintre aceste trei categorii. Acesta este unul dintre motivele pentru care persuasiunea este o artă, nu o știință exactă. Procesul de persuasiune presupune și o anumită pregătire, care vizează colectarea de informații, formularea mesajului și „intrarea în funcțiune”.

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.

Numeralele folosite într-un discurs vor avea aceeași funcție de a însufla încredere, căci, atunci când o persoană operează cu cifre concrete, ea pare a fi bine inițiată în subiectul discutat și mai convingătoare.

Folosirea simbolurilor lingvistice sau nelingvistice constituie o tehnică frecventă și eficientă în discursul politic, urmărind manipularea emoțională a publicului. Termenii cu o deosebită valoare simbolică, precum: democrație, adevăr, bine, valori, solidaritate, viitor, interes, național, dreptate etc., apar în majoritatea discursurilor ținute de actorii politici [3, p.23].

Persuasiunea are loc în strictă concordanță cu actele vorbirii. Fiecare politician are un scop bine definit atunci când ține un discurs. Manipularea opiniei publice este întotdeauna un atu pentru orice politician. Discursul politic este, cu siguranță, și un fapt lingvistic, iar analiza acestuia din acest punct de vedere presupune o delimitare în cadrul mai larg al discursului politic și implicita trecere în revistă a unor aspecte care țin de aria științelor politice, a dreptului sau a perspectivei istorice. Analizarea discursului dintr-o perspectivă lingvistică de orientare retoric-pragmatică a permis indicarea unor specificități, stabilirea modului în care este constituit discursul politic din punct de vedere retoric.

Elemente de retorică în discursul politic

Pornind de la *Retorica* lui Aristotel (Logos, Ethos, Pathos), putem prezenta următoarea schemă:

Tabel

Retorica discursului politic

	Concepte ale retoricii	Scopul emițătorului
Logos	Argumente de ordin conceptual: - Prezentarea adevărului pur; - Dorința emițătorului de a-și atinge scopurile; - Coerența gândurilor. Argumente de ordin practic (punerea în aplicare a ideilor)	Argumente eficiente și convingătoare care se referă la obiective dezirabile, dar cu conținut vag; Rațiune conceptuală <i>versus</i> Rațiune politică
Ethos	- Interesul general; - Structurile și metodele standard de funcționare a persuasiunii; - Cadrul conceptual.	- Echilibrul universal dintre obiectivele dezirabile și conținutul vag; - Competență, imparțialitate, independență; - Demers științific.
Pathos	- În situații de criză sau situații de eșec; - În cazul amenințărilor sau acuzațiilor.	O sursă de emoții puțin studiată de cercetători.

Concluzii

În concluzie, persuasiunea este o formă de influențare. Este modalitatea de argumentare prin intermediul căreia o persoană încearcă să convingă o altă persoană sau un grup de persoane să creadă sau să facă un anumit lucru. Persuasiunea este un proces de ghidare a oamenilor pentru a adopta idei, atitudini sau acțiuni (raționale sau mai puțin raționale). Persuasiunea 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 că „retorica este arta descoperirii, iar într-un caz particular, a descoperirii mijloacelor de persuasiune aflate la îndemână” [3, p.22].

Persuasiunea este capacitatea de a induce convingeri și valori altor persoane, influențându-le gândurile și acțiunile prin strategii specifice. Psihologia, în sensul ei cel mai literal, este studiul sufletului (prin suflet înțelegând adevăratul individ).

Există un fapt dat într-un 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 ziarele în fiecare zi, ascultând predica unui preot, uitându-ne la un indicator rutier, discutând cu un prieten despre un film etc.). În concluzie: persuasiunea este peste tot [4, p.22].

Discursul politic este conceput astfel încât să convingă și să placă, în același timp, publicului receptor. Emițătorii recurg la diferite tehnici de persuasiune, cum ar fi: politețea, agresiunea verbală, imperativul, interogația etc.

De obicei, politicienii utilizează termeni negativi despre oponenții politici, ei recurg la crearea unei imagini negative a oponentului. O altă tehnică este utilizarea imperativului, ceea ce reprezintă o apropiere față de public,

adresarea aceasta impune o rugămintă, un îndemn. Interogația, de obicei, se utilizează în publicitatea electorală. Atunci când în slogan este utilizată o întrebare alegătorul este provocat să analizeze întrebarea și să-și exprime o anumită opțiune.

Referințe:

1. https://www.academia.edu/7332865/STRATEGII_DE_COMUNICARE_MANIPULARE_SI_CONTROL_IN_DISCURSUL_POLITIC. Accesat: 8.07.2020
2. COȘERIU, E. Limbaj și politică. În: *Identitatea limbii și literaturii române în perspectiva globalizării*. Iași: Trinitas, 2002.
3. GĂINĂ, U. Simboluri verbale și nonverbale în discursul politic actual. În: *Limba Română*, BDD-A20628, 2008.
4. SOLOMON, M. *Semne despre semne*. București: Editura Științifică și Enciclopedică, 1979.

Date despre autor:

Alina LOPATIUC, doctorandă, Școala doctorală *Studii Lingvistice și Literare*, Universitatea de Stat din Moldova; asistent universitar, Universitatea de Stat de Medicină și Farmacie „Nicolae Testemițanu”.

E-mail: alina.lopatiuc@usmf.md

ORCID: 0000-0003-3186-0196

Prezentat la 14.05.2020