Harieta TOPOLICEANU

Ipostaze ale «discursului repetat» în presa românească şi italiană

EDITURA LUMEN
în elita editurilor romanesti

Harieta TOPOLICEANU

Ipostaze ale «discursului repetat» în presa românească şi italiană

Lumen

Iaşi, 2012

Harieta TOPOLICEANU
Ipostaze ale «discursului repetat» în presa românească şi italiană

Editura Lumen este recunoscută ca editură academică şi ştiinţifică de către CNCS.

Editura Lumen
Iaşi, Ţepeş Vodă, nr. 2

editurialumen@gmail.com
grafica.redactia.lumen@gmail.com
prlumen@gmail.com
www.editurialumen.ro
www.librariavirtuala.com

Redactor: Irina Maria MORARIU
Copertă: Irina Maria MORARIU

Colecţia: Dimensiuni culturale

Reproducerea oricărei părţi din prezentul volum, prin fotocopiere, scanare, multiplicare neautorizată indiferent de mediul de transmitere este interzisă.

Descrierea CIP a Bibliotecii Naţionale a României
Topoliceanu, Harieta
Ipostaze ale "discursului repetat" în presa românească şi italiană / Harieta Topoliceanu. - Iaşi : Lumen, 2012
ISBN 978-973-166-337-1

070

Harieta TOPOLICEANU

Ipostaze ale «discursului repetat» în presa românească şi italiană

Lumen

Iaşi, 2012

Pagină lăsată
goală intenţionat

Cuprins:

ARGUMENT 9

PARTEA I. FUNDAMENTAREA CERCETĂRII

1. Precizarea domeniului de studiu; concepte şi terminologie (generalităţi)..... 13

2. «Discursul repetat» din perspectiva generală a retoricii . 16
2.1. Perspectiva generală de investigare..... 16
2.2. Tipologia «enunţurilor aparţinând discursului repetat» după Coşeriu..... 27
2.3. Stadiul cercetării problemei 29
2.4. Perspectiva retoricii, a neoretoricii şi a „ştiinţei textului" 38
2.4.1. Quintilian 38
2.4.2. Grupul μ..... 40
2.4.3. Heinrich Plett..... 41
2.4.4. Stelian Dumistrăcel 45

PARTEA A II-A. EVOLUŢIA LIMBAJULUI PUBLICISTIC ROMÂNESC ŞI ITALIAN

1. Limbajul publicistic din perspectiva generală a stilisticii49

2. Presa românească şi italiană în secolul al XIX-lea..... 56
2.1. Formarea limbajului publicistic românesc..... 58
2.2. Tradiţie şi inovaţie în limbajul presei italiene în secolul al XIX-lea..... 73

3. Trăsăturile limbajului publicistic românesc şi italian în secolul al XX-lea 83
3.1. Limbajul presei româneşti în secolul al XX-lea 83
3.1.1. Modernizarea şi diversificarea presei româneşti la începutul secolului al XX-lea..... 83

Extras din volumul: Topoliceanu, H. (2012).
Ipostaze ale "discursului repetat" în presa românească şi italiană.
Iaşi, România: Lumen.

3.1.2. Presa românească în perioada comunistă..... 92
3.1.2.1. Discursul totalitar faţă de tipologia textelor de presă.. 92
3.1.2.2. Limbajul presei comuniste..... 100
3.1.3. Discursul posttotalitar..... 109
3.2. Limbajul presei italiene în secolul al XX-lea 113
3.2.1. Presa italiană în perioada fascistă (1924-1943)..... 113
3.2.1.1. Normalitate şi libertate de exprimare..... 113
3.2.1.2. Restricţii comunicative în limbajul presei italiene din perioada fascistă..... 116

4. Limbajul publicistic românesc şi italian actual 123
4.1. Faticul şi jocul de cuvinte în limbajul publicistic românesc actual..... 123
4.2. Limbajul presei italiene în epoca actuală..... 133
4.2.1. Moştenirea clasică în limbajul publicistic italian contemporan 140
4.2.2.1. Limba latină, element unificator al culturii europene 141
4.2.1.2. Expresii şi termeni latineşti în publicistica italiană actuală..... 146
4.2.1.3. De la „homo sapiens" la „homo putinus"..... 160

PARTEA A III-A. « DISCURSUL REPETAT» ÎN TITLUL ŞI TEXTUL PUBLICISTIC

1. Titlul publicistic.....169
1.1. Tipologia titlurilor..... 170
1.2. Criterii pentru stabilirea tipologiei titlurilor în funcţie de tipul şi registrul comunicării 176

2. Analiza „enunţului aparţinând discursului repetat" (EDR) în titlu şi text.....177
2.1. Semnificaţia întrebuinţării EDR..... 177
2.2. Strategia discursivă din perspectiva emiţător-receptor .. 179
2.3. Tipologia «enunţurilor aparţinând discursului repetat» . 181
2.4. Utilizarea de tip colaj a «enunţului aparţinând discursului repetat» în formă canonică 184

Extras din volumul: Topoliceanu, H. (2012).
Ipostaze ale "discursului repetat" în presa românească şi italiană.
Iaşi, România: Lumen.

2.5. Variaţia EDR după figurile de construcţie alcătuind «quadripartita ratio» 199
2.5.1. DETRACTIO („suprimarea”)..... 199
2.5.1.1. „Suprimare” + „substituire” 202
2.5.1.2. „Suprimare” + „adăugare” 203
2.5.1.3. „Suprimare” + „substituire” + „adăugare” 203
2.5.2. ADIECTIO („adăugarea”) 204
2.5.2.1. Construcţii de virtuozitate: contaminări între două sau mai multe EDR..... 215
2.5.2.1.1. Acumularea continuativă simplă.....216
2.5.2.1.2. Intersectarea cu suprapunere parţială.....217
2.5.2.1.3. Intersectarea cu dislocare 219
2.5.2.1.4. „Adăugare” + „substituire”.....220
2.5.2.1.5. „Adăugare” + „suprimare”.....224
2.5.2.1.6. „Adăugare” + „substituire” + „suprimare”226
2.5.3. IMMUTATIO („substituirea”) 228
2.5.3.1. „Substituire” + „adăugare” 248
2.5.3.2. „Substituire” + „suprimare” 251
2.5.4. TRANSMUTATIO („permutarea”) 255
2.5.4.1. „Permutare” + „substituire” 256
2.5.4.2. „Permutare” + „adăugare”..... 256
2.5.4.3. „Permutare”+ „suprimare” + „substituire” 257
2.5.4.4. „Permutare” + „adăugare “ + „suprimare”..... 258
2.5.4.5. „Permutare” + „substituire” + „adăugare” + „suprimare” 258

CONCLUZII 259

BIBLIOGRAFIE SELECTIVĂ 263

Extras din volumul: Topoliceanu, H. (2012).
Ipostaze ale "discursului repetat" în presa românească şi italiană.
Iaşi, România: Lumen.

Pagină lăsată
goală intenţionat

**Extras din volumul: Topoliceanu, H. (2012).
Ipostaze ale "discursului repetat" în presa românească şi italiană.
Iaşi, România: Lumen.**

ARGUMENT

Cercetarea de faţă are în vedere abordarea comparativă a discursului jurnalistic românesc şi italian actual din perspectiva prezenţei în textul publicistic a trimiterilor la enunţuri cunoscute, citate ca atare sau parafrazate, în scopul atragerii atenţiei cititorilor şi a invitării acestora la lectura materialelor de presă. Analiza acestor enunţuri „de efect" utilizate în publicistica românească a constituit tema unor cercetări întreprinse în ultimii ani de către Stelian Dumistrăcel, materializate în numeroase articole publicate în reviste de specialitate, precum şi în două volume la care vom face frecvent referire în studiul nostru (*Discursul* şi *Limbajul*). În ceea ce priveşte publicistica italiană, analiza acestor enunţuri a fost cercetată în treacăt în cadrul unor studii dedicate evidenţierii caracteristicilor limbajului publicistic italian din epoca actuală (de pildă, Dardano, *Giornali*, Faustini, *Tecniche*, Beccaria, *Per difesa* etc.).

Examinarea materialului selectat din discursul publicistic românesc şi italian ne impune tratarea temei în structura pe care o vom prezenta succint în cele ce urmează.

Prima parte a studiului nostru are în vedere motivarea investigaţiei şi definirea conceptului de «discurs repetat». În acest cadru, tema cercetării noastre este abordată, în special, din perspectiva generală a retoricii. Sunt precizate perspectiva generală de investigare, tipologia enunţurilor aparţinând discursului repetat după Coşeriu şi stadiul cercetării acestei teme în lucrările de specialitate, cu referire la limbajului jurnalistic. În ceea ce priveşte abordarea temei din perspectiva retoricii şi a neoretoricii, sunt analizate aspectele tratate de Quintilian, Grupul μ, Heinrich Plett şi Stelian Dumistrăcel.

Partea a doua a lucrării este dedicată analizei limbajului jurnalistic românesc şi italian din perspectiva stilisticii generale. Abordarea comparativă ne permite sublinierea rolului presei în

Extras din volumul: Topoliceanu, H. (2012).
Ipostaze ale "discursului repetat" în presa românească şi italiană.
Iaşi, România: Lumen.

formarea limbii literare româneşi şi în difuzarea la nivel naţional a limbii italiene, evidenţierea evoluţiei limbajului publicistic în cele două culturi, în secolele al XIX-lea şi al XX-lea, precum şi ilustrarea caracteristicilor actuale ale limbajului jurnalistic românesc şi italian.

După evidenţierea principalelor etape ale evoluţiei limbajului presei româneşti şi italiene, în partea a treia a cercetării noastre propunem analiza efectelor produse de „destructurarea" şi „restructurarea" enunţului aparţinând discursului repetat în titlul şi textul publicistic românesc şi italian, pe baza celor patru figuri de construcţie ale lui Quintilian (*adiectio*, *detractio*, *immutatio*, *permutatio*). Avem în vedere precizarea criteriilor pentru stabilirea tipologiei titlurilor, în funcţie de tipul şi registrul comunicării, precum şi clasificarea acestora. Adoptăm, în acest sens, schema propusă de Stelian Dumistrăcel, distingând două tipuri de bază: a) *enunţuri anonime*, populare şi culte şi b) *enunţuri cu autori cunoscuţi*. (*Discursul*, p. 156). Concentrarea investigaţiei noastre pe analiza titlurilor de presă este motivată de faptul că titlul jurnalistic reprezintă o „primă modalitate de «cooperare» cu cititorul din punctul de vedere al pragmaticii" (*ibidem*, p. 13). În capitolul dedicat analizei enunţului aparţinând discursului repetat în titlu şi text intenţionăm să precizăm semnificaţia întrebuinţării acestor formule în presă, strategia discursivă din perspectiva emiţător-receptor şi tipologia acestor enunţuri prezente în textul jurnalistic în formă canonică sau modificată după figurile de construcţie reprezentând *quadripartita ratio*.

Înainte de a trece la abordarea propriu-zisă a temelor evidenţiate mai sus, se cuvine să prezentăm clasificarea surselor româneşti şi italiene care au constituit corpusul nostru de analiză, cu precizarea că siglele utilizate pentru acestea sunt indicate la sfârşitul lucrării:

A. Surse folosite constant având următoarele caracteristici:

- publicaţii cu profil preponderent de ştiri / informaţii: cotidiene româneşti naţionale („Cotidianul", „Jurnalul Naţional",

Extras din volumul: Topoliceanu, H. (2012).
Ipostaze ale "discursului repetat" în presa românească şi italiană.
Iaşi, România: Lumen.

„Gândul”, „Evenimentul Zilei”, „Ziua”, „România liberă”, „Libertatea”) şi un cotidian românesc local („Evenimentul”), cotidiene italiene cu difuzare naţională („Corriere della sera”, „La Repubblica”, „La Stampa”, „Il Giornale”);

- publicaţii cu profil compozit: [a] săptămânale româneşti cu profil cultural, cu un public de nivel ridicat („România literară”, „Dilema Veche”, „22”); [b] săptămânale de tip magazin cu un public ţintă de nivel mediu: săptămânalul românesc „Formula As” şi două periodice italiene, „Panorama” şi „L’espresso”.

B. Surse folosite intermitent:

- cotidiene de informaţii româneşti „Adevărul”, „Gândul”, „Gardianul”, „Cronica română”, „Curierul naţional”, un cotidian din Republica Moldova, „Jurnal de Chişinău”, şi două cotidiene italiene, „Il Foglio” şi „Il Messaggero”;
- publicaţii cotidiene cu profil economic: „Financiarul”, „Il Sole 24 ore”.

Menţionăm, totodată, că exemplele care fac obiectul analizei noastre au fost excerptate din arhivele ediţiilor on-line ale acestor publicaţii, din perioada martie 2000 – mai 2011. Facem, de asemenea, precizarea că pentru unele specii de DR, numărul mare de exemple evidenţiate ne-a impus departajarea netă a acestora în: a) exemple din presa românească; b) exemple din presa italiană. Procedând astfel am putut evidenţia predilecţia jurnaliştilor pentru anumite specii de DR, precum şi productivitatea unor enunţuri din cadrul acestora.

Dorim să adresăm calde mulţumiri domnului prof. dr. Stelian Dumistrăcel de a cărui îndrumare şi susţinere ne-am bucurat pe parcursul elaborării tezei de doctorat care stă la baza acestei lucrări. Ţinem să mulţumim, de asemenea, doamnelor prof. dr. Rodica Zafiu, prof. dr. Luminiţa Hoarţă-Cărăuşu şi cerc.şt. gr.I dr. Gabriela Haja pentru recomandările şi sugestiile adresate în calitate de referenţi în cadrul comisiei de doctorat.

Extras din volumul: Topoliceanu, H. (2012).
Ipostaze ale "discursului repetat" în presa românească şi italiană.
Iaşi, România: Lumen.

Pagină lăsată
goală intenţionat

**Extras din volumul: Topoliceanu, H. (2012).
Ipostaze ale "discursului repetat" în presa românească şi italiană.
Iaşi, România: Lumen.**

Partea I

FUNDAMENTAREA CERCETĂRII

1. Precizarea domeniului de studiu; concepte şi terminologie (generalităţi)

Înainte de a trece la fundamentarea cercetării noastre, considerăm că se impun şi câteva precizări referitoare la principalele concepte cu care vom opera:

- «discurs repetat» (pentru care vom folosi sigla DR) cu referire la frazeologie în sensul larg al termenului; semnificaţia conceptului de DR va fi precizată pe larg în § 2.2;

- «limbaj» prin care înţelegem, potrivit definiţiei oferite de Coteanu, „un sistem lingvistic mai mult sau mai puţin specializat în redarea conţinutului de idei specifice unei activităţi profesionale, unui sau mai multor domenii din viaţa socială-culturală" (Coteanu, *Stilistica*, p. 45), în cazul de faţă, limbajul adoptat de presa românească şi italiană; în aceeaşi accepţiune vom utiliza şi sintagma «stil publicistic»;

- «enunţ aparţinând discursului repetat» (pentru care vom adopta sigla EDR) cu referire la enunţuri care se înscriu în speciile «discursului repetat»;

- «figură de construcţie» pentru regulile de „destructurare" formulate de Quintilian în *Ars retorica*, cunoscute sub numele de *quadripartita ratio*; referitor la numele acestora, precizăm că vom utiliza, în general, termenii adoptaţi de DSL (*Dicţionar de ştiinţe ale limbii*, p. 384), cu următoarele menţiuni, pornind de la denumirile

Extras din volumul: Topoliceanu, H. (2012).
Ipostaze ale "discursului repetat" în presa românească şi italiană.
Iaşi, România: Lumen.

din *Arta oratorică*. Astfel, pentru ADIECTIO vom utiliza termenul **adăugare**, față de *adăugire* în traducerea operei lui Quintilian şi *adjuncție* în DSL; pentru DETRACTIO, **suprimare**, acelaşi termen ca şi în traducerea *Artei oratorice*; pentru TRANSMUTATIO, **permutare**, la fel ca în traducerea *Retoricii generale*, față de *inversiune* în traducerea *Artei oratorice*; pentru IMMUTATIO, **substituire**, termen folosit şi în traducerea *Artei oratorice*. În ceea ce priveşte ordinea în care vom trata aceste figuri de construcție, vom ține seama de distincția operată de autorii *Retoricii generale* care propun o clasificare a celor patru figuri în două categorii: prima, cea a figurilor prin care se modifică substanța, conținutul enunțului, în cadrul acesteia înscriindu-se *adăugarea*, *suprimarea*, *substituirea* (Grupul μ, *Retorică*, p. 59, cu precizarea că vom utiliza denumirile menționate *supra*), iar cea de-a doua, prin care se modifică ordinea elementelor din frază sau propoziție, din această categorie făcând parte *permutarea*.

- «context de relevanță» (pentru care vom folosi sigla CR) prin care definim partea din enunțul canonic care se păstrează neschimbată în urma modificărilor după regula figurilor de construcție reprezentând „suprimarea" şi „substituirea"; prin «context minim de relevanță» (abreviat CMR) avem în vedere enunțul care poate doar evoca, la nivel prozodic, „modelul" inițial.

În demersul nostru privind clasificarea enunțurilor aparținând «discursului repetat» am luat în considerare şi aprecierile lui Th. Hristea referitoare la frazeologie, în general, şi la statutul locuțiunilor şi expresiilor în cadrul acesteia, în special. Analizând frazeologia în raport cu sintaxa şi lexicologia, Th. Hristea susține apropierea frazeologiei de lexicologie, aducând în discuție locuțiunile care constituie „principala categorie de unități frazeologice"[1]. Considerând că la nivelul

[1] Pentru o sinteză a diferitelor propuneri de clasificare a frazeologismelor trimitem la Milică, *Frazeologisme*, pp. 247-258.

Extras din volumul: Topoliceanu, H. (2012).
Ipostaze ale "discursului repetat" în presa românească şi italiană.
Iaşi, România: Lumen.

acestora se evidenţiază cel mai bine asemănările dintre unităţile frazeologice şi cele lexicale, lingvistul reproduce în studiul său şi definiţia oferită de *Gramatica Academiei* (vol.1, p. 34) pentru aceste îmbinări lexicale: „Grupul de cuvinte mai mult sau mai puţin sudat care are înţeles unitar şi se comportă din punct de vedere gramatical ca o singură parte de vorbire se numeşte locuţiune" (*Frazeologia*, p. 334). În ceea ce priveşte expresiile, Th. Hristea observă dificultatea de definire a acestora şi propune o soluţie proprie rezolvării acestei probleme: „cu cât o îmbinare stabilă de cuvinte este mai expresivă (deci are o mai pronunţată încărcătură afectivă) cu atât mai mult suntem îndreptăţiţi s-o considerăm expresie. […] Când, însă, expresivitatea a dispărut complet (ori în cea mai mare măsură) şi grupul frazeologic a devenit „împietrit" sau cât mai bine sudat (ca în *a băga de seamă*, *a-şi aduce aminte* etc.), atunci putem vorbi de locuţiuni fără teama de a greşi" (Hristea, *op.cit.,* p. 336).

Menţionăm în acest cadru şi definiţiile propuse de DSL. În lucrarea amintită, *locuţiunea* este definită ca: „tip de expresie fixă (de grup neanalizabil) caracterizată, în afară de sensul global unitar, prin trăsături morfosintactice probând, pe de o parte, pierderea autonomiei gramaticale a măcar unuia dintre elementele grupului, iar pe de alta, funcţionarea de ansamblu ca un singur cuvânt" (DSL, p. 299). În ceea ce priveşte *expresia*, în DSL se face distincţia între accepţiunea termenului în lingvistica modernă, în cadrul acesteia *expresia* fiind „delimitată în raport cu conţinutul" şi „frecvent utilizată cu accepţia de semnificant luat în totalitatea lui", şi în lingvistica tradiţională, în cadrul căreia „expresia are o interpretare echivocă – orice element al frazei (cuvânt compus, sintagmă, locuţiune)" (DSL, p. 208).

Extras din volumul: Topoliceanu, H. (2012).
Ipostaze ale "discursului repetat" în presa românească şi italiană.
Iaşi, România: Lumen.

Continuarea acestui volum o puteţi lectura achiziţionând volumul de pe

www.edituralumen.ro

www.lumenpublishing.com

sau din librăriile noastre partenere.

Lucrarea de față propune o analiză comparativă a limbajului jurnalistic românesc şi italian actual, din perspectiva recurgerii în textul jurnalistic la enunțuri cunoscute (expresii idiomatice, parimii, fraze celebre, titluri de opere literare, titluri de filme etc.), citate ca atare sau parafrazate, în scopul captării atenției cititorilor şi a invitării acestora la lectura materialelor de presă. Sunt avute în vedere atât formele canonice ale enunțurilor aparținând «discursului repetat», cât şi destructurarea şi restructurarea acestora după cele patru reguli de construcție cunoscute în retorica clasică sub numele de «quadripartita ratio» (*detractio*, *adiectio*, *immutatio* şi *transmutatio*).

ISBN 973-166-337-1

9 789731 663371

Conținutul acestui volum nu reprezintă în mod necesar punctul de vedere al Editurii Lumen sau al finanțatorilor

Publicat cu finanțarea:

EDITURA LUMEN
în elita editurilor romanesti