Ethos şi pathos în textul jurnalistic de opinie

Ioana-Tatiana CIOCAN

Universitatea „Lucian Blaga" din Sibiu, Facultatea de Ştiinţe Socio-Umane
"Lucian Blaga" University of Sibiu, Faculty of Social and Human Sciences
Personal e-mail: ioana.ciocan@ulbsibiu.ro

Ethos and Pathos in Opinion Journalism

This article addresses a less debated concern with regard to news articles: the rhetorical dimension of discourse, by drawing upon persuasive strategies. In this study we have identified the role and the forms in which these persuasive strategies occur in editorials, with a particular focus on ethos and pathos and their respective roles in persuading and capturing the reader's attention. The theoretical approach is directed towards the discursive ethos (with elements of subjectivity or techniques of the so-called illusion of orality) or to marked, obvious pathos, embedded by linguistic means (such as clues, discursive scenarios, loaded words, with strong emotional implications).

Keywords: Persuasive Strategies, Journalistic Text, Reasoning, Ethos, Pathos, Logos, Opinion Piece

Textul jurnalistic are diverse caracteristici, pornind de la melanjul între limbaje, stiluri, domenii, ajungând până la utilizarea unor tehnici provenite din zona retoricii, a argumentării, din filosofie, psihologie, lingvistică etc. Primează însă relaţia dintre autorul textului de presă şi publicul său, raport indispensabil şi care atrage cu sine alegerea unor anume stiluri şi limbaje, a diferitelor subiecte şi teme de reliefat. Luminiţa Roşca afirma, în acest sens, că: „se poate considera că structura limbajului jurnalistic este condiţionată de cititor şi de contextul în care are loc comunicarea, relaţia jurnalist-receptor instituind un cod specific presei".[1] Se pune accentul pe raportul dintre interlocutori, jurnalistul de o parte şi audienţa/ auditorul/ interlocutorul, de cealaltă parte. În cele mai multe cazuri, textul jurnalistic mizează pe interconectarea strategiilor persuasiunii (şi anume ethosul, pathosul şi logosul), aducând în prim-plan tehnici specifice argumentării.

Lucrarea de faţă aduce în discuţie o problematică mai puţin dezbătută a textului jurnalistic: dimensiunea retorică a unui asemenea discurs, prin apelul la strategiile persuasive, care vin să sublinieze importanţa auditorului/ interlocutorului în jurnalism şi dorinţa locutorului de a capta atenţia şi de a convinge.

În cele ce urmează vom analiza, din perspectiva strategiilor persuasiunii, câteva editoriale publicate în perioada protestelor împotriva „Ordonanţei 13" (poate unele dintre cele mai puternice proteste de după Revoluţie). Studiul urmăreşte, pornind de la texte jurnalistice de opinie, apărute în presa scrisă locală sibiană, utilizarea triadei retoricii clasice (ethos, pathos şi logos) pentru a persuada şi a atrage cititorul spre lecturarea şi, de ce nu, identificarea cu textele prezentate[2].

Editorialul, ca text jurnalistic de opinie, are o puternică amprentă subiectivă, încercând să exprime idei, convingeri, ideologii. Este evident, în asemenea articole de presă, existenţa unui spaţiu al interdisciplinarităţii, caracterizat prin „achiziţia capacităţii de a înţelege varietatea de genuri discursive ale contemporaneităţii ca şi a abilităţii de a interacţiona cu ceilalţi, de a denaturaliza discursul social în vederea reducerii handicapurilor socio-culturale şi politice"[3]. Analiza discursului se axează

mai ales pe interconectarea dintre ethos şi pathos, cu valenţele persuasive ale fiecăruia. Nu ne vom opri prea mult atenţia asupra logosului, văzut ca ceea ce „ţine de raţiune" şi anume capacitatea jurnalistului de a crea un discurs logic, raţional (care să înmagazineze mărcile lingvistice argumentative, bunăoară conectorii argumentativi), bazat pe dovezi, explicaţii, asocieri, raţionamente, definiţii, toate susţinute de coerenţa şi coeziunea limbajului – aceste aspecte merită o analiză separată, datorată unor multitudini de componente şi problematizări (aici înglobând şi felul (subiectiv) de a dispune discursul în părţile recunoscute şi implementate de retorica clasică) – ci vom încerca să transferăm interesul asupra formelor afectivităţii şi subiectivităţii, legate de ethos şi pathos[4].

În ceea ce priveşte *ethosul* (apelul etic/ la etică, după cum mai este numit), acesta face referire la caracterul oratorului şi la capacităţile/ abilităţile sale de a transmite mesajul auditorului şi de a-l convinge de validitatea discursului său. Ethosului îi este atribuit, de obicei, aşa cum identifica Cicero, prima parte a textului[5]. Credibilitatea în faţa auditoriului este formată acum, ceea ce duce întregul parcurs discursiv pe o anumită pantă. Direcţiile noastre de cercetare nu vor merge doar spre această parte, reliefând formele de exprimare ale ethosului din corpusul întregului articol.

În editorialele analizate, am avut în vedere disocierea dintre *ethosul extradiscursiv* (persoana reală, cu o anumită carismă şi capacitate de captare a atenţiei, precum şi de convingere) şi ethosul *discursiv* – al persoanei re(create) prin şi în text. Dominique Maingueneau identifica această ipostază, subliniind ideea unui ethos prediscursiv complementar celui ce este perceput în planul secund al enunţării[6]. Dacă facem referire la ethosul extradiscursiv/ prediscursiv, trebuie punctate prezenţa fizică (împreună cu elementele limbajului nonverbal), reputaţia, autoritatea celui care transmite discursul în faţa audienţei. Însă aceste aspecte nu fac subiectul studiului nostru (chiar dacă editorialiştii citaţi sunt persoane cu o reală şi puternică „voce" în mediul jurnalistic local şi nu numai)[7]. Ceea ce ne interesează sunt caracteristicile ethosului discursiv ce reies din articolele alese pentru exemplificare. Acestea sunt ilustrate prin stil, prin tonul mesajului, prin opţiunea pentru un anume limbaj şi calitatea argumentării.

Imaginea reconstruită a locutorului are mai multe aspecte în editoriale. În primul rând, am observat alegerile lingvistice din articole: cele mai multe sunt din zona topicelor contrariilor, ca revolta şi acceptarea: „Dincolo de unele contraste din piete, te înspăimântă ruptura din societatea românească" sau „De ce i-ai răpi unei fiinţe nepervertite o fărâmă din copilărie, antrenând-o în acţiuni pentru care nu e pregătit?"; ca toleranţa şi intoleranţa: „Poate că, după incidentele de la Bucureşti, unii vor înţelege de ce am susţinut că e nefiresc, imprudent să îţi expui copiii la proteste"[8]; ca forţa şi fineţea. Tot aici putem încadra şi elementele subiectivităţii, inevitabil prezente în editorial. Este vorba despre o serie de verbe şi pronume la persoana I: „am susţinut, nu facem parte, am auzit, nu comentăm, suntem liberi" etc., care susţin explicit aspectele personale şi prin care raportul locutor-interlocutor capătă o valenţă de mărturisire, jurnalistul câştigând încrederea publicului său.

De asemenea, majoritatea editorialelor abundă în sintagme şi termeni ce denotă aşa-numita *iluzie a oralităţii*. Publicul îşi imaginează că fiecare rând pe care îl citeşte îi este adresat personal, că apare, într-adevăr, ca un discurs dedicat lui, în care poate interveni, de la care i se aşteaptă (şi chiar i se cere) o părere. Limbajul colocvial reapare în prim-plan, precum şi folosirea persoanelor I sau a II-a, sau a adverbelor ce fixează locuri şi timpuri apropiate: „În activitatea concretă de producere a textelor, *iluzia oralităţii* se concretizează prin utilizarea unor elemente de lexic din limbajul colocvial, uneori argotic, a unor structuri sintactice specifice discursului oral, prezenţa deicticelor (formule ce fac referire la situaţia de discurs: *aici, acolo, atunci, mâine, eu/tu, noi/voi*) şi printr-o punere în pagină fragmentată, *informală*".[9]

De multe ori, anumite secvenţe demonstrează abilităţi de persuasiune prin adresarea directă ce creează aceeaşi imagine a oralităţii: „E important să-ţi pese, e important să ai reacţie, e important să te implici!"[10]. Este vorba, însă, de exprimarea unor convingeri personale, care vin să definească o întreagă existenţă socială. Experienţele personale le putem lega tot de ethosul discursiv. Amintirile copilăriei fac ca oricare cititor să se regăsească într-o poveste asemănătoare şi astfel, să se lase convins de cele prezentate, fiind influenţat de o istorisire pe care ajunge să şi-o asume.[11]

Am întâlnit în editoriale şi acel *eu generic*, identificat cu o categorie profesională, care empatizează cu aceasta şi o apără în defavoarea acuzatorilor de orice fel: „jurnaliştii suferă de o boală grea, aceea a curiozităţii cronice, aşa că mai avea puţin (domnul ministru, n.n.) şi îi punea la colţ, în genunchi, pe grăunţe, cu mâinile ridicate, să se înveţe minte a mai pune întrebări obraznice."[12] Editorialistul este şi el jurnalist şi nu poate să nu îşi arate susţinerea faţă de ei, atâta vreme cât acestora le este încălcată libertatea de expresie.

Adeseori, ethosul este instaurat şi prin recunoaşterea, la nivelul discursului, a unei conştiinţe istorice sau publice, uneori a unei conştiinţe de sine. Jurnalistul constată problemele sociale şi politice şi le înfierează prin cuvinte dure, de revoltă şi indignare: „E foarte bine că oamenii protestează atunci când consideră că lucrurile merg într-o direcţie greşită şi, atâta vreme cât o fac în cunoştinţă de cauză, fără violenţă, e un semn de maturitate civică" sau „De ce ai administra în felul acesta o zestre electorală, riscând să rămâi calic

la capitolele *imagine și încredere*? De ce ai lăsa la mâna unui comunicator dezastruos misiunea imposibilă a transmiterii unui mesaj delicat?"[13]. În nenumărate cazuri, imaginea ethosului discursiv provine dintr-o creionare a unei persoane care oferă interlocutorilor posibilități de alegere între situații deja vizibile în jur și variante echilibrate, care ar putea defini o societate a democrației și a libertății. Asemenea exemple îmbracă forma unor interogații retorice, înmagazinând domenii și zone politice și socio-culturale ce provoacă empatia.[14]

Există fragmente din editoriale care ilustrează o tematizare a eului: apelul la ethos provine dintr-o anumită încercare de apostrofare a audienței, de implicare directă în activitățile acesteia, de captare a atenției prin autoidentificarea cu o stare de fapt: „Am putut citi pe pancartele protestatarilor mesaje inspirate, unele hazlii, altele îndemnând la unitate, dar am văzut și texte ce transmiteau dorința unora de a-i vedea pe alții în sicriu. (...) Căci a dori moartea cuiva, fie și printr-un slogan de conjunctură, înseamnă, mai degrabă, să te apropii de Evul Mediu și nu de o lume civilizată"[15], se spune, cu stupoare și revoltă, într-unul dintre editoriale.

Referitor la *pathos* și la elementele care îl caracterizează și îl susțin, putem afirma că apelul emoțional, cum mai este numită această strategie persuasivă, apare în strânsă legătură cu imaginea creionată de ethos. Acum accentul este transferat pe încercarea de a stimula/ provoca anumite emoții și sentimente, de a incita imaginația audienței, de a empatiza. Se pot aminti diferite aspecte și tehnici discursive care au în centru pathosul. Rodica Zafiu înregistrează câteva dintre mijloacele lingvistice ale construcției discursive centrate pe emoții: „indici paralingvistici, indici lingvistici (exclamație, interjecție, repetiție), scenarii prototip emoționale, lexic evaluativ, cu conotații afective, lexic specializat al emoțiilor și al afectelor".[16] Ne vom opri doar asupra câtorva dintre acestea, pregnante în editorialele prezentate.

Am identificat utilizarea abundentă a indicilor lingvistici, sub forma mărcilor afectivității (exclamații, interogații, repetiții). Astfel, regăsim în acest sens o serie de exclamații și interogații retorice: „Mai lasă tu logica, trimite-ți mintea în vacanță și ia niște adevăruri gata vopsite!"; „Ce ni se pare firesc: zâmbetul inocent, candid al unui copil, licărul din ochii săi măriți, ce n-au deprins lecția căutăturii piezișe sau imaginea aceluiași copil, surprins în încrâncenarea scandării împrumutate de la cei mari? O fi memorarea unor scandări ce includ ură și dispreț parte din dezvoltarea armonioasă a unui copilaș?" sau „Vedeți? Avem o mulțime de libertăți. La ce ne-ar mai trebui și altele? Nu sunt suficiente astea?".[17] Asemenea exemple cuprind o doză de ironie, dar una amară, care subliniază situația tristă în care se găsește societatea, de cele mai multe ori influențată prea ușor și în necunoștință de cauză.

În plus, putem reliefa și numeroase cazuri în care se încearcă persuadarea prin stimularea imaginației auditoriului. Se face apel la o poveste, în care protagonist poate fi oricare dintre cei care formează audiența („Marți seară, pe când românul băgat în plapumă hoinărea pe aripile telecomenzii, numai ce auzi un zgomot ciudat, un fel de plescăit"[18]). Este o formă a *iluziei conversaționale* din discursul mediatic, ce promovează emoția și implicarea: „utilizarea *povestirii* ca principal mijloc de expresie, care exploatează plasticitatea limbajului cu scopul de a emoționa, de a atinge percepția afectivă a receptorilor, conturează *iluzia conversațională* în discursul promovat de mass-media".[19] Am observat în texte povestiri despre experiențe personale, despre imagini ale unor români obișnuiți, rememorări ale unor episoade marcante pentru istoria noastră. Mecanismele imaginației realizează puntea de legătură între credințele locutorului și publicul său, apelul la pathos făcând posibilă reinterpretarea unor istorisiri, a unor realități prezente. Toate acestea intră în categoria „scenariilor prototip emoționale" și apar ca niște secvențe narative ce vin să susțină argumentarea prin (re)prezentarea unor situații de viață care provoacă anumite stări și reacții. Povestirea aduce o empatizare puternică, prin identificarea cu personajele din „text", prin redarea unor cazuistici probabile și posibile pentru fiecare dintre noi.

Lexicul evaluativ, precum și cel emoțional stau la baza ideilor unor emoții pozitive sau negative în editoriale. O direcție în textele analizate ar fi aceea de producere a efectului emoțional grație unei terminologii ce sugerează încântarea și optimismul. Se creează, astfel, o similitudine între opțiunile publicului și cele ale locutorului, ale jurnalistului, inventariate în jurul cuvintelor unitate, libertate, iubire: „Protestele acestea au fost prea puțin despre politică. Au fost despre iubire, libertate, frumusețe, și, cel mai inportant, despre țara noastră, pe care mulți au uitat cât de mult o iubeau."[20] Însă, cele mai multe sintagme identificate ilustrează atribute din sfera negativă: „politicienii oportuniști, întrebări obraznice, câțiva dobitoci care se manifestă violent, legi tâmpite, monștrii sacri ai penibilului". Este evidentă indignarea editorialistului, aflată în concordanță cu starea auditoriului său, săturat de situația socio-politică și economică a țării. Componenta subiectivă este neîndoielnică nu doar în enunțurile laudative, ci mai ales în cele acuzatoare („În general, oamenii asociază lucrurile făcute în grabă, după lăsarea întunericului, cu delictul, iar seara de marți e descifrată, de mulți, în această cheie" sau „De fapt, mintea ta nu mai e bună de nimic, raționamentele tale bat în gol, puterea de înțelegere e sleită"), cu un caracter colectiv. Invectiva împotriva acelora care profită de buna-credință și implicarea unor români reiese prin utilizarea unui lexic specific: „În toată această nebunie, în tot acest decurs sinistru, cu huligani

cu feţele acoperite, cu politicieni deveniţi protestatari de ocazie, cu jurnalişti împrumutaţi parcă de la direcţia de propagandă a PCR, sâmburele, adică manifestaţia oamenilor paşnici, ieşiţi în stradă benevol, se diluează (...) E de ajuns să existe câţiva dobitoci care se manifestă violent pentru a se produce o tragedie", sau „Ideile tale nu se pupă cu ale mele? Eşti un prost, un vândut şi, după caz, pesedist, userist, băsist, iohannist".[21] Toate acestea poartă amprenta unei imagini a oratorului revoltat, care doreşte să creeze şi să consolideze legătura cu „strada", cu un public care se recunoaşte în discursul său.

În concluzie, prezenta lucrare identifică şi analizează aspecte legate de forme ale ethosului şi pathosului prezente în editorialele din presa scrisă locală, în articolele de la începutul anului (cu referire la fenomenul provocat de protestele de atunci). Direcţiile abordate sunt cele ale cercetării elementelor unui ethos discursiv (reliefat prin subiectivitate, prin alegeri lingvistice, prin identificarea cu publicul, prin *iluzia oralităţii* etc.), dar şi a mijloacelor de construcţie discursivă centrate pe emoţii şi trezirea sentimentelor, adică reliefări ale pathosului. Urmărind aceste reprezentări, putem spune că jurnaliştii îmbină strategiile persuasive amintite într-o manieră personală, vizând reacţia auditoriului şi încercând să-l convingă şi să-i menţină interesul pentru mesajul transmis, în forma potrivită contextului socio-politic.

Note:

1. Luminiţa Roşca, *Producţia textului jurnalistic,* Iaşi, Editura Polirom, 2004, p.21.
2. Exemplele pe care le vom folosi în articolul nostru provin din publicaţiile (în varianta tipărită): *Tribuna*, *Mesagerul de Sibiu* şi *Sibiu 100%,* fiind extrase din editoriale reprezentative. Perioada aleasă este 31 ianuarie – 16 februarie 2017, cea în care protestele au fost de amploare, extrem de puternice şi vizibile.
3. Daniela Rovenţa-Frumuşani, *Analiza discursului:ipoteze şi ipostaze*, Bucureşti, Editura Tritonic, 2012, p.11.
4. În acest sens, Daniela Rovenţa-Frumuşani afirma: „După o lungă dominare a logosului (de la retorica antică la lingvistica structurală imanentistă), apare normală refocalizarea asupra expresivităţii, afectului, emoţiilor revitalizate de noua retorică" (*op.cit.,* p.16).
5. Cicero, *Arta oratoriei,* Bucureşti, Editura Saeculum I.O, 2007, p.29.
6. Dominique Maingueneau, *Analiza textelor de comunicare,* Iaşi, Editura Institutul European, 2007, p.116-117.
7. În legătură cu acest aspect, Rodica Zafiu afirma: „Se stabileşte în mod curent o distincţie între ethosul *prealabil* sau *preexistent* (ceea ce auditoriul ştie sau crede deja despre locutor) şi cel *discursiv*, construit în discurs (prin stil şi atitudine, prin calitatea argumentării şi raportarea la public)" (*Ethos, Pathos, Logos în textul predicii,* în *Text şi discurs religios,* II, Iaşi, Editura Universităţii „Alexandru Ioan Cuza", 2010, p.28).
8. Citate preluate din Dragoş Bako, *Uraa! Ura să trăiască!*, în *Tribuna,* anul CXXXIII, nr.7842, 6 februarie 2017, p.16; *Schimb zâmbet de copil cu probleme de adult! Plătesc diferenţă*, în *Tribuna,* anul CXXXIII, nr.7838, 31 ianuarie 2017, p.16; *Eternii huligani, ultraşi politici şi moderatori isterici,* în *Tribuna,* anul CXXXIII, nr.7841, 3 februarie 2017, p.16.
9. Luminiţa Roşca, *op.cit.,* p.84.
10. Milu Oltean, *Lungul drum al nopţii către zi*, în *Mesagerul de Sibiu,* anul VII, nr.281, 10 februarie-16 februarie, 2017, p.1.
11. Putem avea ca exemplu o întâmplare din timpul şcolii, când un coleg al editorialistului a fost bătut de tată, iar imaginea amestecului de „tristeţe şi revoltă" din ochii copilului a creat asocierile cu acei copii aduşi de părinţi la proteste: „Repet: fiecare are dreptul să-şi ducă fiul, fiica unde doreşte, dar mă întreb dacă transferul temporar de încrâncenare îl va face pe micuţ mai fericit?" (Dragoş Bako, *Schimb zâmbet de copil cu probleme de adult! Plătesc diferenţă,* în *Tribuna,* anul CXXXIII, nr.7838, 31 ianuarie 2017, p.16).
12. Dragoş Bako, *Mai aveţi curaj să puneţi „altă întrebare"?,* în *Tribuna,* anul CXXXIII, nr.7840, 2 februarie 2017, p.16.
13. Ibidem.
14. Într-un asemenea caz, un puternic impact emoţional provoacă trimiterile ce implică imaginea copiilor: „Poate că, după incidentele de la Bucureşti, unii vor înţelege de ce am susţinut că e nefiresc, imprudent să îţi expui copiii la proteste. E de ajuns să existe câţiva dobitoci care se manifestă violent pentru a se produce o tragedie. Un copil de 4, 5 sau 6 ani nu participă benevol la un protest, ci dus de părinţi. Dacă i se întâmplă ceva a cui e vina? Doar a dobitocului care se manifestă huliganic? Răspunsul cade în sarcina fiecăruia dintre dumneavoastră" (Dragoş Bako, *Eternii huligani, ultraşi politici şi moderatori isterici,* în *Tribuna,* anul CXXXIII, nr.7841, 3 februarie 2017, p.16). Tot aici s-ar mai putea încadra şi acele referiri la ideea de libertate (regăsite sub o umbrelă ironică, marcă a stilului editorialistului): „Suntem liberi să renunţăm la identitatea naţională, să ne gudurăm pe lângă icoanele de import. Suntem liberi să construim catedrale ale speranţei, întocmai ca nişte meşteri Manole. Suntem liberi să ne urâm, să ne dăm în cap, atunci când avem păreri diferite de ale semenilor. Vedeţi? Avem o mulţime de libertăţi. La ce ne-ar mai trebui şi altele? Nu sunt suficiente astea?" (Dragoş Bako, *Unde te întorci, pe unde te uiţi, e plin de libertăţi!* în *Tribuna,* anul CXXXIII, nr.7843, 7 februarie 2017, p.16*)*
15. Dragoş Bako, *Uraa! Ura să trăiască!,* în *Tribuna,* anul CXXXIII, nr.7842, 6 februarie 2017, p.16.
16. Rodica Zafiu, *art.cit*, p.31.

17. Dragoș Bako: *Mai lasă tu logica, trimite-ți mintea în vacanță și ia niște adevăruri gata vopsite,* în *Tribuna,* anul CXXXIII, nr.7848, 14 februarie, 2017, p. 16; *Schimb zâmbet de copil cu probleme de adult! Plătesc diferență,* în *Tribuna,* anul CXXXIII, nr.7838, 31 ianuarie 2017, p.16 și *Unde te întorci, pe unde te uiți, e plin de libertăți!* în *Tribuna,* anul CXXXIII, nr.7843, 7 februarie 2017, p.16.

18. Povestea continuă într-un stil ironic „Se uită mirat în stânga, în dreapta, în spate, iar când privi în față își dădu seama că era de la televizor. Domnul Iordache, ministru la Justiție, tocmai ce executase o lovitură măiastră de dat cu mucii în fasole, sub forma anunțului adoptării Ordonanței de Urgență privind modificarea Codului Penal și a Codului de Procedură Penală și a proiectului legii grațierii" (Dragoș Bako, *Mai aveți curaj să puneți „altă întrebare"?,* în *Tribuna,* anul CXXXIII, nr.7840, 2 februarie 2017, p.16).

19. Luminița Roșca, *op.cit.,* p.84. În același sens, discutând despre abordarea narativității, Jean Michel Adam afirma: „Putem, într-adevăr, să afirmăm că formele narative sunt cel puțin la fel de variate ca cele argumentative" (*Textele. Tipuri și prototipuri,* Iași, Institutul European, 2009, p.27).

20. Cristina Bălău, *România, te iubim,* în *Sibiu 100%,* an VIII, nr.405, 11-17 februarie 2017, p.2.

21. Citate (alături de cele anterioare) ce provin din editorialele lui Dragoș Bako, *Mai aveți curaj să puneți „altă întrebare"?,* în *Tribuna,* anul CXXXIII, nr.7840, 2 februarie 2017, p.16; *Eternii huligani, ultrași politici și moderatori isterici* în *Tribuna,* anul CXXXIII, nr.7841, 3 februarie 2017, p.16 și *Uraa! Ura să trăiască!,* în *Tribuna,* anul CXXXIII, nr.7842, 6 februarie 2017, p.16.

Bibliography:

Cărți:

Adam, Jean-Michel. *Lingvistică textuală*: *introducere în analiza textuală a discursurilor/ Textual Linguistics: Introduction to Textual Discourse Analysis*, Iași, Editura Institutul European, 2008, 404 p.

Adam, Jean-Michel. *Textele. Tipuri și prototipuri/ The Texts. Types and Prototypes,* Iași, Editura Institutul European, 2008, 254 p.

Aristotel, *Retorica/ Rhetoric,* București, Editura Iri, 2004, 463 p.

Cicero, *Arta oratoriei/ On the Ideal Orator,* București, Editura Saeculum I.O., 2006, 144 p.

Maingueneau, Dominique. *Pragmatică pentru discursul literar/ Pragmatics of Literary Discours,* Iași, Editura Institutul European, 2007, 244 p.

Maingueneau, Dominique. *Analiza textelor de comunicare/ Analysis of Communication Texts*, Iași, Editura Institutul European, 2007, 294 p.

Reboul, Anne; Moeschler, Jacques. *Pragmatica discursului / Pragmatics of Discourse,* Iași, Editura Institutul European, 2010, 204 p.

Roșca, Luminița. *Producția textului jurnalistic/ The Production of Journalistic Text,* Iași, Editura Polirom, 2004, 231 p.

Rovența-Frumușani, Daniela. *Analiza discursului:ipoteze și ipostaze/ Discourse Analysis: Hypotheses and Hypostases,* București, Editura Tritonic, 2012, 256 p.

Articole:

Bako, Dragoș. *Schimb zâmbet de copil cu probleme de adult! Plătesc diferență/ I change a child smile with adult problems! I pay back the difference*, în *Tribuna,* anul CXXXIII, nr.7838, 31 ianuarie 2017, p.16.

Bako, Dragoș. *Mai aveți curaj să puneți „altă întrebare"? / Do you still have the courage to ask „another question"?,* în *Tribuna,* anul CXXXIII, nr.7840, 2 februarie 2017, p.16.

Bako, Dragoș. *Eternii huligani, ultrași politici și moderatori isterici/ The Eternal Hooligans, the Ultra-politicians and the Hysterical Moderators,* în *Tribuna,* anul CXXXIII, nr.7841, 3 februarie 2017, p.16.

Bako, Dragoș. *Uraa! Ura să trăiască!/ Hooray! Hate to live!*, în *Tribuna,* anul CXXXIII, nr.7842, 6 februarie 2017, p.16.

Bako, Dragoș. *Mai lasă tu logica, trimite-ți mintea în vacanță și ia niște adevăruri gata vopsite/ Leave a little bit your logic, send your mind on holiday and get some painted truths,* în *Tribuna,* anul CXXXIII, nr.7848, 14 februarie, 2017, p. 16.

Bako, Dragoș. *Unde te întorci, pe unde te uiți, e plin de libertăți! / Wherever you turn the look, wherever you look, it's full of freedom!,* în *Tribuna,* anul CXXXIII, nr.7843, 7 februarie 2017, p.16.

Bălău, Cristina. *România, te iubim/ Romania, we love you,* în *Sibiu 100%,* an VIII, nr.405, 11-17 februarie 2017, p.2.

Oltean, Milu. *Lungul drum al nopții către zi/ The long road of the night to day*, în *Mesagerul de Sibiu,* anul VII, nr.281, 10 februarie-16 februarie, 2017, p.1.

Zafiu, Rodica. *Ethos, Pathos, Logos în textul predicii/Ethos, Pathos, Logos in the Sermon Text,* în *Text și discurs religios,* II, Iași, Editura Universității „Alexandru Ioan Cuza", 2010, p.27-38.