



DISCURSUL IDEOLOGIC ÎNTRE PERSUASIUNE ȘI MANIPULARE ÎN COMUNICAREA LITERARĂ

Gina Necula

Preliminarii

Plecând de la conceptul de *interacțiune comunicativă*, Christian Baylon și Xavier Mignot definesc comunicarea ca „punerea în relație a spiritelor umane sau, altfel spus, a creierelor umane” (Baylon, 2000: 10), specificând că procesele de comunicare intențională sunt favorizate de factori care nu depind de voința comunicantului, dar de care trebuie ținut seama.

În același spirit, Coșeriu afirma că „limbajul este creația lumii pentru om ca ființă spirituală capabilă să gândească” (Coșeriu, 2002: 25), iar „eu, cel care vorbesc, am o istorie îndărătul meu și înlăuntrul meu, mai bine spus eu sunt această istorie (...), vreau să spun că a adopta limba tradiției înseamnă a recunoaște că ești și tu o parte a unei tradiții” (ibidem). Limbajul, în viziunea coșeriană, se prezintă pe trei niveluri: limbajul la nivel universal – activitatea de a vorbi în general; limbajul la nivel istoric – activitatea de a vorbi o limbă; limbajul la nivel individual – discursul ca unitate de vorbire concretă. Fiecare dintre aceste niveluri cunoaște competențe specifice: competența locuțională (a ști să vorbești în general, independent de o limbă dată); competența idiomatică (a ști să vorbești o limbă); și competența expresivă (a ști să vorbești în situații determinate, a ști să construiești discursuri).

Ocupându-se de *acțiunea și interacțiunea comunicativă* din perspectiva pragmaticii, Liliana Ionescu-Ruxăndoiu subliniază aspecte de interes pentru demersul nostru: „Comunicarea verbală pune în funcțiune nu numai filtrul *gramaticalității* [...], ci și filtrul *reușitei și eficienței*. Există deci enunțuri corecte sau incorecte sub aspect gramatical, dar enunțurile corecte pot fi reușite sau nereușite, după cum formularea aleasă de E permite sau nu R să sesizeze intențiile cu care au fost rostite, iar enunțurile reușite, la rândul lor, pot fi eficiente sau ineficiente, după cum au sau nu asupra R efectul dorit de E, modificându-i în mod corespunzător comportarea, ideile sau sentimentele” (Ionescu-Ruxăndoiu, 1991: 11).

1. Principiile comunicării literare

În definirea statutului de emițător al discursului/textului, un rol esențial revine conceptelor de *competență comunicativă și intenționalitate*.

Competența comunicativă include, pe lângă *competența lingvistică* o *competență pragmatică*, desemnând capacitatea vorbitorului de a se exprima adecvat în raport cu datele contextului extralingvistic (social, cultural etc.) și cu intenția comunicativă (Cf. DȘL, p. 116).

Pentru Roventța-Frumușani, producerea unui text bine format presupune un ansamblu de competențe: *lingvistică, referențială, textuală, interpersonală* (Roventța-Frumușani, 1994: 123).

Interesează, în studiul de față, tocmai competența expresivă din perspectiva literaturii, ca mecanism ce generează discursuri. De fapt, atenția se îndreaptă către un singur tip de discurs, acela ideologic, și asupra modului în care literatura devine formă și conținut ideologic. De cele mai multe ori numai forma este a ideologiei, iar conținutul este împânzit cu semne care condamnă orice formă de abuz asupra oamenilor.

Fenomen de limbaj, literatura nu este numai o construcție de cuvinte, ci ea implică o serie întreagă de referințe extralingvistice. Din perspectiva teoriilor comunicării Corti afirmă că: „La baza formelor de comunicare literară, chiar și a celor mai originale, există o arie comună de competență a emitentului și a destinatarului, constituită de lectură, ca sistem informativ și comunicativ” (Corti, 1981 : 24). Fiecare text are un loc în literatură, deoarece intră în relație cu celelalte texte. De fapt, nici literatura, cum de altfel, nici vorbirea obișnuită, nu transmite de fiecare dată idei noi, ci doar repetă teme, motive, tipare. În același fel se realizează și decodificarea mesajului unei opere literare, fiind nevoie ca cititorul să pună textul în relație cu alte texte la care a avut acces, pentru a stabili legăturile de sens necesare.

În literatură posibilitățile semnificative și comunicative se actualizează altfel decât în limbă pentru că limba literară e un sistem de comunicare conotativ, cu acumulare diacronică, iar sintagmele au un plus semantic care le vine din contextele artistice precedente în care s-au actualizat.

Specific pentru comunicarea literară este însă faptul că unei competențe lingvistice a artistului îi corespunde o competență a destinatarilor, pentru că aceștia din urmă sunt puși în situația de a descoperi în mesaj semnificațiile intenționate de autor. Opera conține în ea însăși imaginea cititorului căruia îi este destinată. Raportul destinatarului cu opera nu poate fi niciodată același pentru că destinatarul, ca și emitentul, sunt o sumă de relații psihologice, istorice, socio-culturale, semiologice. Destinatarul așteaptă, mai degrabă, un cod decât un mesaj din partea autorului pentru că „orice tip de comunicare individuală, și deci în cel mai înalt grad comunicarea artistică, este redarea unui proces care în punctul de pornire e de sinteză, întrucât este întâi autocomunicare, apoi comunicare de transmis, în timp ce destinatarul trebuie neapărat să pornească de la un proces de analiză, adică de la destructurarea parțială sau totală pentru a se apropia în limitele posibilului de construcția sintetică a mesajului care se explică ca o tensiune structurală” (Corti, 1981 : 69). A devenit un loc comun afirmația că limbajul a fost creat din necesitatea omului de a comunica și de a se comunica. Transpunând afirmația în domeniul literaturii, putem spune că scopul major al operei literare este acela de a comunica un anumit mesaj cititorului, “căci opera literară este un produs individual (dacă nu vrem s-o numim creație), pentru motivul ce nu poate fi eludat că ea este, în ultimă instanță, lucrarea unui autor, care, scriind-o, se angajează prin mijlocirea limbajului într-un dialog cu epoca lui, cu lumea în care trăiește, cu sine însuși, luându-și asupra sa răspunderea prin chiar faptul că o scrie sub imperiul unui act de conștiință. Opera literară este în esența ei un dialog. Or, dialogul implică participare, atitudine și angajare” (Munteanu, 1995 : 57). Literatura propune un set de convenții depozitate și puse la dispoziția societății de sistemul limbii, iar acestea sunt interiorizate de locutori prin educație și experiență de lectură, ceea ce face ca relația scriitor-lector să fie dinamică și să impună lectorului luarea unor atitudini față de materialul primit.

Opera literară este imaginea unei epoci și, în consecință, scriitorul este tributar apartenenței sale la o etapă istorică. Realitatea pe care alege să o redea trece prin filtrul sensibilității și reacțiilor sale, fapt ce conferă operei unicitate și coerență și îi determină atmosfera generală. În literatura modernă limbajul nu este numai un mijloc de comunicare,

ci mai ales o finalitate și tocmai de aceea ne vom opri aici să privim poziția pe care se situează scriitorii față de discursul comunist, ca experiență limită prin care este forțată să treacă și literatura.

2. Manipularea lingvistică

Cele mai nocive texte literare sunt însă cele care se predau în fața cuvintelor și nu mai încearcă să redea sensul și, din această cauză, romanul proletar nu poate fi considerat literatură, ci doar retorică programatică, politică mai mult sau mai puțin estetizată, travestire epică a dogmelor. Iată, spre exemplificare un citat dintr-un text intitulat „*Literatura și arta în societatea noastră socialistă*”, în care se poate vedea cum erau „îndrumați” scriitorii comuniști spre promovarea dogmei: „Comuniștii care lucrează în domeniul artei au înalta datorie de a se situa în primele rânduri pentru propășirea artei și culturii românești, militând neobosit pentru o creație inspirată din realitățile noi ale patriei. Comuniștii își vor îndeplini misiunea atunci când toți creatorii vor milita cu pasiune, cu un profund spirit de răspundere pentru înflorirea artei și culturii românești” (***) *Documente ale PCR, 1963*). Este ușor de dedus că, într-un context social în care scriitorilor li se indică nu numai temele ce trebuie abordate și vocabularul de folosit, ci chiar și atitudinea pe care trebuie să o aibă față de evenimentele prezentate, orice umbră de originalitate dispare, nemaiputând fi vorba de literatură decât în intenție, nu și ca finalitate. Deși cercetarea stilistică ar trebui să poată analiza felul în care un autor își creează drum propriu prin materialul oferit de limbă, pe care el îl supune unor prefaceri dictate de necesitatea de a-și înmulți posibilitățile de comunicare, literatura proletară nu oferă această oportunitate pentru că nu oferă nimic original. În romanele comuniste se promovează un model de literatură din care este eliminată personalitatea autorului.

În această manieră, literatura devine un discurs ineputabil, armă defensivă și ofensivă, apărându-se împotriva lucrurilor și atacând oamenii pe care îi reduce la tăcere, pentru că a vorbi într-o limbă de lemn este echivalent cu a nu spune nimic. Luând în considerare aceste aspecte ale literaturii angajate, Krauss Henning afirmă că „literatura cu tendință își concepe publicul sub forma unei mase aflate la vârsta pubertății, căreia trebuie să-i impună norme de comportare limitate. Imaginea transmisă asupra lumii este una rigid maniheistă; ea cunoaște doar calomnia și decimarea adversarului, elogierea propriului interes. Argumentarea decurge pe căi bătătorite de intelect, fiind dictatorială și negând existența lumii dincolo de ochelarii de cal aplicați” (Henning, 1992: 7).

Iată un citat din faza tezistă a literaturii române, ilustrativ pentru tipul de exprimare a ideilor și sentimentelor în lumea satului pe care o propune literatura comunistă:

*„Uite ce, propune el, bem noi pentru toți albenii, dar eu întâi și întâi beau pentru cine știu eu! (...) Că ... cine a scos Alba noastră din întunecime? El, cel pentru care am băut!!! Fiindcă, ioate cum stă treaba: ședeam deunăzi în casă – cată el a ne istorisi – ședeam și tot buchiseam dintr-un jurnal, cetind despre Congresul al II-lea al Partidului. Băieții, toți câți îi am, erau cuibăriți care-ncotro pe după sobă (...) Mi se pare că grăiam despre Raportul dat la Congres de primul secretar al C.C.(...) grăiam despre Pemere. Fiindcă cine-i tata și mama noastră dacă nu Pemereul?! – Tată hăi, ce-i acela Pemereul? ...Am înghețat! Ce să-i spui tu de colo la un junghi de copil?! S-o încep de la Carol Marx ...s-o iau tocmai de la Adam și Eva?! – Fa, zic, Dorohoiul cui te-a făcut, Pemereul când îi auzi, apăi să știi tu că acela-i Făt-Frumos” (Istrati, *Din neagra țărănie*, 230).*

Prezența unor clișee ca: *raport, congres, pemere*, la care se adaugă patosul ca ingredient obligatoriu în ceremonia verbală impusă de ideologie fac ca atât personajele, cât și acțiunea să fie lipsite de viață într-o astfel de compoziție care se dorește a fi literatură.

Începând din 1965 se poate vorbi de o etapă estetică, în care literatura își recapătă, parțial, dreptul la subiectivitate. În acest fel, apar primele preocupări pentru manifestarea individualității artistice, afirmându-se primatul valorii estetice a operei.

Scriitorii refuză să se mai supună dogmei și, combătând tendința către duplicitate demagogică, încearcă să prezinte adevărul. Se nuanțează, astfel, concepția despre literatură. Această nuanțare nu are loc însă și în domeniul criticii literare unde discursul se rezumă la explicarea conflictului artistic în analogie cu lupta de clasă, la o clasificare tematică din punct de vedere social. În aceste condiții literaturii îi revine rolul de a se prezenta singură.

În fața falsificării flagrante a realității sugerată de ideologie, scriitori ca Marin Preda adoptă o atitudine demistificatoare, așa cum se întâmplă atunci când, personajului din *Viața ca o pradă*, Paul Georgescu îi sugerează să ia exemplul unui autor minor, Gheorghe Cristea, care scrisese nuvela *S-a spart satul*:

„[...] Autorul a văzut acest lucru just și foarte important pentru noi, că țărâtimea nu e și nu a fost vreodată omogenă. De acest adevăr va trebui să ții seama și dumneata, să te duci pe la țară și să vezi forțele în luptă. Începeam să mă plictisesc. Fusesem pe la țară și nu văzusem nici un fel de forțe în luptă” (Preda, *Viața...*, 177).

Citatul demonstrează faptul că numai printr-o intervenție radicală se poate anula importanța unui discurs care nu are ca bază de plecare lumea reală. E nevoie însă de o atitudine critică față de materialul vorbirii pentru a putea înlătura ceea ce e de prisos și a păstra doar ceea ce este semnificativ pentru comunicarea unei idei, lucru pe care limba de lemn nu are intenția și nici interesul să îl facă. În astfel de cazuri, arta autentică are meritul de a refuza conștiința duplicitară, pentru că, după cum sublinia Vasile Șerban cu privire la *angajarea literară*, „expresia artistică autentică nu este posibilă în afara libertății construcției artistice; cel mult ea se poate deghiza în pseudo-opere” (Șerban, 1983: 123).

Cu opere ca cele ale lui Marin Preda, se creează o breșă în proza realist-socialistă, prin care pătrund și alți autori. Acesta este și cazul lui Augustin Buzura, care, în romanul *Vocile nopții*, își face cunoscută poziția față de mersul literaturii prin intermediul unui pictor cu care Ștefan Pinteia intră în discuție într-un restaurant:

„Nu-mi place să mint sau să creez iluzii. Nu mă pasionează profesiile și ideile apărute cu parul. Arta de a minți în folosul unui grup ... Omul trebuie să se cunoască pe sine, nu să se vopsească în culori diferite” (Buzura, *Vocile...*, p.85).

Astfel de lamentații pot fi mai bine înțelese dacă luăm în considerare ceea ce afirmă Gheorghe Grigurcu în capitolul *Limba și adevăr* despre dogma comunistă: „Ideologia era pe cât de univocă, pe atât de intolerantă, turnată în formule invariabile” (Grigurcu, 1997: 19).

Marin Preda are intuiția pericolului pe care îl reprezintă îngrădirea libertății de exprimare și își transformă personajele în voci ale rațiunii sale, așa cum se întâmplă și cu Ilie Moromete:

„– Unde mergem noi, domnule? Ce ajungem noi în situația când ție nu-ți mai pasă de nimeni și faci ce vrei tu și rostul meu pe lumea asta nu e decât să zic ce zici tu?” (Preda, *Moromeții II*, 291).

Sau, în altă parte, exprimând esența fenomenului la care vorbitorii sunt obligați să asiste neputincioși:

„– Și crezi tu, zise Moromete, că dacă îl lași tu să nu te lase să vorbești, pe urmă nu te împiedică să și gândești?” (Preda, *Moromeții II*, 379).

Citatele prezentate scot în evidență faptul că limba de lemn îngrădește libertatea de exprimare printr-un ceremonial în care anumite cuvinte sunt puse în gura vorbitorului într-o ordine strictă, ceea ce face ca procesul de comunicare să se desfășoare în mod mecanic. În acest caz e nevoie de un vorbitor foarte atent la modificările suferite de limbă pentru a respinge manipularea. Monica Spiridon, în lucrarea *Omul supt vreme*, afirmă că „prezentul este un univers al faptei, în care unii iau decizii; pe când ceilalți pur și simplu le suferă. În lumea lui Preda presiunea evenimentului, a timpului trăit și suportat, nu strivește, totuși, pe insul comun. El poate să înțeleagă distanțându-se, ca Moromete, în așa fel încât să-și pună întrebări și, lucrul cel mai important, e liber să emită opinii, să facă presupuneri, să închipuie alternative” (Spiridon, 1993: 69).

Luând în discuție problema finalităților persuasive (manipulative de cele mai multe ori) ale discursului publicității, Deaver menționează faptul că orice mesaj persuasiv conține informații selective, prezentând doar o porțiune anume de adevăr. Aceste observații se pot extinde și asupra limbii de lemn. Adevărul, în acest context, este menit în principal să servească nu interesului public, ci scopurilor ideologiei. Deaver subliniază un aspect important și anume acela că „ștergerea granițelor dintre a spune adevărul și a înșela în comunicarea persuasivă este problematică” (Deaver, 2004: 145). Rezultă că actul de convingere prin ideologie „victimizează niște inocenți vulnerabili, care rămân cu o capacitate redusă de a-și experimenta și fundamenta acțiunile pe baza unui acces mai larg la adevăr” (Ibidem). Strategii de manipulare a formării și schimbării atitudinilor obiectivul oricărui orator improvizat este să păstreze atenția publicului său printr-o disimulare a propriului interes pentru bunăstarea generală sau printr-o tactică adoptată pe moment, în funcție de diferitele reacții ale ascultătorilor.

În lucrarea cu titlul *Discursul puterii*, Constantin Sălăvăstru menționează faptul că „un discurs politic bun nu trebuie să vorbească despre nimic, dar să lase impresia că vorbește despre toate” (1999: 58).

Propaganda și dezinformarea au fost folosite din totdeauna de actorii politicului pentru a manipula masele și a le folosi în interesul lor. Prima regulă pentru crearea condițiilor optime manipulării era izolarea subiectului, eliminarea elementelor perturbante și crearea sau simularea unei situații de criză.

Andreea Iacob, citând din *L'Outrage aux mots* de Bernard Noël (care propune o redefinire a conceptului de cenzură, folosind conceptul *Sensure* – ca cenzură a sensului, și *Censure* – ca cenzură a textului), afirmă: „cenzura a devenit mult mai subtilă, a devenit *Sensure*. Noua cenzură privează de sens atât excesul imaginar, cât mai ales valorile raționale, într-o dezolantă sinonimie cu scopurile Sistemului totalitar: amortește spiritul critic, ocupându-l cu imagini ale spectacolului” (cf. Iacob, 2003 : 184).

Persuasiunea este o formă de influențare prin discurs. De fapt este o problemă de strategie pentru că face apel mai mult la sentimente și mai puțin la raționamente.

Distincția între persuasiune și manipulare este aceea că persuasiunea este a autorilor care vor să-și educe publicul, iar manipularea este a puterii politice.

Pentru Aristotel (Aristotel, *Retorica (96 b 31)*) există trei moduri de persuasiune: logos, ethos, pathos. Ethos (caracterul celui care vorbește): bun simț, caracter bun, bunăvoință. Iată cum garantul social începe să aibă și caracteristici pozitive umane. Nu mai e suficient să vorbești frumos, trebuie să fii perceput de oameni ca deținător al acelor calități prețuite în sistemul cultural respectiv. Astăzi, astfel de garanți sociali se construiesc de către televiziune. Pathos (emoțiile publicului) : definește emoțiile și factorii care le intensifică sau atenuază: mânie vs. calm, prietenie vs. ură, frică vs. încredere, rușine vs. nerușinare, indignare vs. milă etc. Iată cum succesul propagandei se bazează extrem de mult pe capacitatea de exploatare a trăirilor auditorilor pentru a-i determina să accepte un argument sau să-l respingă. Nu mai e suficient ca mesajul să fie bine construit, trebuie să fie însoțit și de un mesaj relațional pozitiv. Retorul nu trebuie doar să înțeleagă modul de a gândi al ascultătorilor dar trebuie să-i și simtă, să le perceapă fricile și stările de spirit.

Propaganda este un tip specific de prezentare a mesajului cu scopul de a influența opinia oamenilor nu de a le oferi informații convingătoare. Datorită unor regimuri politice totalitare cuvântul a căpătat conotații negative, scopul propagandei fiind acela de a obține adeziunea. Ceea ce diferențiază propaganda de comunicarea normală este modul subtil, adesea insidios de a influența opiniile. Propaganda funcționează ca și când ar exprima doar adevăruri general valabile așa că vorbitorii și le asumă ca fiind corecte. Importantă, în cazul propagandei, nu e calitatea discursului, ci cantitatea. În realitate, ea se bazează pe două strategii fundamentale: a) implementarea și consolidarea ideilor prin repetare și b) excluderea oricăror alternative în analiză. Funcția propagandei nu își are originea în formarea științifică a individului, ci în atragerea atenției vorbitorilor asupra anumitor fapte, procese, necesități, etc., a căror semnificație este astfel inclusă pentru prima dată în câmpul lor vizual.

Propaganda trebuie să fie populară și nivelul său intelectual trebuie ajustat după cea mai limitată inteligență a indivizilor cărora le este adresată. Prin urmare, cu cât este mai mare masa la care trebuie să ajungă, cu atât mai redus trebuie să fie nivelul său intelectual. Dar dacă, cum este cazul propagandei pentru începerea unui război, scopul este influențarea unui întreg popor, trebuie să evităm cerințele intelectuale excesive față de public și nu putem acorda prea multă atenție în această direcție. Cu cât este mai modest balastul său intelectual, cu cât ia în considerare mai exclusiv emoțiile maselor, cu atât propaganda va fi mai eficientă. Aceasta este cea mai bună dovadă pentru construcția corectă sau incorectă a unei campanii propagandistice, și nu succesul, care poate fi pe placul câtorva savanți sau esteți. De cele mai multe ori aderarea la propagandă este involuntară sau, cel puțin, nu opune rezistență.

Propaganda servește ca un corolar pentru cenzură (care are grijă ca mințile oamenilor să fie umplute cu informații controlate și aprobate, dar și să nu poată fi confrunțați cu alte puncte de vedere sau cu alte perspective – limitează orizontul de cunoaștere. Tehnica este aceea a confuzionării mai degrabă decât aceea a persuasiunii și înțelegerii.

În cele mai multe cazuri propaganda dezumanizează și alimentează ura față de un presupus dușman (intern sau extern):

*„– Parcă mai știai de ce? se miră Moromete. Te pomeneai la miliție și când ajungeai acolo mai găseai și pe alții, îți mai venea inima la loc...Dare în judecată, făcu-vă și dregu-vă, pentru ascuțirea luptei de clasă contra regimului. Înaintarea lor sub stare de arest la raion, să se învețe minte!” (Preda, *Moromeții II*, 208).*

Tehnica este aceea a creării unei imagini false în mintea ascultătorului prin repetarea unor cuvinte sau prin învinuirea unei persoane care să preia asupra sa toate nemulțumirile și

neîmplinirile. Primul lucru care trebuie făcut este ca populația să ajungă la concluzia că există o cauză nobilă pentru care merită luptat.

Cert este că dominarea patosului construiește o retorică manipuloare. Roland Barthes utilizează conceptul de *retorică neagră* pentru strategiile falsificatoare și manipuloare ale discursului, catalogând comunicarea umană drept o strategie directă și eficientă de *influențare socială* a comportamentului politic al indivizilor, prin impactul direct pe care îl are asupra *atitudinilor și credințelor*.

Concluzii

Fenomen de limbaj, literatura nu este numai o construcție de cuvinte, ci ea implică o serie întreagă de referințe extralingvistice. Din perspectiva teoriilor comunicării Corti afirmă că: „La baza formelor de comunicare literară, chiar și a celor mai originale, există o arie comună de competență a emitentului și a destinatarului, constituită de lectură, ca sistem informativ și comunicativ” (Corti, 1981 : 24). Fiecare text are un loc în literatură, deoarece intră în relație cu celelalte texte. De fapt, nici literatura, cum de altfel, nici vorbirea obișnuită, nu transmite de fiecare dată idei noi, ci doar repetă teme, motive, tipare. În același fel se realizează și decodificarea mesajului unei opere literare, fiind nevoie ca cititorul să pună textul în relație cu alte texte la care a avut acces, pentru a stabili legăturile de sens necesare.

Această *retorică neagră* nu se manifestă, din păcate, doar în discursul politic, ci și în toate aspectele legate de viața literară. Alegerea discursului literar ca obiect de analiză a reprezentat o provocare deoarece limba de lemn, din zona politicului, devine subversiv pernicioasă atunci când invadează literatura, prin faptul că autoritatea cuvântului scris în acest domeniu, prin modelul general de proiectare a discursului, tinde să anuleze diferențele reale existente între discursul politic și cel literar.

REFERINȚE:

- Aristotel (2004) *Retorica*, traducere, studiu introductiv și index de Maria-Cristina Andrieș, note și comentarii de Ștefan-Sebastian Maftai, București, Editura IRI
- Barthes, Roland (1990), *Scritura politică*, în „Semn”, nr.1
- Baylon, Christian, Mignot, Xavier (2000), *Ce înseamnă a comunica*, în *Comunicarea*, traducere de Ioana Ocneanu și Ana Zăstroiu, Iași, Editura Universității „Alexandru Ioan Cuza”
- Corti, Maria (1981), *Literatură și comunicare*, în *Principiile comunicării literare*, Editura Univers, București
- Coșeriu, Eugen (2002), *Limbaj și politică*, în *Identitatea limbii și literaturii române în perspectiva globalizării*, Iași, Editura Trinitas, p. 17 – 40
- Angela Bidu-Vrâncă, Cristina Călărașu, Liliana Ionescu-Ruxăndoiu, Mihaela Mancaș, Gabriela Pană Dindelegan (2001), *Dicționar general de științe. Științe ale limbii* București, Editura Științifică Deaver,
- Dr. Frank (2004), *Etica persuasiunii*, în *Etica în mass-media*, București, Editura SILEX
- ***Documente ale PCR (1963), București, Editura de Stat pentru Literatură și artă
- Grigurcu, Gheorghe (1997), *Limbaj și adevăr*, în *Cum am devenit Stalinist*, Iași, Editura TIMPUL
- Henning, Kraus (1992), *Literatura între rezistență și colaboraționism*, Iași, Editura Junimea
- Iacob, Andreea (2003), *Mijloacele de manipulare în masă și cenzura gândirii*, în *Caietele Echinocx*, vol. 4 *Restricții și cenzură*, Cluj, Editura Dacia
- Munteanu, Ștefan (1995), *O incursiune în stilistica dialogului*, în *Introducere în stilistica operei literare*, Timișoara, Editura de Vest
- Roventă-Frumușani, Daniela (1994), *Modernitatea ca realitate retorică*, în *Introducere în teoria argumentării*, București, Editura Universității, p. 5-12
- Sălăvăstru, Constantin (1999), *Discursul puterii*, Iași, Editura Institutul European
- Spirido, Monica (1993), *Omul supt vremi*, București, Cartea Românească
- Șerban, Vasile (1983), *Literatură și societate*, București, Editura Eminescu

Surse literare:

- Buzura, = Augustin Buzura, *Vocile nopții*, Editura Minerva, București, 1980
Istrati, Ion Istrati, *Din neagra țărănie*, București, Editura Tineretului, 1960
Preda, = Marin Preda, *Moromeții*, vol. II, București, ESPLA, 1967

Rezumat

Ideologia este, probabil, cel mai strâns legată de limbaj decât orice alt fel de activitate socială. Limba este principalul vehicul de comunicare, iar misiunea ideologiei este aceea de a domina procesul de comunicare și de a organiza oamenii în comunități guvernate de anumite idei. Limbajul este martorul cel mai onest al contradicțiilor ideologice în încercarea de manipulare a gândurilor și comportamentului oamenilor. Astfel, limbajul nu mai este perceput ca o armă utilizată pentru a convinge, ci pentru a manipula oamenii, în vederea modelării cu succes a subconștientului colectiv. În această perspectivă, demonstrația noastră utilizează texte literare în încercarea de a dovedi faptul că discursul ideologic este mai periculos atunci când invadează spațiul privat al literaturii.

Résumé

De toutes les activités d'origine sociale, l'idéologie est peut-être, la plus étroitement liée au langage. La langue est le principal moyen de communication et, par conséquent, l'idéologie accomplit la mission de domination du processus de communication et celle d'organisation des gens dans des communautés gouvernées par certaines idées. Le langage est le témoin le plus honnête des contradictions idéologiques dans la tentative de manipuler les pensées et le comportement des gens. De la sorte, le langage cesse d'être perçu comme un outil de la conviction et devient un outil de la manipulation des gens, afin de modeler avec succès le sous conscient collectif. Vue de cette perspective, notre démonstration s'appuie sur des textes littéraires, en essayant de prouver que le discours idéologique devient beaucoup plus dangereux lorsqu'il s'empare de l'espace privé de la littérature.

Abstract

Ideology is perhaps more strongly connected with language than any other kind of social activity. Language is the main vehicle of communication, and the mission of ideology is to rule the process of communication and organize people into communities governed by specific ideas. Language is the most honest witness of ideological contradictions in its attempt to manipulate people's thoughts and behavior. Thus, language is seen as a weapon meant no longer to persuade but to manipulate population in order to mold more successfully its collective subconscious. In this respect, our demonstration makes use of literary texts in the attempt of proving that the ideological discourse is more dangerous when invading the private space of literature.