

**UNIVERSITATEA "BABEȘ-BOLYAI"**

**FACULTATEA DE LITERE**

**CLUJ -NAPOCA**

***DECODAREA DISCURSULUI POLITIC:  
o îmbinare de structuri de argument, metafore  
conceptuale și principii ale politeții***

**REZUMATUL TEZEI DE DOCTORAT**

**COORDONATOR ȘTIINȚIFIC**

**Prof. dr. MIHAI ZDRENGHEA**

**DOCTORAND**

**NEAGU Maria-Ionela**

**2011**

## CUPRINS

<b>1</b>	<b>Introducere.....</b>	<b>5</b>
1.1	Structura și sfera tezei.....	6
<b>2</b>	<b>Cadrul analitic.....</b>	<b>8</b>
2.1	Dialectica discursului.....	8
2.1.1	Analiza Critică de Discurs – analiză interdiscursivă-intertextuală .....	8
2.1.2	O abordare pragma-dialectică a discursului.....	12
2.2	Reconstituire lingvistică	
2.2.1	Abordări asupra structurilor de argument.....	18
2.2.1.1	Structurile de argument - o perspectivă cognitivă.....	19
2.2.1.2	Reprezentarea actorilor sociali – o abordare socio-semantică ...	32
2.2.2	Metaforele conceptuale .....	37
2.2.2.1	O abordare cognitivă asupra metaforei.....	37
2.2.2.2	O abordare formalistă .....	42
2.2.2.3	Perspectiva funcționalistă.....	47
2.2.2.4	Schemele Imagistice și Principiul Invariabilității.....	51
2.2.3	Analiza pragmatică.....	57
2.2.3.1	Politețea pozitivă și negativă .....	58
2.2.3.2	Maximele de politețe.....	63
<b>3</b>	<b>Metodologia cercetării.....</b>	<b>66</b>
3.1	Ontologia discursului politic .....	66
3.2	Discursul politic la intersecția dintre lingvistica cognitivă și psihologia transpersonală.....	71
3.3	Operaționalizarea conceptelor și strategiilor.....	73
3.4	Procedura de identificare a metaforei și probleme legate de corpus.....	74
3.5	Procedura de reconstituire pragma-dialectică .....	76

<b>4</b>	<b>Reprezentări sociale și distanța de Sine.....</b>	<b>79</b>
4.1	Actori sociali în dezbaterile prezidențiale americane din 2008.....	80
4.2	Centrul deictic și periferia.....	84
<b>5</b>	<b>(De)Construcția metaforei conceptuale.....</b>	<b>90</b>
5.1	Reprezentări metaforice ale sistemului american de sănătate.....	91
5.2	Termeni sursă în conceptualizarea crizei financiare .....	96
5.3	POLITICA ESTE CONFLICT, POLITICA ESTE VIZIUNE.....	101
5.4	Raționament metaforic în a doua dezbateră prezidențială americană.....	117
5.5	Vedetele și pietrele de moară ale companiei numite America.....	121
5.6	POLITICA ESTE MORALITATE.....	140
5.7	Politețe, scheme argumentative și construirea ethosului în cea de a treia dezbateră prezidențială americană din 2008.....	146
<b>6</b>	<b>Putere simbolică și argumentare.....</b>	<b>158</b>
6.1	Mutări rezonabile sau mecanism politic?.....	162
6.2	Imaginea politică a lui Obama și a lui McCain.....	174
6.3	Argumentare asupra războiului: o reconstituire pragma-dialectică.....	181
<b>7</b>	<b>Construirea discursivă a identității în discursurile prezidențiale.....</b>	<b>189</b>
7.1	Construirea discursivă a identității europene.....	189
7.2	Agenții și Pacienții crizei financiare.....	197
7.3	Metaforă, politețe și argumentare în prima dezbateră prezidențială americană din 1992.....	205
<b>8</b>	<b>Concluzii.....</b>	<b>214</b>
8.1	Sumarul rezultatelor: Orizonturile adevărului și victoria morală.....	214
8.2	Contribuțiile acestui studiu.....	217
8.3	Sugestii pentru cercetarea viitoare.....	218
	<b>Anexe.....</b>	<b>219</b>
	<b>Anexa 1.</b> Reprezentarea actorilor sociali (van Leeuwen, 1993).....	<b>220</b>

<b>Anexa 2.</b> Raționamentul metaforic al lui McCain în prima dezbateră prezidențială, politica internă.....	221
<b>Anexa 3.</b> Raționamentul metaforic al lui Obama în prima dezbateră prezidențială, politica internă.....	223
<b>Anexa 4.</b> Raționament metaforic în a doua dezbateră prezidențială, politica externă..	225
<b>Anexa 5.</b> Raționament metaforic și argumentare în a treia dezbateră prezidențială americană din 2008.....	231
<b>Anexa 6.</b> Prima dezbateră prezidențială McCain-Obama.....	245
<b>Anexa 7.</b> A doua dezbateră prezidențială McCain-Obama .....	279
<b>Anexa 8.</b> A treia dezbateră prezidențială McCain-Obama .....	307
<b>Anexa 9.</b> Alocuțiunea Președintelui României, Traian Băsescu, în plenul Parlamentului European.....	335
<b>Anexa 10.</b> “Despre neliniștea creatoare” – Discursul Președintelui Federal Horst Köhler în cadrul Parlamentului European .....	341
<b>Anexa 11.</b> Discursul Președintelui Republicii Italiene Giorgio Napolitano cu ocazia vizitei la Parlamentul European .....	347
<b>Anexa 12.</b> Obama: Criză de proporții istorice.....	352
<b>Anexa 13.</b> Criza financiară internațională – Discursul lui M. Nicolas Sarkozy.....	353
<b>Anexa 14.</b> Traian Băsescu: Criza financiară este generată de corupție.....	354
<b>Anexa 15.</b> Prima dezbateră prezidențială Clinton-Bush-Perot .....	355
<b>Bibliografie.....</b>	<b>371</b>

**Cuvinte cheie:** discurs politic, discurs prezidențial, dezbateri prezidențiale, metafora conceptuală, politețe, structuri de argument, argumentare, sofisme, ethos, identitate, pragma-dialectică, adevăr, etică, centrul deictic, periferie, psihologie transpersonală, vid mental, analiza critică a discursului, matricea Boston Consulting Group, CICLUL DE VIAȚĂ AL PRODUSULUI, Obama, McCain

## 1 INTRODUCERE

Abordarea cognitivă consideră discursul politic în mod necesar un produs al proceselor mentale individuale și colective (Chilton, 2004: 51). Este important ca în analiza lingvistică a unui text să se identifice modul în care mijloacele alternative de referire la anumite entități pot produce sensuri diferite. Conform acestei abordări, metafora depășește limitele rolului său de figură de stil, devenind parte a conceptualizării umane. Atât metaforele, cât și schemele imagistice constituie structuri conceptuale care reflectă modul în care oamenii percep și înțeleg lumea înconjurătoare. Ele devin mijloace de verbalizare a experiențelor zilnice. Lakoff (1987) susține transferul de trăsături de la un Domeniu Sursă către un Domeniu Țintă. Cititorul trebuie să conștientizeze faptul că aceste corespondențe metaforice nu antrenează doar entități umane. Metafora predomină în limbajul, gândirea și activitatea de zi cu zi. Se poate ca uneori o afirmație să nu exprime ceva clar atunci când este scoasă din context, însă există și situații în care aceeași afirmație să producă sensuri diferite în funcție de vorbitor și de viziunea sa asupra lumii, de atitudinea sa și de principiile sale politice și sociale. Metaforele constituie mecanismele care contribuie la definirea conceptelor abstracte în termeni concreți. Astfel, conceptele nu mai sunt definite doar în funcție de trăsăturile lor inerente, ci și conform capacității lor de interdependență. Conceptele și categoriile sunt sisteme nelimitate, iar schimbările suferite în cadrul aplicabilității lor sunt justificate prin metafore. În plus, formulări diferite ale acelorași idei indică nuanțe subtile de sens. Metaforele noi pot crea chiar o nouă realitate, iar dacă oamenii încep să acționeze în conformitate cu aceasta, vor facilita modificări de gândire și comportament, producând schimbări sociale și culturale semnificative.

## 2 CADRUL ANALITIC

În general, tema cercetării o constituie tiparele lingvistice și practicile discursive imprimare în discursul politic în scopul stabilirii sau disimulării relațiilor de putere și dominare dintre interlocutori, dintre minorități și populațiile majoritare naționale, etnice, religioase, de gen, politice și culturale.

Cadrul analitic (Capitolul 2) pledează în favoarea îmbinării viziunilor formaliste, funcționale și cognitiviste din filozofia limbii. Analiza critică a discursului (Fairclough, 1989, 1992, 1995, 2003) se reunește cu abordări cognitiviste ale discursului politic (Chilton, 2004; van Dijk, 2008) în termenii reprezentărilor mentale pe care vorbitorii le utilizează pentru a poziționa celelalte entități în raport cu ei înșiși pe axa deictică tridimensională a spațiului, timpului și modalității.

Ceea ce Leech (1983) numea „Gramatica Comunicativă” drept o abordare care urmărea să coreleze sintaxa, semantica și pragmatica este aplicabilă astăzi în cadrul Analizei de discurs. Să luăm în considerare numai abordarea tridimensională propusă de Fairclough care analizează discursul ca și text, practică discursivă și practică socială.

Teza își propune chiar la nivelul textului să analizeze structurile de argument în strânsă conexiune cu metaforele conceptuale corespunzătoare (Lakoff și Johnson, 2003; Goatly, 1997) și cu principiile politeții (Brown și Levinson, 1978/1987; Leech, 1983) care îl ajută pe cititor să integreze textul în ariile mai extinse ale practicilor discursive și sociale. Structurile de argument reflectă modul în care vorbitorul percepe lumea înconjurătoare și își organizează experiența conform unor structuri sau cadre. În lingvistică, acestor entități care susțin cadrul li se atribuie roluri specifice în propoziție pentru a descrie tipul de acțiune (static sau dinamic) sau impactul acțiunii asupra participanților. Saeed (2003: 148) specifică denumirile variate utilizate pentru a desemna aceste roluri în literatura de specialitate, după cum urmează: participanți (Allan, 1986), cazuri semantice de adâncime (Fillmore, 1968), roluri semantice (Givon, 1990), relații tematice (Gruber, 1976; Jackendoff, 1972) și roluri tematice (Dowty, 1986, 1989, 1991; Jackendoff, 1990).

Coordonatele stabilite de un individ unei activități organizează sensul acesteia și prescriu tipul normativ de comportament pentru participanți Goffman (1974/1986). În procesul interpretării, analistul va distinge pe de o parte „coordonatele primare” (1986:

22-23), fie naturale, fie sociale, care susțin cadrul, iar pe de altă parte, competența lingvistică a individului (1986: 500), capacitatea sa de a respecta regulile limbii. În plus, consider că analistul descoperă de asemenea gândirea metaforică a vorbitorului care l-a ajutat să conceptualizeze lumea (Lakoff, 1993: 203-204).

Mai mult, inspirată de principiile pragma-dialecticii și de tehnicile de reconstrucție discursivă (van Eemeren, 1994, 2004, 2009, 2010), lucrarea susține faptul că majoritatea acestor mecanisme pragmatice sunt conștient create și utilizate de politicieni mai degrabă pentru a convinge auditoriul de fezabilitatea planurilor lor politice, decât în scopul depășirii confruntărilor și polemicilor (Fairclough, 2003: 44) și identificării remediilor ce pot contribui la soluționarea controverselor. Prin urmare, astfel de situații le permit conturarea individualității care îi disociază de adversarii lor și de toți cei care nu le împărtășesc opiniile. Charteris-Black (2005: 202) aduce dovezi în favoarea a ceea ce el numește „o trecere deontică spre discursul etic”, ce evidențiază calitățile vorbitorului prin intermediul unor metafore de tip lăuntric, sporind astfel legitimitatea comportamentului său și a propunerilor sale.

Politicienii se bazează adesea pe structurile mentale subiective ale oamenilor („modele de context” în termenii propuși de van Dijk (2009: 100)) drept o strategie de amenințare a imaginii interlocutorului. Odată ce un anumit eveniment este adus în discuție, ei sunt conștienți de faptul că publicul va uita curând detaliile evocate, însă cu siguranță ei vor fi generalizat noile informații care își pun amprenta pe identitatea antagonistului și îi pătează reputația. Astfel, protagoniștii reușesc să sădească în mintea auditoriului sămânța îndoielii și a neîncrederii care cu greu mai poate fi înlăturată prin discursul ulterior.

### 3 METODOLOGIA CERCETĂRII

Cel de-al treilea capitol se concentrează pe operaționalizarea ipotezelor teoretice. Aprofundarea lingvisticii cognitive și psihologiei transpersonale (Maslow, 1954/1970) m-a determinat să susțin faptul că discursul politic este menit să umple un *vid mental* generat în mintea publicului de către nevoile și frustrările lor.

În cazul politicianilor renumiți, acest vid nu este neapărat mai îngust decât vidul individului obișnuit. Cu toate acestea, ei dețin cunoștințele și puterea de a-și îngusta sau lărgi propriul vid mental, ca și pe cel al altor oameni, al comunității. Discursul politic devine un mijloc de restrângere a vidului mental al oamenilor, punând în vânzare speranțe și indicii, dar nu soluții. Soluțiile sunt vizibile de-abia în cadrul schimbărilor din practicile sociale care succedă discursul.

În opinia mea, discursul politic este o tranzacție de tip cerere și ofertă. Un domeniu sursă sau furnizor asigură marfa necesară satisfacerii cererii. Teoria mea cu privire la vidul mental postulează o abordare cognitivă a unei noi stări de fapt ce presupune efortul oamenilor sau chiar incapacitatea lor de a se adapta noilor contexte sau unei schimbări intrigante. Spațiile mentale așa cum sunt ele concepute de Fauconnier (1994) pot fi construite doar în situații comune. Ele se bazează pe cadrele cognitive ale actorilor, pe experiența lor anterioară.

Permeabilitatea mentală a discursului politic poate fi dovedită prin analiza reacțiilor diverse pe care le provoacă în rândul oamenilor în mod regulat. În funcție de măsura în care oamenii interiorizează și apropiază ideile ce decurg din fiecare discurs, discursul politic poate determina schimbări cognitive și de comportament în evoluția societății.

Politicienii zugrăvesc realitatea distorsionând modelul inițial, producând percepții contradictorii în „mintea inconștientă” a individului (așa cum o numea Freud) care se străduiește să asimileze manipularea. Urmând teoriile lui Fauconnier („În tabloul lui Len, fata cu ochi albaștri are ochii verzi” (1994: 12)), consider că scopul discursului politic este acela de a reprezenta în mintea auditoriului o realitate caracterizată de noi trăsături pe care vorbitorul dorește ca publicul să le deducă. Prin urmare, analiza critică a corpusului de discursuri prezidențiale a presupus totodată identificarea și interpretarea rolurilor tematice din gramatica lui Fillmore și a metaforelor conceptuale așa cum au fost tratate în semantica cognitivă.



În vederea sporirii gradului de acuratețe în analiza critică a metaforelor, au fost propuse multiple etape metodologice (Pragglejaz Group, 2007; Charteris-Black, 2004; Cameron and Low, 1999). În identificarea metaforelor, am utilizat metoda investigării manuale a corpusului. În cadrul celei de a doua și a treia etape, cele referitoare la interpretare și expunere, am aplicat diverse strategii în special în cazul celor trei dezbateri prezidențiale americane din 2008 care constituie corpusul primar al cercetării. În scopul deslușirii sensului ascuns al limbajului prezidențial, am optat pentru constituirea propriului meu corpus de 48 000 de cuvinte care să îmi permită o analiză profundă a structurilor de argument, a metaforelor conceptuale și a strategiilor de politețe din cadrul contextelor discursive și sociale.

Ipoteza de la care am pornit este că metaforele conceptuale fac parte din codul comun unor grupuri de agenți care aparțin unui anumit spațiu social sau habitus. Decodarea acestui transfer de sens de la un domeniu sursă către domeniul țintă ne va ajuta să conturăm principiile care structurează acest spațiu social.

În acest scop, am constituit un corpus secundar de 26 770 de cuvinte din discursuri prezidențiale și l-am divizat în trei sub-corpusuri. Cel dintâi cuprinde discursurile ținute de trei președinți reprezentând Germania, Italia și România în fața Parlamentului European în vederea studierii modului în care ei reușesc să contureze identitatea țării pe care o reprezintă ca parte integrantă a ceea ce ei numesc identitate comună europeană.

Propunându-mi să arunc și o privire sincronică asupra discursului crizei financiare, am selectat câteva extrase din trei articole care reproduc discursuri ținute de președintele american, francez și român pe această temă. Aplicând aceleași strategii, analiza celui de-al doilea subcorpus a indicat contribuția categoriei de modalitate, a metaforelor conceptuale și a structurilor de argument în reprezentarea Sinelui politic și a Celuilalt.

Cel de-al treilea corpus secundar cuprinde prima dezbateră prezidențială americană din 1992 în baza căreia au fost descoperite acele mecanisme lingvistice care contribuie la configurarea imaginii (engl. *face*) protagoniștilor și la deteriorarea imaginii adversarilor (engl. *face threatening act*). Studiul pornește de la premisa existenței unei relații strânse între metaforele conceptuale, sofismele de argumentare și strategiile de politețe care explică imaginea creată în mintea publicului ce le influențează deciziile din timpul alegerilor.

## 4      **REPREZENTĂRI SOCIALE ȘI DISTANȚA FAȚĂ DE SINE**

Capitolele 4-6 constituie părțile empirice ale lucrării, care investighează corpul primar al cercetării, anume cele trei dezbateri prezidențiale americane din 2008. Inspirat de abordările teoretice asupra structurilor de argument propuse de Fillmore (1986) și Goldberg (1995), precum și de abordarea funcționalistă a lui van Leeuwen (1996) asupra reprezentării actorilor sociali, capitolul 4 încearcă să identifice Agenții, Pacienții sau Beneficiarii reali din spatele cuvintelor vorbitorilor.

Urmând abordarea propusă de Chilton (2004: 56-59) cu privire la reprezentarea entităților pe axa deictică tridimensională – timp, spațiu, modalitate – capitolul încearcă să proiecteze grafic diverse declarații făcute de Senatorul McCain sau de Senatorul Obama în scopul explicării opțiunilor lingvistice ale vorbitorilor în reprezentarea sinelui (engl. *self*) drept o autoritate veritabilă, iar a celuilalt (engl. *the Other*) ca devinind de la normele moralității și veridicității.

## 5      **(DE)CONSTRUCȚIA METAFORELOR CONCEPTUALE**

Capitolul 5 își propune să identifice, analizeze și interpreteze metafore conceptuale create de Barack Obama și John McCain în timpul dezbaterilor prezidențiale din 2008 odată ce abordează teme precum criza financiară, independența energetică, sistemul de sănătate, educația și conflictele militare. Abordarea este în principal bazată pe descoperirile lingvisticii cognitive și urmărește să ofere o imagine coerentă pornind de la sintaxă până la semantică și discurs. În cele din urmă, interpretarea datelor își propune să sublinieze trăsăturile identității socio-culturale americane în ipostazele sale individuale și colective.

În cazul primei dezbateri, am identificat expresiile metaforice ale câtorva Domenii Țintă care păreau să constituie și focarele discuției: criza financiară, sănătatea, războiul, educația, probleme energetice și politica în general. În abordarea lor textuală și încercarea de corelare a sensului lor cu setul de corespondențe, am subliniat raționamentul metaforic discursiv al lui Obama prin contrast cu cel al lui McCain. Metafore precum SĂNĂTATEA ESTE O MARFĂ – SĂNĂTATEA ESTE UN

PRODUS UTIL, CRIZA ESTE O BOALĂ – CRIZA ESTE O CALAMITATE, POLITICA ESTE MORALITATE – POLITICA ESTE RĂZBOI – POLITICA ESTE AFACERE predomină în discursul candidaților și le structurează punctul de vedere, făcând politicul inteligibil și empiric.

În cazul celei de a doua dezbateri, intenția mea a fost de a urmări raționamentul metaforic al protagoniștilor cu privire la problemele de politică internă, pe de o parte, și cele de politică externă, pe de altă parte. Am explicat de asemenea metaforele conceptuale care răzbat din întrebările adresate de către membrii auditoriului, întrucât ele dezvăluie impactul realității la nivel local. Mai mult, am susținut ideea că principiile economice pot fi traduse prin metaforă în politica reală. Strategia Boston Consulting Group privind distribuirea resurselor, cunoscută drept Matricea BCG Creștere-Cotă de piață (1998), a facilitat crearea a ceea ce eu am numit metafora CICLULUI DE VIAȚĂ AL PRODUSULUI, conform căreia țara devine o companie care își stabilește prioritățile în funcție de rata de creștere a pieței și de cota relativă de piață.

În 2011, ne întrebăm dacă „dilemele” (engl. *Question Marks*) lui Obama din 2008 au devenit „vedete” (engl. *Stars*) sau chiar „vacii de mulș” (engl. *Cash Cows*). Investigarea în cadrul discursurilor sale privind Starea Națiunii (2009-2011) a concordanțelor lexicale ale unor itemi precum *a prioritiza*, *a adresa*, *a investi*, *a beneficia*, *a încheia*, *a irosi* și *a elimina* care indică dilemele actuale ale Americii, prin urmare viitoarele vedete, vacii de mulș sau chiar pietre de moară, a pus în evidență evoluția fiecărei unități strategice de activitate supuse dezbaterii în timpul alegerilor.

Întrucât cea de a treia dezbateri s-a dovedit a avea o natură mai argumentativă decât cele anterioare, am identificat metaforele care ar putea fi asociate cu fiecare dintre etapele discuției critice propuse de van Eemeren și Grootendorst (2004): etapa confruntării, etapa deschiderii, etapa argumentării și etapa concluzionării sau închiderii. Pentru a oferi o imagine coerentă, am integrat această viziune cognitivă într-o abordare pragmatică. Prin urmare, am adoptat o tehnică similară cu cea promovată de Brown și Levinson (1987), Kline (1984) și Dailey, Hinck și Hinck (2008) care constă în divizarea celor trei dezbateri în unități de gândire conform cu problemele dezbătute și cu argumentele oferite de cei doi candidați la fiecare întrebare și identificarea mesajelor directe sau indirecte de deteriorare a imaginii (engl. *face-threatening*), precum și a acțiunilor redresive (engl. *face-supportive*).

În plus, am utilizat abordarea pragma-dialectică de deconstrucție a textului (van Eemeren, 2004) pentru a identifica modelele de strategii retorice din cadrul etapelor fiecărei discuții critice care subsumează una sau mai multe unități de gândire.

Am pornit de la ipoteza că procesul derulării corelațiilor metaforice de la etapa confruntării până la etapa închiderii și analiza măsurii în care aceste tipare se mențin sau se alterează dezvăluie conexiunile mentale ale protagonistului pe care acesta le construiește pentru a profita de situație.

## **6 PUTERE SIMBOLICĂ ȘI ARGUMENTARE**

Analiza efectuată în Capitolul 6 generează corespondența dintre schemele argumentative și tipurile de metafore conceptuale. Scopul capitolului ca întreg este de a analiza dezbateră politică drept argumentare, atât ca proces, cât și ca produs, de a investiga modul în care funcționează „manevra strategică” (van Eemeren și Houtlosser, 1999) și sofisme sale, subliniind mecanismele lingvistice utilizate de vorbitori în atingerea scopurilor lor dialectice și retorice.

Distanța socială corespunde distanței spațiale așa cum este reprezentată de „spațiul social” propus de Bourdieu în cadrul căruia „cu cât agenții, grupurile sau instituțiile se regăsesc mai aproape unele de altele, cu atât mai multe trăsături comune vor deține; cu cât sunt mai distante, cu atât au mai puține în comun” (Bourdieu, 1989: 16; traducerea mea).

Urmărind abordarea lui Bourdieu și interfața dintre teoriile sale asupra spațiului social și opera lui Brown și Levinson (1978/1987) sau Leech (1983) cu privire la politețe, o altă problemă de examinat este măsura în care distanțele sociale sunt întipărite în limbajul interlocutorilor.

Scollon și Scollon (1995: 74-75) disting două tipare principale de strategii retorice:

1. tiparul inductiv (tema amânată) al discursului atunci când argumentele preced punctul de vedere. Aceasta este mai degrabă o strategie indirectă utilizată de vorbitor pentru a-și înfrâna franchețea.
2. tiparul deductiv al discursului, situație în care vorbitorul avansează un punct de vedere și apoi oferă detalii ori de câte ori preia cuvântul.

Strategiile pragma-dialectice de deconstrucție a textului ne ajută să justificăm opiniile participanților „întrucât viziunea pe care fiecare agent o are asupra spațiului depinde de poziția sa în acel spațiu” (Bourdieu, 1989: 18; traducerea mea).

Tocmai acest sens al propriului loc îl determină pe McCain să vorbească precum un războinic, iar pe Obama precum un preot. De fapt, îndelungata experiență a lui McCain în politica externă conflictuală a țării este răspunzătoare pentru imaginea sa.

În lupta sa simbolică pentru putere, registrul pe care McCain îl tot aduce în discuție reprezintă cartea sa de vizită, capitalul său simbolic pe care îl deține și care îl îndreptățește să își impună punctele de vedere și propria scală de valori.

În lipsa unui capital simbolic la fel de substanțial, Obama își structurează discursul de o asemenea manieră încât să fie ancorat în experiența zilnică a oamenilor. Puterea sa de a distinge grupuri, „de a face explicită diviziunea socială” (Bourdieu, 1989: 23) și de a vorbi în numele clasei de mijloc i-a conferit destulă recunoaștere, așa cum au indicat sondajele.

Mai mult, am susținut ideea că metaforele conceptuale reprezintă un alt mijloc lingvistic de identificare a mutărilor argumentative (ne)echitabile. De fapt, această abordare pornește de la premisa că un tip de argumentare generează cu necesitate un anumit tip de metaforă, așa cum am explicat mai jos:

1. argumentarea simptomatică generează *metaforele definitorii*, precum: APĂRAREA ESTE SACRIFICIU, LIBERTATEA ESTE SACRIFICIU, AMERICA ESTE O AUTORITATE MORALĂ.

2. argumentarea prin analogie oferă exemple de *metafore analoage/descriptive*: POLITICA ESTE VIZIUNE, DESTRĂMAREA ESTE EȘEC, INAMICII SUNT ANIMALE, NAȚIUNILE SUNT PERSOANE, CRIZA ESTE BOALĂ.

3. argumentarea cauzală conduce la crearea *metaforelor metonimice* pe care le-am divizat în două subtipuri:

3a. *Metafore rezultante* – metafore care funcționează într-un singur sens, precum: PUTEREA ECONOMICĂ ESTE PUTERE MILITARĂ. Aici se pot încadra și metaforele *pantei alunecoase* (engl. *slippery slope*), întrucât rațiunea lor nu lasă nicio alternativă decât prezicerea unor consecințe catastrofice.

3b. *Metafore equative* care funcționează în sens dublu și permit Sursei și Țintei să facă schimb de poziții. Ținta poate fi atât definită, cât și substituită de termenii Sursă ca în exemplul următor: RĂZBOIUL ESTE POLITICĂ/ POLITICA ESTE RĂZBOI.

4. argumentarea prin disociere generează *metafore alternative* care presupun reprezentarea Țintei în termenii unor valori opuse. Spre exemplu, RĂZBOIUL ESTE (LIPSĂ DE) ETICĂ, POLITICA ESTE (LIPSĂ DE) MORALITATE.

Argumentarea devine irrațională și eronată atunci când generează un tip diferit de metaforă decât cel așteptat.

Eficacitatea discursului lui Obama constă în coerența reprezentărilor sale și menținerea argumentelor pe care le avansează în susținerea punctelor sale de vedere. Confruntat cu atât de multe acuzații, Obama limitează spațiul dezacordului alegând să discute numai despre acele probleme care sunt de reală importanță pentru țară. Obiectivul său este în principal dialectic, mai degrabă decât retoric, întrucât el încearcă să își clarifice poziția în ciuda criticilor lui McCain.

## **7 CONSTRUCȚIA DISCURSIVĂ A IDENTITĂȚII ÎN DISCURSUL PREZIDENȚIAL**

Capitolul 7 supune analizei corpusurile secundare ale cercetării constând în discursuri prezidențiale europene la care am adăugat prima dezbateră americană din 1992. Analiza subliniază rolul cadrului teoretic în construirea identității.

Astfel, am selectat mai întâi discursurile ținute de trei președinți reprezentând Germania, Italia și România, în fața Parlamentului European pentru a studia modul în care ei reușesc să contureze identitatea țării pe care o reprezintă ca parte integrantă a ceea ce ei numesc identitate europeană.

În al doilea rând, am ales câteva extrase ilustrative din trei articole de ziar care reproduc discursurile ținute de președintele american, cel francez și cel român cu privire la criza financiară urmărind analizarea mijloacelor lingvistice care conturează adevărații Agenți și Pacienți ai crizei.

Toți cei trei vorbitori consideră că soluția acestei crize stă în atitudinea oamenilor. Îmi imaginez conceptul de ATITUDINE la intersecția dintre axa deontică și cea epistemică a modalității. Așa cum este înfățișat de cei trei președinți, conceptul de ATITUDINE reprezintă încununarea trăsăturilor deontice și epistemice precum: sinceritate, încredere, înțelepciune, unitate, optimism, solidaritate și sacrificiu. Ei încurajează națiunea să fie optimistă, să rămână unită, să își schimbe rolul din Pacient în Agentul ale cărui acte și inițiative vor diminua situația „apocaliptică”.

Scopul secțiunii finale este acela de a demara un studiu asupra strategiilor de politețe ale candidaților din prima dezbateră prezidențială americană din 1992, pentru a analiza măsura în care aceștia își apără propria imagine politică și o denigrează pe aceea a adversarilor.

Am susținut totodată ideea existenței unei relații strânse între metaforele conceptuale, sofismele argumentative și strategiile politeții care justifică imaginea creată în mintea auditoriului, ceea ce le influențează decizia finală în timpul alegerilor.

## CONCLUZII

Studiul a fost organizat pe baza unor texte autentice care pot scoate în evidență valorile vorbitorului așa cum sunt ele în viața reală. Extrasele supuse analizei au dovedit rolul co-textului în interpretarea metaforelor conceptuale. Cât privește contextul, acesta ar trebui utilizat în mod adecvat, în special atunci când producem deducții pragmatice. Am adoptat o abordare „a priori”, caracterizată printr-o teoretizare ipotetico-deductivă (van Eemeren și Grootendorst, 2004: 74) care își propune să identifice rolul structurilor de argument, al metaforelor conceptuale și al politeții în reglarea conflictului, pe de o parte, iar pe de alta, în construirea identității. Cu toate acestea, observația empirică a generat și câteva contribuții inductive, cum ar fi tiparele relaționale (prezentate în capitolul 6.1) dintre schemele argumentative și tipurile de metaforă corespunzătoare.

Analiza structurilor de argument și a metaforelor conceptuale se încadrează în ceea ce van Eemeren și Grootendorst (2004) numeau „reconstrucția orientată către auditoriu” prin care analistul identifică „transformările retorice” care au contribuit la convingerea publicului. Totuși, întrucât o astfel de analiză retorică părea „să se bazeze puternic pe

introspecție și intuiția individuală” (2004: 25), am condus și o „reconstrucție orientată către rezoluție” concentrându-mi descrierile empirice pe capacitatea vorbitorilor de a-și apăra punctele de vedere sau de a încălca regulile discuției critice, împiedicând astfel rezolvarea conflictului.

Am pornit de la premisa că metaforele conceptuale fac parte din codul comun al unor grupuri de agenți care aparțin unui anumit spațiu social sau habitus. Decodarea acestui transfer de sens de la o Sursă către un domeniu Țintă ne va ajuta să subliniem principiile care le structurează spațiul social. Analiza contrastivă a raționamentului metaforic al vorbitorilor scoate în evidență limitele „spațiului de dezacord” (van Eemeren și Grootendorst, 2004: 54). Utilizarea de termeni aparținând unor domenii Sursă diferite pentru aceiași termeni Țintă determină „ceea ce este pus în joc la o anumită răscruce” (van Eemeren și Grootendorst, 2004: 54). În plus, susțin ideea că accentuarea structurilor de argument și a metaforelor conceptuale din perspectivă cognitivă subliniază perspectiva interioară a interlocutorilor și ne oferă indicii în legătură cu procesele lor mentale pe care își bazează argumentarea.

Consider contribuțiile mele originale atât de ordin teoretic, cât și de ordin metodologic. Consider studiul teoretic efectuat ca reprezentativ în domeniu datorită noii perspective pe care am deschis-o prin plasarea discursului politic la intersecția dintre psihologia cognitivă și transpersonală. Ipoteza mea este aceea că discursul politic urmărește să umple un *vid mental* care persistă în mintea oamenilor ca rezultat al frustrărilor și nevoilor lor, nevoi ce urmează a fi investigate și susținute de dovezi numeroase provenite din cadrul disciplinelor înrudite cu psihologia.

În plus, asocierea Analizei Critice a Discursului cu lingvistica cognitivă, teoriile pragmatice ale politeții și pragma-dialectica într-un cadru analitic coerent reprezintă contribuția metodologică a cercetării mele.

Tocmai această combinație a condus la identificarea de noi tipuri de metafore (Capitolul 6.1) încadrate în anumite scheme argumentative utilizate de protagoniști în cadrul discuției critice.

Fără să speculeze intențiile vorbitorilor, identificarea și interpretarea metaforelor conceptuale (Capitolul 5) a scos în evidență aspectele proeminente sau dimpotrivă, pe cele minimalizate ale problemelor dezbătute, modul în care principiile economice pot fi traduse prin metaforă în politică reală (subcapitolul 5.3.1) și măsura în care metaforele



sistematice precum POLITICA ESTE MORALITATE (subcapitolul 5.3.2) pot sublinia valorile ce susțin crezul politic al unei părți sau al celeilalte părți.

Am susținut de asemenea faptul că strategiile de marketing – analiză, planificare, implementare și control – (Kotler, 1997) sunt codificate în raționamentul metaforic pe care l-am numit CICLUL DE VIAȚĂ AL PRODUSULUI (subcapitolul 5.3.1). Matricea Boston Consulting Group permite analistului să determine ce informații sunt relevante pentru a dezvălui substratul de sens ce reiese din interacțiune atunci când sunt disputate probleme economice. Matricea funcționează ca o reprezentare simbolică interiorizată a politicii reale a unei țări.

Am putea concluziona că, în final, alegerea lui Obama a constituit o **victorie morală**, din moment ce acesta a reușit să dea dovadă de mai mult discernământ și corectitudine decât adversarul său. Obama este conștient de propria-i imperfecțiune și totodată este capabil să recunoască meritele celuilalt.

Conform teoriilor habermasiene, ordinea politică devine legitimă dacă a constituit obiectul unei argumentări raționale care a înaintat ipoteze de validitate *universală* și a obținut acordul părților implicate în discuția critică.

Argumentele lui Obama sunt avansate din perspectivă „morală” habermasiană, chiar dacă unele dintre ele nu au forța de a obține legitimitate prin consens, ci doar mulțumită valorilor universale de dreptate socială și egalitate pe care le susțin.

Dimpotrivă, McCain pare să apere virtuțile unui sistem economic neo-liberal (Ietcu, 2006) conform căruia comportamentul moral presupune asumarea totală a responsabilității pentru propria-ți soartă, angajarea în competiții, asumarea riscurilor și eliminarea beneficiilor oferite de stat.

## BIBLIOGRAFIE

- Aarts, Bas. 2008. *English Syntax and Argumentation*. PALGRAVE MACMILLAN.
- Amossy, Ruth. 2001. *Ethos at the Crossroads of Disciplines: Rhetoric, Pragmatics, Sociology*. *Poetics Today* 22:1. Spring 2001. Porter Institute for poetics and Semiotics.
- Aristotle. 1952. 'The Eudemian Ethics. Book VII' in *The Athenian Constitution. The Eudemian Ethics. On virtues and vices*. With an English translation by H. Rackham. London: William Heinemann Ltd. Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press.
- Blaga, Lucian. 1994. *Geneza metaforei si sensul culturii*. Humanitas.
- Bourdieu, Pierre. 1989. Social Space and Symbolic Power. *Sociological Theory*, Vol. 7, No. 1 (Spring, 1989). 14-25.
- Bowe, R., S.J.Ball and A. Gold. 1992. *Reforming Education and Changing Schools: Case Studies in Policy Sociology*. London: Routledge.
- Brown, Penelope and Steven Levinson. 1978/1987. *Politeness: Some universals in language usage*. Cambridge University Press.
- Brown, R. and Gilman, A. 1960. 'The pronouns of power and solidarity', in P. Gioglioli (ed.) *Language and Social Context*. Harmondsworth: Penguin.
- Cameron, L. and G. Low. 1999. *Researching and Applying Metaphor*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Carnie, A. 2002. *Syntax: A Generative Introduction*. Blackwell Publishing.
- Carpinschi, Anton. 2009. Recognition Culture and Comprehensive Truth. Towards a Model of Fallibility Assumed. *Cultura. International Journal of Philosophy of Culture and Axiology*, vol.VI, no.2/2009. 226-245.
- Charteris-Black, J. 2004. *Corpus Approaches to Critical Metaphor Analysis*. Palgrave Macmillan.
- Charteris-Black, J. 2005. *Politicians and Rhetoric. The Persuasive Power of Metaphor*. Palgrave Macmillan.
- Chilton, Paul. 2004. *Analysing Political Discourse. Theory and Practice*. Routledge: London and New York.
- Chouliaraki, L. and Fairclough, N. 1999. *Discourse in Late Modernity: Rethinking Critical Discourse Analysis*, Edinburgh University Press.

- Cornilescu, Alexandra. 1996. *Concepts of Modern Grammar. A Generative Grammar Perspective*. Bucuresti: Editura Universitatii Bucuresti.
- Dailey, W. O., Hinck, E. A., Hinck, S. S. 2008. *Politeness in Prezidențial Debates: Shaping Political Face in Campaign Debates from 1960 to 2004*. Rowman & Littlefield Publishers, Inc.
- Derrida, Jacques. 2005. *The Politics of Friendship*. London, New York: Verso.
- Dowty, David. 1989. 'On the Semantic Content of the Notion of 'Thematic Role'', in Gennaro Chierchia, Barbara H. Partee, and Raymond Turner, eds., *Properties, Types, and Meaning: Semantic issues*. Kluwer, Dordrecht. 69-129.
- Eemeren, Frans H. Van, Kees de Glopper, Rob Grootendorst and Ron Oostdam. 1994. Student performance in identifying unexpressed premises and argumentation schemes. *Studies in Pragma-Dialectics*, edited by F.H. van Eemeren and R. Grootendorst, (SicSat, 1994). 89-103.
- Eemeren, Frans H. Van and Peter Houtlosser. 1999. Strategic Manoeuvring in Argumentative Discourse. *Discourse Studies* 1(4). 479-497.
- Eemeren, Frans H. Van and Rob Grootendorst. 1982. The Speech Acts of Arguing and Convincing in Externalized Discussions. *Journal of Pragmatics* 6 (1982). 1-24.
- Eemeren, Frans H. Van and Rob Grootendorst. 1989. Speech Act Conditions as Tools for Reconstructing Argumentative Discourse. *Argumentation* 3. 367-383.
- Eemeren, Frans H. Van and Rob Grootendorst. 2004. *A Systematic Theory of Argumentation. The pragma-dialectical approach*. Cambridge University Press.
- Eemeren, Frans H. Van and Rob Grootendorst. 2010. *Argumentare, comunicare și sofisme. O perspectivă pragma-dialectică*. Translated from the English version by Corina Andone and Anca Gâță. Galati: Galati University Press.
- Eemeren, Frans H. Van, Garssen, B., Meuffels, B. 2009. *Fallacies and Judgments of Reasonableness. Empirical Research Concerning the Pragma-Dialectical Discussion Rules*. London, New York: Springer.
- Evans, Vyvyan and Melanie Green. 2006. *Cognitive Linguistics. An Introduction*. Edinburgh University Press.
- Fairclough, Norman. 1989. *Language and Power*. London: Longman.
- Fairclough, Norman. 1992. *Discourse and Social Change*. Polity Press.

- Fairclough, Norman. 1995. *Critical Discourse Analysis*. London: Longman.
- Fairclough, Norman. 2000. *New Labour, New Language*. London: Routledge.
- Fairclough, Norman. 2003. *Analysing Discourse. Textual analysis for social research*. London & New York: Routledge.
- Fauconnier, Gilles. 1994. *Mental Spaces: Aspects of Meaning Construction in Natural Language*. Cambridge University Press.
- Fauconnier, Gilles and M. Turner. 2002. *The way we think: Conceptual blending and the mind's hidden complexities*. New York: Basic Books.
- Ferrari, Federica. 2007. Metaphor at work in the analysis of political discourse. *Discourse & Society* 18(5). 603-625.
- Fillmore, C.J. 1968. The Case for Case. In Bach and Harms (eds), *Universals in Language*. New York: Holt, Rinehart.
- Foucault, M. 1994. Technologies of the self. In P. Rabinow (ed.), *Michel Foucault: Ethics, Subjectivity and Truth*. 223-251. London: Penguin.
- Gaylin. 2005. Reflecting on transpersonal media: An emerging movement. *Journal of Transpersonal Psychology* 37(1).1-8.
- Geeraerts, Dirk. 2006. *Cognitive Linguistics: basic readings*. Berlin, New York: Mouton de Gruyter.
- Giddens, A. 1991. *Modernity and Self Identity*. Cambridge: Polity Press.
- Givon, T. 2001. *Syntax: Vol. I*. John Benjamins Publishing Company.
- Goatly, A. 1997. *The Language of Metaphors*. London: Routledge.
- Goffman, Erving. 1967. *Interaction ritual: essays in face-to-face behavior*. New York: Pantheon Books.
- Goffman, Erving. 1974/1986. *Frame Analysis. An Essay on the Organization of Experience*. Boston: Northeastern University Press.
- Goldberg, Adele E. 1992. The inherent semantics of argument structure: The case of the English ditransitive construction. *Cognitive Linguistics* 3(1). 37-74.
- Goldberg, Adele E. 1995. *Constructions. A Construction Grammar Approach to Argument Structure*. University of Chicago Press.

- Grady, J.E. 1999. A Typology of Motivation for Conceptual Metaphor. Correlation vs. Resemblance. In R.Gibbs Jr. and G. Steen (eds) *Metaphor in Cognitive Linguistics*. pp. 79-100. Amsterdam: Benjamins.
- Grice, P. 1975. *Logic and Conversation*. In Cole, P. and Morgan, J. (eds.), *Syntax and Semantics 3. Speech Acts*. New York: Academic Press.
- Gross, L. 1974. Modes of Communication and the Acquisition of Symbolic Competence. In *Media and Symbols: The Forms of Expression, Communication, and Education*. Chicago: University of Chicago Press. 56-80.
- Habermas, J. 1984. *The Theory of Communicative Action*. Volume 1. Boston: Beacon Press.
- Halliday, M.A.K.1994. *Introduction to Functional Grammar*. London, New York: Arnold.
- Iețcu, Isabela. 2006. *Dialogue, Argumentation and Ethical Perspective in the Essays of H.-R. Patapievici*. Bucuresti: Editura Universitatii din Bucuresti.
- Iețcu, Isabela. 2004. *Dialogicality and Ethical Perspective in Romanian Intellectual Discourse After 1989: a Study of H.-R. Patapievici*, Ph.D. thesis. Lancaster University.
- Jäger, Siegfried. 2001. Discourse and knowledge: theoretical and methodological aspects of a critical discourse and dispositive analysis. In Wodak, R. and Meyer, M. *Methods of Critical Discourse Analysis*. 32-62.
- Johnson, Mark. 1987. *The Body in the Mind: The Bodily Basis of Meaning, Imagination and Reason*. Chicago: Chicago University Press.
- Kotler, Philip. 1997. *Managementul marketingului: analiza, planificare, implementare, control*. Bucuresti: Teora.
- Kövecses, Zoltán. 2010. *Metaphor. A Practical Introduction*. Oxford University Press.
- Kreidler, C. 1998. *Introducing English Semantics*. Routledge.
- Lakoff, G., M. Johnson. 1987. *Metaphors We Live By*. Chicago: Chicago University Press.
- Lakoff, George. 1993. The contemporary theory of metaphor. In *Metaphor and Thought*, Andrew Ortony (ed.), 202-251. Cambridge: Cambridge University Press.
- Lakoff, George. 2004. *Don't Think of an Elephant! Know Your Values and Frame the Debate. The Essential Guide for Progressives*. Chelsea Green Publishing Company.
- Leech, Geoffrey. 1983. *Principles of Pragmatics*. London and New York: Longman.

- Leech, Geoffrey. 2005. Politeness: Is there an East-West Divide? *Journal of Foreign Languages* 6. 3-31.
- Maslow, A. H. 1954/1970. *Motivation and Personality*. New York: Harper & Row.
- Neagu, Ionela. 2009. *English Syntax. Basic Concepts. The Syntax of the Simple Sentence*. Ploiesti: Editura Universitatii Petrol-Gaze din Ploiesti.
- Neagu, Maria Ionela. 2008. Language and Ideology in Famous Presidential Speeches. *Bulletin of Petroleum-Gas University of Ploiesti*. Philology series. 2/2008.
- Neagu Maria-Ionela. 2009. Agents and Patients of the Financial Crisis. In Ghica Georgeta (coord.), Creativity and innovation in a culturally diverse, knowledge-based society. New challenges for language teachers, Editura ASE Bucharest, 14-15 May 2009.
- Neagu Maria-Ionela. 2009. Obama versus McCain – cooperative conversational partners?! In Yolanda Mirela Catelly (coord.), Dana Sorana Urs, Fabiola Popa, Brandusa Raileanu Prepelita, Limba, cultura, civilizatie. Noi cai spre succes, vol. 2/2009. Editura POLITEHNICA Press, Bucuresti.
- Neagu, Maria-Ionela. 2010. War and Argumentation in 2008 American Presidential Debates. *Bulletin of Petroleum-Gas University of Ploiesti*. Philology series. 3/2010.
- Neagu, Maria-Ionela. 2010. Interpreting Conceptual Metaphors: between context and co-text. *Bulletin of Petroleum and Gas University of Ploiesti*. Philology series. 1/2010.
- Neagu, Maria-Ionela and Mircea Mihai Zdrengea. 2011. Metaphor, Politeness and Argumentation in the First 1992 American Presidential Debate. *Studia Universitatis Philologica Babes-Bolyai*, LVI, 2/2011.
- Pirie, Madsen. 2006. *How to Win Every Argument. Use and Abuse of Logic*. London, New York: Continuum International Publishing Group.
- Pragglejaz Group. 2007. MIP: A method for identifying metaphorically used words in discourse. *Metaphor and Symbol* 22(1). 1-39.
- Saeed, J. 2001. *Semantics*. Blackwell Publishing.
- Sanz, Daniel Bruno. 2007. *Why Obama Will Win in 2008 and 2012*. BookSurge, Charleston, SC.
- Schauer, F. 1985. Slippery Slopes. *Harvard Law Review* 99. 361-383.
- Schmitt, Carl. 1976. *The Concept of the Political*. Trans. By George Schwab. New Brunswick. NJ: Rutgers University Press.

- Scollon, Ron and Suzanne Wong Scollon. 1995. *Intercultural Communication: A Discourse Approach*. Oxford: Blackwell.
- Scott, Richard. 2001. *Institutions and organizations*. London: Sage.
- Sperber, Dan and Deirdre Wilson. 1986. *Relevance: Communication and Cognition*. Oxford: Blackwell.
- Swales, J. 1990. *Genre Analysis*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Tindale, Christopher W. 2007. *Fallacies and Argument Appraisal*. Cambridge University Press.
- van Dijk, Teun A. 2008. *Discourse and Context. A sociocognitive approach*. Cambridge University Press.
- van Leeuwen, Theo. 1996. The Representation of Social Actors. In C.K.Caldas (ed.) *Studies in Critical Discourse Analysis*. London: Routledge.
- Van Valin, R., Randy J. LaPolla. 1997. *Syntax: Structure, Meaning and Function*. Cambridge University Press.
- Vygotsky, L.S. 1978. *Mind in Society. The Development of Higher Psychological Processes*. Cambridge, Mass., London, England: Harvard University Press.
- Zdrengeha, M., Neagu Maria-Ionela. 2010. Social Representations and Distances from the Self. *Studia Universitatis Philologica Babes-Bolyai, LV, 2*. pp.137-146.
- Zinken, J. 2003. Ideological imagination: intertextual and correlational metaphors in political discourse. *Discourse and Society* 14(4). 507-523.
- Wodak, R., de Cillia, R., Reisigl, M. and Liebhart, K. 1999. *The Discursive Construction of National Identity*. Edinburgh University Press.
- Wodak, Ruth, de Cillia Rudolf and Martin Reisigl. 1999. The Discursive Construction of National Identities. *Discourse&Society*, 10 (2). 1999: 149-173.
- Wodak, Ruth and Michael Meyer. 2001. *Methods of Critical Discourse Analysis*. London: SAGE Publications.

## **CORPUS PRIMAR**

26 September 2008, The First McCain-Obama Presidential Debate

7 October 2008, The Second McCain-Obama Presidential Debate

15 October 2008, The Third McCain-Obama Presidential Debate

Source: Commission on Presidential Debates. 2008 Debate Transcript. Retrieved 1<sup>st</sup> March 2010. [www.debates.org/pages/trans2008a\\_p.html](http://www.debates.org/pages/trans2008a_p.html) .

## **CORPUSURI SECUNDARE**

Commission on Presidential Debates. *1992 Debate Transcript*. Retrieved November 2008. <http://www.debates.org/index.php?page=1992-debates> .

Departamentul comunicării publice. 2007. *Romanian President's Speech at the European Parliament*, Bruxelles, 31<sup>st</sup> January 2007. Web.

“Financial crisis is generated by corruption”. *Financiarul* 22 Oct. 2008. Web.

*First Presidential State of the Union Address*, January 27, 2010. AmericanRhetoric.com, retrieved December 2010.

“International financial crisis”. *Washington Post* 26 Oct. 2008. Web.

“Obama seeks unified fight against economic woes”. *CNN Politics.com* 8 Jan. 2009.

“Obama: Crisis of historic proportions”. *New York Times* 26 Nov. 2008.

*On Creative Unrest – Speech by Federal President Horst Köhler in the European Parliament*, Strasbourg, 14<sup>th</sup> March 2006. Web.

*Second Presidential State of the Union Address*, January 25, 2011. AmericanRhetoric.com, retrieved June 2011.

*Speech by the President of the Italian Republic on the occasion of his visit to the European Parliament*, Strasbourg, 14<sup>th</sup> February 2007. Web.

*State of the Nation Address to a Joint Session of Congress*, February 24, 2009. AmericanRhetoric.com, retrieved December 2010.