

Ethos și pathos în textul jurnalistic de opinie

Ioana-Tatiana CIOCAN

Universitatea „Lucian Blaga” din Sibiu, Facultatea de Științe 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 relația dintre autorul textului de presă și publicul său, raport indispensabil și care atrage cu sine alegerea unor anume stiluri și limbaje, a diferitelor subiecte și teme de reliefat. Luminița Roșca afirmă, în acest sens, că: „se poate considera că structura limbajului jurnalistic este condiționată de cititor și de contextul în care are loc comunicarea, relația jurnalist-receptor instituind un cod specific presei”.¹ Se pune accentul pe raportul dintre interlocutori, jurnalistul de o parte și audiența/ auditorul/ interlocutorul, de cealaltă parte. În cele mai multe cazuri, textul jurnalistic mizează pe interconectarea strategiilor persuasiunii (și anume ethosul, pathosul și logosul), aducând în prim-plan tehnici specifice argumentării.

Lucrarea de față aduce în discuție o problemă mai puțin dezbătută a textului jurnalistic: dimensiunea retorică a unui asemenea discurs, prin apelul la strategiile persuasive, care vin să sublinieze importanța

auditorului/ interlocutorului în jurnalism și dorința locutorului de a capta atenția și de a convinge.

În cele ce urmează vom analiza, din perspectiva strategiilor persuasiunii, câteva editoriale publicate în perioada protestelor împotriva „Ordonanței 13” (poate unele dintre cele mai puternice proteste de după Revoluție). Studiul urmărește, pornind de la texte jurnalistice de opinie, apărute în presa scrisă locală sibiană, utilizarea triadei retoricii clasice (ethos, pathos și logos) pentru a persuade și a atrage cititorul spre lecturarea și, 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, existența unui spațiu al interdisciplinarității, caracterizat prin „achiziția capacității de a înțelege varietatea de genuri discursive ale contemporaneității ca și a abilității de a interacționa cu ceilalți, de a denaturaliza discursul social în vederea reducerii handicapurilor socio-culturale și politice”³. Analiza discursului se axează

mai ales pe interconectarea dintre ethos și pathos, cu valențele persuasive ale fiecăruia. Nu ne vom opri prea mult atenția asupra logosului, văzut ca ceea ce „ține de rațiune” și anume capacitatea jurnalistului de a crea un discurs logic, rațional (care să înmagazineze mărcile lingvistice argumentative, bunăoară conectorii argumentativi), bazat pe dovezi, explicații, asocieri, raționamente, definiții, toate susținute de coerența și coeziunea limbajului – aceste aspecte merită o analiză separată, datorată unor multitudini de componente și problematizări (aici înglobând și felul (subiectiv) de a dispune discursul în părțile recunoscute și implementate de retorica clasică) – ci vom încerca să transferăm interesul asupra formelor afectivității și subiectivității, legate de ethos și pathos⁴.

În ceea ce privește *ethosul* (apelul etic/ la etică, după cum mai este numit), acesta face referire la caracterul oratorului și la capacitățile/ abilitățile sale de a transmite mesajul auditorului și de a-l convinge de validitatea discursului său. Ethosului îi este atribuit, de obicei, așa cum identifica Cicero, prima parte a textului⁵. Credibilitatea în fața auditoriului este formată acum, ceea ce duce întregul parcurs discursiv pe o anumită pantă. Direcțiile 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 și capacitate de captare a atenției, precum și de convingere) și *ethosul discursiv* – al persoanei re(create) prin și în text. Dominique Maingueneau identifica această ipostază, subliniind ideea unui ethos prediscursiv complementar celui ce este perceput în planul secund al enunțării⁶. Dacă facem referire la *ethosul extradiscursiv/ prediscursiv*, trebuie punctate prezența fizică (împreună cu elementele limbajului nonverbal), reputația, autoritatea celui care transmite discursul în fața audienței. Însă aceste aspecte nu fac subiectul studiului nostru (chiar dacă editorialiștii citați sunt persoane cu o reală și puternică „voce” în mediul jurnalistic local și 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 opțiunea pentru un anume limbaj și calitatea argumentării.

Imaginaea 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 și acceptarea: „Dincolo de unele contraste din piețe, te înspăimântă ruptura din societatea românească” sau „De ce i-ai răpi unei ființe neperversitate o fărâșă din copilărie, antrenând-o în acțiuni pentru care nu e pregătit?”; ca toleranța și intoleranța: „Poate că, după incidentele de la București, unii vor înțelege de ce am susținut că e

nefiresc, imprudent să îți expui copiii la proteste”⁸; ca forța și finețea. Tot aici putem încadra și elementele subiectivității, inevitabil prezente în editorial. Este vorba despre o serie de verbe și pronume la persoana I: „am susținut, nu facem parte, am auzit, nu comentăm, suntem liberi” etc., care susțin explicit aspectele personale și prin care raportul locutor-interlocutor capătă o valență de mărturisire, jurnalistul câștigând încrederea publicului său.

De asemenea, majoritatea editorialelor abundă în sintagme și termeni ce denotă așa-numita *iluzie a oralității*. Publicul își imaginează că fiecare rând pe care îl citește îi este adresat personal, că apare, într-adevăr, ca un discurs dedicat lui, în care poate interveni, de la care i se așteaptă (și chiar i se cere) o părere. Limbajul colocvial re apare în prim-plan, precum și folosirea persoanelor I sau a II-a, sau a adverbilor ce fixează locuri și timpuri apropiate: „În activitatea concretă de producere a textelor, *iluzia oralității* se concretizează prin utilizarea unor elemente de lexic din limbajul colocvial, uneori argotic, a unor structuri sintactice specifice discursului oral, prezența deicticelor (formule ce fac referire la situația de discurs: *aici, acolo, atunci, mâine, eultu, noi/voi*) și printr-o punere în pagină fragmentată, *informală*”⁹.

De multe ori, anumite secvențe demonstrează abilități de persuasiune prin adresarea directă ce creează aceeași imagine a oralității: „E important să-ți pese, e important să ai reacție, e important să te implic!”¹⁰. Este vorba, însă, de exprimarea unor convingeri personale, care vin să definească o întregă existență socială. Experiențele personale le putem lega tot de ethosul discursiv. Amintirile copilăriei fac ca oricare cititor să se regăsească într-o poveste asemănătoare și astfel, să se lase convins de cele prezentate, fiind influențat de o istorisire pe care ajunge să și-o asume.¹¹

Am întâlnit în editoriale și acel *eu generic*, identificat cu o categorie profesională, care empatizează cu aceasta și o apără în defavoarea acuzatorilor de orice fel: „jurnaliștii suferă de o boală grea, aceea a curiozității cronice, așa că mai avea puțin (domnul ministru, n.n.) și îi pune la colț, în genunchi, pe grăunțe, cu mâinile ridicate, să se învețe minte a mai pune întrebări obraznice.”¹² Editorialistul este și el jurnalist și nu poate să nu își arate susținerea față de ei, atâta vreme cât acestora le este încălcată libertatea de expresie.

Adeseori, ethosul este instaurat și prin recunoașterea, la nivelul discursului, a unei conștiințe istorice sau publice, uneori a unei conștiințe de sine. Jurnalistul constată problemele sociale și politice și le înfierează prin cuvinte dure, de revoltă și indignare: „E foarte bine că oamenii protestează atunci când consideră că lucrurile merg într-o direcție greșită și, atâta vreme cât o fac în cunoștință de cauză, fără violență, 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 mână 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 stupeoare 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 copilăș?” 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: „Proteste ale acestea au fost prea puțin despre politică. Au fost despre iubire, libertate, frumusețe, și, cel mai important, 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 neîndoieabilă nu doar în enunțurile laudative, ci mai ales în cele acuzatoare („În general, oamenii asociază lucrurile făcute în grabă, după lăsarea întinerului, 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 aceluia care profită de buna-credință și implicarea unor români reiese prin utilizarea unui lexic specific: „În toată această nebulă, în tot acest decurs sinistru, cu huligani

cu fețele acoperite, cu politicieni deveniți protestatari de ocazie, cu jurnaliști împrumutați parcă de la direcția de propagandă a PCR, sâmburele, adică manifestația oamenilor pașnici, ieșiți în stradă benevol, se diluează (...) E de ajuns să existe câțiva dobitoci care se manifestă violent pentru a se produce o tragedie”, sau „Ideile tale nu se pupă cu ale mele? Ești un prost, un vândut și, după caz, pesedist, userist, băsist, iohannist”.²¹ Toate acestea poartă amprenta unei imagini a oratorului revoltat, care dorește să creeze și să consolideze legătura cu „strada”, cu un public care se recunoaște în discursul său.

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



Note:

1. Luminița Roșca, *Producția textului jurnalist*, Iași, Editura Polirom, 2004, p.21.
2. Exemplele pe care le vom folosi în articolul nostru provin din publicațiile (în varianta tipărită): *Tribuna*, *Mesagerul de Sibiu* și *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 și vizibile.
3. Daniela Roventă-Frumușani, *Analiza discursului: ipoteze și ipostaze*, București, Editura Tritonic, 2012, p.11.
4. În acest sens, Daniela Roventă-Frumușani afirmă: „După o lungă dominare a logosului (de la retorica antică la lingvistica structurală imanentistă), apare normală refocalizarea asupra expresivității, afectului, emoțiilor revitalizate de noua retorică” (*op.cit.*, p.16).
5. Cicero, *Arta oratoriei*, București, Editura Saeculum I.O, 2007, p.29.
6. Dominique Maingueneau, *Analiza textelor de comunicare*, Iași, Editura Institutul European, 2007, p.116-117.
7. În legătură cu acest aspect, Rodica Zafiu afirmă: „Se stabilește în mod curent o distincție între ethosul *prealabil* sau *preexistent* (ceea ce auditoriul știe sau crede deja

despre locutor) și cel *discursiv*, construit în discurs (prin stil și atitudine, prin calitatea argumentării și raportarea la public)” (*Ethos, Pathos, Logos în textul predicții*, în *Text și discurs religios*, II, Iași, Editura Universității „Alexandru Ioan Cuza”, 2010, p.28).

8. Citate preluate din Dragoș 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 diferență*, în *Tribuna*, anul CXXXIII, nr.7838, 31 ianuarie 2017, p.16; *Eternii huligani, ultrași politici și moderatori isterici*, în *Tribuna*, anul CXXXIII, nr.7841, 3 februarie 2017, p.16.

9. Luminița Roșca, *op.cit.*, p.84.

10. Milu Oltean, *Lungul drum al nopții 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 școlii, când un coleg al editorialistului a fost bătut de tată, iar imaginea amestecului de „tristețe și revoltă” din ochii copilului a creat asocierile cu acei copii aduși de părinți la proteste: „Repet: fiecare are dreptul să-și ducă fiul, fiica unde dorește, dar mă întreb dacă transferul temporar de încrâncenare îl va face pe micuț mai fericit?” (Dragoș Bako, *Schimb zâmbet de copil cu probleme de adult! Plătesc diferență*, în *Tribuna*, anul CXXXIII, nr.7838, 31 ianuarie 2017, p.16).

12. Dragoș Bako, *Mai aveți curaj să puneți „altă întrebare?”*, în *Tribuna*, anul CXXXIII, nr.7840, 2 februarie 2017, p.16.

13. Ibidem.

14. Într-un asemenea caz, un puternic impact emoțional provoacă trimiterile ce implică imaginea copiilor: „Poate că, după incidentele de la București, unii vor înțelege de ce am susținut că e nefiresc, imprudent să îți expui copiii la proteste. E de ajuns să existe câțiva 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 părinți. Dacă i se întâmplă ceva a cui e vina? Doar a dobitocului care se manifestă huliganic? Răspunsul cade în sarcina fiecăruia dintre dumneavoastră” (Dragoș Bako, *Eternii huligani, ultrași politici și moderatori isterici*, în *Tribuna*, anul CXXXIII, nr.7841, 3 februarie 2017, p.16). Tot aici s-ar mai putea încadra și acele referiri la ideea de libertate (regăsite sub o umbrelă ironică, marcă a stilului editorialistului): „Suntem liberi să renunțăm la identitatea națională, să ne gudurăm pe lângă icoanele de import. Suntem liberi să construim catedrale ale speranței, întocmai ca niște meșteri Manole. Suntem liberi să ne urâm, să ne dăm în cap, atunci când avem păreri diferite de ale semenilor. Vedeți? Avem o mulțime de libertăți. La ce ne-ar mai trebui și altele? Nu sunt suficiente astea?” (Dragoș Bako, *Unde te întorci, pe unde te uiți, e plin de libertăți!* în *Tribuna*, anul CXXXIII, nr.7843, 7 februarie 2017, p.16)

15. Dragoș 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 narrative 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.
- Maignueneau, Dominique. *Pragmatică pentru discursul literar/ Pragmatics of Literary Discours*, Iași, Editura Institutul European, 2007, 244 p.
- Maignueneau, 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.

Roventă-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 zil/ 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 prediciei/ Ethos, Pathos, Logos in the Sermon Text*, în *Text și discurs religios*, II, Iași, Editura Universității „Alexandru Ioan Cuza”, 2010, p.27-38.

