



## **INPPA CENTRUL TERITORIAL CLUJ**

### **OEPA Tehnici de argumentare judiciară. Pregătirea și elaborarea consultanței juridice scrise**

#### **1. Arta argumentării în comunicarea juridică. Tipologia argumentelor judiciare. Argumentul probator versus argumentul legal.**

Osatura mesajelor scrise sau orale orientate juridic este alcătuită în cea mai mare măsură din operațiile logice efectuate asupra informației. Prelucrarea informației ia în cadrul lucrărilor sau expunerilor juridice forma demonstrației sau cea a argumentației. Demonstrația este o operație mentală de logică deductivă care organizează propozițiile legându-le una de alta în chip evident și necesar. A demonstra înseamnă a obține de la cineva recunoașterea adevărului unei propoziții cu ajutorul unor dovezi pur raționale. A raționa nu înseamnă însă numai a deduce și calcula, ci și a delibera și argumenta. Tehnicile discursive provoacă sau cresc adeziunea spiritelor. Argumentarea diferă de demonstrație: prin componenta etică și patetică; prin premisele doar posibile sau probabile; ca opinia (părerea) față de adevăr, persuasiunea față de convingere, credința față de știință. Argumentul este un fapt sau o judecată adus pentru a sprijini o afirmație, opinie sau o constatare.

Argumentarea este organizarea și punerea în funcțiune a argumentelor. Eficacitatea argumentării n-are legătură cu adevărul ei în aceeași măsură în care are demonstrația. Argumentele sunt nu numai logice, ci și afective, de experiență sau provin de la poziția de autoritate a celui care le emite. Argumentarea încearcă să obțină adeziune, se referă la verosimil (probabilul, valabilul) și vizează un auditor. Persuasiunea urmărește adeziunea completă – nu numai rațională, ci și afectivă – a interlocutorului sau auditoriului. În primul caz e vizat doar intelectul, în al doilea întreaga persoană. O argumentare câștigătoare este posibilă numai atunci când exprimarea propriei autorități se adresează autorității altuia. A ști când să argumentezi este la fel de important ca a ști cum să argumentezi.

De regulă, cu rara excepție a demonstrațiilor matematice în lucrările juridice obișnuite avem de-a face cu argumentație. Argumentul este o formă logică de tipul judecății sau raționamentului. Judecata este punerea în relație a două noțiuni (noțiunea este termenul logic, cuvântul care trebuie definit) de forma S este P. Raționamentul este punerea în relație a două judecăți pentru a obține drept concluzie o a treia judecată. Conține numai trei termeni: major, minor, mediu; termenul mediu nu poate apărea în concluzie. Adevărul concluziei decurge din adevărul ambelor premise - dacă una e falsă, concluzia e falsă. În concluzie nu pot apare alte idei decât cele din premise. Dacă ambele premise sunt particulare sau negative nu se poate concluziona. Dacă una din premise este particulară sau negativă, calitatea concluziei o urmează. Raționamentele pot fi inductive (Din mai multe propoziții



particulare se scoate o concluzie mai generală, certă dacă enumerarea e completă, probabilă dacă e incompletă.) sau deductive. Argumentăm atunci când expunem motive logice care vor reuși să-l convingă pe cititor să fie de acord cu respectivul punct de vedere. Argumentul răspunde la întrebarea: de este adevărat acest fapt. Argumentul folosește informația care trebuie să fie exactă, utilă, completă, critică și coerentă.

**1.1. Construcția argumentației:** argument unic, ca în publicitate (“pentru că meriți!”); sau argumente combinate și structurate într-un text. Argumentele trebuie preferate în funcție de forța și originalitatea lor și puse în ordine. Argumente sunt de tip deductiv (silogism sau entimemă) sau inductiv.

### **1.2. Principiile argumentării**

Principiul nonparafrazei care este de fapt nu atât al non-repetării lingvistice, cât al nontautologiei, adică al non-repetării logice a afirmației: nu substitui un enunț altui enunț fără progres discursiv; nu repeta în predicatul logic ceea ce ai spus în subiectul logic.

Principiul compatibilității: rigoarea logică se menține păstrând în interiorul aceleiași scheme enunțuri care nu se exclud unul pe altul (exceptând contradicțiile dialectice)

Principiul reciprocității: tratament simetric în situații simetrice

### **1.3. Tipuri de argumente**

- Argumente de succesiune: de la cauză la efect
- Argumente de coexistență: de la esență la manifestările sale
- Argumentare prin exemplu: recursul la evenimentul empiric particular
- Argumentul de autoritate și recursul la formule (expresie scurtă care se impune încrederii noastre, grație formei sale, dar și vechimii și anonimatului)

### **1.4. Strategia argumentării:**

Stabiliți, înainte de a argumenta, un prag consensual între voi și destinatar. Reamintiți informațiile cu care a priori toată lumea e de acord. Definirea conceptelor și cuvintelor e o altă soluție de a stabili un consens cu destinatarul. Definițiile trebuie să fie neutre, pozitive și nerepetitive (cea mai simplă cale de evitare a circularității definiției este evitarea sinonimelor și antonimelor). Ele sînt: genetice, generice și prin gen proxim și diferență specifică.

Folosiți dovezile: dați de gîndit destinatarilor mai degrabă decît să gîndiți singur sau în locul celuilalt. (În plus comunicarea va fi mai concretă.) Dovezile pot fi construite prin:

- ☐ Fapte: faptul este un eveniment real, databil și localizabil. Dacă adresantul are sau a avut ocazia să-l verifice este incontestabil. Avantajul suplimentar este că prin relația concretă între observat și gîndit, argumentația rămîne la un nivel comun;



- ☐ Anecdote: anecdota dezvoltă un fapt printr-o narațiune. Mai dinamică decât faptul, face argumentația mai atractivă. Ea trebuie să se încadreze în sistemul de referință al destinatarului altfel își pierde din eficiență;
  - ☐ Povestire dramatizată: povestirea dramatizată duce faptul spre ficțiune fără a-i diminua realismul (de aceea în acest caz trebuie păstrată sobrietatea).
  - ☐ Cifre, statisticile, procentele, valorile absolute descriu prin mijloace minime o realitate complexă.
  - ☐ Calcule, care prezintă direct informația
  - ☐ Comparații: în acest caz câmpul de referință trebuie ales dintre cele mai familiare destinatarului;
  - ☐ Contrariu, prin invocarea negativă a situației contrare;
  - ☐ Experiență, a voastră sau a destinatarului;
  - ☐ Exemple, pentru a aduce precizările necesare unei teze;
  - ☐ Autoritate: se poate recurge fie la figurile autoritare recunoscute într-un domeniu ca experți fie la autoritățile morale care fac obiectul unui larg consens;
  - ☐ Încredere: mai irațională decât toate celelalte, ea se bazează pe notorietate sau carismă.
- Dovezile trebuie să fie:
- ☐ semnificative: selectate pentru a ușura înțelegerea problemei; cel care le selectează trebuie să le arate valoarea (cea mai importantă, caz tipic, exemplu bun, grăitor);
  - ☐ organizate într-o înlănțuire logică, eventual cu comparații;
  - ☐ suficiente: nu putem generaliza pe bază de exemple;
  - ☐ detaliate, nu seci și neconvingătoare;
  - ☐ legate de experiența auditorului, să apeleze la „locurile comune” (cunoașterea comună este "cunoașterea cunoașterii altuia")
  - ☐ actuale (mai ușor acceptate cu cât sunt mai actuale);
  - ☐ din surse credibile.

### **1.5. Stilul argumentării**

Calitatea stilistică a ideilor: ca reprezentare, ideea trebuie să fie: clară și corectă, puternică (în forme tari), delicată (expresie parțială a realității); îndrăzneță (șocantă), vie (în imagini, personificat), îmbogățită (mai multe aspecte simultan); naivă; naturală; paradoxală; și dacă se poate să apeșeze la prejudecăți. Stilul raporturilor între idei trebuie să urmărească consecvența (coerența); tranziția; gradația (crescătoare - descrescătoare).

### **1.6. Obstacole în calea argumentării:**

1. în ceea ce privește fondul: deficit de credibilitate fie pentru că nu acceptăm subiectivitatea autorului (judecățile sînt prea personal subiective), fie că îi respingem ideile ca fiind prea șocante sau prea banale (demonstrează adevăruri cunoscute);



2. în ceea ce privește forma: argumentele sînt în secvențe prea scurte sau prea lungi, adică nu sînt dezvoltate suficient și bat pasul pe loc, se repetă sau sînt diluate, adică autorul nu le conduce progresiv spre propriul punct de vedere.

### **1.7. Critica și contraargumentarea**

Tipologia criticii în funcție de argumente:

- directă: demonstrează eroarea ori falsitatea opiniei criticate
- indirectă: probează adevărul opiniei contrare

Tipologia criticii în funcție de nivelul de exercitare:

- a ideilor, conceptelor
- a cuvintelor, termenilor (critică verbală)

*Tehnica discursului critic:*

- teza adversarului trebuie criticată punct cu punct
- redu problemele la cele mai elementare cunoștințe
- lasă adversarul să-și dezvolte teoriile și aplicațiile, așteptînd erorile pe care le va comite. Cedează-i teren, așteptînd să nu-l poată apăra. Aprobă-l conducîndu-l spre concluzii eronate.
- întinde capcane adversarului: întreabă unde prevezi un răspuns fragil sau eronat
- începe mai slab, păstrează argumente detaliate și ample pentru sfîrșit, fii progresiv în critică
- argumentul în favoarea ta poate fi înlocuit cu contra-argumentul împotriva celuilalt
- unde argumentele tale scad calitativ, utilizează cantitativ mai multe argumente
- infirmarea se face prin comparare sau confruntare cu:
  - idei sau teorii admise ca adevărate/false
  - fapte originare/noi

Regulă: caută să fii superior adversarului, pregătindu-te din vreme, studiind fondul problemei și toate perspectivele. Adună argumente și organizează-le bine pentru a le putea utiliza la momentul și locul oportun.

*Algoritmul contraargumentării:*

- enunțarea argumentului combătut,
- prezentarea contraargumentului,
- susținerea contrargumentului,
- efectul contraargumentului asupra sistemului argumentației interlocutorului

*Tipurile contraargumentelor:*

- de observație: insuficiența faptelor, erori de observație
- de elaborare: analogii nejustificate, idei false

*Contraargumente retorice:*



- concluzia principală: nu este clară, este în contradicție cu, nu este practică, nu prezintă interes, nu este realizabilă, este neobișnuită/banală;
- faptele: sunt contradictorii, nu sunt semnificative, nu sunt suficiente, nu pot fi verificate, sunt prea vechi/noi, sunt subiective, nu sunt legate de argumente;
- raționamentele inductive: generalizarea este nefondată, exemplele sunt puține, probabilitățile prezentate nu ne permit să tragem concluzia, nu creează certitudini, datele statistice sunt depășite/nesemnificative;
- raționamente deductive: concluzia nu rezultă în mod logic, teoretic este așa dar realitatea diferă;
- cauză și efecte: cauza prezentată nu explică efectele, nu s-a ținut seama de toate cauzele, nu s-au analizat toate efectele, nu s-a ținut seama de schimbări/particularități, nu este o cauză ci o coincidență, este o cauză posibilă dar nu probabilă sau reală;
- decizii: nu s-au stabilit/ierarhizat clar obiectivele, nu s-au examinat: toate variantele, consecințele negative, riscurile variantei propuse;
- structuri: nu reiese clar: logica structurii, relația între structură și obiectivul urmărit, legătura între diversele părți, este prea complicată/simplă, nu este realizabilă.

### **Tipologia argumentelor judiciare. Argumentul probator versus argumentul legal.**

Demonstrațiile juridice decurg în linii mari după aceleași repere. Distanța majoră e de stabilit între argumentul probator și argumentul legal. Intervine aici distincția dintre cele două regiuni fundamentale ale existenței, cea a realității și cea a valorii (normei). Adică cea dintre judecata de fapt sau de constatare și judecata de valoare, normatoare. În interiorul acestei mari distincții intervin diferențe în ceea ce este natura argumentelor folosite. Astfel, în ceea ce privește argumentarea probatorie se distinge între *a priori* (ceea ce e știut înainte de orice experiență posibilă) și *a posteriori* (ceea ce decurge în urma experienței, ceea ce constatăm sau testăm prin experimentare). E o distincție aici interesantă și oarecum principială între ceea ce ar trebui să fie axiologic și normativ juridic și ceea ce este în realitate. Dar esența argumentării probatorii apare mai ales în formula constatărilor bazate pe argumente de succesiune: de la cauză la efect și argumente de coexistență: de la esență la manifestările sale. Argumentarea legală ține mai mult de procedeele hermeneuticii, adică de interpretare a textelor (legi, decrete, hotărâri și ordonanțe ale guvernului, regulamente și ordine ale ministerelor, decizii ale organelor administrative locale ș. a.), de stabilire a semnificației: prin analogie în cazul materiilor apropiate prin obiectul reglementării; prin contrarietate, care se bazează pe ideea că orice determinație e o negație (limitarea semnificației jurisdicționale la cazul respectiv), sau cele de exemplaritate, de intensificare a semnificației: „cu atât mai mult”. (Cum aici aspectele sunt de concretizat și exemplificat, detalierea va avea loc în cadrul workshop-ului.)

## **2. Proceduri comunicaționale în construirea și organizarea argumentării juridice**

Punctul de plecare important este să aveți o idee la care să aderați cu întreaga voastră persoană – minte și suflet – și să doriți să o comunicați altora.



Pregătirea pentru discurs înseamnă în primul rând căutarea, asamblarea și organizarea propriilor gânduri și cultivarea propriilor convingeri, ceea ce nu se poate face decât în timp. Lăsați să se coacă subiectul sau, mai bine, să crească la fel ca o plantă, parcurgând etape de secetă și soare sau de ploi. Meditați la el oricând și oriunde, discutați-l cu prietenii, ascultați replicile celorlalți și puneți-vă toate întrebările posibile referitoare la el. Notați-vă după tehnica "schemei arborescente" (mind map) toate ideile, sugestiile, expresiile și exemplele care vă trec prin minte și dacă puteți, creați pentru ele imagini concrete. După aceea citiți tot ceea ce s-a scris despre subiectul respectiv. Adunați mai mult material și mai multe idei și exemple decât v-ar fi necesar pentru a avea de unde alege și pentru a ști mai mult decât comunicați (o regulă importantă a oricărei creații: creatorul este mai mult decât opera!). Scrieți și rescrieți ceea ce intenționați să spuneți: vă ajută să gândiți, vă clarifică ideile, le întipărește în minte și îmbunătățește stilul. (Aceeași îmbunătățire a stilului poate proveni și de la repovestirea unor texte clasice, teoretice sau în proză.) Imaginați-vă vizual și sonor scena discursului vostru cât mai concret posibil (această tehnică este favorabilă și negocierilor și examenelor).

Trișați fișele materialelor puse toate în fața voastră: renunțați la tot ceea ce nu e necesar. Oricum apar mai multe variante: cea pregătită e diferită de cea rostită efectiv, aceasta de cea corectată pentru publicare, și toate acestea de ceea ce ați vrut să spuneți. În nici un caz, nu citiți un text, ci rostiți un discurs, dacă se poate fără note. Când repetați expunerea, vă puteți folosi de note, încercați apoi să le aveți la îndemână pentru orice eventualitate, dar să nu le folosiți. Dacă nu puteți fără note, scrieți-le telegrafic (scurt) și cu litere mari. Nu memorați mecanic discursul; căutați-vă câteva idei directoare și exemple pregnante și lăsați-l să se desfășoare de la sine.

Memoria bună sau cultivată îți îngăduie să găsești argumente și dovezi în favoarea a ceea ce vrei să susții, ori analogii și exemple pentru ceea ce vrei să explici. Cum se poate însă memora un întreg discurs? Mai întâi este nevoie să ai imaginii pregnante, vii. Adică este nevoie de concentrare (a nu te lăsa sustras, a fi atent la), de observație (a vedea ceea ce alții ignoră) și de multiplicarea simțurilor care înregistrează impresia, folosind mai ales impresia vizuală (cel mai puternic simț; mai multe fascicule nervoase leagă ochiul de creier decât urechea). Notele care urmează să ne ghideze discursul pot fi cel mai bine memorate vizual.

Prima tehnică a memorării constă în crearea de imagini și în utilizarea lor: când gândiți, recurgeți la imagini. Invers, când încercați să vă amintiți ceva încercați să explorați analogiile, imaginile. Mai precis: ideile se distribuie în spațiul camerei personale sau a itinerarului pe drumul cel mai frecvent făcut în funcție de diferite imagini, prin analogie, sau prin împerechere cu cifrele de la 1 la 10 imaginate ca figuri cu care sunt corelate analog datele de memorat în succesiune. Punctele principale ale unui referat sau elementele unei negocieri se memorează ca un lanț de imagini legate două câte două într-o anumită direcție și lăsate pe rând să cadă în memorie. Lanțul poate fi deschis, cu un început și un sfârșit sau închis, circular, legând primul de ultimul, astfel ca succesiunea să rămână stabilă, dar nu și punctul de început. Primul ține mai mult de emisfera stângă, al doilea de cea dreaptă și e mai adecvat.



A doua lege a memorării este repetiția, dar nu mecanică ci planificată: se repetă o dată sau de două ori și se revine mai târziu, după un interval de timp (în primele opt ore uităm mai mult decât în următoarele 35 de zile; nu uitați să vă revedeți notele cu câteva minute înainte de a începe discursul). A treia lege este a asocierii ideilor, singurul mecanism clar al memorării: pentru a memora ceva, aceasta trebuie să ne fie prezentată și când este prezentată și când este prezentată o asociem cu ceva. Cine produce mai multe asocieri, memorează mai bine și reține timp mai îndelungat. Reguli tehnice: Încercați să asociați datele de memorat prin întrebări de genul: “De ce se întâmplă așa?”, “Cum se întâmplă?”, “Când se întâmplă așa?”, “Unde se întâmplă așa?”, “Cine spune că se întâmplă așa?”. Când vi se prezintă un necunoscut, întrebați-l tot ce puteți întreba politicos despre numele lui, asociații numele cu detalii din înfățișare sau cu profesia. Paragrafele discursului pot fi memorate asociind începuturile sau cuvintele cheie într-o frază chiar dacă nu au sens. În fine, dacă aveți un lapsus, dezvoltati frazei noi din comentarea ultimelor cuvinte ale frazelor anterioare, până reușiți să vă amintiți.

Pentru că orice comunicare orală este mai degrabă relație decât conținut, nu contează atât ce spui, ci cum spui. Pentru aceasta trebuie să existe interacțiune între public și vorbitor (contact vizual, percepere bună și reciprocă a limbajului corporal etc.). Expunerea trebuie făcută pe un ton de conversație, ca și cum ai vorbi unui vecin; de fapt o mulțime de ascultători este formată din mai mulți vecini! În conversația cotidiană, când vorbim cu prietenii, accentuăm cuvintele importante și trecem cu un ton egal peste cele ne semnificative; pronunțăm cu emfază unele conjuncții; tonul și ritmul vocii variază; facem pauză înainte și după ideile importante .. Adoptați un ton firesc și procedați ca și cum din când în când cineva v-ar pune o întrebare pe care voi o repetați și îi răspundeți (Vă întrebați de unde vine ideea asta? vă explic imediat..)

### **3. Gândirea critică (analiza dosarului) și gândirea creativă (interpretarea situației și găsirea soluției)**

#### **Gândirea critică**

Gândirea critică este gândirea care examinează și analizează toate informațiile pe care le primim. Ea a apărut odată cu modernitatea și a pus în discuție adevărurile acceptate prin tradiție. Prin urmare gândirea critică nu admite ca adevărat decât ceea ce este evident (axiomatic) adevărat și ceea ce poate fi dedus pe căi logice din astfel de puncte de plecare. Cei doi mari gânditori ai modernității europene care au propus o astfel de gândire critică sunt Francis Bacon (1561-1626) în *Novum Organum* și René Descartes (1596-1650) în *Discurs asupra metodei*.

Bacon numește erorile „idoli”, de la cuvântul grec eidola, care, în sens propriu înseamnă „imagini luate ca realitate”, „fantomă de adevăr”. Ele sunt: 1) idola tribus, erori ale speciei umane, datorate structurii spiritului uman în general (spre ex.: tendința de simplificare, de antropomorfizare); 2) idola specus, idoli ai cavernei, erori din cauze subiective, care vin din psihologia noastră individuală (spre ex.: tendințele și obiceiurile noastre intelectuale, metodele personale de lucru ); 3) idola fori, idoli ai forumului, ai locului public, erori cauzate de psihologia colectivă și care vin în primul rând prin limbaj, care ne aduce, odată cu cuvintele sale, experiențe și idei de-a gata și



adesea confuze; 4) idola theatri, idoli ai scenei, erori datorate influenței autorității doctrinelor în vogă și renumelui anumitor autori.

Iată, în schimb, regulile după care își propune Descartes să-și conducă gândirea: „Prima era de a nu accepta niciodată vreun lucru ca adevărat, dacă nu l-am cunoscut în mod evident că este; adică de a evita cu grijă graba și prejudecata, și de a nu cuprinde în judecățile mele nimic mai mult decât ceea ce s-ar înfățișa minții mele atât de clar și distinct, încât să nu am nici un prilej de a mă îndoii.

A doua, de a împărți fiecare din dificultățile pe care le cercetez în atâtea părți în câte s-ar putea și de câte ar fi nevoie, pentru a le rezolva mai bine.

A treia, de a-mi conduce în ordine gândurile, începând cu obiectele cele mai simple și mai ușor de cunoscut, pentru a mă ridica, puțin câte puțin, ca pe niște trepte, până la cunoașterea celor mai complexe și, presupunând că există ordine chiar între cele care nu se succed în mod natural unele după altele.

Si ultima, de a face peste tot enumerări atât de complete și revizuiți atât de generale, încât să fiu sigur că nu am omis nimic.” (după Discurs asupra metodei, Buc., Ed. Stiințifică, 1957, p. 48-49)

*Reguli generale împotriva efectului de realitate construit prin comunicare (persuasiune, manipulare, seducție):*

1. identificați incoerențele, nepotrivirile, discontinuitățile; formați-vă gândirea capabilă să sesizeze dacă “ceva nu se potrivește”
2. sesizați aparența normalității
3. nu acceptați falsa similaritate: ceilalți nu pot avea aceleași opinii, interese, valori, ca și noi
4. nu acceptați aparenta competență
5. refuzați confuziile cognitive prin cereri “umile” de explicații
6. refuzați confuziile emotive: nu te lăsa ademenit, culpabilizat, nu accepta să datorezi ceva cuiva
7. nu acceptați jocul de-a alegerea când vi se induce un răspuns
8. nu acceptați gândirea de grup care susține că aparțineți grupului bun
9. nu acceptați structuri impersonale care decurg din opoziții de grup.

### **Gândirea laterală**

„Gândirea laterală”, capacitatea de a gândi „în afara cutiei”, denumește metaforic tehnica prin care sunt generate noi moduri de a privi lucrurile și noi concepte în rezolvarea problemelor și în producerea ideilor. Termenul a fost inventat de către psihologul Edward de Bono în 1970 și propus în cartea cu același titlu: Gândirea laterală (Curtea veche, Buc., 2003; pentru trimiterile ce urmează indicăm între paranteze doar pagina). Gândirea laterală refuză modelele rigide propuse de raționalitatea occidentală și încearcă să combine lucrurile în alt fel. Ea privește situațiile nu din perspectiva metafizică a datului, a unicului și absolutului, ci din cea cotidiană, a utilului. În timp ce gândirea “verticală” urmărește o idee pe o linie logică și încearcă să depășească direct problemele întâlnite, gândirea “laterală” produce noi idei sau modifică cadrul de referință pentru a ocoli





problemele printr-o abordare radical diferită. Pentru ea nu există un motiv unic și necesar în spatele tuturor lucrurilor!

Gândirea laterală suspendă judecata și modul strict logic de a distribui informațiile pentru a permite oricărei idei să se dezvolte. Punctul de plecare este aceea că modul logic și convențional în care sunt aranjate informațiile nu este niciodată cea mai bună distribuție posibilă. Există cel mai adesea o cale alternativă de a distribui informațiile existente, cea pe care umorul și perspicacitatea, spre exemplu ne-o pot indica (la dîneu, lady Astor către Churchill: „daca ați fi soțul meu v-aș pune otrava în cafea!”. El răspunde: „daca aș fi soțul dumneavoastră, aș bea-o!”.) Aici, din „felul în care ne este oferită informația decurge o anumită așteptare. Apoi, brusc, așteptarea este înșelată, dar ne dăm imediat seama că această urmare neașteptată este o altă manieră de a pune cap la cap informațiile.” (p. 32) Conceptul pe care se bazează gândirea laterală este restructurarea intuitivă, care este realizată prin redistribuirea informațiilor. Dacă cineva „rezolvă problema ieșind din limitele fixate, imediat potestăm că a «trișat». Și totuși limitele sunt, de regulă, autoimpuse. Iar cel mai adesea sunt impuse exclusiv pe baza conveniențelor.” „cînd contestăm presupuzițiile, contestăm necesitatea limitelor și granițelor, dar și validitatea conceptele individuale.” (p. 82 și p. 83) De altfel, presupuzițiile pot fi considerate modele care se sustrag procesului de restructurare. Tehnica „de ce” este folosită în restructurarea presupuzițiilor nu pentru a obține explicații și informații cît pentru a găsi o perspectivă diferită cu șansa da restructura modelul.

Gândirea laterală contracarează ruptura și polarizarea. E interesată de restructurare, nu de dezvoltare. Întâi trebuie create idei - adică: analogii și brainstorming -, apoi trebuie judecate. Prin ea „Nu căutăm cea mai buna abordare, ci cît mai multe abordări posibile.” (p. 57) E preferabil să ai mai multe idei greșite, decît să ai dreptate fără idei. Pentru povestiri: diferite puncte de vedere nu pentru a arăta cum gîndesc fiecare, ci pentru a arăta că aceeași situație poate fi structurată în moduri diferite. Pentru probleme: nu atît rezolvarea problemei, cît găsirea unor modalități diferite de a privi acea situație problematică.

Calitatea de instrument de comunicare a gândirii laterale poate fi înțeleasă adecvat dacă o corelăm cu „dubla legătură” (double bind), teorie propusă de Gregory Bateson și colegii săi în anii '50. O „dubla legătură” este o dilemă dureroasă emoțional în comunicare, în care un individ (sau grup) primește două sau mai multe mesaje contradictorii, în condițiile în care un mesaj îl neagă pe celălalt. Aceasta creează o situație în care un răspuns de succes la un mesaj duce la un răspuns eșuat la celălalt (și invers), astfel încât persoana va fi în mod automat în greșală, indiferent de răspuns. Dubla legătură apare atunci cînd o persoană nu poate confrunta dilema inerentă, și, prin urmare, nu poate nici să o rezolve, nici să renunțe la situație. Legăturile duble sunt adesea utilizate ca o formă de control, fără constrângere deschisă - utilizarea confuziei face dificil atît răspunsul, cît și rezistența.

O „dublă legătură” include, în general, diferite nivele de abstractizare ale mesajelor, iar aceste mesaje pot fi exprimate în mod explicit sau pot fi implicite în contextul situației, sau pot fi transmise prin tonul vocii sau prin limbajul corpului. Complicații apar atunci cînd frecvent legături duble sunt parte a unei relații în curs de desfășurare în care persoana sau grupul este angajat.



Paul Watzlawick observă că legătura dublă trăiește la umbra sensului comun care împarte lumea în contrarii ireconciliabile și că aparentul terțiu exclus este cheia de boltă în ce privește construcția lui. Tot el propune un fel de gândire laterală care să permită să te sustragi blocantei situații maniheiste a dublei legături. Jocul cu sumă nulă - cel în care pierderea și câștigul sunt indisociabile – este expresia dublei legături: Dacă ceva este rău, contrariul său este necesarmente bun; Cine nu este cu mine este împotriva mea. Trebuie ieșit din acest tip de jocuri spre cel cu sumă pozitivă, care gândește altfel: Dacă ceva este rău, contrariul său nu este necesarmente bun; Cine nu este cu mine nu este neapărat și împotriva mea.

Ceea ce vreau să spun devine mai evident de îndată ce invocăm o a treia metaforă, „gândirea în afara cutiei” (sau „gândire dincolo de cutie”). Această expresie se referă și ea la gândirea nouă sau creativă și este o metaforă care înseamnă a gândi diferit, neconventional, sau dintr-o nouă perspectivă. Termenul provine de la consultanți în management, din anii 70 și 80 care își provocau clienții să rezolve puzzle-ul "nouă puncte", a cărui soluție necesită o anumită gândire laterală, chiar gestul efectiv de a ieși din cutie. Or noi gândim în cadrele unei „cutii” (ceea ce presupunem noi), unei paradigme, care este harta lumii din mintea noastră.

Andy Green face o adecvată analiză flexibilității mentale necesare unei astfel de gândiri, cu exemplificări pentru capacitatea de a ieși din cutia dată, de a schimba cutia:

*„A gândi în afara cutiei”:*

- ☐ o cutie mai mare: de Gaulle cere, în 1966, ca trupele americane să fie imediat retrase din Franța. Secretarul de stat al SUA îi răspunde: „vă referiți și la cei îngropați în cimitirele militare?”;
- ☐ o cutie mai mică: un element sau un detaliu intră în discuție (față de invocarea generală a problemei sănătății publice se poate întreba: care aspect a fost încălcat?).
- ☐ schimbarea cutiilor: Împotriva avortului spun că sunt pro viața; pentru avort invocă dreptul la alegere!)
- ☐ minimizarea importanței: plasarea cutiei mai mici într-o cutie mai mare (George Michel în conflict cu legea pentru comportament obscen se recunoaște homosexual, plasând afacerea în contextul drepturilor homosexualilor);
- ☐ Maximizarea importanței: unul sau altul dintre detaliile minore, greșit, este amplificat pentru a invalida o știre;
- ☐ Distragerea atenției: se folosește o cutie mai mare, paralelă;
- ☐ Confruntarea cu marile cutii sacre: securitate națională, sănătate publică, lupta împotriva terorismului: se crează un nivel diferit, introducându-se inteligent (ex.: securitate națională inteligentă).

#### **4. Rolul elocuțiunii în argumentarea judiciară**

În cultura europeană, retorica se naște în Grecia și atinge punctul clasic de cristalizare în opera lui Aristotel. Pentru Aristotel retorica este artă (techné): un ansamblu de reguli care vizează vorbirea convingătoare; procedeele specifice, strategiile discursive prin care oratorul obține convingerea.



După cucerirea romană, de la Atena la Roma ea trece de la agora la forum și de la teorie la practică: grecii sunt retoricieni, romanii sunt oratori (deși Cicero este atât retorician cât și orator, iar Quintilian în *De Institutione oratoria* sintetizează retorica greco-latină). După această epocă se instalează un declin prin formalizare și canonicizare. În sec. al XIX-lea retorica este de mult retrasă din cetate și a dispărut deja din învățământul universitar (E. R. Curtius: "Azi retorica ne e străină. Ca obiect de predare independent a dispărut de mult.").

Aristotel a gândit funcțiile discursului (a instrui - cu ajutorul gândirii și argumentelor; a delecta - prin calitățile estetice; a emoționa - trebuie să angajeze sentimentele auditorului) în unitate. Atunci când evoluția comunicării a redescoperit tehnicile mai vechi aceste funcții ale discursului au fost despărțite și tratate separat. Ruptura dintre interesul pentru argumentare și informare și interesul pentru delectare estetică și impresie emoțională a dus la fractura dintre retorica figurilor și retorica conflictelor, dintre poetica literară, care tratează stilul și operele, și o retorică persuasivă, a cărei paradigmă se confundă progresiv cu judiciarul (procesul este forma prin excelență a conflictului).

Marc Funaroli vede acest clivaj din perspectiva polarității otium-negotium, a "loisirului studios" din pură plăcere și a vieții active și febrile, a discursului de tip "poetic", în sensul cel mai larg al termenului, și a discursului persuasiv, vizînd o eficacitate imediată. Atât la retoricienii poeticieni, cât și la retoricienii argumentativi definiția figurii este similară, ceea ce diferă radical sunt criteriile de clasificare. În a doua jumătate a secolului XX au existat trei tendințe: concepția apărută de școala de la Bruxelles, care este în favoarea retoricii poetice sau a retoricii figurilor; școala de la Amsterdam care caută degajarea unei logici informale a argumentării (cu o metodă pragmatică, anglo-saxonă, care studiază erorile de raționament); școala de la Liège (grupul  $\mu$ ) care urmărește programatic convergența retoricii figurilor cu retorica argumentării. Astăzi toate aceste retorici au devenit capitole ale științelor comunicării.

#### **4.1. Pledoaria juridică**

Din punct de vedere comunicațional, pledoaria juridică este un caz special al reuniunii cu schimb de mesaje. În formulă clasică, ea se compune din:

*Exordiu:* este prima parte a discursului care constă în prezentarea în linii mari a subiectului și are rolul de a atrage atenția și a capta bunăvoința auditorului. Este organizat afectiv, pentru a capta bunăvoința, narativ, pentru a prezenta faptele și logic pentru a le organiza.

*Dezvoltare:* este expunerea detaliată a faptelor și combaterea adversarului (prolepsa: combaterea argumentelor adversarului înainte ca acesta să le susțină).

*Perorația:* ultima parte a discursului, recapitularea sumară și patetică a celor spuse.

Pentru că pledoaria juridică sau pledoaria avocatului (expunerea făcută de apărător) este un exemplu tipic de prezentare trebuie să fim atenți la acele aspecte care o diferențiază de expunere. În cazul expunerii accentul este pe transmiterea de informații, în cazul prezentării pe construirea unei anumite relații cu auditoriul. Ambele este preferabil să fie rostite, nu citite (altfel sunt prea multe informații și e greu de urmărit, lectorul se separă de grup, sunt excluse modurile de comunicare neverbală, indispensabile menținerii contactului). Desigur, Cicero vorbește în general despre orator



ca și cum ar vorbi despre un actor. Dar în cea mai mare măsură oratorul este actor atunci când face o prezentare.

Ori de câte ori comunicăm, dorim ca ceva să se întâmple – actorii numesc asta “urmărirea unui obiectiv”; dacă discursurile sunt mai lungi ele pot avea un număr de obiective care servesc unui scop mai larg, unui supraobiectiv. Anumite cuvinte trebuie spuse pentru că personajul dorește ceva iar pronunțarea cuvintelor îl va ajuta să obțină ceea ce dorește. La fel cel care vorbește: el trebuie să acționeze prin vorbele sale asupra publicului, să-l convingă să gândească, să simtă sau să facă ceva.

Diferența între vorbitor și actor rezidă în aceea că publicul se află pe aceeași scenă cu cel care vorbește, care joacă teatru împreună cu ei nu numai pentru ei. În cazul unei prezentări, ca vorbitor, rolul tău nu este atât de a oferi informații cât de a exercita influență. Maxima comunicării este: “îți spun X pentru ca tu să faci Y”. Dacă vrei să fii un vorbitor bun în prezentări începe prin a ști exact ce dorești să obții prin discursul tău. Problema astăzi este a face și cum poți să faci: Ce pot să fac pentru a obține ceea ce vreau? Acțiunile se referă la ceea ce faci – a face ceva înseamnă a acționa asupra audienței - nu la ceea ce ești – a fi ceva înseamnă a încerca să păstrezi o imagine (ex.: a face audiența să râdă/ a fi amuzant). Acțiunile pe care le poți face atunci când comunică sunt de ordin sufletesc și fac apel la emoții sau la logică.

## **4.2. Stilul**

Stilul este caracteristica unei exprimări bogate (cu cuvinte cât mai diferențiat adecvate și cu o diferențiere și multiplicare a formelor gramaticale) proprie unui om, categorii sau epoci, estetizant (ornamentat expresiv), originale și elegante. Pe scurt: o măiestrie a scrierii, o creativitate expresivă personală. Din perspectiva stilului nu există decât interesant spus sau frumos spus!

Erorile frecvente de stil: stil greoi (repetiții, termeni improprii, stîngăcii de vocabular, fraze cețoase, imagini forțate, greșeli de gramatică, provin adesea din dorința de a avea un stil, dorință care ne face artificială exprimarea. Stilul poate fi, invers, prea sec, fără emotivitate, nivelat, sărac în idei.

Cerința primă este cultivarea vocabularului și corectitudinea gramaticală, care este în fond o logică a comunicării. Limba poate fi folosită: oratoric, îngrijit, comun, familiar, popular. Lexicul unui om: aproximativ 24000, folosite mediu: aproximativ 3000. Pentru a ne înțelege cu alții e bine să folosim o limbă îngrijită. Suplimentar, pregnanță poetică a mesajului sau discursului crește prin folosirea figurilor retorice/poetice, a tropilor. Lipsa de exercițiu sau de prelucrare sau conformismul, timiditatea și exprimarea crispată, pot fi remediate prin alte strădani. Cea mai simplă și mai la îndemână regulă de stil este de a face textul lizibil. Pentru aceasta evitați cuvintele lungi, rare și complexe; urmăriți ca structura generală a frazei să fie respectată, să fie clar articulată, iar cuvintele în legătură de înțeles să nu fie distanțate unele de altele și supravegheați aspectele grafice și punerea în pagină.

### **4.2.1. Caracteristicile stilului: absența sau prezența receptorului (cititorului), acțiunii și creativității.**

*Prima dimensiune: absența/prezența (receptorului) cititorului.*



În primul caz avem de-a face cu o tendință stilistică narcisiacă, egocentrică în care prezența autorului se manifestă prin folosirea frecventă, explicită sau implicită, a pronumelor „eu”/”noi” și prin prezența elementelor care pun în valoare locul, statutul și rolul semnatarului (ex.: CV-ul, autoprezentarea). În cel de al doilea caz avem de-a face cu o orientare spre relații publice și sunt folosiți: termenii de contact, formulele de incitare, referiri la relația dintre autor și destinatar (ex.: invitație, convocare, afiș, urări, felicitări).

### *Apropierea de destinatar*

Redactarea unui text scris este o operațiune solitară care presupune interiorizare. Atenți la conținut (funcția referențială) și exprimare (funcția poetică) uităm destinatarul (funcția fatică și, mai ales, cea conativă). Diferit de comunicarea orală directă, cititorul este îndepărtat spațial și pasiv. Pentru a-l scoate din mutism, pentru a ajunge la convivialitatea și interactivitatea comunicării orale directe trebuie să ne eliberăm de autoritatea conținutului, a informației, a funcției referențiale și să cultivăm perspectivismul: să ne punem în locul cititorului nostru (după maxima: „Cît mai aproape de voi!”). Adică, în detaliu: să ne adresăm direct cititorului, să-l întrebăm, să-i cerem adeziunea, să-i împărtășim emoțiile, să-l luăm ca martor și să ne precizăm clar, prin da sau nu, propria poziție pentru a câștiga dinamism și putere de convingere în comunicarea scrisă.

Cititorul occidental, omul culturii scrise, dorește (după cum ne-o spune și Freud „Adultul occidental iubește noutatea”) noutatea. De fapt, prin definiție, informația înseamnă noutate. Cu cît informația este mai neașteptată, mai ciudată, mai stranie, mai secretă, cu atît atrage mai mult. Paradoxul informației (conținutului, funcției referențiale) este că această atracție nu este absolută: ea funcționează pînă la un punct. Pînă la punctul în care, datorită disonanței cognitive a lui Festinger, cititorul începe să-și manifeste neîncrederea față de un mesaj prea străin față de sistemul referențial al lumii sale. De aceea regula, bazată pe perspectivism, este de a spune celorlalți ceea ce noi credem că ei așteaptă să audă de la noi. Citim ziarul pentru a ne informa în limitele sistemului nostru de realitate. Curiozitatea bună a cititorului se sfîrșește acolo unde începe neîncrederea lui. Există prin urmare două aspecte de urmărit în funcție de cititorul anticipat: cît de previzibilă este pentru el informația și care este reacția lui emoțional-temperamentală în fața informației – preferă căile bătătorite sau este în căutare de noutate?

### *Procedee de apropiere de destinatar:*

☐ personalizarea: maniera de a te adresa direct cititorului. Adresarea directă depinde de interesul pe care autorul îl trezește cititorului și care depinde de încărcătura afectivă a textului. Încărcătura afectivă a textului e definită de proporția frazelor adresate direct cititorului și de proporția cuvintelor personalizate. Frazele care se adresează direct cititorului sunt cele care: 1. conțin un ordin, sfat sau sugestie; 2. provin dintr-un dialog (deci, puse între ghilimele sau cu liniuță); 3. se termină prin semnul exclamării; sau 4. reprezintă o întrebare. Cuvintele personalizate sunt: 1. pronumele personale (eu, tu, el, ea, lui, mie etc.); 2. adjectivele personale (al meu, al său al lui etc.); 3. substantivele proprii (numele individuale); 4. termeni desemnînd persoane (adică oameni identificabili în general). Dispunem, pentru a calcula interesul unui text, respectiv încărcătura lui



afectivă – de la 0, adică obositor, la 100, adică pasionant -, de formula lui Flesch: încărcătura afectivă =  $0,314FADC + 3,635CP$ , unde 0,314 și 3,635 reprezintă constantele, iar FADC reprezintă „frazelor adresate direct cititorului” și CP reprezintă „cuvintele personalizate”. Condițiile aplicării formulei sunt: 1. textul ales să fie complet; 2. textul trebuie să conțină cel puțin o sută de cuvinte; 3. articolele și prepozițiile sunt considerate cuvinte. Atenție: gradul de personalizare trebuie să fie corelat cu gradul de familiaritate pe care vi-l puteți permite cu cititorul vostru. Relația dictează gradul personalizării: ierarhiile nu pot fi încălcate, nu puteți înlocui pe „dumneavoastră” cu „tu”.

- ☒ transpunerea, în ceea ce scriem, în situația cititorului (ca și cum autorul ar fi cititorul)
- ☒ crearea unei complicități cu cititorul față de o terță persoană (spre ex. prin repetiții care introduc o tentă de ironie complice)
- ☒ realismul – cât mai multe precizări faptice sau anecdotice
- ☒ crearea unor semnale ale itinerarului lecturii: titluri și subtitluri; chenare, fotografii, grafice; șapoul, un text care funcționează ca un titlu mai lung și care rezumă informațiile textului.

*A doua dimensiune: absența/prezența acțiunii.*

În primul caz avem de a face cu o tendință tehnocrată a stilului vizibilă în folosirea unor fraze construite impersonal, a vocabularului de specialitate (termeni tehnici și neologisme), a unui sistem referențial a priori comun autorului și cititorului, a unei densități de informații a mesajului și lipsei de interes pentru destinatar (ex.: raport, dare de seamă, documente contabile). Pentru cea de a doua tendință, dimpotrivă, acțiunea nu informația este importantă ceea ce devine vizibil în prezența frazelor scurte, verbelor de acțiune la modul imperativ sau infinitiv, a unui referențial explicitat prin exemple, adesea chiar vizuale (ex.: instrucțiuni de întrebuințare, ghid, program, regulament, catalog). În acest caz trebuie folosite verbe concrete puternice și trebuie eliminată diateza pasivă.

*A treia dimensiune: absența/prezența creativității*

Această dimensiune a stilului pune în joc atașamentul față de limbă. De aici rezultă fie o tendință puristă, în care domină respectul față de limbă, indicat de grija față de varietatea vocabularului, față de etimologie, de ortografie și punctuație, utilizarea formelor vechi și opțiune față de frazele lungi în organizarea ideilor, bogăția citatelor și grija față de indicarea surselor (ex.: lexic, glosar, legendă). Fie o tendință literară, caracterizată de abaterea față de normele uzajului lingvistic printr-o îndrăzneală elevată, caracterizată de un vocabular sugestiv față de emoții, interes pentru figurile de stil și pentru ritm, precum și anumite urme de tradiționalism (ex.: cronică, editorial, publicitate, corespondență).

Există o amprentă stilistică ce ne caracterizează personalitatea fiecăruia dintre noi. Ea constă din reunirea particulară a mai multor trăsături diferite. Important este să putem adopta stilul adecvat, să dispunem adică de plasticitatea stilistică necesară oricărei situații comunicaționale. Expresivitatea cere să evităm clișeele. Dacă nu putem, ar trebui măcar să le deturnăm, dându-le o notă nostimă.

*Tipurile de stil de comunicare în funcție de registrele limbii (nivelurile de îndepărtare ale scrierii de oralitate):*



1. Transcrierea oralității corespunde cel mai mult limbii vorbite și reprezintă registrului familiar. Expresiile sunt familiare, se reproduc limbajele folosite efectiv (argou, dialect, termeni populari, expresii plastice, abrevieri), regulile gramaticale sunt laxe pînă la incorectitudine, punctuația e redusă pînă la aproximare. La acest nivel al limbii ne situăm cînd dorim să intrăm în conversație cu cititorul, să imităm ezitățile și aproximările oralului, să fim ireverențioși, să păstrăm naturalețea dialogurilor și mărturiilor sau să reproducem limbaje locale (populare, regionale). E utilizat mai ales în literatură (spre exemplu I.L. Caragiale).

2. Corectarea construcțiilor greșite sau neglijente, eliminarea impurităților, ne ridică la nivelul registrului natural. Se folosesc cuvintele uzuale ale dicționarului și formele gramaticale simple pentru a construi propoziții cu structură simplă. E utilizat mai ales de ziariști.

3. Atunci cînd adăugăm eleganță și stil ajungem la registrul natural normalizat care folosește cuvinte tehnice, forme gramaticale simple, dar construcții sintactice mai complicate. E folosit pentru a redacta referatele, lucrările și dizertațiile sau darea de seamă, raportul, notele interne și alte documente de serviciu, adică de autorii de lucrări de documentare (informare) și de ziariști. Pentru a-și păstra neutralitatea acest stil este supravegheat (nu liber, ca registrul familiar) și convențional (nu îngăduie un mod de exprimare personal)

4. Atunci cînd stilul și ornamentația tind să transforme textul în operă ajungem la nivelul registrului susținut. În acest caz se caută precizia și justetea exprimării și procedeele stilistice menite să particularizeze stilul. Sunt folosite cuvinte rare, sensuri învechite, forme gramaticale și sintactice riguroase și complexe. Acest registru este caracteristic producției literare și universitare rafinate.

Comunicarea este reglementată printr-un sistem de norme capabile să organizeze schimbul. Există norme lingvistice generale, norme socio-culturale ale grupului și normele stilului personal. Normele trebuie bine cunoscute pentru a ne negocia bine libertățile pe care le luăm față de ele. Ele fixează gradul minim de cordialitate necesar comunicării mesajului. Relațiile interumane ne recomandă mereu echilibrul, calea de mijloc. Atitudinea cea mai prudentă este conformismul față de ceea ce este dominant. Fiecare din noi caută un punct propriu de echilibru între cîmpurile de forță externe, normele sociale și profesionale, și cîmpurile de forță interne, normele personale, un echilibru între siguranță și îndrăzneală.

Îndrăzneala înseamnă încălcarea normelor și stabilirea unei relații deosebite cu cititorul.

Indicatorii îndrăznelii:

- ☒ emoția, abundența de formule care sugerează reacția emoțională;
- ☒ figurile de stil, imaginile, jocurile de cuvinte;
- ☒ părerile tranșante, fie că se referă la idei – “eu gîndesc că” -, fie la convingeri – “eu cred că” – afirmă un punct de vedere fără a admite nici o discuție;
- ☒ judecățile de valoare: criticile, evaluările, felicitările, laudele;
- ☒ punctuația expresivă (semnul exclamării, întrebării, punctele de suspensie, ghilimelele);
- ☒ ironia (a spune ceva ce este contrariul a ceea ce vrem să afirmăm, pentru a persifla sau ridiculariza);



☒ auxiliarele grafice (italicele, boldarea, sublinierea, majusculele, culoarea diferită, simbolurile personale, to ce poate atrage atenția grafic);

☒ introducerea în registrul curent a termenilor familiari sau din registrul susținut.

Nu depășiți pragul de toleranță al contractului de comunicare cu cititorul, dar nici nu tăceți din timiditate! Și evitați saturația, propuneți cititorului vostru varietatea.

### ***Procedee de ilustrare a ideilor***

Necesitatea lor:

- suntem atașați de concret, spațial, temporal și familiar
- înțelegem lucrurile prin intermediul experienței: pentru a comunica, trebuie să puneți în comun, să împărtășiți cititorului ceea ce v-a afectat în primul rînd.

Prin urmare, ilustrarea face ideea inteligibilă. Motivul încă mai profund este relația dintre oralitate și scris pe de o parte, și imagine și scris pe de alta. Scrisul provine din imagine: primele litere sunt pictograme, ca hieroglifele egiptene și „literele” chinezești, primele scrieri sunt înșiruri de imagini. Dar scrisul, prin abstragerea lui din imagine, întărește caracterul digital, nu analogic al limbii. Oralitatea folosește mult imaginile care țin de concret, de anecdotic, de infantil, de gîndirea comună. Folosind ilustrarea și figurarea, redăm scrisului savoarea și fascinația limbajului oral încărcat de imagini și ilustrări.

*Pentru ilustrare se pot utiliza:*

- cazul, faptul, evenimentul deosebit
- mărturia
- anecdota: întîmplarea trăită sau observată
- ficțiunea

Toate aceste forme ale ilustrării suspendă rațiunea și frapează imaginația și au efecte persuasive, pedagogice și estetice.

*Figurile de ilustrare:*

Figurile de adiție (adunare) sunt ilustrative în sensul că ne permit să spunem mai mult despre același lucru, adică ne permit să insistăm. Ele sunt:

☒ Repetiția (folosirea de mai multe ori a aceluiași cuvînt sau grup de cuvinte) pentru a sublinia, a pune în valoare o idee și a crea un ritm. (ex.: Istoria disciplinelor, istoria familiilor, Adevăr, adevăr și iarăși adevăr.)

☒ Acumularea (compunerea unor serii de cuvinte de aceeași natură semantică) pentru a amplifica o idee și a produce o gradare a sensului. (ex.: Teatrul, muzica, pictura, cinematografia, literatura: arta la îndemîna tuturor)

☒ Analogia (crearea unui raport de asemănare între elemente aparținînd unor realități diferite), pentru a înțelege mai bine un lucru prin compararea cu altul, mai familiar. (ex.: Gimnastica minții)

☒ Aglutinarea (crearea de cuvinte noi prin amestecarea părților cuvintelor obișnuite), pentru a obține comprimarea expresiei. (ex.: smog, din smoke și fog)





- ☐ Antiteza (reunirea în aceeași formulă a elementelor contradictorii), pentru a introduce un paradox, pentru a califica în manieră total neașteptată. (ex.: „Cum reușești să ai un eșec?” de Paul Watzlavick; Libertatea se învață).
- ☐ Paralelismul (introducerea de repetiții în structura enunțului), pentru a valoriza opozițiile de sens prin simetrie sau inversiune. (ex.: Valori ale școlii, valori la școală).
- ☐ Figurile de substituie (înlocuire) sunt ilustrative în sensul că ne permit să spunem altceva despre același lucru, adică ne permit să stabilim asocieri de idei. Ele sunt:
  - ☐ Imaginea (folosirea unei situații concrete și mai sugestive dintr-un domeniu al realului pentru alt domeniu), pentru a spori pregnanța expresiei. (ex.: Notele false ale partiturii)
  - ☐ Coliziunea (utilizarea părților cuvântului sau chiar a cuvintelor pentru a apela sensuri diferite), pentru a realiza duble evocări, pentru a încărca un cuvânt cu duble sensuri din domenii diferite și neașteptate. (ex.: Estetica: etica estului, Tratat de descompunere).
  - ☐ Exagerarea (înlocuirea unui cuvânt la repetarea lui printr-un superlativ), pentru a face inteligibilă o calitate prin insistență asupra unei proprietăți. (ex.: Vorba-i de argint, tăcerea de aur; A fi Eminescu sau nimic).
  - ☐ Deturnarea (folosirea unei formule acreditate pentru un anumit domeniu în alt domeniu), pentru a atrage atenția prin celebritatea formulei. (ex.: Copilăria informaticii, Pericolul roșu).

Figurile retorice: măsoară îndepărtarea de exprimarea simplă și comună.

Figuri de cuvinte: procedee care utilizează substanța sonoră a limbii. Se mai numesc figuri fonetice sau grafice pentru că acționează asupra sonorității sau grafismului cuvintelor (aliterația: repetarea unui sunet sau grup de sunete, adică repetarea consoanelor inițiale într-o succesiune de cuvinte apropiate; paronomaza: apropierea unor termeni vecini prin sonoritate, diferiți prin sens, rime, anagrame, calambururi, modificări ortografice). Antanaclaza - repetarea aceluiași cuvânt luat în sensuri diferite, proprii sau nu (ex.: Pascal: inima are rațiunile ei, pe care rațiunea nu le cunoaște).

Figuri semantice, tropii, figurile retorice în sens strict. acționează asupra sensului cuvântului, deplasându-l sau transformându-l. Metafora: comparație prescurtată, trop care, prin asemănare, substituie un termen prin altul, ca o comparație care nu compară pentru că n-are cei doi termeni "să biberonăm ceva". Metafora apare dincolo de sensul literal al expresiei la nivelul enunțării. Ea este un mod non-definițional de marcare a referinței prin ostensiune sau interacțiune causală.

Metonimia: exprimă ceva prin numele a altceva în numele unei relații date - exprimă un obiect printr-un alt obiect, legat printr-o relație strânsă - (conținătorul pentru conținut "să bem o sticlă", cauza pentru efect "pana scriitorului", simbolul exprimă ceva abstract prin ceva concret). Litota: alterează expresia pentru a face să se înțeleagă mai mult spunând mai puțin („tehnică de atenuare” Perelman) Hiperbola: pune în relief o idee prin intermediul unei expresii care o depășește.

Figuri de construcție, sintactice: forme care privesc sintaxa sau ordinea frazei. Elipsa – suprimă unele cuvinte care ar fi necesare integrității construcției. Antiteza - neagă ideea inversă pentru a impune ideea dorită. Chiasmul – încrucișarea termenilor, situarea în ordine inversă a grupurilor de cuvinte sintactic identice. (ex. Pascal: „Dacă el se laudă, îl scobor, dacă se scoboară, îl



UNIUNEA NAȚIONALĂ A BAROURILOR DIN ROMÂNIA

## INPPA Centrul Teritorial Cluj

400118, CLUJ-NAPOCA STR.PAVEL ROȘCA NR.4 AP.15, TEL/FAX 0264-439450

e-mail : [office@inppa-cluj.ro](mailto:office@inppa-cluj.ro) ;

<http://www.inppa-cluj.ro>

laud”). Reticență – întreruperea subită a cursului unei fraze pentru a lăsa să se înțeleagă prin puținul ce se spune ceea ce ar fi de spus sau chiar mai mult decât atât.

Figuri de gândire: structurarea conținutului ideatic al discursului. Alegorie – punerea în narațiune a ideilor. Ironia – a spune în glumă contrariul a ceea ce crezi. Umorel – relevă aspectele hazlii ale realului, care îl includ însă și pe vorbitor. Prosopopee – pune să vorbească ipotetic un mort sau un absent.