CZU: 81`22`376.6:338.48 **https://doi.org/10.59295/sum10(220)2025_14**

DEIXISUL ÎN TEXTUL TURISTIC

Silviana CUPCIC, Angela GRĂDINARU,
Universitatea de Stat din Moldova

Articolul investighează rolul marcatorilor deictici în textul turistic, având ca punct de plecare analiza pragmatică a limbajului. Deixisul este privit ca unul dintre cele mai clare indicii ale dependenței limbajului de context, iar utilizarea sa în discursul turistic relevă atât funcții descriptive, cât și persuasive. Marcatorii deictici – personali, spațiali, temporali, discursivi și sociali – nu doar clarifică referințele, ci și construiesc o relație de proximitate între emițător și receptor. Astfel, pronumele și formele verbale stabilesc legături interpersonale, adverbele de timp și loc fixează experiența în prezent și conferă impresia de autenticitate, iar imperativele sporesc caracterul conativ al mesajului. Studiul subliniază dimensiunea interculturală a fenomenului, având în vedere diferențele de manifestare a deixisului **în** limba română și limba engleză, fapt ce confirmă observațiile privind adaptarea sensului la contextul lingvistic și cultural. Rezultatele confirmă că deixisul nu reprezintă doar o categorie gramaticală, ci un mecanism fundamental prin care textele turistice creează implicare, participare și persuasiune, transformând mesajul într-o experiență atractivă și convingătoare pentru cititor.

Cuvinte-cheie: *text turistic, pragmatică, deixis, marcatori deictici, funcție persuasivă.*

DEIXIS IN THE TOURIST TEXT

The article investigates the role of deictic markers in tourist texts, drawing on a pragmatic approach to language. Deixis is considered one of the clearest indicators of the dependence of language on context, and its use in tourist discourse highlights both descriptive and persuasive functions. Deictic markers – personal, spatial, temporal, discourse-related, and social – not only clarify references but also construct a sense of proximity between sender and receiver. Pronouns and verb forms establish interpersonal connections, adverbs of time and place situate the experience in the present and create a sense of authenticity, while imperatives enhance the conative dimension of the message. The analysis also emphasizes the intercultural dimension of deixis, as differences between Romanian and English confirm that meaning is adapted to the linguistic and cultural context. The findings demonstrate that deixis is not merely a grammatical category but a fundamental mechanism through which tourist texts create involvement, participation, and persuasion, transforming the message into an attractive and convincing experience for the reader.

Keywords: *tourist text, pragmatics, deixis, deictic markers, persuasive function.*

Introducere

Oamenii folosesc limba pentru a interacționa și a stabili relații, pentru a-și influența comportamentele și pentru a-și exprima viziunea despre lume. Sensul este lucrul sau ideea pe care omul dorește să o comunice prin ceea ce spune sau face. Înțelegerea sensului este un lucru important pentru a înțelege intenția vorbitorului. Sensul este o ramură a semanticii și pragmaticii și are un rol important în orice situație de comunicare umană. Renumitul lingvist George Yule afirmă că pragmatica se ocupă de studiul sensului așa cum este comunicat de un vorbitor (scriitor) și interpretat de ascultător (sau cititor). Pragmatica este studiul sensului enunțului, al propozițiilor care sunt folosite în comunicare, precum și studiul sensului în interacțiunea lingvistică dintre un vorbitor și un ascultător. Pragmatica este studiul relației dintre limbă și context, bazată pe situație, iar deixisul este relația dintre limbă și context reflectată în structura limbajului în sine sau în celălalt sens, fenomenul apariției [1, p. 3]. Scopul acestui studiu îl constituie determinarea aspectelor pragmatice ale textului turistic, care sunt strâns corelate cu aspectele interculturale și de traducere. Componenta lingvistică a textelor turistice este foarte importantă, fiind evidențiată de cercetătorul american Graham Dann astfel: limbajul turismului este atât de omniprezent și esențial încât, fără el, turismul în sine ar înceta să existe. În absența unei baze sociolingvistice, cea mai mare industrie din lume s-ar opri pur și simplu, iar noi

am rămâne cu toții acasă [2, p. 249]. În opinia sa, limbajul în turism este o formă de manipulare și control social: interesul turistului pentru destinație este creat prin intermediul formelor lingvistice, iar modelarea pozitivă a realității este sarcina lor principală. Ele sunt cele care transformă o zonă necunoscută și îndepărtată într-un obiectiv turistic atractiv, care cu siguranță va fi vizitată. Cu alte cuvinte, turistul alege să viziteze locurile pe care deja le-a explorat în mod imaginar prin intermediul limbii; astfel, acest lucru sugerează că o călătorie nu începe în momentul deplasării fizice spre o destinație, dar începe cu lecturarea textelor despre destinația turistică, atunci se formează imaginile gândite despre această zonă.

Repere teoretice ale deixisului în discursul turistic

Autorul Jacob Mey relatează despre definiția dată conceptului de pragmatică pentru prima dată de către filosoful Charles Morris, care se referea la studiul relației dintre semne și cei care le interpretează. Însă în prezent pragmatica deviază de la lingvistica tradițională și se axează pe ființele umane - utilizatori ai limbii. Pragmatica este studiul despre procesul de producere a limbajului și de producătorii acestuia, nu doar de produsul final, limbajul [3, p. 4].

Cercetătoarea Liliana Ionescu-Ruxăndoiu precizează că pragmatica nu operează cu propoziții (structuri gramaticale specifice), ci cu enunțuri (produse ale activităților de enunțare). Autoarea menționează că pragmatica ca domeniu al acțiunii și interacțiunii comunicative include:

– aspectele de bază ale organizării pragmatice: acte verbale, deixis, presupoziția, implicatura
– principii și strategii comunicative de bază:
a) principiul cooperativ și maximele sale și strategii bazate pe exploatarea acestor maxime;
b) principiul și strategiile politeții
– aspecte de bază ale organizării conversației: niveluri de organizare, structuri, strategii și proceduri conversaționale [4, p. 19]. Autoarea admite abordarea pragmatică nu numai a conversației curente directe după afirmația lingvistului Stephen Levinson, dar și a textului literar, a textului politic, jurnalistic sau publicitar, a altor forme de discurs instituţionalizat. Textul turistic este un discurs instituționalizat, de aceea este valabilă abordarea pragmatică. Astfel, analiza pragmatică urmărește interpretarea enunțului în funcție de contextul și situația de comunicare, efectele produse de actul vorbirii, atitudinea vorbitorului și raporturile enunțului cu textul.

Conform schemei procesului de comunicăre descris de Roman Jacobson, diferența de *canal de comunicare* atrage diferențe de structură a mesajului scris, care implică formulări definitive și exclud negocierea sensurilor între emițător și receptor, aceștia putând fi separați prin mari distanțe spațiale și/sau temporale [apud 4, p. 12]. Din punct de vedere pragmatic, textele de pe site-urile turistice reprezintă o comunicare scrisă între autorii acestora și utilizatorii site-urilor, mesajul având o singură direcție.

Funcțiile deictice în textul turistic

Deixisul este un domeniu care preia anumite elemente ale sensului său din situație, cum ar fi persoana, locul, timpul, discursul și factorul social. Deixisul se referă la fenomenul în care înțelegerea sensului anumitor cuvinte și expresii dintr-un enunț necesită informații contextuale. Dar are o anumită relevanță pentru analiza conversației și pragmatică. Deixisul are funcția de a indica sau specifica perspectiva unui participant la un act de vorbire sau scriere; aspecte ale unei comunicări a căror interpretare depinde de cunoașterea contextului în care are loc comunicarea - semantica - studiul sensului limbajului.

Stephen Levinson a explicat că deixisul reprezintă cea mai evidentă modalitate prin care limbajul reflectă relația sa cu contextul, deoarece codifică trăsături ale situației de vorbire direct în structuri lingvistice. Termenul este împrumutat din cuvântul grecesc „*a arăta*” sau „*a indica*” și are ca exemple prototipice utilizarea demonstrativelor, a pronumelor la persoana I și a II-a, a timpului verbal, a adverbelor specifice de timp și loc, cum ar fi *acum* și *aici*, și o varietate de alte caracteristici gramaticale legate direct de circumstanțele enunțului. Importanța informațiilor deictice devine deosebit de clară atunci când acestea lipsesc astfel afectând înțelegerea sensului [5, p. 54].

În *Gramatica limbii române* sunt descrise coordonatele cadrului deictic care includ *coordonata personală,* cea *temporală*, cea *spaţială*, cea *socială* şi cea *discursivă.* Dintre acestea, coordonata personală şi cea

temporală sunt *codificate gramatical* (gramaticalizare „tare”: referirea la aceste coordonate este *obligatorie* in orice enunţ şi se realizează prin mijloace codificate morfologic, sintactic şi/sau lexical), in timp ce coordonatele spaţială, socială şi discursivă, precum şi informaţia „descriptivă” dispun doar de o *codificare lexicală* (gramaticalizare „slabă”: referirea/raportarea la ele nu este obligatorie, dar atunci cand are loc dispune de mijloace sistematice, de natură lexicală) [6, p. 635]. Autoarea Catherine Kerbrat-Orecchioni propune o definiție precisă a deicticelor ca unităţi lingvistice a căror funcţie semantico-referenţială depinde direct de situaţia de comunicare, şi anume rolul pe care îl poartă, în procesul enunţării, actanţii procesului de comunicare şi situaţia spaţio-temporală a locutorului și a interlocutorului [7, p. 36]. Situaţia este, în viziunea lui Eugeniu Coșeriu, cadrul prin intermediul căruia apar *eu* şi *tu*, *aici* şi *acolo*, *acum* şi *atunci*, acel continuum spaţio-temporal, care se construieşte „în jurul vorbitorului” prin intermediul actului de vorbire şi prin care diferitele deictice spaţiale, temporale şi personale pot desemna ceva concret dincolo de semnificaţia lor categorială [8, p. 139].

În cadrul unui discurs, locutorul poate fi observat prin marcatorii de persoană, adică pronume și verbe. Conform lui Dominique Maingueneau, deicticele de persoană sunt pronumele personale *eu, tu, noi, voi*/*je, tu, nous, vous*, în timp ce pronumele personale de persoana a III-a *el/il* și *ei/ils* nu sunt forme deictice, dar au valoare anaforică, fiind pronume care fac referire la un antecedent [9, p 16]. În exemplele selectate de pe site-uri turistice în limbile engleză și română am constatat că pronumele și formele verbale sunt deictice: ***We** are thrilled to invite **you** to the second edition of the Christmas Village…, **We** are delighted with the return on our investment in a Trullo… **we** have seen its value double…*, ***Noi vă** invit**ăm**…, Vine Crăciunul! … și sunt**em** nerăbdători să **vă** invit**ăm** să-l petreceți la noi*. Frecvenţa redusă a pronumelor cu valoare deictică în limba română se explică prin faptul că în limba română se folosesc desinenţele verbale care fac referință la categoria persoanei. Implicarea locutorului este redată prin intermediul formelor verbale și a pronumelor personale neaccentuate: *ni, nouă, ne*. În limba engleză, prezența deicticelor de persoană este obligatorie, deoarece desinențele verbale nu fac trimitere la categoria persoanei.

În funcţie de rolul pe care il au în ancorarea deictică a enunţului, expresiile deictice pot fi:

a) expresii referenţiale intrinsec deictice - pronumele personale şi demonstrative, adverbele demonstrative, morfemele timpurilor verbale deictice sunt elemente de expresie referenţială intrinsec deictică; de asemenea, substantive ca *prezentul*, *trecutul*, *viitorul*, când se referă la cadrul deictic primar [6, p. 640]. Pe site-urile turistice găsim expresii referenţiale intrinsec deictice: de exemplu, *The monastery of Santa María de la Vid* is ***today*** conserved *in a magnificent monastic architectural site***,** *The castle of Lapedona, which **today** is the historic centre of the village*, *… many of which are still admirably preserved* **today***, If **this** is your first visit to Naples…*, ***Tomorrow***, *they will explain how to turn ski, how to preserve the ecosystem…*, ***Today** it is common to observe a house consisting of more Trulli*, *…a fost redeschisă în 1994, continuând **astăzi** să funcționeze ca un loc de spiritualitate…, Biserica Neagră de **astăzi** se află pe locul unei biserici romanice…, **Astăzi** Castel Mimi este unul dintre obiectivele turistice de top din Moldova…, …îmbinând **astăzi** tradițiile vechi olărești cu tendințele noi… Today, tomorrow, this, astăzi* sunt univoc decodificabile referenţial prin simpla raportare la situaţia de discurs, indiferent de restul elementelor cosintagmatice şi de raporturile stabilite cu acestea.

b) expresii deictice relaţionale, care realizează ancorajul deictic al unor elemente de expresie, de natură nondeictică, cărora le sunt ataşate ca determinanţi [6, p. 641]. Expresiile deictice relaționale implică metoda de stabilire a referentului sintagmei formate, bazată pe coordonatele deictice cum ar fi spațiu, timp sau persoană. De exemplu, ***Acum opt ani,** în apropierea peșterii … un localnic a descoperit…*

c) expresii cu ancoraj deictic intrinsec, care posedă o structură semantică ce include o parte descriptivă independentă de coordonatele deictice allături de o componentă deictică referenţială, care le fixează în contextul comunicativ. Interjecţiile (cu excepţia celor „imitative”, onomatopeice), verbele şi expresiile performative, pronumele şi alocutivele onorifice relaţionale, substantivele în vocativ, verbele la imperativ - sunt elemente cu ancoraj deictic intrinsec [6, p. 641]. Din această categorie fac parte și pronumele personale de politeţe, care au o componentă deictică referenţial, intrinsecă, şi o alta descriptivă, ancorată deictic: *dumneavoastră, Domnia Voastră, Domniile Voastre*, indică, pe de o parte, alocutorul, iar, pe de altă parte, marchează raportul social al locutorului faţă de acesta, de ex. *La dispoziția **dumneavoastră** sunt*

dispuse foișoare șapte zile…. În limba engleză nu există o formă specifică pentru exprimarea deferenței sau a distanței discursive. Pronumele personal de persoana a II-a plural *you* poate avea și valoarea unui singur alocutor. În cazul acestui pronume, opoziția de număr nu este marcată, astfel pronumele de persoana a II-a plural și a II-a singular sunt identice, de exemplu, *Then **you** can taste some homemade saffron products..., When **you** arrive there, **you** will find yourself at the meeting place of the Atlantic Ocean and the Cantabrian Sea.* În afară de pronumele de adresare, observăm prezența sintagmelor alocative, relevante din punct de vedere contextual precum: *turist, vizitator, amator de drumeții /de sporturi, excursionist, cei pasionați de...* pentru limba română: de exemplu, *În sălile de degustare Château Vartely, **vizitatorii** au condițiile perfecte pentru o degustare de vin adevărată; **Turiștii** pot alege dintre diferite opțiuni de cazare...; **Vizitatorii** ar trebui să țină cont de faptul că...; turiştii sunt încântaţi de priveliştea oferită de...; vor fi apreciate de **iubitorii** bucătăriei europene.* Exemple în engleză: *offering **visitors** a fascinating journey; **Visitors** will have the chance to explore landmarks; It brings together the **amateurs** of races in natural environment. It is a perfect stop for **wine lovers**, **tradition seekers**, and **those passionate about rural heritage.***

d) expresii ale„acordului” deictic [6, p. 644], care includ verbe de deplasare cu punct terminal determinat, ca *a veni* vs *a merge (la), a se duce (la)* sau *a duce* vs *a aduce*. Utilizarea verbelor respective este determinată de coordonatele deictice spațiale, personale și temporale care definesc poziția enunțatorului, destinatarului și referentelor evocate în actul comunicativ., de ex. ***Veniți** să descoperiți frumusețea Moldovei rurale…, **Veniți la** Castel Mimi şi veţi trăi o experienţă de poveste. **Mergeți la** Purcari pentru a gusta vinurile premiate internațional*, ***Mergeți la** Muzeul Satului pentru a explora tradițiile moldovenești, Dacă **vă duceți la** Orheiul Vechi, veți descoperi mănăstiri rupestre unice.*

Elementele de expresie a deixisului temporal pot include morfeme ale timpului verbal deictic, adverbe precum *azi, ieri, mâine, poimâine, alaltăieri, aseară, diseară, acum, odată, recent, (în) curând*, substantivele *prezentul, trecutul, viitorul* când sunt lipsite de determinanți nondeictici sau de tip relaţional [6, p. 648]. Deicticele temporale relaţionale includ adjective (*trecut(ă*), *prezent(ă*), *viitor(oare),următor(oare), recent(ă*), adjective demonstrative (*acest, această, acea, acel),* prepoziţii (*peste, la, de*), adverbe utilizate prepoziţional (*acum*) care, folosite ca determinanţi ai unor substantive ce denumesc unităţi de timp (*săptămână, lună, an, oră, minut,* etc.) sau perioade de timp (*dimineaţă, seară, după-amiază, noapte*) sau ai unor substantive ce denumesc unităţi de timp, precum zilele săptămânii sau lunile anului, le integrează în sistemul temporal deictic contextual. În exemplele *In Spain **in July** it's the time of the celebrations… **25 July** is another key date on **this month's** festival calendar: this is when the Fiestas de Santiago Apóstol fill the streets…* observăm deictice temporale relaționale.

Deixisul locului se referă la codificarea locațiilor spațiale în raport cu locația participanților la evenimentul vorbirii. Probabil că majoritatea limbilor gramaticalizează cel puțin o distincție între proximal (sau aproape de vorbitor) și distal (sau non-proximal, uneori aproape de destinatar). Astfel de distincții sunt de obicei codificate în pronumele demonstrative în engleză *this* vs. *that* și în adverbe deictice de loc, în engleză *here* vs. *there*): de exemplu, ***Here**, you'll feel a complete connection with nature, **Here** the dishes for you to try that really stand* out are those with a taste of the sea. Utilizarea adverbului ***here*** plasează cititorul mai aproape de locul descris în enunț.

Concluzii

Analiza textului turistic din perspectiva deixisului confirmă rolul fundamental al acestuia în structurarea și funcționarea discursului. În textele turistice, marcatorii deictici sunt indispensabili pentru transmiterea unui mesaj persuasiv. Prin pronume, adverbe, forme verbale și demonstrative, enunțul turistic stabilește o relație directă între limbaj și context, între emițător și destinatar. Adverbele de timp și loc plasează cititorul într-o proximitate spațială și temporală, transferând experiența turistică în planul imediat. În aceeași direcție, Ionescu-Ruxăndoiu și alți autori au arătat că analiza pragmatică a textului turistic evidențiază impactul acestor structuri asupra receptorului. Exemplele analizate confirmă rolul central al marcatorilor deictici în configurarea mesajului turistic. Pronumele și formele verbale creează impresia unei comunicări personale, iar adverbele de timp și loc (*aici, acum, astăzi*) apropie experiența de prezent și sporesc autenticitatea. Verbele la forma imperativă accentuează dimensiunea persuasivă a discursului, îndemnând cititorul

la acțiune. Compararea manifestării deicticelor în limbile română și engleză scoate în evidență dimensiunea interculturală a fenomenului, confirmând observațiile cercetătoarei Ionescu-Ruxăndoiu privind rolul contextului lingvistic în traducere și specificul limbii române de utilizare a pronumelor personale, posesive și demonstative. Deixisul nu doar clarifică sensul enunțului, ci și implică activ cititorul, transformând textul turistic într-un mesaj atractiv și convingător.

Referințe bibliografice:

1. YULE, G. *Pragmatics*, Oxford University Press, 1996, 137 p. ISBN 139780194372077.
2. DANN, G. M. *The Language of Tourism. A Sociolinguistic Perspective,* Wallingford: CAB International, 1996, 298 p. ISBN 9781800624887.
3. MEY, J. *Pragmatics: An Introduction,* 2nd ed., Oxford: Blackwell Publishing, 1993/2001, 392 p. ISBN 0631211314.
4. IONESCU-RUXĂNDOIU, L. *Limbaj și comunicare – elemente de pragmatică lingvistică*, București: ALL Educational, 2003, 112 p. ISBN 9736845575.
5. LEVINSON, S. *Pragmatics*, Cambridge: Cambridge University Press, 1983, 284 p. ISBN 0521294142.
6. *Gramatica limbii române.* Vol. II, Enunțul, coord. Valeria Guțu Romalo, București: Editura Academiei Române, 2005, 1036 p. ISBN 9732713135.
7. KERBRAT-ORECCHIONI, C. *L'énonciation de la subjectivité dans le langage*, Paris: Colin, 1980, 290 p. ISBN 9782200213626.
8. COȘERIU, E. *Lingvistica textului. O introducere în hermeneutica sensului*, Iași: Editura Universităţii „Alexandru Ioan Cuza", 2013, 265 p. ISBN 9789737039101.
9. MAINGUENEAU, D. *Les phrases sans texte*, Paris: Colin, 2012, 184 p. ISBN 9782200276706.
10. https://asconiwinery.com/ro/vinaria/
11. https://www.dragde.md/
12. https://purcariwineries.com/turism/
13. https://descopera.md/

Date despre autori:
Silviana CUPCIC, doctorandă, Școala Doctorală Științe Umaniste și ale Educației, Universitatea de Stat din Moldova.
ORCID: 0009-0009-1036-0281
E-mail: silvia.cupcic@usm.md

Angela GRĂDINARU**,** doctor în filologie, conferențiar universitar, Facultatea de Litere, Universitatea de Stat din Moldova.
ORCID: 0000-0001-5225-6583
E-mail: angela.gradinaru@usm.md

Prezentat: 01.10.2025