**UNIVERSITATEA DE STAT DIN MOLDOVA**

Cu titlu de manuscris

C.Z.U 81'23'42(043.2)

**LOPATIUC ALINA**

# UNIVERSUL EMOȚIONAL AL DISCURSULUI SPECIALIZAT

**621.06 – TEORIA TEXTULUI, ANALIZA DISCURSULUI, STILISTICĂ**

Rezumatul tezei de doctor în științe filologice

**2023**

**Teza a fost elaborată în cadrul Departamentului Lingvistică Română și Știință Literară, Facultatea de Litere, Universitatea de Stat din Moldova**

**Conducător științific:**

**GHERASIM Alexandra,** doctor în filologie, conferențiar universitar.

**Referenți oficiali:**

**SAVIN-ZGARDAN Angela,** doctor habilitat în filologie, conferențiar universitar, cercetător științific principal;

**TRINCA Lilia,** doctor în filologie, conferențiar universitar.

**Componența Consiliului Științific Specializat:**

**CONDREA Iraida,** Președinte al CSȘ, doctor habilitat în filologie, profesor universitar;

**ROȘCOVAN Nina,** Secretar științific al CSȘ, doctor în filologie;

**HANGANU Aurelia,** membru al CSȘ, doctor habilitat în filologie

**LIFARI Viorica,** membru al CSȘ, doctor în filologie, conferențiar universitar

**CEPRAGA Lucia,** membru al CSȘ, doctor în filologie, conferențiar universitar

Susținerea tezei va avea loc pe data de 22.12.2023, la ora 14.00 în ședința Consiliului Științific Specializat D 621.06-23-121, din cadrul Universității de Stat din Moldova, pe adresa: mun. Chișinău, str. M. Kogălniceanu, blocul 3, sala nr. 434.

Teza de doctor și rezumatul pot fi consultate la Biblioteca Centrală a Universității de Stat din Moldova și pe pagina web a ANACEC: http://www.cnaa.md.

Rezumatul tezei a fost expediat la data de 21.11.2023

Secretar științific al Consiliului Științific Specializat,

**ROȘCOVAN Nina,** doctor în filologie, conferențiar universitar

Conducător științific,

**GHERASIM Alexandra,** doctor în filologie, conferențiar universitar

Autor, **LOPATIUC Alina**

©Lopatiuc Alina, 2023

**CUPRINS**

1. REPERE CONCEPTUALE ALE CERCETĂRII.....4
2. CONȚINUTUL TEZEI .....8
3. CONCLUZII GENERALE ȘI RECOMANDĂRI .....25
4. BIBLIOGRAFIE .....29
5. LISTA PUBLICAȚIILOR AUTORULUI LA TEMA TEZEI .....31
6. ADNOTAREA (ÎN ROMÂNĂ, ENGLEZĂ ȘI RUSĂ) .....33
7. FOAIA PRIVIND DATELE DE TIPAR .....36

## REPERELE CONCEPTUALE ALE CERCETĂRII

**Actualitatea și importanța cercetării.** Studierea universului emoțional al discursului specializat este în deplin consens cu preocupările lingviștilor față de analiza discursului, în general, și a celui specializat, în particular.

În consecință, au apărut disocieri terminologice și analitice nuanțate în domeniu. Aspectul cercetat de noi se înscrie pe acest traseu, actualitatea lui constând în identificarea și descrierea principalelor particularități ale elementelor emotive ca fenomene sistemice complexe în organizarea discursului specializat.

Valoarea comunicativă a emotivității într-un discurs trebuie percepută drept o condiție importantă pentru înțelegerea intenției locutorului. Este necesar să se țină seama de valoarea expresivității pentru a determina atmosfera specifică discursului, care servește drept sursă de informații relevante din punct de vedere profesional. Pentru a identifica această notă definitorie a discursului, sunt luate în considerare atitudinea autorului față de problemele în discuție și modalitățile de reflectare a emoțiilor în moduri tipice de reprezentare a emotivității în discursul specializat în raport cu preceptele lingvisticii.

**Descrierea situației în domeniul de studiu și identificarea problemelor de cercetare.**

Investigația noastră presupune examinarea potențialului lingvistic al modului de manifestare a emotivității în discursul specializat. Dat fiind faptul că emotivitatea, considerată ca particularitate a discursului artistic, a făcut obiectul numeroaselor studii de hermeneutică literară, am exclus-o din aria preocupărilor noastre și am considerat oportun să identificăm matricea emotivă a unor discursuri specializate (științific, economic, didactic, religios, mediatic, publicitar, politic etc.). În lingvistică, fenomenul emotivității nu a fost examinat în discursul specializat decât sporadic, prioritar vorbindu-se despre caracterul manipulator al acestuia. Astfel, am sintetizat în acest demers aspectele teoretice dezvoltate de unii autori consacrați în domeniile psiholingvisticii și analizei discursive: M. Foucault, B. Rime, T. Slama-Cazacu, E. Benveniste, D. Borțun, S. Săvulescu, J.L. Austin, D. Rovența-Frumușani, R. Zafiu ș.a.

Trebuie remarcat faptul că discursul specializat este un concept larg, care încorporează texte din diferite domenii de activitate, dintre care multe *a priori* nu implică emotivitate expresă.

Emotivitatea discursurilor specializate se datorează pragmaticii textelor de acest gen. Structura discursurilor se bazează pe intenționalitate, pe un complex de obiective și intenții discursive ale destinatorului, inclusiv pe dorința de a exprima propria atitudine față de subiectul discuției și de a oferi o informare adecvată a destinatarului pe baza unui conținut bine definit. Toate

acestea includ atitudinea vorbitorului față de actul discursiv, față de conținutul cuprins în discurs, de emoțiile exprimate în raport cu partenerii, de emoții asociate cu interacțiuni, cum ar fi stări generale, emoții și sentimente pe care oratorul și audiența le experimentează în comunicare.

**Scopul și obiectivele lucrării** constau în: identificarea universului emoțional în discursurile specializate din perspectivă lingvistică și pragmatică și evaluarea impactului acestuia asupra receptorului.

Pentru a atinge scopul prestabilit ne-am propus anumite obiective:

- Realizarea unei sinteze pentru definirea discursului, în general, și a discursului specializat, în particular, din diverse perspective: ale pragmaticii, psiholingvisticii, sociolingvisticii, stilisticii și analizei discursului;
- Identificarea trăsăturilor lexicale și semantice ale discursului specializat din perspectiva caracterului interdisciplinar al termenilor;
- Valorificarea analizei discursului și a elementelor discursive emotive ca fenomene comunicative sistemice complexe în organizarea discursului specializat;
- Stabilirea dihotomiei emoțional-rațional, precum și a ierarhiei relațiilor dintre afectivitate/emoții și expresia verbală;
- Abordarea critică a clasificării emoțiilor, evaluând intensitatea emoțiilor și binaritatea acestora;
- Estimarea gradului de persuasiune în procesul de manipulare discursivă;
- Descrierea caracteristicilor emoționalității în discursul științific;
- Argumentarea gradului minimal de afectivitate în discursul economic;
- Interpretarea empatiei și a tactului drept **precepte** ale discursului didactic;
- Stabilirea mijloacelor de exprimare a milei, evlaviei, harului, valorificând emoțiile din discursul religios;
- Recunoașterea rolului de mediere a emoției;
- Evaluarea impactului emoțional asupra receptorului prin descrierea mijloacelor de manipulare în discursul publicitar;
- Caracterizarea emoțiilor ca „fenomene” și „instrumente politice” în discursul politic.

**Metodologia cercetării științifice.** Pentru a realiza scopul cercetării noastre, care vizează universul emoțional din discursul specializat, am optat pentru o abordare critică calitativă, îmbinând următoarele metode: documentarea, sinteza, observația, analiza discursului, chestionarea, metoda analizei comparative, metoda descrierii. *Metoda documentării*, *metoda observației* le-am aplicat în partea teoretică a lucrării atunci când s-au determinat etapele de evoluție a conceptelor studiate, diverse definiții și interpretări: *text, discurs, discurs specializat, pragmatică lingvistică*; *analiza critică* a unor lucrări de specialitate. Metoda *analiza* și *sinteza* conceptelor a fost aplicată la etapă descrierii și sintetizării materialului cercetat; *observarea și*

*analiza exemplelor* au fost aplicate pe discursuri specializate, care formează corpusul acestei lucrări; *descrierea și interpretarea rezultatelor* în baza exemplelor selectate; *deducția* în formularea concluziilor și a recomandărilor.

Prin îmbinarea metodelor de cercetare am urmărit examinarea diverselor dimensiuni ale discursului, cum ar fi stilul, tipologia discursurilor, relația dintre discurs și context și, desigur, abordarea psiholingvistică a discursului.

**Noutatea și originalitatea științifică** rezidă în: realizarea unui studiu multiaspectual al discursului specializat prin prisma psihologiei limbajului și, în special, al emotiologiei; sistematizarea particularităților esențiale ale emotivității în comunicare; estimarea gradului de emotivitate în structuri discursive specializate.

Discursul, analizat cu instrumentele oferite de psihologia limbajului, ne dezvăluie particularități definitorii ale emotivității în comunicare. Prin urmare, abordată în plan general, analiza discursului se subordonează unei serii de tratate referitoare la științele sociale, al căror scop este de a examina critic discursul, de a analiza modalitățile în care procesele mentale coroborează la înțelegerea textului de către cercetători. În teza de față se realizează un studiu structural-semiotic și semantic al discursurilor specializate și se estimează reacția ascultătorului sau cititorului la acestea. Se cercetează semnificațiile latente ale mesajului, secundate de implicațiile emoționale ale participanților la actul de comunicare, contextul în care are loc producerea discursului, interpretările posibile și plauzibile ale cititorului/interlocutorului.

**Problema științifică soluționată** constă în interpretarea teoretică a discursurilor specializate ce înglobează universul emoțional cu particularități specifice, fapt ce a condus la stabilirea emoțiilor dominante în diverse tipuri de discursuri specializate în vederea utilizării lor în comunicarea științifică bazată pe inteligență emoțională.

**Semnificația teoretică a lucrării** constă în: aprofundarea analizei universului emoțional al discursului specializat, interpretarea critică a surselor teoretice cu referire la tipologia discursului și la cea a universului emoțional, sistematizarea mărcilor emoționale ale discursului, analiza propriu-zisă a discursurilor specializate.

Emotivitatea, fiind o caracteristică cognitivă a emițătorului unui discurs profesional este considerată drept bază pentru dezvoltarea gândirii critice și a creativității, care contribuie la formarea abilităților de a analiza discursuri prin lectură „profundă", de a prognoza atitudinile publicului și ale locutorului, precum și de a le evalua critic și obiectiv din punct de vedere profesional.

Schimbarea comportamentului interlocutorului sau a opiniei publice este determinată de identificarea corectă a impactului vizat de locutor, astfel încât persoanele manipulate să aibă impresia că acționează conform ideilor și intereselor proprii. Valoarea teoretică a acestui concept

constă în capacitatea de a explora și de a înțelege mai profund modul în care comunicarea specializată interacționează cu emoțiile și percepțiile indivizilor implicați în procesul discursiv. Acesta poate aduce o perspectivă nouă asupra comunicării în domenii precum medicina, dreptul, tehnologia și altele, unde este crucial să se asigure înțelegerea corectă a informațiilor și să se gestioneze emoțiile asociate.

**Valoarea aplicativă a cercetării** constă în faptul că rezultatele obținute ar putea fi folosite la elaborarea unor cursuri universitare interdisciplinare, la analiza discursului specializat. Lucrarea dată poate constitui un factor stimulator pentru alte cercetări ulterioare în domeniu.

O abordare din perspectivă emoțională adecvată poate contribui la menținerea atenției audienței și la creșterea nivelului de angajament. Dacă un vorbitor sau autor reușește să transmită pasiunea și relevanța subiectului, audiența va fi mai dispusă să asculte sau să citească cu atenție. Emoțiile pot fi orientate spre convingerea și influențarea deciziilor sau opiniilor audienței. Un discurs specializat cu o componentă emoțională bine gestionată poate fi mai eficace în convingerea publicului referitor la argumente sau idei complexe. În contextul tehnologic și științific în continuă evoluție, discursurile specializate pot ajuta la promovarea schimbărilor și a inovațiilor. Comunicarea emoțională poate face ca aceste schimbări să pară mai puțin ostile și mai acceptabile pentru audiență.

În urma cercetării acestui subiect, putem confirma că în teza de față s-au examinat conceptele emotivității proiectate pe discursul specializat, vizând diverse aspecte constitutive și de conținut.

**Implementarea rezultatelor științifice**: Rezultatele cercetării sunt implementate în cadrul cursului „Terminologie medicală funcțională contemporană", la studenții autohtoni. Prin acest curs studenții dobândesc abilități de prezentare a discursurilor în public, ținând cont de legile și normele unei prezentări eficiente. Implementarea rezultatelor științifice s-a realizat prin examinarea conceptelor emotivității proiectate pe discursul specializat, vizând diverse aspecte constitutive și de conținut. Analiza discursurilor specializate a fost efectuată prin examinarea diverselor mijloace care denotă gradul de emotivitate: persuasiunea și manipularea, subiectivitatea discursului, actele vorbirii, analiza dihotomiei rațional-emoțional, dar și prin disocierea psihologică a emoțiilor

**Aprobarea rezultatelor științifice.** Rezultatele cercetării sunt publicate în 21 de articole în revistele de specialitate și/sau prezentate la conferințe și simpozioane științifice naționale și internaționale, 4 articole în reviste de categoria B, dintre care 3 articole în reviste de specialitate, 5 articole în lucrările conferințelor științifice internaționale (peste hotare), 4 articole în lucrările conferințelor științifice internaționale (Republica Moldova), 5 articole în lucrările conferințelor științifice naționale, un articol în alte culegeri de lucrări științifice editate peste hotare.

**Rezultatele științifice** obținute contribuie la soluționarea unei probleme științifice importante care constă în interpretarea teoretică a discursurilor specializate ce înglobează universul emoțional cu particularități specifice, fapt ce a condus la stabilirea emoțiilor dominante în diverse tipuri de discursuri în vederea utilizării lor în comunicarea specializată bazată pe inteligență emoțională.

**Volumul și structura tezei:** Din punct de vedere structural, teza conține: adnotări în limbile română, rusă și engleză; introducere, trei capitole, concluzii generale și recomandări, lista bibliografică, ce cuprinde 220 surse, 4 diagrame, 8 anexe, declarația privind asumarea răspunderii și CV-ul autorului.

**Cuvinte și expresii-cheie:** discurs, discurs specializat, semantică, psiholingvistică, emoții, persuasiune, manipulare, emotivitate, afectivitate, argumentare, analiza discursului, inteligență emoțională.

**CONȚINUTUL TEZEI**

**Introducerea** tezei de doctorat cuprinde informații despre noutatea și actualitatea cercetării, aici se definește obiectul de studiu, se formulează scopul și obiectivele, sunt prezentate metodele utilizate și domeniul de aplicare. De asemenea, sunt prezentate conferințele și articolele publicate în baza temei cercetate, ale căror idei se regăsesc prezente în lucrarea noastră.

Teza este constituită din trei capitole de bază: Capitolul I *Discursul specializat – abordări teoretice și delimitări conceptuale*; Capitolul II *Dimensiunea comunicativ-pragmatică a emotivității și afectivității în discursul specializat*; Capitolul III *Universul emoțional al discursurilor specializate*

În primul capitol ***DISCURSUL SPECIALIZAT – ABORDĂRI TEORETICE ȘI DELIMITĂRI CONCEPTUALE*** am valorificat particularitățile discursului specializat. Termenul ***„discurs”*** în secolul al XX-lea s-a răspândit pe larg și este unul dintre conceptele de bază ale științelor umaniste moderne. Interesul față de discursul specializat apare în anii ’30 ai secolului al XX-lea, atunci când mai mulți cercetători germani introduc conceptul de FACHSPRACHEN, care ar însemna un limbaj al profesiilor și al afacerilor.

În aceeași perioadă, Theodore Horace Savory publică *The Language of Science. Its Growth, Character and Usage*, lucrare care, de fapt, pune bazele teoriei limbajelor specializate.

Mai mulți lingviști anglofoni (Alison Mackey și John Mountford, 1978; Tom Hutchinson și Alan Waters, 1987; Laurence Anthony, 1997; Tony Dudley-Evans și Maggie Jo St.John, 1998; Kristen Gatehouse, 2001) afirmă că adevărata schimbare în domeniul limbajelor de specialitate începe în anii ’60 ai secolului al XX-lea, deoarece, potrivit lor, în această perioadă are loc o adevărată revoluție în domeniul dat.

***Discursul specializat*** poate exprima cunoștințe generale și se produce în „cazuri specifice” concrete, particulare (situații, evenimente, obiecte, persoane etc.)

Astfel că, discursul ia adesea forma unor povești (povești conversaționale de zi cu zi sau știri), în timp ce discursul specializat ia forma unor studii de caz sau a unor „povești” specializate. Caracteristic unor astfel de povești nu este numai faptul că expresiile generale (variabilele) sunt înlocuite cu cele specifice (constante, nume), ci și faptul că prezintă combinații (unice) de cunoștințe generale care sunt, de obicei, organizate sau distribuite diferit. Astfel, într-un studiu de caz lingvistic, combinăm (prelucrăm sau utilizăm) structurile fonologice, sintactice, semantice, pragmatice, retorice sau interacțiunea acestora și interrelațiile lor în care acest lucru nu este imediat evident la un nivel „mai general”.

Convergența acestor trăsături este iminentă în procesul de definire a discursului specializat în raport cu discursul în general, din acest motiv apare necesitatea de a descrie trăsăturile lexicale și semantice ale discursului specializat.

În discursul specializat, faptul că într-un anumit context este permis un singur sens este denumit „monoreferențialitate”; legătura perfectă dintre cuvânt și sens garantează concizia, unicitatea semantică și apariția specifică a elementelor lexicale, reducând astfel ambiguitatea la minimum.

Este importantă **terminologia,** care, ca disciplină, se ocupă de sistemul organizat tematic al unităților lexicale ale ştiinței şi tehnicii. Toate schimbările din sistemul ştiințelor presupun schimbări paralele în sistemul denumirilor, iar rolul terminologiei este să rezolve această problemă. „Intervenția terminologiei ca metodă specifică ştiinței trebuie făcută mai ales în tehnologie, şi în toate domeniile în care există o mare circulație a conceptelor” [34].

Astfel, limbajele speciale sunt definite de un anumit număr de caracteristici lingvistice, cum ar fi reguli și unități lingvistice, precum și de caracteristici ce vizează textul − tipuri de texte și de documente. Un limbaj special nu este un subansamblu structural monolitic, ci mai degrabă permite următoarele variații, în funcție de utilizare și de situația comunicativă:

- gradul de abstractizare, care depinde de domeniul de activitate, de receptorii informației și de scopul comunicativ al emițătorului;
- scopul comunicativ, care determină variații în structurarea textului;
- dialectele geografice, istorice și sociale;
- stilul personal.

Limbajele speciale sunt un subansamblu al limbii în ansamblu. Ele se intersectează cu limbajul general, cu care nu numai că împărtășește anumite caracteristici, dar și mențin schimburi constante de unități și convenții [33, p.65-66].

Vorbind despre nivelul lexical al limbajului specializat, putem să-l descriem ca pe un lexicon bogat specializat, bine elaborat, diversificat, inovativ, dezvoltând un sistem derivativ destul de productiv la formarea cuvintelor. Lexemele împrumutate din alte limbi, siglele, cuvintele internaționale, acronimele etc. vin să complinească tezaurul lexical al limbajelor specializate. La fel există și o atracție spre neologisme, care este justificată din două puncte de vedere: pe de o parte, termenul neologic, având semnificația exactă a conceptului definit, circulă cu mai multă uşurinţă într-o limbă, comparativ cu termenii creaţi sau traduşi, care au nevoie de timp pentru a se impune ca termeni de specialitate; pe de altă parte, specialistul este mai sigur de exactitatea informaţiei pe care o transmite termenul original [2].

***Contextul*** formează un câmp conceptual care permite stabilirea corectă a conotațiilor lexemelor și dezvoltarea unei reprezentări referențiale. Termenul poate face parte dintr-un sistem, având în jurul lui alte unități terminologice și acest ansamblu dezvoltă un câmp semantic care definește domeniul de activitate spre care trebuie să ne orientăm pentru a actualiza corect referentul extralingvistic al unui termen în raport cu anturajul lui lingvistic. Prin urmare, un context, numit și microcontext lingvistic, este alcătuit din alți termeni alăturați, care, împreună, formează un domeniu de referință, un câmp conceptual, ajutând la semantizarea tuturor componentelor acestuia și, respectiv, la actualizarea/înțelegerea lor de către destinatarul textului. În sens larg, stratificarea reprezintă o distribuire diferențiată a persoanelor într-un sistem social. Fiind un sistem, limba este un fenomen social în cadrul căruia se manifestă trăsăturile profunde ale omului și ale societății umane.

O sarcină a cercetării noastre a fost definirea și descrierea domeniului de aplicare al studiului lingvisticii textului și al analizei discursului și stabilirea diferențelor dintre acestea. Este suficient să spunem că termenii *text* și *discurs* sunt folosiți într-o mare varietate de accepții de către diferiți lingviști și cercetători: există un număr considerabil de abordări teoretice atât pentru lingvistica textului, cât și pentru analiza discursului și multe dintre ele aparțin unor tradiții de cercetare foarte diferite, chiar și atunci când împărtășesc principii de bază similare. În accepție uzuală, termenul *text* este limitat la limba scrisă, în timp ce *discursul* − la limba vorbită. Cu toate acestea, lingvistica modernă a introdus conceptul de text care include fiecare tip de rostire; prin urmare, un text poate fi un articol de revistă, un interviu televizat, o conversație sau o rețetă de gătit, doar pentru a da câteva exemple.

David Crystal (1997) definește ***lingvistica textului*** ca fiind „relatarea formală a principiilor lingvistice care guvernează structura textelor”. Robert De Beaugrande și Wolfgang U Dressler, apud Barbara Seidlhofer, prezintă o viziune mai largă; autorii definesc textul ca fiind un eveniment comunicativ care trebuie să îndeplinească următoarele șapte criterii: coeziunea, coerența, intenționalitatea, acceptabilitatea, informativitatea, situaționalitatea și intertextualitatea.

La baza acestei cercetări este ***analiza discursului*** care poate fi definită drept o abordare sociolingvistică sau psihologică integrată, al cărei scop primordial este studierea discursului din variate perspective. Datorită sferei largi de cercetare, analiza discursului a reușit să implice mai multe domenii. Disciplinele care au stat la baza analizei discursului sunt: lingvistica, semiotica, știința comunicării, psihologia, sociologia, știința politică, studiile culturale, istoria etc. Abordată în plan general, analiza discursului cuprinde o serie de tratate științifice și sociale al căror scop este de a examina critic discursul, de a analiza modalitățile în care procesele mentale sunt folosite în înțelegerea mesajului de către cercetători. Potrivit lui Jonathan Potter, analiza discursului acordă o atenție specială modurilor în care sunt organizate versiunile lumii înconjurătoare, ale societății, ale evenimentelor și ale lumilor psihologice interioare produse în discurs [23, p.205].

Există mai multe principii în studierea analizei critice de discurs ca teorie. Acestea:

- aplică metode de analiză care sunt diferite de analiza propusă de studiile lingvistice;
- abordează contextul social, politic, economic şi cultural în care se produce discursul;
- sunt analizate discursuri ce țin de domeniul social, politic, economic, medical etc.;
- pun accent pe interacțiunea dintre limbaj și viziunea asupra lumii înconjurătoare.

Cercetând evoluția analizei discursului ca metodă, observăm că pe la mijlocul anilor ’60 ai secolului al XX-lea, aceasta este aplicată în cadrul unor curente, centrate pe caracterul interactiv al limbajului, cum ar fi etnografia comunicării, etnometodologia, analiza conversațională, teoria enunțării, pe care o valorifică în lucrările sale Emil Benveniste, sociolingvistica, lingvistica textului, studiate de Eugeniu Coşeriu. În anii ’70 ai aceluiași secol, analiza discursului a fost abordată mai frecvent în contextul cercetărilor de sociologie, antropologie și mai puțin în lingvistică. Abia în ultimele două decenii ale secolului trecut, analiza discursului dezvoltă o serie de definiții pentru articularea psihosocialului cu cognitivul, culturalul și afectivul [35, p.20].

Analiza discursului presupune un studiu structural-semiotic și semantic al textelor și reacția ascultătorului sau a cititorului la acestea. Se cercetează semnificațiile ascunse ale textului, contextul în care are loc producerea discursului, interpretările probabile ale cititorului/interlocutorului. Analiza discursivă poate fi aplicată atât discursurilor orale, cât și celor scrise, atât discursurilor specializate, cât și textelor în general.

Actualmente, analiza discursului corelează cu analiza retorică, această simbioză a devenit o alternativă viabilă în studiul unor domenii de interes pentru psihologii sociali. Observăm în literatura de specialitate mai multe reinterpretări critice ale unor noțiuni, cum ar fi atitudinile. Analiza atitudinilor, dar și a prejudecăților locutorului sau a contextului social în care este expus un discurs presupune implementarea unei metode de analiză discursivă care este numită psihologia

discursivă. Aceasta este una dintre metodele utilizate pe larg, începând cu anii ’90 ai secolului al XX-lea, și este cea care tratează discursul din punctul de vedere al psihologiei.

**Capitolul II DIMENSIUNEA COMUNICATIV-PRAGMATICĂ A EMOTIVITĂȚII ȘI AFECTIVITĂȚII.** În ultimele decenii s-au intensificat cercetările lingvistice care descriu limbajul sub aspectul funcțional. În acest sens, lingviștii detaliază subtilitățile comunicative și pragmatice ale limbajului, fapt ce stimulează luarea în considerare, din acest nou unghi de vedere, a multor fenomene lingvistice examinate anterior prin metode tradiționale. Un număr mare de lucrări, dedicate studiului formelor limbajului expresiv și realizate în conformitate cu o abordare pragmatică orientată, semnalează necesitatea de a revizui modul de definire a funcției expresive a limbajului, stabilit în lingvistica tradițională. Prin urmare, în prezent se impune evidențierea trăsăturilor esențiale ale acestei funcții, în conformitate cu vectorul pragmatic de cercetare în știința modernă a limbajului.

Pentru demersul investigativ din teza noastră, care vizează elementele emotive ale limbajului în discursul specializat, este necesar să facem o distincție clară între *funcția emotivă* și *funcția afectivă* a limbajului.

În ***discursuri emotive*** locutorul caută să creeze impresia unei anumite emoții, fie reală, fie prefăcută. De-a lungul timpului au existat unele dispute cu privire la validitatea stărilor emoționale ca parte a studiului lingvistic, deoarece elementele emotive ale vorbirii nu pot fi descrise cu un număr finit de categorii și astfel rămân fenomene vagi care refuză să tolereze știința noastră.

În general, în lingvistică sunt catalogate mai multe definiții ale funcției expresive:

1. ***„Funcția expresivă*** este una dintre funcțiile unui semn lingvistic, care constă în capacitatea de a exprima co-emoțional poziția vorbitorului, atitudinea sa subiectivă față de obiectele și fenomenele desemnate ale realității” [40];

2. Funcția expresivă (emotivă) a limbajului reliefează „scopul limbajului de a acționa ca mijloc de exprimare a sentimentelor și emoțiilor unei persoane, a stării sale interioare” [41, p.354].

3. „Expresivitatea (din latină *expressio* − expresie) reprezintă un set de caracteristici semantice și stilistice ale unei unități de limbaj, care îi asigură capacitatea de a acționa într-un act comunicativ ca mijloc de exprimare subiectivă a atitudinii vorbitorului față de conținutul sau destinatarul vorbirii. Un rezultat al actualizării mijloacelor expresive ale limbajului, vorbirea capătă expresie, adică capacitatea de a exprima starea mentală a vorbitorului” [4, p.130].

4. „Funcția expresivă a limbajului este, prin urmare, capacitatea de a exprima starea emoțională a vorbitorului, atitudinea sa subiectivă față de obiectele și fenomenele desemnate” [37].

Așadar, funcţia emoţională (sau expresivă) se bazează pe emiţător şi pune accent pe raportul său cu mesajul. Astfel, evidențiem anumite stări ale indivizilor, atât emițători, cât și receptori, dar și atitudinea lor față de subiectul luat în discuție, care poate încărca dublu mesajul prin codarea și

decodarea subiectivă a acestuia. În acest sens, modelul lui R. Jakobson este unul remarcabil în esență, fiind promovat de Cercul Lingvistic de la Praga, care a reformat domeniul psiholingvisticii. Promovând tradițiile şcolii formaliste ruseşti, Cercul Lingvistic de la Praga a adunat figuri proeminente, dintre care se disting cehul Jan Mukařovský și rușii Nikolai Trubetzkoi şi Roman Jakobson. Acești cercetători au pornit de la necesitatea studierii limbajului în varietatea funcţiilor sale, acordând un interes sporit mesajului. Jakobson, spre deosebire de colegii săi din cercul praghez, stabilește analogii cu modelul matematic al comunicării. În urma asocierii între structuralismul şi funcţionalismul lingvistic praghez şi „diagrama schematică" a transmiterii de informaţie, ia naştere un model de comunicare hibrid, care îi poartă numele − Jakobson [11, p.131].

Astfel, pentru cercetarea discursului din punctul de vedere al funcției expresive, (virgulă) este necesar de a delimita astfel de concepte ca afectivitatea și emotivitatea.

**Afectivitatea** este o caracteristică comună oamenilor și se atestă gradual în cazul fiecărei persoane aparte. Este un mod specific de a răspunde la diverse situații, incidente și evenimente cotidiene.

**Emotivitatea** este considerată o categorie lingvistică, ce clasifică lexiconul afectiv/emotivele (mijloacele lingvistice ce desemnează emoții) în funcție de prezența semelor emotive semantice ori a lexemelor afective, conotative sau potențial afective [42 *apud* 13, p.48].

**Emotivitatea discursivă** vizează diferite aspecte ale afectivității umane și, în același timp, este o trăsătură a mijloacelor lingvistice și textuale, care servesc în calitate de coduri ale conținutului emotiv. Cu toate acestea, verbalizarea emoțiilor este personală, emoțiile sunt întotdeauna situaționale și cognitive. Într-o conversație o persoană utilizează aceleași cuvinte pentru a descrie experiențe diferite, astfel încât contextul este cel care determină caracterul real al emoțiilor.

În studiile lingvistice, descrierea emoțiilor se realizează prin conceptele de afectivitate și emotivitate, iar una dintre cele mai controversate probleme este interpretarea și utilizarea unor concepte conexe, cum ar fi „afectivitatea" și „emotivitatea". Atunci când vorbim de afectivitate, ne referim nemijlocit și la subiectivitate. Rodica Zafiu menționează faptul că: „o întreagă direcţie a stilisticii s-a ocupat de limbajul afectiv văzut ca expresie perfectă a subiectivităţii", sfera acesteia din urmă e totuşi cu mult mai largă. Stilistica lui Charles Bally trata pragmatic faptele de limbaj din punctul de vedere al conţinutului lor afectiv; în linia lui, Iorgu Iordan a înregistrat şi a comentat un foarte bogat material de cuvinte şi construcţii care „exprimă [...] stările noastre sufleteşti de natură afectivă" [14,p.13].

**Inteligența emoțională (IE)** este un termen folosit pentru a descrie capacitatea de a recunoaște, a înțelege și a gestiona propriile emoții, precum și emoțiile celorlalți. Este un aspect critic al comportamentului uman, care joacă un rol semnificativ în interacțiunile noastre sociale,

procesele de luare a deciziilor și bunăstarea generală. Emoțiile servesc mai multor funcții în vorbire, inclusiv pentru transmiterea de informații, exprimarea gândurilor și sentimentelor și influențarea altor persoane.

Cercetările asupra **inteligenței emoționale** au fost efectuate de diverși autori, inclusiv Daniel Goleman, John Mayer și Peter Salovey. Cartea lui Goleman, *Inteligența emoțională: de ce poate conta mai mult decât IQ-ul*, a popularizat conceptul de **inteligență emoțională** și l-a prezentat publicului larg. În cercetările sale, Goleman a susținut că **inteligența emoțională** este un predictor mai bun al succesului în viață decât IQ-ul. John Mayer și Peter Salovey au dezvoltat un model de **inteligență emoțională** punând în valoare patru aspecte: perceperea emoțiilor, utilizarea emoțiilor pentru a facilita gândirea, înțelegerea emoțiilor și gestionarea emoțiilor. Conform modelului lor, persoanele cu **inteligență emoțională** ridicată sunt mai capabile să-și recunoască și să-și regleze emoțiile, ceea ce le permite să ia decizii mai informate și să interacționeze mai eficient cu ceilalți.

**Vocabularul emoției** este un aspect esențial al inteligenței emoționale și constă în capacitatea de a recunoaște și a descrie emoțiile într-un mod precis și adecvat. Acest vocabular include o gamă largă de cuvinte și expresii care descriu emoțiile umane, cum ar fi ***fericirea, tristețea, frica, furia, dezamăgirea sau entuziasmul.***

De-a lungul timpului, cercetătorii și specialiștii în psihologie au subliniat importanța dezvoltării unui vocabular emoțional adecvat, deoarece acest lucru poate avea un impact semnificativ asupra modului în care oamenii își gestionează emoțiile și interacționează cu ceilalți. De exemplu, persoanele care au un vocabular emoțional bogat sunt mai capabile să recunoască și să exprime subtilitățile emoțiilor, ceea ce poate duce la o comunicare mai clară și mai eficientă în cadrul relațiilor interpersonale.

Modalitatea prin care emoțiile își găsesc reprezentarea lingvistică reflectă un anumit model de conceptualizare, categorizare și de experiență afectivă, specifică unui spațiu și unui grup cultural. Din perspectivă cognitivă, relația dintre emoții și limbă poate fi înțeleasă *unidirecțional*: limba/limbajul poate determina sau orienta conceptualizarea afectivă; felul în care indivizii gândesc este determinat de resursele lingvistice de care dispun; experiențele afective și conceptualizarea preexistente determină sau orientează lexicalizarea, configurația culturală a unei comunități, și *bidirecțional*: realitatea afectivă poate determina configurarea unui anume lexicon și a unui anume semantism al termenilor afectivi, în același timp, vocabularul afectiv existent într-o limbă oferă vorbitorilor modalități predeterminate de categorizare a formelor de viață afectivă [15, p.40].

Prezentarea sentimentelor în vorbire necesită nuanțe expresive speciale. La nivel lexical, expresivitatea, fiind o categorie lingvistică, este concretizată într-o amplificare a sensului

denominativ al lexemului, prin nuanțe stilistice speciale. De exemplu, în loc de cuvântul ***bun***, utilizăm, în funcție de context, lexemele ***frumos, minunat, încântător***; putem spune că ***nu ne place***, dar putem selecta cuvinte cu încărcătură semantică mai puternică: ***urăsc, disprețuiesc, îmi provoacă dezgust***. În toate aceste cazuri, locutorul exprimă o judecată de valoare, selectând sinonimul care redă exact starea emotivă, raportată la universul de discurs în care se produce mesajul. Un cuvânt neutru are mai multe sinonime expresive, care pot diferenția gradul de tensiune emoțională a locutorului ***(nenorocire − mâhnire − suferință – catastrofă; violent − agresiv − furios)***.

O problemă nesoluționată până în prezent stă la baza unui obiectiv trasat pentru cercetarea noastră − comunicarea emoțiilor. Există diferite mecanisme de exprimare lingvistică a emoțiilor vorbitorului. În discurs, poate avea loc desemnarea lingvistică a emoțiilor sau interpretarea lor ca esență obiectivă a vorbitorului și a ascultătorului. Una dintre problemele de actualitate ale emotiologiei este studiul emoțiilor în limbaj, în texte și în comunicare. Vocabularul emoțional evaluativ este caracteristic stilului colocvial al limbajului literar-artistic, jurnalistic și nu este folosit în stilurile funcționale științific și oficial-administrativ.

Prin urmare, facem o delimitare între limbajul de descriere a emoțiilor și limbajul de exprimare a emoțiilor. Limbajul de descriere va fi unul științific, concret, simplu de perceput, pe când cel de exprimare trebuie disociat și decodificat în funcție de universul discursiv.

La nivel semantic, lexemele care formează câmpul lexical al emotivității pot fi clasificate după mai multe criterii, unul dintre acestea este categorisirea după conceptul procesual desemnat: procese psihologice, procese afective, procese emoţionale.

Câmpul lexical al emotivității include termeni care se referă la emoţii pozitive: sentimente pozitive **(*fericire, veselie, dragoste*** etc.**)** sau de optimism şi energie (***încredere, învingere, mândrie***); dar și la emoţii negative: anxietate şi teamă **(*nervos, tensionat*)**, furie **(*ură, furios*)**, tristeţe sau deprimare **(*plâns, supărat, trist*)**.

Abordarea emoțiilor este tot mai răspândită în ultimele decenii, însă există mai multe păreri în privința definirii, identificării și clasificării emoțiilor. Bernard Rime, în anul 2005, definește emoțiile, trăirile, stările afective ca procese eminamente interne, subiective, delicate, cu caracter de unicat și foarte puternic personalizate, o realitate ascunsă, discretă, care cu greu poate fi observată și scapă uneori autoobservației [24, p. 46].

Astfel, ***emoțiile comunicative*** sunt o dovadă a necesității de a comunica. Comunicarea este însoțită de diverse emoții, însă comunicative sunt acelea ce apar ca reacție la satisfacerea sau nesatisfacerea tendinței spre apropierea afectivă (de a avea un prieten, un interlocutor simpatizant) [28, p.24]. ***Emoțiile gnostice*** sunt numite intelectuale, adică reflectă necesitatea de a afla informații noi sau, cu alte cuvinte, curiozitatea poate provoca emoții gnostice.

***Emoțiile de achiziționare*** sunt emoțiile legate de interesul de a colecționa ceva, de a aduna sau de a cumpăra obiecte noi. ***Emoțiile hedonice*** sunt acelea care țin de confortul fizic, provocate de soare, de bucate gustoase sau de euforie.

Pornind de la teoria formulată de Charles Darwin referitoare la universalitatea emoțiilor, apărută încă în 1872, mai mulți cercetători au venit cu diverse completări în vederea clasificării emoțiilor. Conform teoriei lui Darwin, emoțiile sunt vestigii ale vechilor comportamente programate genetic, numite emoții primare, care sunt: tristețea, bucuria, frica, furia, surpriza și dezgustul. Acestea au fost diversificate pe parcurs de cercetătorii din domeniu. Paul Ekman introduce *disprețul* [12], idee susținută și de Wallance V. Friensen. Seymour consideră că emoțiile primare sunt doar patru, și anume: *plăcerea, iubirea, furia și tristețea*. *Ruşinea* și *vinovăția* sunt introduse în lista emoțiilor de către Robert N. Emde, iar *anticiparea* și *acceptarea* de către Robert Plutchik, psiholog american. Clasificarea emoțiilor făcută de Robert Plutchik este una complexă, detaliată și relevantă, după părerea noastră, care explorează spectrul variat al sentimentelor umane. Robert Plutchik a dezvoltat acest model în anii '80 ai secolului al XX-lea, structurând emoțiile într-un cerc care cuprinde 8 emoții de bază și 8 stări intermediare rezultate din combinațiile acestora: ***Bucurie – tristețe; Încredere – dezgust; Frică – mânie; Surpriză – anticipare; Tristețe – bucurie; Mânie – frică; Anticipație – surpriză***. [5]. Astfel, autorul a sistematizat amalgamul de emoții existente, dar nu a luat în calcul câteva emoții care influențează sau afectează des o persoană, și anume, *ruşinea* și *mândria*.

Clasificarea emoțiilor de către Robert Plutchik oferă o perspectivă utilă în înțelegerea și analiza manipulării emoționale, deoarece dezvăluie conexiunile complexe dintre diverse stări emoționale și arată cum acestea pot fi influențate și utilizate în procesul de manipulare prin discurs.

Astfel, ***manipularea verbală*** este definită ca un impact vizat asupra locutorului pentru a-i schimba comportamentul în interesul manipulatorului. Cercetătorii disting următoarele caracteristici ale manipulării: „neconștientizarea prin obiectul manipulării a impactului efectuat asupra acesteia; impactul nu numai asupra sferei conștientului (minții), ci și asupra sferei inconștientului (instincte, emoții), care nu pot fi controlate în mod arbitrar; controlul atitudinii obiectului de manipulare față de obiectele și fenomenele lumii înconjurătoare în direcția necesară manipulatorului, atingerea de către manipulator a obiectivelor sale secrete, egoiste la nivelul obiectului manipulării, denaturarea deliberată a faptelor din realitatea înconjurătoare (dezinformarea, selecția informațiilor etc.); crearea de iluzii și mituri etc.” [44], „intenționalitatea „negativă” a adresatorului; natura ascunsă a impactului; impactul distructiv asupra individului și asupra societății în ansamblu; distructivitatea; inacceptabilitatea din punct de vedere etic” [39, p.47]. Potrivit Irinei Belyaeva, discursul manipulator ocupă „o poziție intermediară între două puncte extreme − între informații de încredere (adevărate, complete) și minciuni. Minciuna și

manipularea se opun diferitelor tipuri de adevăr: minciunile se opun „adevărului semantic”, manipularea se opune „adevărului pragmatic” [39, p.47].

Manipularea conștiinței umane poate fi realizată cu ajutorul diverselor mijloace, inclusiv prin intermediul limbajului discursiv. Unul dintre subiectele de cercetare ale lingvisticii cognitive se referă la mijloacele lingvistice de manipulare. Rezultatele acestor studii sunt interesante atât pentru oamenii de știință, cât și pentru cei care nu sunt preocupați nemijlocit de cercetare, dar care aplică aceste mijloace de manipulare în diverse forme și în grade diferite prin discursurile pe care le formulează cu diferite ocazii.

Manipularea prin acte de vorbire reprezintă o dimensiune subtilă și puternică a interacțiunilor umane, în care cuvintele devin instrumente ale controlului și influenței. Actele de vorbire pot servi ca vehicule subtile ale manipulării, având puterea de a modela percepțiile, emoțiile și comportamentele celorlalți. În acest context, ***teoria actelor de vorbire*** a constituit impulsul de bază al dezvoltării pragmaticii, fiindcă cercetările din acest domeniu au schimbat perceperea limbii de către cercetătorii din lingvistică. La baza teoriei respective stau lucrările cercetătorului britanic John Austin, în special lucrarea sa *How to do things with words (Cum să faci lucruri cu vorbe)* − ideile din această carte au fost preluate și dezvoltate mai târziu de către John Searle în lucrarea *Speech Acts (Acte de comunicare)*. John Austin a descris pentru prima dată complexitatea actelor verbale. După cum rezultă din categorisirea lui Austin, actele de vorbire au trei componente: ***locuţionară (***care este componenta formării frazelor în conformitate cu regulile gramaticii), ***ilocuţionară*** (vorbitorul produce un enunţ cu o anumită intenţie, ataşând acestuia o forţă ilocuţionară) şi ***perlocuţionară (***efectele ilocuţiei – indiferenţă, umplerea unui gol cognitiv, producerea unor acţiuni motorii, inducerea temei etc. – acestea reprezintă componenta perlocuţionară a actului de vorbire).

Astfel, actele de vorbire reprezintă un instrument subtil, dar puternic în cadrul comunicării emoționale. Ele nu doar reflectă stările noastre interioare, ci și le influențează și le modelează. Cuvintele pot fi atât instrumente de construire a punților de înțelegere și empatie, cât și unelte de manipulare și control. Importanța conștientizării impactului actelor de vorbire în comunicarea emoțională devine evidentă în eforturile noastre de a construi relații sănătoase și autentice. Într-o lume în care limbajul este o forță puternică, cultivarea unei comunicări deschise, sincere și respectuoase devine esențială pentru a construi conexiuni autentice și pentru a promova o înțelegere profundă între oameni.

În **Capitolul III UNIVERSUL EMOȚIONAL AL DISCURSURILOR SPECIALIZATE** se arată că discursul este o formă de comunicare, clasificată de oamenii de știință ca fiind multidisciplinară. Reprezentând unul dintre mecanismele de adaptare ale unui

individ la realitatea care îl înconjoară, emoțiile mediază diverse sfere ale activității umane, inclusiv activitatea sa discursivă.

Cercetările științifice intense efectuate în ultimii ani în domeniile emotiologiei și analizei discursului au condus la formarea unei noi direcții al cărei scop este studierea emotivității diverselor tipuri de discurs.

În cercetarea noastră ne-am propus analiza mai multor tipuri de discursuri specializate, cuprinse într-un corpus de **36 de texte-discursuri** reprezentative pentru domeniile indicate mai jos:

- Discurs științific
- Discurs economic
- Discurs didactic
- Discurs religios
- Discurs mediatic
- Discurs publicitar
- Discurs politic

Factorul decisiv în alegerea materialului faptic pentru demersul nostru se bazează pe ponderea de frecvenței ă a elementelor de afectivitate și emotivitate în diverse tipuri de discursuri specializate, care ne-au oferit un spectru larg de observații și interpretări. Documentarea științifică efectuată, aplicată pe discursuri concrete, au generat modele de analiză complexă cu accent pe universul emotiv al acestora.

**Discurs științific.** Cu trei secole în urmă, Immanuel Kant declara că „în orice domeniu al naturii poate fi doar atâta știință propriu-zisă câtă matematică există în el", iar fizicianul Lev Davidovich Landau clasifica, la mijlocul secolului al XX-lea, științele în: științe matematice considerate supranaturale, științele naturale și științele umaniste considerate nenaturale. Pe acest traseu de interpretare se situează și Solomon Marcus în discursul său de recepție la Academia Română Singurătatea matematicianului, elogiind caracterul interdisciplinar al matematicii în subcapitolul „Este matematica numai un limbaj?". Sinteza realizată de matematicianul filosof este cuprinzătoare: „Matematica este domeniu de cunoaștere și de cercetare; fenomen de cultură; știință; artă; unealtă utilă în anumite situații; limbaj; mod de gândire; catalizator al unor transferuri de idei; metode și rezultate; disciplină predată în școli și universități; fenomen social; joc; modă; mijloc de intimidare și chiar de terorizare; formă de snobism; posibilă formă de patologie; mod de a înțelege lumea; mod de viață; mod de a înțelege propria noastră minte; parte a vieții noastre spirituale; filosofie. [26, p. 38]

Afirmația că orice limbaj este emotiv și că nu există un vocabular neutru din punct de vedere emotiv este în concordanță cu raționamentul potrivit căruia fiecare persoană nu poate să

aibă decât anumite emoții, negative sau pozitive, în ceea ce învață sau comunică. Emoțiile „participă la cunoaștere [...], ele însoțesc și colorează cunoașterea", determinând atitudinea unei persoane față de conținutul acestor cunoștințe [19, p.345]. Esența fenomenelor respective este descrisă și de Ioan Milică în *Recursul la metaforă în opera ştiinţifică a lui Sextil Puşcariu* [16], dar și în alte surse bibliografice la temă. În cazul discursului științific, identificăm asemenea emoții ca *interesul, anticiparea și vigilența*, care apar la diferite etape ale cunoașterii sau studierii.

Însă trebuie remarcat faptul că tehnicile de exprimare emoțională de către emițători sunt tipice pentru textele științifice în limba engleză, autorii vorbitori de limbă română sau rusă evită colorarea emoțională puternică a discursului în descrierile științifice.

Prin urmare, modelarea unui discurs științific este:

- în perspectivă analogică (iconizarea şi diagramatizarea referentului);
- în perspectivă lingvistică (elucidarea funcţionării definiţiei, denumirii, descrierii);
- în perspectivă interacţională (integrarea dispozitivului enunţiativ ştiinţific în modelul general al interacţiunii verbale: funcţionarea intertextului, în special a citatului, corelarea strategiilor argumentative, alternarea actelor de limbaj) [26, p.182].

Discursul științific, în principiu, caracterizează o realitate, iar locutorul alege modalitatea de prezentare a realității date. Acest tip de discurs presupune un subiect bine conturat, bazat pe teorii, ipoteze, modele lipsite de expresivitate, iar dintre figurile de stil caracteristice menționăm metafora grafică. În același timp, în discursul științific vorbim atât de subiectivitate, cât și de obiectivitate. Opinia locutorului poate fi și obiectivă, și subiectivă, în funcție de intenția emițătorului, de capacitatea și de cunoștințele receptorului. Dacă interlocutorul nu aude pentru prima dată informația, el nu va fi un ascultător pasiv, care doar va recepționa informația. El va interveni eventual cu anumite întrebări, comentarii sau sugestii, în cazul discursului oral. În cazul unui discurs scris, receptorul va căuta de sine stătător răspunsurile la întrebările care-l interesează sau se va informa și din alte surse pentru a căpăta o informație mai complexă [17, p.43].

***Discurs economic.*** Pentru a contura universul emoțional al discursului economic, vom porni de la constatarea pe care o fac analiștii și savanții din domeniul economiei, atunci când operează cu formula: „nu este nimic de temut, dar este o frică în sine." Aceasta exprimă pregnant, concludent și lapidar starea psihoemoțională a tuturor actorilor din sfera dată. De regulă, se trece cu vederea a doua parte a supoziției despre această stare. Dar este elocvent în acest sens cazul lui Roosevelt, care încerca să păstreze **încrederea** americanilor în guvernare și îi încuraja să aibă inima și mintea puternică pentru a fi angajați la un eventual serviciu. În același timp, îi avertiza despre paralizia **fricii**.

În discursul economic actual de cele mai multe ori, putem întâlni emoții precum **dorința, frica, fericirea, furia sau iubirea** au fost în mod tradițional absente din discursul economic, iar

mesajul cu privire la dorințele consumatorilor pentru bunuri este așezat în limbajul rece al „indiferenței" exprimate în cifre, referirile la sentimente erau aproape inevitabile. Chiar și atunci când abordează probleme de fericire sau eudemonie, economiștii în mod tradițional le reduc la „utilitate". Ideea că salariile pe piață pot motiva lucrătorii, cel puțin prin schimbarea modului în care se simt față de angajatorii lor, este discutată nu ca un salariu de loialitate sau un salariu de reciprocitate, ci ca un salariu „eficient" [32] Una dintre particularitățile lingvistice ale discursului economic este utilizarea unui vocabular tehnic și a unor termeni specifici. Acești termeni pot fi de ordin financiar, economic sau de contabilitate și sunt utilizați pentru a descrie fenomene, concepte și procese specifice domeniului economic. De exemplu, termeni precum *PIB (Produsul Intern Brut), inflație, curs valutar, dobândă* sau *deficite bugetare* sunt frecvent întâlniți în discursul economic.

Dar și într-un asemenea câmp lexical întrevedem un cadru emoțional, or lexemele *inflație, deficit* etc. creează reprezentări marcate emoțional.

***Discursul didactic.*** Conceptul de *discurs didactic* are o sferă cuprinzătoare, având în vedere faptul că toate interacțiunile ce au loc în procesul instructiv-educativ vizează, într-o accepție generală, transmiterea și receptarea unor mesaje emoționale. Discursul didactic este, de fapt, transmiterea informației de la o persoană la altă persoană în scopuri educaționale. Dacă în cazul discursului științific specializat am putut vorbi și despre discursul scris, și despre cel oral, atunci în cazul celui didactic este mai mult un discurs oral, interactiv. De cele mai multe ori, un subiect care poate face apel la emoții este unul social [21, p.199].

Materialul educațional sociologic nu poate fi perceput complet indiferent, deoarece suntem cu toții reprezentanți ai societății pe care o studiem. Prin urmare, în mod voluntar sau involuntar, discipolii își exprimă atitudinea față de un anumit fenomen social, subiect sau persoană. Astfel, percepția emoțională a fenomenelor sociale este asociată cu dezvoltarea unei poziții de viziune asupra lumii și a unei voințe puternice în studenți. Experiențele depind de vârsta, viziunea asupra lumii, afilierea la grup și voința unei persoane. Ele sunt subiective (în funcție de personalitate) și dinamice. În același timp, emoțiile nu reflectă doar atitudinea unei persoane față de activitățile sale, inclusiv educaționale, ci și ele însele au un impact mare asupra procesului de învățare. Prin urmare, profesorul trebuie să fie capabil să recunoască diferite tipuri de emoții și să știe ce să facă cu ele. Vorbind despre procesul de învățare, printre multiplele stări pe care le-ar putea experimenta studentul identificăm:

• **Frustrarea**, care se manifestă atunci când discipolul se confruntă cu obstacole în activitate. Studierea este un proces consumator de timp, asociat inevitabil cu depășirea a tot felul de obstacole − greșeli, neînțelegeri, lene, lipsă de timp, promovarea testelor de examinare etc. Prin

urmare, doar un profesor corect, grijuliu, capabil să trezească interesul pentru subiect și să creeze o atmosferă de lucru în clasă poate ajuta studenții să evite frustrarea prelungită;

• **Empatia**, care este tendința receptorului de a trăi afectiv față de alte persoane. Un profesor ar trebui să depună efort ca discipolii să privească societatea pe care o studiază obiectiv, imparțial, din poziția de observator. În același timp, doar un specialist care empatizează cu ei și transmite speranțele și anxietățile publice prin el însuși poate înțelege motivele acțiunilor oamenilor [43].

Schema comunicării didactice a cunoştinţelor presupune principiul includerii de la abstract la reformulare a cunoştinţelor:

**Discurs ştiinţific → Discurs universitar → Discurs prepedagogic → Discurs pedagogic** [10, p.110]. Toate aceste tipuri de discurs au la bază didacticitatea. Obiectivele didacticității sunt acelea de a informa, de a înștiința, de a favoriza procesul de cunoaștere prin intermediul definițiilor, explicațiilor, exemplificării, ilustrării, analogiei sau chiar reformulării [35, p.75-76].

Discursul didactic presupune, mai întâi de toate, transmiterea informației de la profesor la discipol. Această interacțiune presupune o implicare personală a ambelor părți. Actualmente, pedagogia se axează tot mai mult pe o predare care se aseamănă mai mult cu o colaborare dintre profesor și student.

Un discurs didactic este orice lecție în care au loc etapele procesului de predare-învățare: evocarea, realizarea sensului, reflecția și extinderea. Din acest motiv, în cercetarea noastră am analizat discursuri din cadrul orelor de limba română ca limbă străină pentru studenți internaționali și a orelor de limba română pentru studenți autohtoni. Astfel universul emoțional din discursurile didactice analizate este unul cu un impact major, deoarece, fiind într-o țară străină, studenții au depus mult suflet în toate activitățile propuse, dar și studenții autohtoni au fost entuziasmați de subiect, participând activ la ore. Emoțiile lor au fost observate și prin limbajul nonverbal. Abordarea temei despre mamă poate sensibiliza pe majoritatea persoanelor, mama fiind o ființă dragă pentru fiecare. În cazul discursului despre inimă, emoțiile prezente au fost multiple, de la dragoste, respect, bucurie, entuziasm până la dor, tristețe și melancolie [18, p.10].

***Discursul religios.*** Textul religios a constituit, în istoria limbii române, un model de scriere și pentru textele din alte registre stilistice. Însă, după secolul al XVIII-lea, stilul bisericesc devine complementar celui laic, diferențiindu-se tot mai mult de acesta la toate nivelurile lui [6].

Discursul religios are un sistem propriu de valori. Liantul esențial al acestor scrieri este, pe de o parte, domeniul lor tematic religios, iar, pe de altă parte, sunt elemente stilistice specifice, reflectate în lexic, morfosintaxă, prozodie, topică. Toate acestea sunt argumente reprezentative suficiente pentru constituirea unui stil aparte – stil religios, care ar trebui să completeze lista tradițională a stilurilor funcționale ale limbii române [7, p.6]. Deci, în domeniul practicii religioase,

credința, ca viziune globală, reprezintă cea mai mare valoare intersubiectivă. Și putem spune că tot sistemul axiologic este redus la valorile credinței. Aceasta este recunoașterea existenței lui Dumnezeu, ideea de păcat, dreptate, bine și rău, credința în minuni etc.

Discursul religios este considerat un discurs specializat, deoarece în acest tip de discurs se identifică o pluralitate de coduri specifice al căror scop este amplificarea forței argumentative persuasive, și în mod special, de convingere a auditorului [22]. Totuși, forța argumentativă depinde de public, deoarece acesta trebuie să fie inițiat în subiectul abordat. De obicei, cele mai multe persoane apelează la un discurs religios fiind influențate de stări diverse, cineva simte durere, frică, compasiune sau suferă, cineva are o stare de mulțumire, beatitudine și recunoștință.

Universul emoțional din acest tip de discurs poate fi demonstrat în baza actelor de vorbire descrise de John Searle, mai cu seamă a actelor directive, care surprind intenția emițătorului de a-l determina pe receptor să efectueze o anumită acțiune (strategie persuasivă), și a actelor expresive, care marchează atitudinea emițătorului față de situația discutată în discurs. Un factor afectiv/persuasiv reprezintă și adresarea la receptori de tipul: *iubiți credincioși, dragii mei, frații mei* etc. Lexicul emoțional sau afectiv apare în textele din corpus mai ales în enunțuri injonctive și desemnând sentimente colective atribuite grupului sau impersonalizate. Enunțul emoțional individualizat este destul de rar, iar persoana I singular tinde către formula convențională [30, p.226].

Universul emoțional din discursuri este unul complex. Pornind de la ideea Rodicăi Zafiu, dacă prin tradiție emoțiile erau asociate cu arta elocinței (figurile retorice), astăzi, legătura nu mai este atât de simplă: figurile (metafora, de exemplu) sunt considerate mijloace cognitive, iar emoțiile pot fi trezite de un anume lexic sau de evocarea unor scenarii care nu au nimic figurat. Emoțiile, legate organic de cunoaștere, sunt inerente în evocarea (reafirmarea, discutarea) valorilor [31, p.224].

***Discurs mediatic.*** Un discurs mediatic de calitate necesită o bună pregătire a emițătorului, atât în plan informațional, cât și gramatical, stilistic. În textul publicistic actual, se observă un tip de redundanță mult mai conturată la nivel lexical decât la cel gramatical, ce se resimte prin derivația sinonimică (întrebuințarea cuvintelor din aceeași sferă semantică, cu preferință pentru neologisme), îmbinări cu caracter fix între substantiv și adjectiv, diverse unități frazeologice stereotipe ce au sens metaforic, al căror nucleu îl constituie un neologism împrumutat din alte stiluri [25 *apud* 9]. Astfel, un jurnalist care cunoaște bine limba româna va furniza publicului un discurs de calitate, din punct de vedere gramatical și stilistic, dar din punct de vedere informativ, publicul va avea nevoie de cultură generală. Întrucât textul mediatic este unul dintre promotorii limbii literare, fiind răspândit pe o arie extinsă de vorbitorii limbii române, impactul lexicului substandard, neliterar devine, cel puțin, nedorit [20].

Astfel, majoritatea cercetătorilor din domeniul lingvisticii notează că factorul-cheie din discursul mediatic este naratorul. Receptorii reprezintă o masă de oameni care sunt absolut diferiți, personajul de masă este caracteristica principală a unui discurs mediatic, care vizează un public de masă caracterizat printr-o compoziție eterogenă și un număr nelimitat de destinatari necunoscuți. Reacțiile acestor persoane sunt diferite, iar emițătorul, pentru a obține reacțiile dorite, recurge la manipularea publicului prin apel la emoții și prin tehnici de persuasiune.

O tehnică de persuasiune poate fi și utilizarea emoticoanelor într-un discurs. Din punctul de vedere al semanticii, ***emoticoanele*** nu sunt întotdeauna interpretate fără ambiguitate din perspectivă emoțională și reflectare a evaluării (pozitiv sau negativ). Emoțiile pe care fiecare persoană le asociază cu un anumit emoticon nu sunt întotdeauna aceleași și depind de platforma pe care este folosit emoticonul. Dacă analizăm emoticoanele din punctul de vedere al clasificării emoțiilor după schema lui Robert Plutchik, atunci identificăm câte un emoticon sau chiar mai multe, pentru majoritatea emoțiilor. Este dificil și subiectiv să găsim un emoticon pentru încredere și anticipare, acestea având mai mult o conotație lexicală decât iconică. Astfel, se poate argumenta că emoticoanele câștigă acum din ce în ce mai multe poziții în comunicarea mobilă și rețelele sociale, ca instrument de comunicare nonverbală pe internet și, prin urmare, pot fi considerate ca un element discursiv al organizării mesajului.

***Discurs publicitar.*** În măsura în care pune în legătură o serie de subiecți în vederea încheierii unor tranzacții economice, ***publicitatea*** a fost tradițional studiată în termenii teoriei comunicării. Este însă vorba despre o situație foarte aparte de comunicare-interacțiune prin intermediul scrisului.

***Publicitatea emoțională*** se referă la relația dintre un client și un brand sau un produs, în special, la conexiunea emoțională care face apel la starea emoțională a clientului, egoul, nevoile, temerile și aspirațiile prin conținut.

Discursul publicitar este bine valorificat în domeniul marketingului. Publicitatea emoțională poate fi folosită pentru a provoca un răspuns emoțional, cum ar fi fericirea, frica sau furia unui consumator, ceea ce înseamnă că anunțul are șanse mari să fie amintit. Comunicarea publicitară este ambivalentă – text-imagine [3, p.230], care poate fi numită și comunicare simbolică. Deseori, privind o imagine din publicitate, ne dăm seama și fără cuvinte despre ce este vorba. Acest tip de discurs este, de fapt, o formă specifică, particulară de comunicare. În publicitate, mesajul poate fi transmis prin mai multe căi, cum ar fi imagini, text scurt, culoare, aranjare în pagină etc. Specialiștii din domeniul marketingului recurg la o serie de procedee creative pentru a aduce în fața populației un produs bun, dar și eficient, care va determina persoanele să achiziționeze un anumit produs sau să folosească un anumit serviciu.

Prin urmare, cea mai bună publicitate poate fi considerată acea care rămâne în memoria cumpărătorului. Există mai multe moduri pentru a crea un asemenea tip de reclamă. Unul dintre acestea este apelul la emoții. Probabil că emoţia este cel mai adesea folosită pentru a produce o anumită atitudine în raport cu marca sau cu întreaga clasă de produse. Există numeroase exemple în care suscitarea unei mari varietăţi de reacţii emoţionale este menită a-l face pe consumator să se simtă „bine", „confortabil" sau „asigurat" atunci când se gândeşte la o marcă sau la un produs. O aplicaţie la fel de importantă constă în prezentarea emoţiilor ca beneficiu distinct ce rezultă din consumarea mărcii sau a clasei de produse. În cele din urmă, emoţiile pot fi folosite pentru a spori eficacitatea transmiterii mesajului publicitar [1].

***Discurs politic.*** Întrucât comunicarea politică este reprezentată prin discurs, se poate susține că un discurs politic poate fi considerat orice text cu caracter politic, emis fie de o persoană politică, fie de alegători, fie de ziariști. Spre deosebire de alte tipuri de texte/mesaje, discursul politic vizează întreaga societate [29, p.61].

Referindu-ne la spectrul emotiv al discursului politic, identificăm mai multe emoții, dintre care frica și furia sunt cel mai explorate în configurarea mesajului. Construirea unui *discurs al fricii* în domeniul politicii este un loc comun în politica contemporană. Sunt folosite diferite strategeme pentru a induce sentimentul de frică în rândul receptorilor mesajului (prin utilizarea strategiilor de personalizare a emoţiei cu poziţie de subiect la nivelul expresiei − „panica ne bate la uși" etc.), astfel că, în final, subiectul vizat se identifică cu frica.

Atât emoțiile pozitive, cât și cele negative pot fi împărtășite, dar emoțiile de bază, cum ar fi frica, furia, bucuria, tristețea, sunt esențiale. Frica și furia notează un scor bun de împărtășire din ambele puncte de vedere (până la 50-57%; cel mai bun scor fiind de 60%, pentru vinovăție), cel al alegerii experimentatorului și cel al capacității de empatie a interlocutorului: interlocutorii „oglindesc" cu ușurință aceste emoții în timpul procesului de partajare a informației. „Principiul împărtășirii" evidențiază sensibilitatea socială a emoțiilor, printre care frica și furia. De asemenea, îmbunătățește relația dintre emoții și evenimente și conferă discursului un rol crucial în circuitul și reprezentarea emoțiilor. Discursul politic valorifică, pur și simplu, o situație, folosind principiile de bază ale procesului de împărtășire a emoțiilor: limbajul adecvat și emoția potrivită.

Mai mulți cercetători susțin că discursul politic sau, mai cu seamă, comunicarea politică este o interacțiune strategică, deoarece la această comunicare participă mai mulți actori, cum ar fi: om politic − om public sau om politic – om politic. Comunicarea se consideră interactivă, deoarece, de cele mai multe ori, atunci când se discută despre politică, întotdeauna există păreri diferențiate ce duc la provocări și dezbateri. Trăim într-o lume care se confruntă cu o multitudine de fapte și acte de natură politică, care vizează organizarea şi conducerea vieţii sociale. Puterea este factorul principal în dirijarea şi reglarea vieţii sociale. În acest fel, puterea impune ordinea la

nivel social, ordine care, la rândul ei, generează fenomenul puterii. Ambele se materializează prin suportul lingvistic.

Ca registru specific, limbajul politic a reușit să se dezvolte și să-și aplice propriul set de trăsături lingvistice, adaptând limbajul de așa manieră încât, în cele din urmă, să-i servească complet interesele, majoritatea timpului să ne facă să ne gândim că „totul e manipulare". În același timp, este singurul tip de limbaj specializat care împrumută structuri din toate celelalte registre (e.g. limbajul care reprezintă puterea politică poate utiliza structuri din toate celelalte limbaje care reprezintă puterea legislativă, executivă, judiciară ș.a.m.d.), iar aceasta îi conferă caracterul distinctiv și complicat. Nu există categorii de „limbaj politic bun" sau „limbaj politic rău", întrucât limbajul pare să ofere doar structurile politice specializate aplicate într-un asemenea tip de discurs, el neputând să acopere cazurile, contextele sau intențiile emițătorului.

Potrivit lui Eugen Coșeriu în limbajul politic pot fi trei înțelesuri:

- Lexiconul politic: terminologia referitoare la desemnarea noțiunilor și instituțiilor politice (specifice fiecărei țări în parte);
- Metoda de aplicare: utilizarea lingvistică determinată de ideologiile și atitudinile politice; acoperind toate modalitățile în care este folosit limbajul, modalități subiective orientate spre fapte lingvistice suplimentare, modalități determinate de atitudinile adoptate de către vorbitori, prin utilizarea cuvintelor față de obiectele desemnate;
- Utilizarea limbajului în „bucăți discursive"/„texte" politice, observând trăsăturile lingvistice specifice unui asemenea tip de text. [8]

Cuvintele își pot schimba sensul după poziționarea celor care le folosesc [25, p.142]. Discursurile politice analizate de noi sunt ale Președintelui Republicii Moldova, Maia Sandu, în care am identificat un univers emoțional puternic, reprezentat prin emoții ca: fericirea, rușinea, bucuria, mândria etc.

Multiplele cercetări din ultimul secol, axate pe operaționalitatea metaforei conceptuale, deschiderile interpretative și investigaționale ne-au încurajat să examinăm universul emoțional al discursurilor specializate semnate de S.Marcus, V.Ioniță, I.Milică, D.Sălăvăstru etc., depășind stereotipurile de percepție a faptului că acestea ar fi neutre din punctul de vedere al emotivității.

## CONCLUZII GENERALE ȘI RECOMANDĂRI

Rezultatele cercetării noastre, **Universul emoțional al discursului specializat,** demonstrează că subiectul abordat de noi este unul actual și are o aplicativitate sporită în domeniile analizei discursului și psiholingvisticii.

O ipoteză confirmată în demersul nostru, în urma cercetării acestui subiect, este că principalele concepte ale emotivității sunt proiectate în discursul specializat, vizând diverse aspecte constitutive și de conținut.

Totodată, în urma analizei discursurilor specializate, am confirmat ipoteza conform căreia în orice tip de discurs este prezentă latura subiectivă a locutorului, universul emoțional implicit în actul vorbirii și latura personală a interlocutorilor, care actualizează emoțiile trăite în timpul receptării discursului. Această corelație dintre universuri emoționale caracterizează comunicarea din punct de vedere psihologic. Dezvoltând ideea dată, am identificat particularitățile emotive ale discursurilor specializate, care încorporează un întreg univers atât emoțional, cât și comunicativ. În acest scop a fost efectuată examinarea diverselor mijloace ce denotă gradul de emotivitate: persuasiunea și manipularea, subiectivitatea discursului, diverse acte de vorbire, analiza dihotomiei rațional-emoțional, dar și disocierea psihologică a emoțiilor.

Cercetarea emotivității, rapuortată la spectrul discursiv, ne permite să concluzionăm următoarele:

1. Sinteza definițiilor discursului *versus* cele ale discursului specializat prin optica școlii lingvistice românești, a celor occidentale și rusești și rezumarea multitudinii de opinii științifice referitoare la teoria cognitivă a modelelor de context constituie o contribuție valoroasă la stabilirea universului emotiv al discursului specializat, precum și la interpretarea și gestionarea continuă a evenimentului comunicativ actual de către utilizatori, la integrarea socioculturală a evenimentelor comunicative, relevante prin proprietățile lor variabile în realizarea discursului.
2. Considerând oportună identificarea trăsăturilor lexicale și semantico-pragmatice ale discursului specializat, am examinat substratul terminologic al limbajului specializat, descris în literatura de specialitate ca un lexicon complex, bine elaborat, diversificat și inovativ. Drept urmare am dedus că acesta, precum și lexemele împrumutate din alte limbi, siglele, cuvintele internaționale, acronimele etc. sunt aspecte care, complinite de un filon lexical afectiv, conferă autenticitate și verosimilitate discursului specializat.
3. În baza cercetării efectuate ne-am convins că particularitățile dihotomiei emoțional-rațional, relațiile dintre afectivitate/emoții și expresia verbală se manifestă gradual, în funcție de tipul de discurs. Aceasta a presupus și analiza vocabularului emoțiilor care ne-a deschis o nouă viziune asupra conținutului discursului și asupra analizei acestuia din punctul de vedere al universului emoțional.
4. Adoptând clasificarea și descrierea emoțiilor după modelul lui Robert Plutchik, am identificat intensitatea emoțiilor trăite de locutor și interlocutor în diverse situații discursive și am stabilit perechile opozitive ale emoțiilor. Această abordare ne-a permis descrierea sistemică a cadrului

emotiv din discursurile analizate de noi, conform algoritmului: *scop→mijloace→rezultat →gradualitate afectivă→tip de emoție.*

5. Ne-am convins că unitățile discursive: actele de vorbire, subiectivitatea, coeziunea și coerența, *per ansamblu* formează o viziune clară asupra particularităților lingvistice și pot stabili un grad sporit de emotivitate discursivă. Descrierea metodelor de manipulare și a gradualității persuasiunii ne-a permis identificarea particularităților discursurilor specializate examinate în teză.

6. Factorul decisiv în alegerea materialului faptic pentru demersul nostru se bazează pe ponderea de frecvență a elementelor de afectivitate și emotivitate în diverse tipuri de discursuri specializate, care ne-au oferit un spectru larg de observații și interpretări. Documentarea științifică efectuată, pliată pe discursuri concrete, au generat modele de analiză complexă cu accent pe universul emotiv al acestora.

7. Pentru analiza *discursului științific* ne-am propus o strategie de identificare a gradului zero de afectivitate și emotivitate. Prin urmare, discursul științific poate fi caracterizat prin emoții ca: interesul, anticiparea, vigilența. Am considerat oportun să demonstrăm prezența emoțiilor respective în discursul științific, deoarece, prin varianta sa vulgarizatoare, acesta este tot mai prezent în comunicarea cotidiană.

8. Investigarea *discursului economic* din punctul de vedere al universului emoțional ne-a permis să constatăm că este sărac în manifestări emotive, identificând doar câteva mărci de afectivitate: frica (de eșec), dorința (de succes), povara (fiscală) etc. Putem concluziona că gradul de emotivitate din discursurile economice selectate pentru analiză tinde spre zero. Autorii utilizează termeni economici și argumente pentru informarea publicului operând cu date și legi concrete, ceea ce presupune estomparea spectrului emoțional, discursul economic fiind privat de figuri retorice, predominantă rămânând metafora conceptuală, cea încetățenită în uz. Intenționalitatea emițătorului are mai mult un caracter informativ, documentar sau de evidență.

9. Alegerea materialului pentru elucidarea mărcilor emotive ale *discursului didactic*, și anume empatia și tactul pedagogic, s-a produs în funcție de diverse activități didactice: curriculare și extracurriculare. Acestea, ca fenomene educaționale, prezintă o serie de particularități și se supun unor exigențe pedagogice specifice, care vizează folosirea eficientă a timpului, dezvoltarea capacităților de a lucra în grup și de a coopera în rezolvarea unor sarcini complexe, dezvoltarea voinței și formarea trăsăturilor pozitive de caracter, trăirea emoțiilor de moment și a celor de durată. În acest sens concluzionăm că eficiența discursului didactic este direct proporțională cu selectarea optimă a metodelor de predare și crearea unui climat psihologic adecvat procesului educațional. Tot educativ este și *discursul religios*, cu o structură complexă, cu un sistem bogat de valori și concepte afective, precum și cu o serie de caracteristici specifice la nivel lingvistic, psihologic și științific.

10. Majoritatea cercetătorilor din domeniul lingvisticii notează că factorul-cheie din *discursul mediatic* este naratorul. Receptorii reprezintă o masă de oameni absolut diferiți, personajul de masă este caracteristica principală a unui discurs mediatic, care vizează un public de masă caracterizat printr-o compoziție eterogenă și un număr nelimitat de destinatari necunoscuți. Concluzia care se impune este că reacțiile afective în acest caz sunt diferite, iar emițătorul, pentru a primi reacțiile dorite, recurge la manipularea publicului prin apel la emoții și prin tehnici de persuasiune bine instrumentate. Menționăm în acest sens și plusvaloarea atribuită discursului de *emoticoane* – aceste semne iconice care reprezintă emoțiile în comunicare pe rețelele sociale, din rațiuni de economie a limbajului. Aici relația dintre emoții și discurs pare să fie bidirecțională. Emoțiile sunt parțial formate prin intermediul discursurilor, în timp ce discursurile sunt de natură emoțională. Chiar și discursurile care se presupune că se înscriu în sfera raționalului sunt formate din experiențele individuale și de grup. Emoțiile funcționează ca practici discursive, deoarece sunt experimentate și întruchipate în mediile sociale adecvate, fiind astfel fenomene sociale și culturale. În același timp, discursul, normele emoționale și emoțiile în sine sunt modelate de cauze sociale, politice și economice. În discursul globalizat, emoticoanele se prezintă drept universalii lingvistice. În perioada de dezvoltare activă a tehnologiilor informaţionale şi a comunicaţiilor, emoticoanele sunt unul dintre instrumentele de manipulare a conştiinţei publice.

11. În tratarea *discursului politic* și a *celui publicitar* am remarcat că strategiile discursive sunt similare, obiectele și subiecții fiind diferiți. Astfel, pentru discursul publicitar răspunsurile emoţionale așteptate sunt cele de schimbare a atitudinii consumatorilor. Emoțiile provocate de un discurs publicitar pot fi diferite: sentimentul de plăcere, de entuziasm, de teamă sau de vinovăţie. Prin urmare, publicitatea are rolul de a asocia experienţa de viaţă cu un sentiment. Pentru discursul politic răspunsurile emoţionale așteptate sunt cele de aderare la opinie, apelându-se în acest scop la un impresionant arsenal de instrumente de manipulare emoțională.

La finalul studiului nostru și a concluziilor formulate, venim cu următoarele ***recomandări:***

1. A cerceta universul emoțional și al altor tipuri de discurs specializat, cu precădere, al celui *medical*, care nu a fost cuprins în teza noastră.
2. A studia fenomenul de univers emoțional în discursul specializat sub aspect comparativ în diferite limbi (română-engleză-franceză), pornind de la universalitatea conceptului.
3. A aplica și a dezvolta rezultatele cercetării date în alte domenii, cum ar fi în economie și politică, jurnalism, cu scopul de a instrui viitorii profesioniști în vederea manipulării persuasive prin acte de limbaj specializat.
4. Tema este implementată în cadrul cursului *Terminologie medicală funcțională contemporană, la studenții autohtoni*. Prin acest curs studenții dobândesc abilități de prezentare a discursurilor în public, ținând cont de legile și normele unei prezentări eficiente.
5. A implementa rezultatele cercetării și în cadrul facultăților de psihologie pentru a facilita înțelegerea conceptului de psihologie a emoțiilor și a limbajului, raportate la discursurile specializate.

**BIBLIOGRAFIE (selectivă)**

**În limba română:**


1. *Antologie de texte despre publicitate.* [online]. [citat 22.07.2021]. Disponibil: http://ebooks.unibuc.ro/StiinteCOM/tabarcea/3.htm#1.
2. ATHU C., *Delimitarea terminologiilor de specialitate*, [online]. [citat 20.02.2020]. Disponibil: http://euromentor.ucdc.ro/NR1_v2/DELIMITAREA%20TERMINOLOGIILOR%20DE%20SPECIALITATE.pdf
3. BONHOMME M., JEAN-MICHEL A. *Argumentarea publicitară*. Editura Institutului European, 2005. 328 p. ISBN 973-611-325-6.
4. BORŢUN D., SĂVULESCU S. *Analiza discursului public.* București: SNSPA, 2005. 171 p. [online]. [citat 20.05.2018]. Disponibil: https://pdfslide.net/documents/savulescu-s-analiza-discursului-public.html accesat la 20.05.2018.
5. *Ce sunt și care sunt emoțiile?* [online]. [citat 20.08.2019]. Disponibil: https://www.scientia.ro/homo-humanus/psihologie/468-ce-sunt-si-care-sunt-emotiile.html.
6. CEMÂRTAN C. *Limba textelor religioase publicate la tipografia exarhicească din Chişinău: particularităţi sintactice.* [online]. [citat 23.07.2022]. Disponibil: http://dspace.usm.md:8080/xmlui/handle/123456789/1179
7. CONDREA I. *O abordare stilistică a textului religios.* În: Studia universitatis Modaviae, nr. 10(100), 2016. ISSN 1811-2668
8. COȘERIU E. *Limbaj şi politică*, În: Revistă de lingvistică şi ştiinţă literară (Chişinău) 5, 10-28, traducere românească a nr. 226 [«Lenguaje y política»], trad. de Eugenia Bojoga.[online], `citat 15.11.2023]. Disponibil: https://coseriu.ch/wpcontent/uploads/publications_coseriu/coseriu313.pdf
9. CRISTEA S. *Creativitatea pedagogică.* [online]. [citat 24.07.2020]. Disponibil: https://ibn.idsi.md/sites/default/files/imag_file/Creativitatea%20pedagogica.pdf
10. DOSPINESCU V. *Semne și cunoaștere în discursul didactic*. Iași: Editura Junimea, 1998. 240 p. ISBN 9733703311.
11. GUŢU V. *Funcţiile principale ale întrebărilor în discursul argumentativ.* [online]. [citat 18.07.2020]. Disponibil: https://ibn.idsi.md/sites/default/files/imag_file/Functiile%20principale%20ale%20intrebarilor%20in%20discursul%20argumentativ.pdf
12. EKMAN P. *Emoții date pe față. Cum să citim emoțiile.* București: Editura Trei, 2019. 346 p. ISBN 978- 606-40-0676-9.

13. IONESCU-RUXĂNDOIU L. *Limbaj și comunicare*. București: All educational, 2003. 112 p. ISBN 973–684 –557–5.
14. IORDAN I. *Stilistica limbii române.* București: Editura Științifică, 1975. 405p.
15. LIFARI V. *Conceptul afectivității în limba engleză, română și rusă*. Chișinău: CEP USM, 2020. 244 p. ISBN 978-9975-152-25-9.
16. *Locurile în care ne aflăm ne pot schimba personalitatea,* https://www.moldova.org/locurile-in-care-ne-aflam-ne-pot-schimba-personalitatea/
17. LOPATIUC A. *Analiza discursului mediatic din punctul de vedere al subiectivităţii şi al afectivităţii.* În: Integrare prin cercetare și inovare. Vol.1, R, SSU, 2016. Chișinău: CEP USM, 2016. p. 42-46.
18. LOPATIUC A. *Aspecte ale eficientizării discursului didactic din prisma afectivităţii în învăţământul superior.* În: Tradiţie şi perspective în didactica modernă. Vol. 5. Alba Iulia: Editura Aeternitas, Universitatea „1 Decembrie 1918", 2021. p. 9.
19. LOPATIUC A., CHIRIAC A., DRIGA I. *Valori afective ale discursului specializat (discurs ştiinţific).* În: The contemporary issues of the socio-humanistic sciences, Ediția 13. 2023. Chișinău: Print-Caro, 2023. p. 343-349.
20. MOLEA V. *Elemente neinspirate ale oralității în textul publicistic.* [online]. [citat 18.07.2022]. Disponibil: http://dspace.usm.md:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/1955/93-100_0.pdf?sequence=1&isAllowed=y
21. NEAMȚU M. *Antiteze*. În: Canonul și vestitorul Ortodoxiei, nr. 6/45, iunie 2008.
22. OBREJA-RĂDUCĂNESCU D. *Discursul religios − discurs specializat, Text şi discurs religios, III, Secţiunea Retorica discursului religios,* Iași: Editura Universităţii „Alexandru Ioan Cuza", 2011. p.335-344 [online]. [citat 16.03.2020]. Disponibil: http://www.diacronia.ro/ro/indexing/details/A126
23. POTTER J., WETHERELL M. *Discurs şi psihologie socială: dincolo de atitudini şi comportament.* Londra: SAGE Publications Ltd, 1987. 256 p. ISBN 9780803980563.
24. RIMÉ B. *Comunicarea socială a emoţiilor* (traducere Mircea Marin). București: Editura Trei, 2007. 534 p. ISBN 978-973-707-155-2.
25. ROȘCA L., Producţia textului jurnalistic. Iaşi: Polirom, 2004. ISBN: 973-681-749-0
26. ROVENȚA-FRUMUȘANI D., Analiza discursului. Ipoteze și ipostaze. București:Tritonic, 2005, 264 P., ISBN: 973-8497-99-X
27. SOLOMON M. *Singurătatea matematicianului.* Liter.Net.ro, Colecția Palimpsest, 2010 [online]. [citat]. p.38 Disponibil: https://dokumen.tips/documents/singurata teamatematicianului.html?page=38
28. UNGUREANU E. *Dincolo de text: Hypertextul*, Chișinău: Editura ARC, 2014. 280 p. ISBN 978-9975-61-777-2.
29. VARZARI E. *Aspecte pragmatice ale titlului de text*. În: *Studia Universitatis*, nr. 10(40), 2010. p. 106. ISSN 1811-2668.
30. VERDEŞ A. *Psihologia emoţiilor. (Suport de curs pentru studenţii specialităţii Psihologie).* Chișinău, 2013. 94 p. ISBN 978-9975-4458-2-5.
31. ZAFIU R. *Ethos, Pathos și Logos în textul predicii*. În: *Perspective asupra textului și discursului religios* (Volum îngrijit de Milică I., Gafton E., Guia S.). Iași: Editura Universității „Alexandru Ioan Cuza", 2013. 587 p. ISSN 2066-4818.2

**În limba engleză:**

32. *Anger. Reviewed by Psychology Today Staff* [online]. [accesat 2.09.2019]. Disponibil: https://www.psychologytoday.com/us/basics/anger
33. CABRE T. *Terminology. Theory, methods and applications*. Amsterdam, Philadelphia, John Benjamins Publishing Company, 1999. 247 p. ISBN 9027216339.
34. REY A. *Essays on Terminology*. John Benjamins Publishing Company, Amsterdam, Philadelphia, 1995. 223 p. ISBN 9789027283580. [online]. [citat 14.04.2020]. Disponibil: https://benjamins.com/catalog/btl.9

**În limba franceză:**

35. DOSPINESCU V. *Analyse des éléments de didacticité dans le discours des medias* (la presse écrite). In: *ANADISS*, nr. 6, 2008. p. 75-76.
36. LERAT P. *Les langues spécialisées.* Paris: Presses Universitaires de France, 4, 1995. p. 20. ISSN 0026-0452.

**În limba rusă:**

37. *Анализ дискурса - сущность, подходы, методология проектирования*. [online]. [citat 13.05.2022]. Disponibil: ttps://naukarus.com/diskurs-analiz-suschnost-podhody-metodologiya-roektirovanie
38. АНДРИАНОВ М.С. *Невербальная коммуникация: психология и право.* Москва: Институт общегуманитарных исследований, 2007. 253 с. ISBN 978-5-94193-801-8.
39. БЕЛЯЕВА И. *Феномен речевой манипуляции: лингвоюридические аспекты.* Монография, Ростов/нД.: СКАГС, 2008. 243 с.
40. ВОРОБЬЕВА Е. Н. *Экспрессивная функция.* В: *Большая энциклопедия*: в 30-ти т. / гл. ред. А. М. Прохоров. Изд-е 3-е. М.: энциклопедия, 1978. Т. 29. [citat 23.06.2020]. Disponibil: https://philology-journal.ru/article/phil20230001/fulltext
41. ЖЕРЕБИЛО Т.В. *Словарь лингвистических терминов*. Изд-е 5-е, испр. и доп. Назрань: Пилигрим, 2010. p. 465. [online]. [citat]. Disponibil: http://gerebilo.ucoz.ru/load/leksikogoaficheskie_izdanija/slovar/zherebilo_t_v_slovar_lingvisticheskikh_terminov_i_ponjatij_izd_6_e_ispr_i_dop_nazran_piligrim_2016_610_s/6-1-0-1565
42. КОЛТЫШЕВА Е.Ю. *Манипулятивное воздействие в современном рекламном тексте (на материале англоязычных глянцевых журналов для женщин*) (диссертация). Ярославль: , 2008. с. 114-117
43. *Педагогические технологии обучения.* [online]. [citat 10.05.2022]. Disponibil: https://studme.org/18471227/psihologiya/pedagogicheskie_tehnologii_obscheniya
44. ПОПОВА Е. С., *СТРУКТУРА МАНИПУЛЯТИВНОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ В РЕКЛАМНОМ ТЕКСТЕ,* În: *Izv. Statul Ural. Universitate*, nr. 24, Ekaterinburg, 2002. [online]. [citat 12.05.2021]. Disponibil: http://www.philology.ru/linguistics2/popova-02.htm

**LISTA PUBLICAȚIILOR AUTORULUI LA TEMA TEZEI**

**I. Articole în reviste din Registrul Naţional al revistelor de profil, cu indicarea categoriei**

**1. Articolele științifice din revistele:**

**a) din Republica Moldova de categoriile A, B, B+ şi C;**

**Categoria B**

1. Lopatiuc Alina, **Universul emoţional în discursul mediatic. Persuasiunea,** ORCID, Studia Universitatis Moldaviae (Seria Ştiinţe Umanistice), Nr. 10(90) / 2015 / ISSN 1811-2668 / ISSNe 2345-1009; Disponibil: https://humanities.studiamsu.md/wp-content/uploads/2022/01/12.-p.65-68.pdf, p.65-68

2. Lopatiuc Alina, **Elemente ale persuasiunii în discursul politic,** Lopatiuc Alina, ORCID, Studia Universitatis Moldaviae (Seria Ştiinţe Umanistice), Nr. 4(134) / 2020 / ISSN 1811-2668 / ISSNe 2345-1009. Disponibil: https://ibn.idsi.md/ro/vizualizare_articol/109557, p. 20-23

3. Lopatiuc Alina, **Persistența lexicului emotiv în discursul politic.** DOI: 10.52505/1857-4300.2023.3(321).09 CZU: 81'42:32, Philologia. Nr. 3 (321) / 2023. ISSN 1857-4300/ E-ISSN 2587-3717 Disponibil: https://philologia.ifr.md/archive/3_2023/9_Lopatiuc_Persistenta.pdf

4. Lopatiuc Alina, **Elements of language education – specialised discourse**, ORCID, "Nicolae Testemițanu" State University of Medicine and Pharmacy, Revista de Ştiinţe ale Sănătăţii din Moldova, Nr. 3 An.1(29) / 2022 / ISSN 2345-1467 Disponibil: https://ibn.idsi.md/ro/vizualizare_articol/18340, p. 547

**II. Articole în culegeri ştiinţifice**

3.1. în lucrările conferinţelor ştiinţifice internaţionale (peste hotare)

1. Lopatiuc Alina, Ionichi Galina, **Discursul specializat – o componentă esențială a educației lingvistice,** în volumul conferinței, - Tradiție și perspective în didactica modernă, Editura ÆTERNITAS, ALBA IULIA, 2022, ISBN 978-606-613-231-2, p.53-62

2. Lopatiuc Alina, **Aspecte ale eficientizării discursului didactic din prisma afectivității în învățământul superior,** în volumul conferinței, - Tradiție și perspective în didactica modernă, Editura ÆTERNITAS, 2022, ALBA IULIA, 2021, ISBN 978-606-613-223-7, p. 9-13

3. Ionichi Galina, Lopatiuc Alina, **Rolul discursului didactic în procesul de predare – învățare – evaluare,** în volumul conferinței, - Tradiție și perspective în didactica modernă, Editura ÆTERNITAS, ALBA IULIA, 2021, ISBN 978-606-613-223-7, p. 33-38

4. Lopatiuc Alina, Ciubotaru Galina, **Cultura emoțiilor și a afectivității în discursul didactic,** în volumul conferinței, - Tradiție și perspective în didactica modernă, Editura ÆTERNITAS, ALBA IULIA, 2020, ISBN 978-606-613-210-7, p.199-205

**3.2. în lucrările conferinţelor ştiinţifice internaţionale (Republica Moldova)**

1. Lopatiuc Alina, Chiriac Argentina, Driga Ina, **Valori afective ale discursului specializat (discurs științific)**, Conferința "Preocupări contemporane ale științelor socioumane" Materialele Conferinței Științifice Internaționale Ediția a XIII-a, 13, Chișinău, Moldova, Chișinău, 2023, Editura: "Print-Caro" SRL, ISBN: 978-9975-165-61-7 Disponibil: https://ibn.idsi.md/ro/vizualizare_articol/176508, p. 343-349

2. Chiriac Argentina, Lopatiuc Alina, Driga Ina, **Perspective empirice și comunicative în discursul public medical,** Conferința "Preocupări contemporane ale științelor socioumane" Materialele Conferinței Științifice Internaționale Ediția a XIII-a, 13, Chișinău, Moldova, Chișinău, 2023, Editura: "Print-Caro" SRL, ISBN: 978-9975-165-61-7. Disponibil: https://ibn.idsi.md/ro/vizualizare_articol/176505, p.322-327

3. Lopatiuc Alina, **Emoţiile în comunicare. Abordarea psiholingvistică a emoţiilor, Universitatea de Stat din Moldova, Integrare prin cercetare şi inovare. Ştiinţe socioumanistice, 2014. Disponibil: https://ibn.idsi.md/ro/vizualizare_articol/100460**, p.83-85

3.4. în lucrările conferinţelor ştiinţifice naţionale

1. Lopatiuc Alina, **Particularitățile vocabularului emoțional în discursul specializat,** Lumina verbului matern Profesorul și savantul Irina Condrea – prezență remarcabilă în mediul academic și cultural din Republica Moldova, Chișinău, Moldova, 25 octombrie 2019, ISBN: 978-9975-149-53-2. Disponibil: https://ibn.idsi.md/ro/vizualizare_articol/98386, p. 282-286

2. Lopatiuc Alina, **Universul emoțional al discursului repetat,** Anatol Ciobanu – omul cetăţii limba română. În memoriam: 85 de ani de la naştere În memoriam: 85 de ani de la naştere, 2019. Chişinău. ISBN 978-9975-149-05-1. Disponibil: https://ibn.idsi.md/ro/vizualizare_articol/97764, p. 236-242

3. Lopatiuc Alina, **Analiza discursului mediatic din punctul de vedere al subiectivităţii şi al afectivităţii,** Universitatea de Stat din Moldova, Integrare prin cercetare și

inovare. Ştiinţe socioumanistice, Vol.1, R, SSU. 2016. Chisinau, Republica Moldova. ISBN 978-9975-71-812-7. Disponibil: https://ibn.idsi.md/ro/vizualizare_articol/75720, p.42-46

**3.5. în alte culegeri de lucrări ştiinţifice editate peste hotare**

1. Chiriac Argentina, Lopatiuc Alina, Trebeș – Roșca Tatiana, **The affective and rhetorical approaches of didactic discourse.** Scientific Collection «InterConf+», (31(147), https://doi.org/10.51582/interconf.19-20.03.2023.025, ISSN: 2709-4685, p. 240–247

## ADNOTARE

**Lopatiuc Alina. Universul emoțional al discursului specializat**

**Teză de doctor în ştiinţe filologice, specialitatea 621.06, Chişinău, 2023**

**Structura tezei:** introducere; trei capitole; concluzii generale și recomandări; bibliografie din 220 titluri; diagrame (4), anexe (8). Textul de bază cuprinde 159 de pagini. Rezultatele obținute sunt publicate în 21 de articole științifice.

**Cuvinte și expresii-cheie:** discurs, discurs specializat, semantică, psiholingvistică, emoții, persuasiune, manipulare, emotivitate, afectivitate, argumentare, analiza discursului, inteligență emoțională.

**Scopul** cercetării constă în identificarea universului emoțional în discursurile specializate din perspectivă lingvistică și emotivă și evaluarea impactului acestuia asupra receptorului.

**Obiectivele** urmărite sunt: identificarea trăsăturilor lexicale și semantice ale discursului specializat din perspectiva caracterului interdisciplinar al termenilor; valorificarea analizei discursului și a elementelor discursive emotive ca fenomene comunicative sistemice complexe în organizarea discursului specializat; stabilirea dihotomiei emoțional-rațional, precum și a ierarhiei relațiilor dintre afectivitate/emoții și expresia verbală; evaluarea intensității emoțiilor și a binarității acestora; estimarea gradului de persuasiune în procesul de manipulare discursivă etc.

**Noutatea și originalitatea științifică** rezidă în: realizarea unui studiu multiaspectual al discursului specializat prin prisma psihologiei limbajului și în special a emotiologiei; sistematizarea particularităților esențiale ale emotivității în comunicare; estimarea gradului de emotivitate în structuri discursive specializate.

**Rezultatele obţinute care contribuie la soluţionarea unei probleme ştiinţifice importante.** În teză au fost interpretate ştiinţific discursurile specializate ce înglobează universul emoțional cu particularități specifice.

**Metodologia cercetării ştiinţifice** o constituie: analiza structural-semantică, metoda analizei selective, metoda analizei contextuale, metoda statistică, chestionarul etc.

**Semnificația teoretică** constă în: aprofundarea analizei universului emoțional al discursului specializat, interpretarea critică a surselor teoretice cu referire la tipologia discursului și la cea a universului emoțional, sistematizarea mărcilor emoționale ale discursului, analiza propriu-zisă a discursurilor.

**Valoarea aplicativă a cercetării** constă în faptul că rezultatele obținute ar putea fi folosite la elaborarea cursurilor universitare de psiholingvistică, analiza discursului specializat. Lucrarea dată poate constitui un factor stimulator pentru alte cercetări ulterioare în domeniu.

**Implementarea rezultatelor științifice** s-a realizat prin prezentarea cercetărilor efectuate la diverse conferințe/congrese/forumuri științifice. Acestea vor putea fi abordate în procesul de

predare a cursurilor universitare interdisciplinare, astfel vor constitui un fundament pentru investigațiile ulterioare în domeniul analizei discursului specializat.


**ANNOTATION**

**Lopatiuc Alina. The emotional universal of specialized discourse**

**PhD thesis in philological sciences, specialty 621.01, Chisinau, 2023**

**Thesis structure:** introduction; three chapters; general conclusions and recommendations; bibliography of 220 titles; figures, diagrams (4), annexes (8). The basic text consists of 159 pages. The obtained results are published in 21 scientific articles.

**Key words and phrases:** discourse, specialised discourse, semantics, psycholinguistics, emotions, persuasion, manipulation, emotiveness, affectivity, argumentation, discourse analysis, emotional intelligence.

**The aim of the research** is to identify the emotional universe in specialized discourses from a linguistic and psychological perspective.

**Scientific novelty** and originality is the interdisciplinary research of discourse. The discourse analyzed from the point of view of psychology and especially of emotiology describes to us an essential peculiarity of emotiveness in communication. Therefore, approached in general, the analysis of speech is a series of social scientific treatises, the purpose of which is to critically examining discourse, to analyze the ways in which mental processes are used in the understanding of the text by researchers.

**The obtained results** that contribute to the solution of an important scientific problem. In the thesis were scientifically interpreted the specialized discourses that incorporate the emotional universe with specific peculiarities.

**The methodology of the scientific research is:** structural-semantic analysis, selective analysis method, contextual analysis method, statistical method, questionnaire, etc.\

**The theoretical significance consists of:** deepening the analysis of discourse from the point of view of psycholinguistics, the analysis of scientific materials that address the discourse and the emotional universe, the systematization of the emotional peculiarities of the discourse, the actual analysis of the discourses.

**The applicative value** of the research lies in the fact that the obtained results could be used in the elaboration of university courses of psycholinguistics, the analysis of specialized discourse. This paper may be a stimulating factor for other further research in the field.

**The implementation of the scientific results** was achieved by presenting the research carried out at various conferences / congresses / scientific forums. These will be able to be approached in the process of teaching university courses for students from faculties with philological profile, thus they will be a basis for further investigations in the field of dramatic discourse.

## АННОТАЦИЯ

**Лопатюк Алина. Эмоциональная сфера специализированного дискурса. Диссертация на степень кандидата филологических наук, специальность 621.06, Кишинев, 2023**

**Структура диссертации:** введение; три главы; общие выводы и рекомендации; библиография из 220 наименований; рисунки, диаграммы (4), приложения (8). Основной текст состоит из 159 страниц. Полученные результаты опубликованы в 21 научных статьях.

**Ключевые слова:** дискурс, специализированный дискурс, семантика, психолингвистика, эмоции, манипуляция, эмоциональность, аффективность, обоснование, дискурсивный анализ, эмоциональный интеллект.

**Целью исследования** является идентификация эмоциональной сферы в специализированных дискурсах с лингвистической и психологической точки зрения.

**Научная новизна** и оригинальность – это междисциплинарное исследование дискурса. Дискурс, с точки зрения психологии и особенно с точки зрения эмотиологии, описывает нам существенную особенность эмоциональности в общении. Подход в целом к анализу речи представляет собой серию социально-научных трактатов, целью которых является критическое рассмотрение дискурса.

**Полученные результаты**, способствующие решению важной научной проблемы. В диссертации были научно интерпретированы специализированные дискурсы, включающие эмоциональную сферу.

**Методология научного исследования:** структурно-семантический анализ, метод селективного анализа, метод контекстуального анализа, статистический метод, анкета и др.

**Теоретическая значимость исследования состоит в:** углублении анализа эмоционального универсума специализированного дискурса, критической интерпретации теоретических источников применительно к типологии дискурса и эмоционального универсума, систематизации эмоциональных знаков дискурса, актуальном анализе дискурсов.

**Прикладное значение** исследования заключается в том, что полученные результаты могут быть использованы при разработке университетских курсов психолингвистики, анализе специализированного дискурса.

**Реализация научных результатов** была достигнута путем представления исследований, проведенных на различных конференциях/конгрессах/научных форумах. Их можно будет внедрить в процессе преподавания университетских курсов для студентов факультетов филологического профиля, таким образом, они станут основой для дальнейших исследований в области анализа специализированного дискурса.

**LOPATIUC ALINA**

**UNIVERSUL EMOȚIONAL AL DISCURSULUI EMOȚIONAL**

**621.06 – TEORIA TEXTULUI, ANALIZA DISCURSULUI, STILISTICĂ**

Rezumatul tezei de doctor în ştiinţe filologice

USMF „Nicolae Testemiţanu”
**Centrul Editorial – Poligrafic *Medicina***
Formatul hârtiei 60x84 $^{1}/_{16}$ Tiraj 50ex.
Coli de autor 2,5 Comanda nr. 307
Chișinău, bd. Ștefan cel Mare și Sfânt, 165