UNIVERSITATEA „ALEXANDRU IOAN CUZA” DIN IAŞI
FACULTATEA DE LITERE
ŞCOALA DOCTORALĂ DE STUDII FILOLOGICE

Discursul publicistic maritim românesc și italian actual. Studiu comparativ

Rezumatul tezei de doctorat

Conducător de doctorat:
Prof. univ. Dr. Luminița Cărăușu

Doctorandă:
Cioca I. Ozana căs. Chakarian

UNIVERSITATEA „ALEXANDRU IOAN CUZA”
din IAŞI

Şcoala Doctorală de Studii Filologice

ANUNŢ

La data de 24.09.2020, ora 12.00, pe platforma Zoom Meeting, doamna Ozana Cioca căs. Chakarian, va susţine, în şedinţă publică, teza de doctorat cu titlul Discursul publicistic maritim românesc și italian actual. Studiu comparativ, în vederea obţinerii titlului ştiinţific de doctor în domeniul Filologie.

Linkul ședinței publice este următorul:

https://us02web.zoom.us/j/87806451908?pwd=TXVQYVBCY3d0dGNXZXBHSVh2VjZBUT09

Comisia de doctorat are următoarea componenţă:

Preşedinte

Prof.univ.Dr. Lăcrămioara PETRESCU, Universitatea „Alexandru Ioan Cuza” din Iaşi

Conducător ştiinţific:

Prof. univ. Dr. Luminița CĂRĂUȘU, Universitatea „Alexandru Ioan Cuza” din Iaşi

Referenţi

Prof. univ. Dr. Liana POP, Universitatea Babeş-Bolyai, Cluj-Napoca

Conf. univ. Dr. Daiana CUIBUS, Universitatea Babeş-Bolyai, Cluj-Napoca

Conf. univ. Dr. Mirela AIOANE, Universitatea „Alexandru Ioan Cuza” din Iași

Vă invităm să participaţi la şedinţa de susţinere a tezei.

Teza poate fi consultată la Biblioteca Facultăţii de Litere.

CUPRINS

INTRODUCERE 6
0. Preambul motivațional și metodologic 6
1. Concepte operaționale. Caracteristici generale ale discursului publicistic maritim român și italian 12
2. Scurt istoric al publicisticii de marină românești și italiene..... 27
3. Corpus. Descriere și structură..... 46
Partea I
NIVELUL LEXICAL 49
Capitolul I
CARACTERISTICI LEXICALE ALE DISCURSULUI PUBLICISTIC MARITIM ROMÂNESC ACTUAL 50

1.1 Clasificarea semantică a termenilor de specialitate .. 50
1.1.1 Termeni exclusiv marinărești 51
1.1.2 Termeni de origine marinărească, dar care au migrat spre limba comună 52
1.1.3 Termeni cu origine în limba comună 52
1.1.4 Termeni interdisciplinari 52
1.1.5 Anglicisme, xenisme 52
1.1.6 Sintagme terminologice 53
1.1.7 Acronime și abrevieri 53
1.2 Lexicul marinăresc – limbaj tehnico-științific 53
1.3 Împrumut lexical, termen moștenit și neologism 56
1.3.1 Termeni proveniți din limba franceză 58
1.3.2 Termeni proveniți din limba italiană 59
1.3.3 Termeni cu etimologie multiplă 62
1.3.4 Alte etimologii 62
1.3.5 Etimologie necunoscută sau incertă 64
1.4 Derivare 64
1.5 Calc lingvistic 65

1.5.1 Calc lexical semantic 66
1.5.2 Calc lexical de structură 67
1.5.3 Calc frazeologic 68
1.6 Anglicisme și xenisme 70
1.7 Omonimie și polisemantism 73
1.7.1 Cuvintele polisemantice 73
1.7.2 Cuvintele omonimice 76
1.7.3 Metafore lexicalizate 77
1.8 Sinonimie și antonimie 78
1.8.1 Sinonime 78
1.8.2 Antonime 79
1.9 Sintagme terminologice 81
1.9.1 Sintagmele terminologice bimembre 82
1.9.2 Sintagme trimembre de tip substantiv – prepoziție – substantiv 84
1.9.3 Sintagmele polimembre 86
1.10 Abrevieri, prescurtări și sigle 87
Capitolul 2
CARACTERISTICI LEXICALE ALE DISCURSULUI PUBLICISTIC MARITIM ITALIAN ACTUAL 89
2.1 Clasificarea semantică a termenilor de specialitate... 92
2.1.1 Termeni exclusiv marinărești 92
2.1.2 Termeni de origine marinărească 92
2.1.3 Termeni cu origine în limba comună 92
2.1.4 Termeni interdisciplinari 92
2.1.5 Anglicisme, xenisme 93
2.1.6 Sintagme terminologice 93
2.1.7 Acronime și abrevieri, sigle 93
2.2 Etimologie – împrumuturi, neologisme 93
2.2.1 Termeni formați pe teritoriul Italiei de astăzi .. 96
2.2.2 Termeni de origine latină, greacă, bizantină, arabă, castelană/catalană 97
2.2.3 Termeni de origine franceză sau intrați prin filieră franceză 99

2.2.4 Etimologie necunoscută sau incertă 100
2.3 Derivare și compunere 100
2.3.1 Prefixare 101
2.3.2 Sufixare 101
2.3.3 Compunere 102
2.4 Anglicisme și xenisme 105
2.4.1 Anglicisme terminologice 106
2.4.2 Anglicisme proprii stilului jurnalistic 108
2.5 Omonime și cuvinte polisemantice 109
2.5.1 Termeni omonimici 110
2.5.2 Termeni polisemantici 112
2.6 Sintagme terminologice 115
2.6.1 Sintagme terminologice bimembre 115
2.6.2 Sintagme terminologice trimembre de tipul substantiv – prepoziție – substantiv 117
2.6.3 Sintagme terminologice polimembre 118
2.7 Sinonimie și antonimie 119
2.7.1 Sinonime 119
2.7.2 Antonime 119
2.8 Abrevieri, acronime, sigle 120
Capitolul 3
ANALIZĂ COMPARATIVĂ A CARACTERISTICILOR LEXICALE ALE DISCURSULUI PUBLICISTIC MARITIM ROMÂNESC ȘI ITALIAN ACTUAL 123
Partea a II-a
NIVELUL MORFOSINTACTIC 127
Capitolul 1
CARACTERISTICI MORFOSINTACTICE ALE DISCURSULUI PUBLICISTIC MARITIM ROMÂNESC ACTUAL 128
1.1 Caracteristici morfologice 128
1.1.1 Omiterea articolului 128
1.1.2 Substantive proprii 129

1.1.3 Substantive colective..... 130
1.1.4 Substantive compuse..... 131
1.1.5 Substantivizare neologică sau de tipul infinitiv lung 132
1.1.6 Structuri analitice stabile – sintagme nominale 132
1.1.7 Substantive ce includ prefixe superlative 134
1.1.8 Gerunziu 135
1.1.9 Adjectiv 135
1.1.10 Adverb + de + adjectiv 136
1.1.11 Construcții cu reflexiv impersonal cu valoare pasivă, fie cu valoare exclusiv reflexivă 136
1.1.12 Construcții cu verbe folosite la diateza pasivă 137
1.1.13 Semiauxiliare de modalitate 138
1.1.14 Structuri analitice verbale la nivel morfologic, ce au în componența lor termeni specifici navigației civile și militare..... 139
1.1.15 Modul prezumtiv perfect 140
1.1.16 Modul indicativ 141
1.1.17 Modul conjunctiv 143
1.1.18 Pronume personal 143
1.2 Caracteristici sintactice 144
1.2.1 Subiect multiplu 145
1.2.2 Predicatul simplu și complex 145
1.2.3 Propoziții negative 146
1.2.4 Propoziții sau fraze interogative 146
1.2.5 Raporturi sintactice 146
1.2.6 Propoziții incidente 148
1.2.7 Propoziții scurte 149
1.2.8 Propoziții eliptice de predicat 149
Capitolul 2
CARACTERISTICI MORFOSINTACTICE ALE DISCURSULUI PUBLICISTIC MARITIM ITALIAN ACTUAL 150
2.1 Caracteristici morfologice 150

2.1.1 Omiterea articolului 151
2.1.2 Articolul determinativ/hotărât 151
2.1.3 Substantive proprii 151
2.1.4 Substantive compuse 152
2.1.5 Substantivizare 152
2.1.6 Structuri analitice stabile – sintagme nominale 155
2.1.7 Substantive cu prefixe superlative 156
2.1.8 Participiul prezent sau trecut 157
2.1.9 Adjectivele la superlativ 158
2.1.10 La nivelul flexiunii pronominale 159
2.1.11 ”Vi” – locativ 160
2.1.12 Construcțiile cu verb reflexiv impersonal fie pasive, fie active 160
2.1.13 Construcții cu verbe folosite la diateza pasivă 161
2.1.14. Per + infinitiv 161
2.1.15 Perifraze verbale gerundivale cu valoare progresivă 162
2.1.16 Gerunziul..... 162
2.1.17 Perifraze de tip verb modal + infinitiv 163
2.1.18 Construcții stereotipale 164
2.1.19 Modul indicativ 165
2.1.20 Condiționalul 168
2.2 Caracteristici sintactice 168
2.2.1 Construcția cauzativă, „fattitiva”, de tipul ”fare + infinitiv” 168
2.2.2 Frase scissa – frază ruptă/fragmentată 168
2.2.3 Dislocare la stânga cu subiectul postpus predicatului..... 169
2.2.4 Propoziții eliptice 169
2.2.5 Propoziții negative 170
2.2.6 Propoziții interogative 170
2.2.7 Propoziții incidente 170
2.2.8 Raporturi sintactice 170

Capitolul 3
ANALIZA COMPARATIVĂ A CARACTERISTICILOR MORFOSINTACTICE ALE DISCURSULUI PUBLICISTIC MARITIM ROMÂNESC ȘI ITALIAN ACTUAL 174
3.1 La nivel morfologic 175
3.2 La nivel sintactic..... 176
Partea A III-A
NIVELUL RETORICO-PRAGMATIC 178
Capitolul 1
CARACTERISTCI RETORICO-PRAGMATICE ALE DISCURSULUI PUBLICISTIC MARITIM ROMÂNESC ACTUAL..... 179
1.1 Caracteristici retorice 179
1.1.1 Tipologia titlurilor 179
1.1.2 Discursul repetat în titlu și text 184
1.1.3 Tipologie DR în titlu și text 187
1.1.4 Procedee stilistice în discursul publicistic maritim actual. Imagine și iconicitate 194
1.2 Caracteristici pragmatice 197
1.2.1 Funcțiile limbajului sau intențiile comunicării versus noțiuni semantice 198
1.2.2 Strategii discursive 199
1.2.3 Argumentarea și persuasiunea 204
1.2.4 Inferențe 207
1.2.5 Deixis 208
1.2.6 Mărci/Semnale discursive 212
Capitolul 2
CARACTERISTICI RETORICO-PRAGMATICE ALE DISCURSULUI PUBLICISTIC MARITIM ITALIAN ACTUAL 222
2.1 Caracteristici retorice 222
2.1.1 Tipologia textelor 222

2.1.2 Titlurile – „oglinda publicisticii”. Tipologie titluri..... 227
2.1.3 Discurs repetat – ripetizione polifonica – frasario ripetuto..... 230
2.1.4 Procedee stilistice 236
2.2 Caracteristici pragmatice 240
2.2.1 Argumentare 240
2.2.2 Inferențe 244
2.2.3 Deixis 245
2.2.4 Mărci/Semnale discursive 247
Capitolul 3
ANALIZA COMPARATIVĂ A CARACTERISTICILOR RETORICO-PRAGMATICE ALE DISCURSULUI PUBLICISTIC MARITIM ROMÂNESC ȘI ITALIAN ACTUAL..... 254

CONCLUZII. ANALIZA COMPARATIVĂ A CARACTERISTICILOR LEXICALE, MORFOSINTACTICE ȘI RETORICO-PRAGMATICE ALE DISCURSULUI PUBLICISTIC MARITIM ROMÂNESC ȘI ITALIAN ACTUAL..... 257
BIBLIOGRAFIE 265
BIBLIOGRAFIE SELECTIVĂ 265
BIBLIOGRAFIE SPECIALĂ 267

REZUMAT

Cercetarea de față a avut în vedere analiza comparativă a discursului jurnalistic maritim românesc și italian actual din perspectivă lexicală, morfosintactică și retorico-pragmatică. În consecință am identificat și analizat aspectele specifice acestui tip aparte de discurs și am constatat că acesta combină armonios atât elemente proprii discursului publicistic din zilele noastre, cât și elemente care se dovedesc a fi, mai degrabă, uneltele altor tipuri de discursuri, în cazul nostru științifice și tehnice deopotrivă.

Am considerat de cuviință ca Introducerea să aibă în componență, pe lângă structura tipică, și trei subcapitole, unul în care am definit sintetic conceptul de discurs publicistic, scoțându-i în relief caracteristicile generale; am abordat și aspectele teoretice în cadrul cărora am amintit teoriile ce conturează tabloul general al evoluţiei discursului publicistic în general, oprindu-ne la cel maritim și aplincând trăsăturile generale pe care literatura de speciliate le prezintă discursului pe care am ales să îl studiem în lucrarea noastră, la perspectivele

lingvistice ale celor două limbi. În al doilea subcapitol am făcut o scurtă istorie a publicisticii de marină în limbile română şi italiană, insistând asupra evoluţiei stilului jurnalistic. De asemenea, tot aici, ne-am oprit asupra istoriei celor patru reviste surori, care au reprezentat materialul de studiu lingvistic al prezentei lucrări. Așadar, studiul a fost condus pe baza materialului lingvistic oferit de: Marina Română, revista Marinei Militare și omoloaga sa Rivista Marittima, revista Marinei Militare Italiene şi Marea Noastră, revista Ligii Navale Române alături de Lega Navale, revista Ligii Navale Italiene ale căror apariții din ultimii zece ani au fost analizate. Iar în ultimul subcapitol am definit și descris din punct de vedere structural corpusul. Așadar, Corpusul ce însoțește lucrarea este alcătuit din două Anexe Corpus, câte una pentru fiecare limbă de studiu și este alcătuit dintr-un număr relevant de exemple din articolele celor două cupluri de reviste cu specific maritim. Fiecare corpus, la rândul lui, a fost împărțit în trei subcorpusuri pentru fiecare nivel al limbii avut în vedere.

Partea I a lucrării a fost dedicată în exclusivitate caracteristicilor lexicale ale discursului publicistic maritim și în urma celor analizate am trasat următoarele concluzii privind lexicul marinăresc întâlnit în articolele din cele patru reviste studiate.

În ceea ce privește provenienţa termenilor cu care am intrat în contact, cei în limba română, spre deosebire de cei italieni, am constatat a fi în totalitate neologici, cea mai mare parte a lor de origine franceză sau intraţi în limbă prin filieră franceză. O a doua categorie de termeni am descoperit a fi cei proveniţi din limba italiană și am putut trage concluzia că limba italiană a influenţat în mod evident terminologia maritimă românească. Excepţie fac derivatele cu sufix: *pânzar*, pe care îl putem considera sinonim al termenului neologic „velier”, *vrachier*, având cuvântul de bază cu etimon necunoscut *vrac,* la rândul lui sinonim pentru alt termen neologic, *„cargo”,* precum și *navlositor* și *căpitănie*; toţi cei patru termeni derivaţi prin sufixare sunt formaţi pe teritoriul limbii române.

Pe de altă parte, din punctul de vedere al etimologiei, o parte din termenii italieni din corpus, pe care i-am analizat, am găsit a fi fost creaţi de lunga tradiţie pe care italienii o au în marinărie, de-a lungul coastelor, în porturile meditareneene italiane, cu puternice influenţe dialectale, în funcţie de regiune, și de provenienţă așa-zis „orășenească”, centrele cele mai prolifice fiind Veneţia, Genova și Napoli și faimoasele lor „Repubbliche marinare” care au făcut istoria navigaţiei, dar și a vocabularului specific breslei. O altă parte este fructul contactului cu alte civilizaţii și uzanţele lor maritime, precum

araba și spaniola, iar o alta în care termenii întâlniți au rădăcini și mai andânci, proveniți din lumea antică: latină, bizantină, greacă. La fel cum se întâmplă și cu limbajul marinăresc românesc, mulți din termenii care au îmbogățit lexical limbajul italian de specialitate au intrat pe filiera limbii franceze, una dintre cele mai importante filiere neologice și pentru terminologia maritimă italiană; limba franceză fie a contribuit direct, fie a fost intermediar ajutând la pătrunderea unor noi termeni mai cu seamă germanici sau scandinavi.

Cât privește formele interne de îmbogățire a vocabularului specific, la nivel de derivare și compunere am obsevat că limba italiană „și-a adus contribuția", astfel că există termeni creați în limba italiană prin aceste două procedee, de aceea, i-am dedicat un subcapitol aparte mai generos pentru care am propus și un tip de clasificare. Atunci când am avut în vedere compunerea, ca procedeu de formare a termenilor tehnico-științifici, este demn de menționat faptul că articolele italiene, în cea mai mare proporție cele din Rivista Marittima a Marinei Militare Italiene, abundă de cuvinte compuse, în special când vine vorba de terminologia referitoare la tipuri de nave.

În concluzie, diferența majoră se observă în ceea ce privește provenienta termenilor marinărești. Ceea ce are în comun terminologia maritimă românească cu cea italiană sunt,

pe de o parte termenii de alte origini pătrunși în limbă prin intermediul limbii franceze și termenii pe care limbajul marinăresc românesc se presupune că i-ar fi preluat direct din terminologia italiană.

La bordul navelor, așa cum se întâmplă extins în lumea întreagă, există o continuă tendință de globalizare, iar limba engleză joacă un rol important; limba engleză este limba de legătură în contextul unei internaționalizări a echipajelor, regulamentele internaționale de navigație sunt o literatură cu precădere în limba engleză, iar acest lucru, pe lângă faptul că este o realitate de necontestat, a dus și la prezența unui număr destul de mare de termeni străini în discursul publicistic marinăresc actual. Însă, presa italiană analizată cu specific este de departe mai bogată în anglicisme. Denumite și „forestierisme” – străinisme – la modul general, deși acestea înglobează toți termenii proveniți ca atare din alte limbi, acestea au o prezență constantă în paginile revistelor. Spre deosebire de anglicismele întâlnite în corpusul de limba română care sunt de cele mai multe ori termeni tehnici, specifici discursului specializat pe care l-am tratat în lucrarea noastră, cele prezente în revistele italienești actuale nu se limitează la englezisme proprii vocabularului maritim. Am întâlnit des și expresii aparținând altor domenii sau pur și simplu „laice”. Ele colorează și îmbogățesc stilul

jurnalistic de specialitate și uimesc la un prim impact cititorul neavizat.

Ambele terminologii sunt bogate în termeni omonimici și polisemantici. Astfel că putem afirma că atunci când vine vorba de a primi termeni din alte domenii, deopotrivă, în cele două cazuri, s-a și dat și s-a și luat. Motivele ce au dus la o terminologie cu multe omonime și cuvinte polisemantice pot fi explicate astfel: pe de o parte termeni specifici au migrat spre limba comună, dar și spre alte științe, pe de altă parte, limba comună a reprezentat o sursă de la care s-au preluat cuvinte care, odată devenite tehnice, au căpătat alt semnificat în vocabularul mărinăresc.

În articolele din presa maritimă românească, prezența sintagmelor terminologice este asemănătoare cu cea din presa italiană. Acestea sunt proprii discursului tehnico-științific, noi am ales a le prezent în funcție de numărul de cuvinte ce le compun, bimembre, trimembre și polimembre. Ultimele, în ambele discursuri, având o pondere redusă, iar explicația am găsit-o gândindu-ne la economia de timp de care trebuie să dea dovadă echipajul la bordul unei nave, dar și la interpretările greșite și neînțelegerile pe care le-ar putea cauza lungimea unor astfel de fraze.

În analiza noastră am încercat să demitizăm concepția conform căreia limbajele tehnico-științifice sunt caracterizate de lipsa sinonimiei. În general, așa este, însă am descoperit că limbajul marinăresc italian, dar și cel românesc sunt generoase din acest punct de vedere. Și chiar dacă în corpusul nostru nu a fost găsit un număr mare de exemple, susținem că acesta este îndeajuns, pentru a arăta prezența acestora în limbajul de specialitate maritim. Cauzele existenței unor astfel de termeni sunt, credem, de ordin etimologic, neologic (în cazul celor românești), dialectal, dialectal versus limbă cultă (în cazul limbii italiene), influențată și de calea prin care acești termeni au intrat în limbă, orală sau cultă.

O altă trăsătură a stilului jurnalistic, dar și a celui științific este folosirea abrevierilor, a acronimelor și a siglelor, pentru o economie mai mare și pentru o mai mare rigoare. Remarcăm, încă de la început, o ocurență mai semnificativă a acestora în presa de marină italiană. Însă însumând, în ambele situații studiate, în lexicul italian și în cel românesc, am remarcat și subliniat existența a unui număr însemnat de abrevieri în discursul publicistic maritim.

Partea a II-a am structurat-o, de asemenea, pe trei capitole în care am prezentat studiul caracteristicilor morfosintactice în discursul publicistic maritim actual, analizând

modalităţile proprii de exprimare presei româneşti și italiene separat, dar și comparativ.

Un prim punct comun este dat de îmbinarea de elemente provenite din mai multe stiluri și registre ale limbii care dau naștere la o serie de particularități atât lexicale, așa cum am văzut, dar și morfosintactice pe care le-am scos în evidență în această parte secundă.

La nivel morfologic, omiterea articolului, cu precădere în titluri și subtitluri, este o altă trăsătură comună, asecondată de prezența masivă a substantivelor ce dau naștere la enunțuri substantivizate, „frasi nominali" cum sunt denumite în limba italiană și de predilecția pentru enunțuri eliptice de predicat. Un aspect des întâlnit în discursul jurnalistic din Peninsulă este folosirea articolului hotărât alături de numele unei persoane cunoscute ce atrage renunțarea la prenume.

Substantivele proprii prisosesc în ambele discursuri când vine vorba despre nume de nave, de operațiuni navale militare sau civile, locale sau internaționale, de nume de persoane importante mai noi sau mai vechi ale lumii mării și ale școlilor navale, de țări și orașe ș.a.m.d.. Substantivele compuse, cu accent pe latura strict tehnică și comunicativă sunt prezente sub formă de termeni specializați maritimi.

Cu scopul de a accelera și de a reduce lungimea frazei, corpusul nostru se definește printr-un uz, de multe ori excesiv de substantive sau de alte părți de vorbire substantizivate, fenomen des întâlnit atât în discursul jurnalistic, cât și în cel științific. Astfel, infinitivul lung în cazul limbii române și cel precedat sau nu de articol sau prepoziție, în locul frazei explicite, în cazul celui italian este o caracteristică pe care am întâlnit-o des în articolele studiate. Un alt stereotip discursiv propriu presei scrise italiene este dat de prezența participiilor trecut și prezent articulate, cu funcție substantivală și adjectivele substantevizate; în aceeași categorie încadrăm și substantivele create prin sufixare cu sufixele *–azione și –ozione*.

Participiul, în limba italiană, fiind foarte versatil, apare și în altfel de ipostaze cu valoare, adjectivală și verbală ca marcă a unui unui registru înalt al limbii, un discurs elevat ce diferențiază jurnalismul marinăresc de un discursul zilelor noastre.

Tot la capitolul substantivizare am readus în discuție, morfologic, sintagmele terminologice nominale bi, tri, și polimembre, punând accent pe structurile analitice stabile nominale, formate din două substantive unde cel de-al doilea îl califică pe primul, denumite în limba italiană „combinazioni asindetiche”.

Prefixele superlative ce însoțesc substantivele de tipul *super-, mega-, stra-* cu rolul de a transmite o calitate superlativă într-un mod economic, împreună cu folosirea în exces, uneori, a adjectivelor la superlativ sunt trăsături comune celor două discursuri, tipice, de altfel, discursului publicistic actual, în general. De data aceasta, tipic limbii române și încetățenite de discursul publicistic, am semnalat construcțiile cu valoare superlativă, marcă și a oralității, *deosebit de și extrem de.*

Am remarcat atenția cu care este păstrată norma în ceea ce privește folosirea pronumelor la persoana a III-a singular și plural. Astfel, tendința din presa scrisă italiană actuală de a renunța la pronumele *egli, essa, essi, esse,* și de a le înlocui cu *lui, lei și loro* și de asemenea, de a înlocui *loro pentru dativul plural* cu *gli* deși este formă de dativ singular – influența oralității în discursul publicistic – nu se regăsește în discursul propus de noi, forma literară, corectă din punctul de vedere al normei este păstrată, ceea ce ne arată încă o dată că discursul publicistic maritim are propriile rigori de la care nu se abate absorbind în totalitate clișeele generale ale publicisticii actuale. Mai predispusă către acest lucru pare a fi, în schimb, presa scrisă marinărească românească.

Construcțiile verbale la diateza pasivă, unele și cu valoare impersonală, se regăsesc atât în articolele românești, dar

și în cele italiene, mărci ale discursului tehnico-științific pe care le-a împrumutat și discursul publicistic maritim.

Dacă semiauxiliarele de modalitate: *a trebui, a fi, a putea, a veni, a ține, a urma* au o ocurență mare în studiul nostru efectuat pe corpusul de reviste maritime românești, cel de limbă italiană este presărat cu diferite tipuri de perifraze verbale.

În timp ce discursul publicistic maritim românesc este dominat de structuri analice verbale la nivel morfologic, în cel italian am regăsit multe construcții stereotipale, așa numitele „frasi fatte" preluate de la discursul publicistic nespecializat.

La nivel de flexiune, cel mai des întânit, este modul indicativ, în ambele discursuri, în discursul italian imperfectul narativ, perfectul compus și perfectul simplu, ca timpuri istorice, alternează, iar în cel românesc perfectul compus este cel mai des întâlnit. Indicativul prezent, atunci când îl întâlnim, are rolul de a conferi dinamism, de a aduce în prezent evenimentul relatat. Există și cazuri în care acesta este doar timp al relatării narativo-descriptive.

Atunci când am analizat *sintaxa*, am găsit similitudini în cele două discursuri date de prezența propozițiilor, frazelor negative și interogative cu rol stilistic evident, dar și a celor eliptice de predicat, proprii tendințelor jurnalistice actuale. În corpusul de limbă italiană, întâlnim frecvent și propozițiile

incidente, mai puțin în cazul articolelor românești, însă nu lipsesc în totalitate. La nivel de coordonare, mai multe tipuri apar în articolele din presa românească de specialitate, iar în ceea ce privește subordonarea raportul se inversează. Discursul italian am notat a fi construit cu fraze mult mai lungi, iar topica este de multe ori marcată prin dislocări la stânga și câteodată și la dreapta acesta fiind un motiv pentru care presa italiană este mult mai bogată în tipuri de subordonate. De asemenea, credem că sintaxa este influențată și de stilul în care sunt scrise articolele, cele italienești, în ambele reviste, fiind foarte aproape de ceea ce italienii numesc „relazioni”, deci lungi, documentate, cu un fir narativ complex, ceea ce face ca frazele să fie bogate în subordonate de varii tipuri. Topica în limba română este mult mai permisivă, flexibilă decât cea italiană și mai greu putem vorbi de o topică care iese cu totul din tipare.

O trăsătură a discursului publicistic întâlnită în publicistica de marină românească este dată de subiectele multiple și complementele complexe, într-o înșiruire de termeni specifici care să sublinieze complexitatea operațiunilor maritime; tot aici am indicat prezența unui număr mare de predicate complexe cu operator modal sau pasiv în limba română, față de cel analizat în limba italiană.

Partea a III-a, şi ultima, a respectat întrutotul structura celorlalte două părţi şi s-a axat asupra caracteristicilor discursului publicistic maritim actual din perspectivă retorico-pragmatică.

În această parte, ultima a studiul nostru de cercetare asupra discursului publicistic matitim românesc și italian actual, am făcut o analiză a titlurilor jurnalistice specifice corpusului nostru, enunțuri de discursul repetat atât în titluri, cât și în text nemodificat, dar și modificat de «quadripartita ratio», am studiat procedeele stilistice care apar în construcția discursului. Din punctul de vedere al pragmaticii, ne-am oprit asupra argumentării în relație cu celelalte elemente pragmatice ca de exemplu informativitatea, intenționalitatea, coerența și persuasiunea. Am continuat cercetarea noastră cu analiza elementelor deictice, așa cum apar ele în corpusurile alese și am finalizat-o cu identificarea și analizarea mărcilor discursive, ca parte a mărcilor pragmatice, aliniindu-ne la teoria propusă de B. Fraser.

Am constatat că, în publicistica de marină românească, există un echilibru între cele două tipologii ale titlurilor pe baza cărora am ales să constituim cercetarea: informative și atitudinale sau emotive, cum apar ele în literatura de specialitate italiană. În schimb, în cea italiană actuală preponderente sunt

titlurile informative. Ceea ce am observat în discursul publicistic maritim italian actual este prezența invarabilă, în ambele reviste, a titlurilor de interior, așa cum sunt numite în Peninsula. Spre deosebire, în toate apariţiile românești ale celor două titluri de periodice studiate în ultimii zece ani am constatat că această tehnică de redactare a articolelor este rar folosită.

Atunci când am tratat enunțurile ce aparțin discursului repetat sub formă de colaj nemodificat de clasificarea lui Quintilian, am remarcat, mai multe tipuri de colaj, aparținând diferitelor sfere, fie că este vorba de ununțuri anonime, fie că despre cele cu autori cunoscuți în corpusul de limbă română. Tot corpusul de limbă română ne-a oferit posibilitatea de a semnala o gamă variată de combinații ce ne-a ajutat să încadrăm pasaje din discurs în toate cele patru tipuri propuse de retorica quintiliană, spre deosebire de numărul mai restrâns de exemple pe care le-am putut integra în tiparul «quadripartita ratio», regăsit în articolele din revistă în limba italiană.

Parcă pentru a contrabalansa, la capitolul procedee stilistice, discursul publicistic maritim italian actual este mai fructuos decât cel românesc, cu pasaje descriptive mai multe care abundă de diferite figuri de stil. Foarte des folosită în discursul publicistic maritim italian și absentă în cel românesc este tehnica citării, de data aceasta din perspectiva argumentării, cu scopul de

a arăta veridicitatea afirmațiilor prin exemplificarea cu citate din spusele persoanelor care și-au adus contribuția la dezvoltarea temei prezentate; ba mai mult, unele articole jurnalistice conțin note de subsol și sau trimiteri bibliografice la sfârșitului aticolului. Un alt element pe care nu l-am regăsit în discursul publicistic maritim românesc este folosirea limbii latine prin intermediul a diferite expresii clasice latinești fapt ce atestă, dacă mai era nevoie, cât de importantă continuă să fie limba latină și în realitatea publicistică italiană actuală.

În ceea ce privește partea de pragmatică studiului, am ales ca element de bază argumentarea pe care am studiat-o pentru din perspectiva conectorilor/indicatorilor argumentativi pe tiparul propus de Lo Cascio. Am remarcat în analiza noastră pe ambele corpusuri că această tehnică pragmatică se regăsește în ambele discursuri publicistice și că utilizează toți conectorii propuși de lingvist cu scopul de a crea strategii pragmatice discursive cât mai eficiente.

Discursul publicistic maritim „militar" studiat în Marina Română și Rivista Marittima s-a dovedit a fi foarte strict, mult mai tehnic, iar interpretări generate de inferențe de tip presupoziții și subînțeles au lipsit cu desăvârșire. Însă, le-am regăsit în discursul publicistic maritim „civil" din revistele

gemene Lega Navale, respectiv Marea Noastră, nu în număr mare, dar suficient pentru a le exemplifica în teza noastră.

La nivel de deixis am avut în vedere cele trei mari categorii de elemente deictice: personale, temporale și spațiale. În limba română, în corpusul nostru, în funcție de tipul articolelor: editoriale, jurnale de bord, informative etc. pronumele personale variază la persoana I singular și plural. În cazul articolului de tip interviu, pronumele de politețe este cel ce predomină, fie efectiv, fie eliptic, marcat de persoana verbului. Pentru limba italiană, în ceea ce privește folosirea deicticelor personale, putem nota că formele „noi” și „nostri” ale pronumelui personal de persoana I plural, întâlnit sub denumirea italiană „plurale d’autore o di modestia” sunt mai frecvent folosite și reprezintă o particularitate a presei scrise italiene, în general.

Clasicele adverbe de timp sunt înlocuite în ambele discursuri cu deictice temporale exprimate prin locuțiuni și expresii. De asemenea, spațialitatea este sugerată pe de o parte de adverbele, expresiile locative și locuțiunile adverbiale, iar pe de altă parte de pronumele demonstrative proprii fiecărei limbi.

Ca ultim punct analizat în cadrul aspectelor pragmatice ale discursului maritim românesc și italian actual am ales identificarea și analiza mărcilor discursive conform clasificărilor

oferite de Carla Bazzanella. Aceasta le denumește *semnale discursive* („segnali discorsivi”) și le împarte, funcțional, în *iterative* şi *metatextuale***.** Din cele iterative, am ales să ne oprim doar asupra mărcilor discursive din punctul de vedere al locutorului, datorită faptului că avem de a face cu un discurs scris, în timp ce mărcile metatextuale au fost tratate în totalitate. În ambele discursuri publicistice, atât cel românesc, cât și cel italian am regăsit majoritatea mărcilor discursive propuse spre analiză, așa cum apar ele delimitate de Bazzanella, exceptie făcând ***mărcile pragmatice de control al receptării*** care sunt inexistente în corpusul nostru. Diferența o face prezența ***mărcilor pragmatice de solicitare a acordului şi (sau) confirmării;*** ele sunt prezente în discursul publicistic maritim românesc actual și absente în cel italian.

În încheiere, pentru a trasa noi direcții de cercetare conexe cu tema pe care am abordat-o în teza noastră de doctorat, credem că extrem de utilă ar fi elaborarea unui dicționar român-italian și italian-român de termeni și expresii marinărești. Ideea noastră este susținută și de faptul pe care l-am evidențiat încă din introducere, și anume inexistența unui astfel de instrument de lucru ce nu ar prisosi celor care străbat mările și oceanele lumii la bordul navelor sub pavilion italian și nici traducătorilor care

oricând se pot afla în impasul generat de lipsa unui ajutor binevenit.