

SUMAR

ABREVIERI.....	9
INTRODUCERE	10
PARTEA I: ABORDĂRI TEORETICE.....	14
CAPITOLUL I. (SUB)GENURI DISCURSIVE MEDIA.....	16
1. Genul discursiv. Abordări.....	16
1.1. Genul discursiv ca o constelație de forme repetate.....	16
1.2. Genul discursiv din perspectivă bahtiniană	17
1.3. Genul discursiv ca acțiune socială.....	18
1.4. Genul discursiv ca un concept în continuă schimbare	19
1.5. Genul discursiv ca punte între reguli discursive convenționale și reguli discursive emergente	20
2. Genul jurnalistic.....	21
2.1. Abordări în științele comunicării.....	21
2.2. Abordări în contextul noilor tehnologii	25
3. Limbajul jurnalistic. Caracteristici ale jurnalismului românesc actual	27
4. Evaluarea în discursul jurnalistic	31
5. Hibridizarea genurilor discursive în sistemul media.....	37
5.1. Hibridizarea la nivelul limbajului.....	40
5.2. Hibridizarea la nivelul instanțelor de discurs	45
5.3. Hibridizarea la nivelul canalului de comunicare	48
6. Genuri discursive în era digitalizării	50
6.1. Infotainment	50
6.2. Fake news	52
6.3. Mock news.....	54
7. Un subgen discursiv: <i>știrile umoristice</i>	56
CAPITOLUL II. UMOR, IRONIE, SATIRĂ	66
1. Umorul.....	67
1.1. Teorii nelingvistice ale umorului.....	67
1.1.1. Teoria superiorității.....	67
1.1.2. Teoria incongruenței	68
1.1.3. Teoria eliberării.....	70
1.2. Teorii lingvistice ale umorului.....	71
1.2.1. Teorii lingvistice dezvoltate în baza incongruenței	72
1.2.2. Teoria relevanței.....	74

1.2.3. Inversarea figură fond și hiperînțelegerea	76
1.2.4. Hiperînțelegerea și neînțelegerea	76
1.2.5. Abordări în lingvistica românească	77
1.3. Umorul conversațional și umorul convențional	78
1.3.1. Umorul conversațional	79
1.3.2. Umorul convențional	81
1.3.3. Umorul în presă	83
1.3.4. Cadrul umoristic	86
1.4. Tehnici de intensificare a umorului online	90
1.4.1. Stereotipia	90
1.4.2. Familiaritatea	95
1.4.3. Repetiția și variația	95
1.4.4. Factorii culturali	96
1.5. Umorul eșuat	97
1.6. Impolitețea	98
1.7. Umorul agresiv	102
1.8. Umorul negru	105
1.9. Aspecte ale umorului orientate social	110
2. Ironia	120
2.1. Teorii griceene	120
2.2. Teorii post-griceene	122
2.3. Abordări recente ale ironiei	125
2.4. Abordări în lingvistica românească	129
3. Satira	131
3.1. Abordări lingvistice	131
3.2. Abordări literare și sociologice	135
4. Umor, ironie, satiră. Concluzii parțiale	136

PARTEA A II-A: STRATEGII ALE UMORULUI ÎN PRESA (ONLINE) ACTUALĂ 141

CAPITOLUL I. PRELIMINARII TEORETICE ȘI METODOLOGICE..... 142

1. Cadrul teoretic	142
2. Alegerea corpusului și metoda	145
3. Contextul socio-cultural	146

CAPITOLUL II. ȘTIRILE MIMETICE 148

1. Preliminarii	148
2. Strategiile umorului în știrile mimetice	148
3. Macromecanismele verbale ale umorului	153
3.1. Hiperînțelegerea și neînțelegerea planificate	153
3.2. Aluzia	158
3.3. Exagerarea	159

4. Micromecanismele verbale ale umorului	161
4.1. Jocurile de cuvinte	161
4.1.1. Polisemia	161
4.1.2. Contaminarea	165
4.1.3. Versurile recontextualizate.....	170
4.2. Suprapunerea registrelor stilistice.....	171
4.3. Citarea fictivă	174
4.4. Anacronismul	177
4.5. Parodiarea insultelor rituale.....	180
4.6. Absurdul	182
4.7. Pseudo-jurnalul.....	184
CAPITOLUL III. UMORUL VIZUAL.....	189
1. Caricaturile.....	189
2. Memele	199
3. Caricaturi vs meme	205
4. Relația text-imagie în decodarea mesajului umoristic	212
5. Strategiile umorului în caricaturi	235
5.1. Umorel vizual bazat pe metafore și metonimii.....	236
5.2. Umorel multimodal	240
5.2.1. Precizarea sensului unui lexem prin relația text-imagie	240
5.2.2. Precizarea sensului literal și a sensului idiomatic prin relația text-imagie.....	243
5.2.3. Precizarea sensului unor expresii și lexeme româno-engelești prin relația text-imagie	245
5.2.4. Generarea unor implicaturi conversaționale prin relația text-imagie	247
6. Concluzii parțiale.....	251
CONCLUZII	253
BIBLIOGRAFIE.....	256
CORPUS ELECTRONIC	272

INTRODUCERE

Cartea de față își propune să prezinte un subgen discursiv care s-a dovedit a fi tot mai popular în ultimii ani, în România: știrile umoristice. Este propus un model descriptiv, în care sunt prezentate particularitățile subgenului și influența către și dinspre presa serioasă, și un model analitic, care vizează identificarea strategiilor umorului (verbal și vizual) în articolele publicațiilor umoristice românești.

Complexitatea cercetării vizează mai multe aspecte. În primul rând, umorul, elementul central și definitoriu al acestui subgen, s-a remarcat de-a lungul timpului drept un concept aproape imposibil de definit, deși s-a bucurat de o gamă enormă de studii, din domenii variate. În al doilea rând, cartea a vizat un studiu interdisciplinar al umorului, făcând apel la teorii și cercetări atât lingvistice, cât și ale științelor comunicării. În al treilea rând, propunerea unei definiții a știrilor umoristice online s-a dovedit a fi dificilă având în vedere că este vorba despre un subgen dinamic, hibrid, supus constant schimbărilor determinate de dezvoltarea tehnologică.

Noutatea cărții este determinată de absența unei astfel de cercetări interdisciplinare, în studiile românești, care să vizeze definirea conceptului și analizarea articolelor și imaginilor/caricaturilor publicațiilor umoristice contemporane, din perspectivă lingvistică. Pe alocuri, cartea se intersectează, din punctul de vedere al teoriilor umorului, cu cartea Mihaelei Constantinescu, „Umorul politic românesc în perioada comunistă. Perspective lingvistice”, apărută la Editura Universității din București, în 2012, aceasta fiind o lucrare de referință în cercetările lingvistice ale umorului românesc.

Cartea este structurată în două părți și cinci capitole. În **prima parte**, se pune accent pe partea teoretică, susținută de exemple clare de analiză pe text, pentru o înțelegere aprofundată a tendințelor actuale din presa online românească. Pentru demonstrarea trăsăturilor limbajului jurnalistic, ale evaluării în discursul jurnalistic și ale hibridizării genurilor media, am utilizat un corpus compus din texte din presa serioasă, iar pentru capitolul teoretic despre umor, ironie și satiră am folosit texte din presa umoristică românească pentru marcarea identificării conceptelor definite în corpusul ales și demonstrarea pertinentei teoriilor menționate. Prima parte a cercetării reprezintă, astfel, o sinteză teoretică necesară înțelegerii fenomenelor discutate și o raportare a acestora la presa românească (online) serioasă și

umoristică. În **partea a doua** a cărții, se propune – pornind de la prima parte a cercetării – un cadru teoretic care să explice procesul de creare a știrilor umoristice (umor vizual și verbal).

În prima parte, în **primul capitol**, sunt prezentate particularitățile genului discursiv și ale genului jurnalistic, având în vedere teorii lingvistice, ale științelor comunicării și influența pe care o au schimbările tehnologice asupra acestora. Am preferat o prezentare pe autori, suprapunerile teoriilor fiind evidențiate de fiecare dată. Este înaintată o definiție a genului discursiv, pornind de la modelul propus de Miller (2015), ca rezultat al formelor retorice convenționale și al formelor retorice noi, subliniindu-i-se caracterul instabil, eterogen și efervescent.

Sunt evidențiate caracteristicile limbajului jurnalistic actual, precum și gradul de implicare a jurnalistului – marcat textual – în prezentarea informațiilor din presa serioasă, plecând de la conceptul de „parametri evaluativi”, propus de Bednarek (2006). Se discută despre hibridizarea genurilor și subgenurilor discursive, în contextul erei digitalizării, și seria de concepte suprapuse știrilor umoristice de-a lungul timpului: *infotainment*, *fake news* și *mock news*. Nu în ultimul rând, pornind de la teoriile lingvistice, se propune o definiție a știrilor umoristice, necesară unui model de analiză pentru articolele umoristice.

În **capitolul doi**, trecem în revistă principalele teorii ale umorului, ironiei și satirei, relevante pentru corpusul ales. Pentru umor, sunt luate în considerare teoriile lingvistice și nelingvistice ale umorului, pentru cele dintâi fiind discutate teoriile care vizează în special umorul convențional, întrucât textele analizate sunt compuse de jurnaliști cu scopul amuzamentului/criticiei, și, într-o măsură mai mică, umorul conversațional, deoarece în unele dintre textele și caricaturile analizate sunt simulate conversații umoristice între diverse personaje. Prezentarea teoriilor se face pe autori, marcându-se similaritățile și diferențele dintre abordări. Se constată că umorul, indiferent de domeniul sau perspectiva din care a fost abordat, nu poate fi definit fără a se face referire la incongruența care înșală așteptările cititorului. Este, de asemenea, discutată importanța cadrului umoristic – care oferă indicii cititorului privind interpretarea textului – și a tehnicilor de intensificare a umorului în mediul online. Întrucât știrile umoristice tratează, asemenea știrilor normale, și subiecte dificile (precum războaiele, dezastrele naturale sau pandemiile/epidemiile) a fost definit și exemplificat și umorul negru, prezent în unele dintre articolele acestui subgen, și răspunsul cititorilor la acesta. La finalul prezentării conceptului, am subliniat principalele funcții ale umorului, orientate spre cititori. Am considerat

necesară și prezentarea trăsăturilor ironiei și satirei, întrucât știrile umoristice, rezultat al hibridizării media, sunt ele însele supuse unui proces de schimbare, deoarece îmbină elemente ale umorului, ironiei și satirei.

În partea a doua a tezei, după propunerea unui cadru teoretic, discutarea metodei de analiză și a contextului social în **capitolul I**, dedicăm **capitolul al II-lea** analizei strategiilor verbale ale umorului în publicațiile umoristice românești Times New Roman, Academia Cațavencu, Cațavencii, Kamikaze Online și Kmkz. Am clasificat strategiile în macromecanisme – care produc umorul prin constanta punere în relație a textului sursă (știrea reală) și a textului umoristic – care sunt utilizate în toate știrile umoristice, și micromecanisme, care sunt marcate la nivelul limbajului.

Capitolul al treilea este dedicat, în special, caricaturilor¹. Pentru că această carte supune analizei atât caricaturile din rubricile specifice (caricaturile prezentate în stil clasic), cât și relația pe care o au textele umoristice cu imaginile alături de care sunt prezentate – unele de tip memă, altele nemodificate – am considerat necesare definirea și diferențierea celor două fenomene: caricaturile și memele. Pentru caricaturile din rubricile specifice, sunt tratate separat umorul strict vizual (bazat pe metafore și metonimii vizuale) și umorul multimodal (vizual și verbal). Relația dintre textele umoristice și imaginile alături de care sunt prezentate este fie una de contrast – atunci când imaginea este nemodificată – fie de complementaritate, când a fost modificată, asemenea memelor, pentru a susține mesajul umoristic.

¹ Pentru caricaturile folosite în această carte am primit acordul pentru publicare fie direct de la autorii acestora (Costel Pătrășcan, Vali Ivan), fie de la redacții (Times New Roman, pentru caricaturile lui Ovidiu Panighianț, și Cațavencii, pentru caricaturile lui Octavian Mardale).

PARTEA I: ABORDĂRI TEORETICE

În prima parte a cărții, vom prezenta, în primul rând, aspectele teoretice ale genurilor și subgenurilor discursive pentru a putea caracteriza, ulterior, știrile umoristice, care se prefigurează drept un subgen discursiv cu origini vechi și caracteristici noi. Este urmărită definirea de către diferiți autori a acestui subgen discursiv și adoptată o definiție proprie, raportată la presa românească. De asemenea, voi identifica trăsăturile limbajului jurnalistic actual pentru a vedea dacă și cum este influențat de noile genuri media și, implicit, de știrile umoristice. Mai exact, vor fi urmărite strategiile umorului din presa serioasă pentru a demonstra că umorul reprezintă un fenomen prezent în întregul sistem media românesc. În al doilea rând, abordăm teoriile umorului, ironiei și, într-o măsură mai mică, ale satirei relevante pentru presa umoristică, urmărind obținerea unui cadru teoretic care să poată fi folosit pentru analiza corpusului. Deși cartea de față vizează domeniul lingvisticii, pentru teoriile umorului sunt trecute în revistă și teoriile nelingvistice, acestea reprezentând punctul de plecare al tuturor teoriilor lingvistice dezvoltate până în prezent. Întrucât atât umorul, cât și ironia sunt fenomene complexe, oferim exemple pentru teoriile discutate, unde este necesar, pentru o mai bună înțelegere a modului în care teoriile se aplică textelor din corpus.

CAPITOLUL I

(SUB)GENURI DISCURSIVE MEDIA

Genurile jurnalistice trec, în ultima perioadă, prin schimbări esențiale care vizează atât formatul de prezentare a știrilor (trecerea de la presa scrisă la presa online), cât și stilul folosit pentru transmiterea informațiilor și implicarea jurnaliștilor la nivelul instanțelor de comunicare. Toate aceste schimbări afectează stabilitatea subgenurilor jurnalistice, care tind să migreze dintr-un gen într-altul, și favorizează crearea unor subgenuri noi, hibride, care dețin trăsături inovatoare raportate la noile tehnologii.

1. Genul discursiv. Abordări

Definiția genului discursiv a ridicat multe probleme atât lingviștilor, cât și cercetătorilor preocupați de analiza discursului din perspectiva științelor comunicării. Imposibilitatea definirii acestui concept este determinată de complexitatea și efervescența sferelor de comunicare în care este dezvoltat genul. Mai mult decât atât, se pune problema stabilirii unei definiții comune genurilor în contextul dezvoltării tehnologiei, al apariției unor medii de comunicare noi și, implicit, al modificării și hibridizării trăsăturilor genurilor discursive.

1.1. Genul discursiv ca o constelație de forme repetate

Genul a fost privit de către cercetătorii preocupați de analiza discursului ca un set de acte unificate prin forme repetitive la fiecare membru participant la o situație de comunicare:

„Genul este un grup de acte unificate de o constelație de forme, care se repetă la fiecare membru. Izolate, aceste forme apar și în alte discursuri. Ce este diferit la aceste acte într-un anumit gen este recurența formelor unite într-o constelație.” (Campbell, Jamieson 1978: 20)

Conform celor doi autori, genul este „compus dintr-o constelație de forme recognoscibile, unificate printr-o dinamică internă” (1978: 20). Genul, asemenea constelațiilor, este creat din structuri textuale individuale care se influențează

reciproc, dar sunt dirijate și de factori externi, precum situația de comunicare sau rolurile membrilor participanți la acea comunicare. Potrivit autorilor, nevoile umane și expunerea la forme retorice anterioare creează așteptări care constrâng răspunsurile retorice, însă chiar și dinamica internă a elementelor fuzionate provoacă așteptări.

Jamieson și Campbell critică teoria lui Bitzer (Bitzer 1968, *apud* Campbell, Jamieson 1978) potrivit căreia situația retorică formează discursul și un vocabular specific și pun sub semnul întrebării existența unei „tradiții” a unui răspuns retoric, care ar funcționa ca o constrângere a genului într-o sferă de comunicare. În schimb, nu este contestată ideea că anumite forme similare unui gen nu pot apărea și în alte genuri, întrucât trăsătura specifică unui gen este dată nu de elementele sale individuale, ci de fuziunea formelor sale.

1.2. Genul discursiv din perspectivă bahtiniană

Bahtin (1986) pune în relație genul discursiv și situația de comunicare, definind genul ca un nucleu compus din conținut tematic, stil și structură compozițională, ale căror valențe sunt direct legate de natura sferei de comunicare. De asemenea, autorul subliniază dificultatea definirii genului, întrucât nu este marcat doar de eterogenitate, ci fiecărei sfere de comunicare îi corespunde un gen, de aici rezultând imposibilitatea de a stabili o definiție valabilă pentru toate acestea.

Mai mult decât atât, Bahtin (1986: 64) propune diferențierea între *genuri primare* (simple, apărute în comunicarea orală) și *genuri secundare* (complexe, aparținând comunicării scrise) și evidențiază importanța stabilirii unei legături între stil funcțional și gen, întrucât stilurile funcționale nu ar fi altceva decât stiluri generice atribuite anumitor sfere de comunicare și activitate. Potrivit concepției bahtiniene, schimbările istorice ale stilurilor funcționale se află în strânsă legătură cu genurile vorbirii, în sensul că acestea din urmă fac legătura între istoria societății și istoria limbajului.

Dacă Jamieson și Campbell (1978) susțin că genurile pot fi definite prin situația de comunicare și de participanții la acea comunicare, Bahtin punctează faptul că individul utilizează genurile și le aplică unor sfere de comunicare diverse, însă nu sunt create de acesta. Autorul susține că, în comunicare, individul nu selectează cuvintele atribuindu-le forma lor de dicționar, ci provenind din alte enunțuri, cu forma la care au ajuns acestea într-un anumit gen. Un gen nu ar fi, așadar, o formă de limbaj, ci o formă de enunțare specifică, întrucât acesta corespunde unui anumit tip

de comunicare. Totodată, reiese ideea că lexemele își creează, în timp, o autonomie specifică în anumite situații retorice/sfere de comunicare.

1.3. Genul discursiv ca acțiune socială

O contribuție importantă privind definirea genului a fost adusă de Miller (1984), care, contrar lui Jamieson și Campbell, definește genul strict din perspectiva unui act social, ca un răspuns retoric la o situație retorică recurentă, ca un (macro)act de vorbire, o mediere între intențiile private și nevoile obiective sociale sau ca tipuri/categorii de acțiuni sociale.

Swales (1990) și Bhatia (1993) au definit genul în relație cu un obiectiv comunicativ comun. Pentru Swales, genul aparține unor comunități discursive, nu unor indivizi, categorii de grupuri sau unor comunități de exprimare mai mari (engl. *wider speech communities*). Genurile sunt clase de evenimente comunicative, care au trăsături comune precum stabilitate și recunoaștere a unor convenții. Genurile sunt reprezentate de texte (scrise, vorbite sau o combinație) și codarea și decodarea procedurilor, așa cum sunt ele ghidate de aspecte ale genului, ca, de pildă, rolul sau contextul în care a fost scris textul. Pentru Freedman și Medway (1994) noul concept de „gen” face legătura între recunoașterea regularităților din tipurile de discurs și o înțelegere socială și culturală complexă a limbii în uz.

Pentru Swales (1990), intenția de comunicare este cea care ghidează activitățile lingvistice din comunitatea de discurs, care este criteriul de bază pentru identitatea genului.

Ulterior, Bhatia (1997: 360) a propus definirea genului și în relație cu acțiunile sociale. Astfel, genurile sunt „autorizate social, prin convenții, care, în schimb, sunt incluse în practicile discursive ale membrilor unor culturi, din discipline specifice²”. Asemenea perspectivei propuse de Schryer (1999), care sublinia existența unei relații între textele vechi și noi, pentru Bhatia genurile sunt rezultatul unei înțelegeri sau a unei cunoașteri anterioare a unor *convenții generice*. Aceste convenții sunt responsabile pentru normalizarea unor construcții generice, oferindu-le o ordine

² În opinia lui Bhatia (1997), genurile sunt construite social și sunt chiar controlate intens de practicile sociale. Genurile reprezintă modalitatea prin care membrii unor comunități academice sau profesionale comunică unii cu alții. Prin urmare, genurile sunt strâns legate de metodologia unei discipline și conțin informații în conformitate cu normele, valorile și ideologia unei discipline.