

CZU: 81'22'42

## MODELUL INFERENȚIAL. O ABORDARE PRAGMATICĂ DE INTERPRETARE A DISCURSULUI

Lucia VESTE

Universitatea de Stat din Moldova

Modelul inferențial reprezintă o abordare, inițial pragmatică, de interpretare a unui enunț. Studiile mai recente au demonstrat însă că o bună parte din principiile pragmatice sunt conexe cu abordarea semiotică. Prin urmare, crearea de inferențe în procesul interpretativ, este, de fapt, un model semiopragmatic, care nu anulează nicidecum conceptele semiotice, or, limba rămâne a fi un sistem de semne, ci le completează prin entități pragmatice, precum: premise implicite, ipoteze contextuale, sensul locutorului, prezumția de relevanță, concluzii implicite, crearea metareprezentărilor, relevanța optimă etc.

Toate aceste aspecte pragmatice facilitează procesul interpretativ, de exegeză și, în același timp, asigură o analiză mai profundă și mai complexă a sensului intenționat de locutor; or, adesea sensul implicit al locutorului diferă de sensul explicit al frazei, mai ales că semnificațiile frazei sunt multiple comparativ cu sensul enunțului care este singular.

**Cuvinte-cheie:** teoria relevanței, inferențe, intenție informativă, intenție comunicativă, efort, efect, prezumție de relevanță, premise implicite, ipoteze contextuale, implicații.

### THE INFERENTIAL MODEL.

#### A PRAGMATIC APPROACH TO THE INTERPRETATION OF THE ADVERTISING DISCOURSE

the inferential model was initially a pragmatic approach to interpreting a statement. more recent studies, however, have shown that much of the pragmatic principles are related to the semiotic approach. therefore, the creation of inferences in the interpretative process is in fact a semio-pragmatic model, which does not in any way cancel the semiotic concepts, or the language remains a system of signs, but it complements them by pragmatic entities, such as implicit premises, contextual hypotheses, the speaker meaning, the presumption of relevance, implicit conclusions, metarepresentation, the optimal pertinence etc.

all these pragmatic aspects facilitate the interpretative and exegesis process and, at the same time, provide a deeper and more complex analysis of the speaker meaning, or often the implicit speaker meaning differs from the explicit sentence meaning, especially since the sentence meanings are multiple comparative in the statement meaning that is singular.

**Keywords:** relevance theory, inference, informative intent, communicative intent, effort, effect, presumption of pertinence, implicit premises, contextual assumptions, implications.

### Introducere

Interpretarea unui discurs este un proces complex pentru care lingviștii și literații, de-a lungul câtorva decenii, au propus diferite modele de analiză: modelul *decodificării* sau al *codului*, operând cu semnul lingvistic ca unitate de analiză; modelul *arhetipal*, numit și modelul *sintagmaticii narative*, propus de literați; modelul *pragmatic inferențial* care rămâne a fi cel mai actual. În legătură cu această diversitate de modele, în cele ce urmează ne propunem să facem o analiză critică a *modelului semiotic* și a *modelului sintagmaticii narative*, optând în favoarea unei *abordări pragmatice* a discursului.

#### 1. Modelul codului vs modelul inferențial

Contrar modelului codului bazat pe (de)codificare, comunicarea semnificației literale și reduplicarea mesajelor, studiile mai recente, în pragmatică, au demonstrat însă că interacțiunea umană este un proces mult mai complex decât simpla transmisiune de fraze codificate: „Înțelegerea mesajului [...], nu poate fi limitată la decodificare și abordarea semiotică” [1], iar comunicarea, numită de pragmaticieni *inferențială*, poate fi și mai eficientă decât echivalența ideilor transmise [2].

Aceste idei pragmatice se explică prin faptul că un discurs poate ascunde mai multe semnificații, explicite și/sau implicite și exprimă un act de enunțare. Totuși, deseori, această pluralitate de semnificații, numită de lingviști „nebulosă a sensului” [3, p.10] sau *sensul frazei* (*sentence meaning*), nu se suprapune cu *sensul enunțului* (*speaker's meaning*) [4, p.31]; mai mult decât atât, informația comunicată într-un enunț este cu mult mai completă decât cea transmisă în frază (R.M. Kempson 1988) [*apud* 5, p.5]. Astfel, dată fiind această diversitate a semnificațiilor posibile, un act de comunicare nu se limitează la înțelegerea mesajului; el reprezintă, de fapt, înțelegerea *sensului locutorului*, altfel zis a *intenției locutorului*.

În această ordine de idei, sensul general al unui discurs reprezintă o negociere între text și lectorii săi [6, p.221].

Totuși, această multitudine de semnificații sau uzul aproximativ nu trebuie interpretate drept o tentativă de a induce în eroare; dimpotrivă, interlocutorul caută să transmită un ansamblu de implicații adevărate, inaccesibile în contextul unui răspuns exact [7, p.168]. Deci, formulând un mesaj, locutorul are nu doar intenția de a transmite o informație, ci și intenția de a-și influența destinatarul, prin manipulare, implicându-l într-un proces inferențial, ludic și umoristic. Deseori, scopul unui act de comunicare este crearea unor reprezentări pozitive despre lume sau ameliorarea acestora, în cazul în care un interlocutor este dispus negativ [5, p.25]. Pentru D.Sperber și D.Wilson (1986) [apud 5, p.6], modelul pragmatic are drept scop completarea reprezentărilor semantice declanșate la nivel frastic prin interpretarea enunțurilor în context.

Cu toate acestea, etapa decodificării nu poate fi anulată definitiv, mai ales în cazul comunicării explicite, când fiecărei forme fonetice îi corespunde o formă semantică. Această relație dintre reprezentarea fonetică și cea semantică este foarte similară modelului codului. Aparent, discursul *explicit* (format din expresii cu conținut regulat, adică *referențiale*) poate fi analizat prin *decodificare* (precizie, fidelitate), iar cel *implicit* (expresii cu forță *ilocuționară* sau atitudinală, precum modalizatori, conectori discursivi, interjecții, mesaje de alt ordin, mesaje non-verbale transmise prin gesturi, mimică) – prin *inferență*; or, în primul caz este vorba de o propoziție, pe când comunicarea implicită transmite atitudinea locutorului, conform lui H.P. Grice [apud 2]. Altfel spus, în cazul comunicării explicite destinatarul va înceta procesul interpretării odată cu prima semnificație decodificată. În cazul comunicării implicite, destinatarul va continua însă procesul interpretării, dar deja pe cale inferențială.

Totuși, problema este, în realitate, mai complexă decât pare; or, H.P. Grice și D.Wilson demonstrează că prin metoda inferențială poate fi analizat orice tip de comunicare verbală, atât comunicarea implicită, cât și comunicarea explicită. Explicația lui H.P. Grice în acest sens este că în ambele cazuri se tinde spre respectarea *principiului cooperării* și a *maximelor* griceene. În cazul nerespectării acestora se formează *implicaturile conversaționale* care necesită o abordare inferențială [2]. În viziunea lui D.Wilson, de multe ori mesajul explicit este și el dependent de context și nu întotdeauna ceea ce este codificat (*explicit*) coincide cu ceea ce este comunicat sau intenționat (*implicit*).

Pentru a demonstra această ipoteză, propunem următorul exemplu: *Deschide geamul!* Acest mesaj aparent explicit, în funcție de context, poate implica următoarele semnificații: (1) *Este cald/frig*; (2) *Persistă un miros dezagreabil*; (3) *După ploaie, se simte un miros de prospețime* etc. Prin urmare, chiar și mesajul explicit poate fi interpretat conform modelului inferențial; or, un enunț explicit poate fi format din multiple unități lingvistice dependente de context: pronume personale, ambiguități lingvistice, polisemie, moduri verbale, expresii scalare etc. [2]. În afară de aceasta, nu orice expresie codifică un concept integru; unele expresii pot codifica o formă logică incompletă, un concept schematic ce trebuie completat prin inferare, etapă care constă în *selectarea interpretărilor* [8, p.83].

Pe lângă aceasta, pragmaticienii insistă asupra faptului că semnificația nu este o *proprietate inerentă* a itemilor lexicali și a structurilor gramaticale, ci *produsul derivat* din intențiile utilizatorilor limbajului. În termeni pragmatici, emițătorul are o *intenție informativă* de a transmite un mesaj particular, adică o reprezentare personală și o *intenție comunicativă* de a o face accesibilă [9]. Astfel, vechile metafore prin care comunicarea este comparată cu „punerea convingerilor locutorului într-o pungă” și transmiterea acestei „pungi” interlocutorului, care, deschizând-o, va înțelege imediat cele semnificate de locutor, sau studierea semnificației codificate într-un *vacuum* [10], nu mai sunt valide. Conform modelului pragmatic, indivizii nu întotdeauna codifică ceea ce intenționează să comunice. Uneori sunt lăsate anumite lacune pentru a fi completate de destinatar; or, „spre deosebire de tradiția lingvistică *structuralistă*, dominată de funcția informativă, reprezentativă a limbajului, abordarea *pragmatică* insistă asupra funcției comunicative, acționale a limbajului” [4, p.27]. Actul de limbaj are astfel proprietatea unui act *intențional* (recunoașterea intenției de comunicare), *convențional* (îndeplinirea condițiilor de succes determinate de persoanele și circumstanțele utilizării actului, de intenția persoanelor implicate și de efectul asociat enunțării), *contextual* (interpretarea enunțului drept promisiune, informație sau amenințare) [4, p.26-27]. Comunicarea este astfel un proces de *adaptare mutuală*, care mai presupune și adaptarea conceptelor [11, p.10] și a conținuturilor atât explicite, cât și implicite, căutarea referentului, delimitarea implicitului, observarea atitudinii transmise de emițător [11, p.10], în funcție de *efort* și *beneficii* și *identitatea interlocutorului* (gen, vârstă, statut ierarhic/social, profesie, apartenență la grup/comunitate/etnie, proveniență geografică etc.), *contextul situațional* (întâlnire profesională, festivitate etc.), *back-ground* (convingeri, cunoștințe anterioare, obișnuințe, interacțiuni, drepturi, obligațiuni etc.) [10]. Iar interpretarea unui act de comunicare

cuprinde o serie de sarcini: *dezambiguizare, adaptare conceptuală, atribuirea referentului, descrierea atitudinii locutorului și a actului de comunicare realizat*, pentru formularea unor *concluzii*. În acest sens, interpretarea unui discurs ar fi imposibilă în absența unei abilități *metapragmatice* [9] ce indică „un grad înalt de conștientizare în cazul elaborării unui discurs, prin planificarea enunțurilor pentru anumite categorii de public, anticiparea interpretărilor interlocutorului, recunoașterea intenției locutorului” [4, p.25].

## 2. Prezumția de relevanță

Datorită abilităților *metapragmatice*, este determinată *prezumția de relevanță* a actului de comunicare care constă în evaluarea obiectivă a competențelor interlocutorului: *competența lingvistică, socioculturală, enciclopedică, generică*. *Competența lingvistică* [12, 13, p.82-85] se referă la capacitatea interlocutorului de a recunoaște și de a interpreta unități lingvistice ambigue. *Competența socioculturală* [14, p.34] este determinată de raportul de forțe dintre locutor și interlocutor: simetrie/asimetrie, distanță/proximitate, convergență/divergență care permit definirea limbajului drept artefact sociocultural folosit în scopul modificării viziunii altora despre lume și mai ales pentru a interacționa cu alți indivizi prin realizarea actelor de comunicare, precum: a solicita, a interoga, a ierta, a invita, a face complimente, a convinge (J.L. Austin, 1962) [apud 10]. *Competența enciclopedică* conturează ansamblul de cunoștințe, experiența și potențialul interlocutorului, variind de la un lector la altul [15, p.8]; or, limba nu este „un *dicționar succint*, ci un sistem complex de competențe enciclopedice” [16, p.75]. În sfârșit, *competența generică* constă în posedarea și respectarea legilor discursului (cooperare, politețe etc.). Pentru H.P. Grice, condiția esențială pentru o comunicare eficientă este orientarea spre receptor, interactivitatea discursului și recunoașterea intenției locutorului de a-i transmite o informație, posibilă, în viziunea lui H.P. Grice, datorită principiului *cooperării*, bazat pe patru maxime: maxima cantității, maxima calității, maxima relevanței și maxima manierei. Pe lângă acestea, H.P. Grice [17, 18] mai definește și principiul politeții, delimitând maxime de ordin social estetic [apud 11, p.5]. În afară de abordarea griceeană, alte teorii care explică natura mecanismului inferențial sau parcursul de la *valoarea literară a enunțului* la cea *derivată sau implicită* sunt: actele de limbaj derivate sau indirecte (J.R. Searle, 1982), derivarea ilocuționară (J.C. Ascombe, 1977) și teoria relevanței (D.Sperber și D. Wilson [9]).

## 3. Teoria relevanței

În legătură cu cele menționate *supra*, teoria pentru care vom opta în continuare și pe care o găsim „suficientă pentru explicarea actului de comunicare” [5, p.12], de exemplu, a discursului publicitar, este *teoria relevanței* propusă de D.Sperber și D.Wilson.

Pragmaticienii percep această teorie drept o alternativă a modelului codului, precum și a abordării din perspectivă griceeană, cu un impact semnificativ în domeniul pragmaticii [19, p.364-367]. *Teoria relevanței* neagă o bună parte din principiile și postulatele griceene; or, în viziunea lui D.Sperber și D.Wilson (1991) [11, p.5], validitatea acestora nu este universală și ea variază în funcție de circumstanțe. În schimb, aplicarea acestei teorii în cazul discursului publicitar, de exemplu, permite analiza *principiului cognitiv* și a *principiului comunicativ* al relevanței; observarea modului în care locutorul reușește să transmită interlocutorului intenția sa comunicativă, prin acte ilocuționare și perlocuționare. În procesul inferențial un rol important au *premisele implicite* de locutor și *faptele manifestate reciproc (commun ground)* de ambii participanți la actul comunicativ, care contribuie la formarea *contextului*. Menționăm că din perspectiva pragmatică, contextul are o semnificație diferită de abordarea semiotică [20, p.317]. În modelul inferențial, contextul este format din *ipoteze contextuale*, adică din totalitatea de semnificații posibile într-un mesaj comunicat. Modelul pragmatic explică modul în care se face trecerea de la *semnificația lingvistică*, altfel zis *forma logică* a enunțului (ceea ce se zice) sau *forma lexicală* [19, p.365], la *semnificația pragmatică*, adică propoziția (ceea ce se comunică), sau *forma enciclopedică* [19, p.365]. În același timp, abordarea pragmatică explică condițiile unei comunicări reușite; factorii perturbatori în transmiterea mesajului; importanța implicaturilor principale (*implicatures fortes*) numite și implicaturi *superioare* (higher-level) [21, p.34-50, 11], a implicaturilor secundare (*implicatures faibles*) numite și implicaturi *inferioare* (lower-level) [21, p.34-50, 11] și a *explicaturilor* în cadrul unui discurs; efectele discursului (*efecte propoziționale* și *efecte non-propoziționale*), gradul de relevanță a discursului etc.

## 4. Conexiuni semiopragmatice

Valoarea studiilor pragmatice este recunoscută și de semioticieni. Pentru J.-M. Klinkenberg [20, p.312], de exemplu, semiotica și pragmatica sunt două domenii conexe ce nu pot fi separate; or, pe de o parte, semnul lingvistic este o relație dintre semnificant și semnificat, iar, pe de altă parte, el nu poate fi redus la un „sens pur”, întrucât un enunț are funcția de a influența și de a modifica reprezentările destinatarului. În acest sens, J.-M. Klinkenberg consideră pragmatica drept parte a semioticii în care semnul este perceput drept *act* [20, p.312].

Pentru J.-M. Klinkenberg există cel puțin patru concepte semiopragmatice: *interpretantul*, *forța ilocuționară*, *principiul cooperării* și *pertinența discursului* [20, p.312-313]. În viziunea lingvistului, semnele nu reprezintă doar o relație dintre semnificant și semnificat; ci sunt produsul unor relații dintre obiecte, semne și interpretanți. *Interpretantul* reprezintă instrumentul utilizat de emițător în procesul interpretativ: conotațiile atribuite semnelor. În cazul în care același semn este interpretat în mod diferit de diferiți interlocutori, rezultă că aceștia au mobilizat diferiți interpretanți. *Interpretantul* reduce autonomia semnelor, asociindu-le fie unei situații enunțative, fie subiectului/obiectului, ceea ce creează, în rezultat, o *iluzie referențială* sau o *iluzie enunțativă*. Astfel, interpretantul asigură o conexiune între perspectiva strict semiotică și perspectiva pragmatică.

În ceea ce privește *forța ilocuționară*, semioticianul francez recunoaște că actul de enunțare presupune nu doar transmiterea unei informații, ci și influențarea destinatarului [20, p.315], altfel zis realizarea unui act comunicativ permite manifestarea unei varietăți de *atitudini propoziționale* [16, p.70].

Principiul *cooperării*, despre care vorbește H.P. Grice și care este recunoscut de semioticienii [20, p.318], subliniază că comunicarea nu trebuie percepută drept un transfer liniar de informații, ci ca un proces *interactiv*, în care atât emițătorul, cât și receptorul au un rol activ. Astfel, pentru o cooperare eficientă este necesară, într-o primă instanță, determinarea *dicționarului de bază* comun emițătorului și destinatarului [16, p.75]. La etapa următoare se realizează *examenul preliminar* al situației de enunțare, prin stabilirea enunțatorului, tipului de act de comunicare realizat, circumstanțelor realizării acestui act etc. Toate acestea sunt posibile datorită formatului *enciclopedic* al limbii, altfel zis al *cunoștințelor enciclopedice* comune ambilor participanți la actul de comunicare care constituie un *dicționar paralingvistic* [16, p.75]. Acest dicționar paralingvistic, despre care vorbește U.Eco, permite destinatarului să-și formeze *scenarii* sau *reguli de gen* care reprezintă schemele de acțiune și comportamentele prestabilite ale unui participant la actul de comunicare [16, p.76]. În cazul în care aceste *scenarii* sunt perturbate, destinatarul poate determina, în baza *regulilor lingvistice*, că unele expresii lingvistice au un sens figurat; iar ulterior, în baza instrucțiunilor enciclopedice, poate interpreta aceste mesaje. Astfel, *semnificatul contextual* poate depăși mult *semnificatul lexical*, dar aceasta numai în cazul în care *enciclopedia* propune: (a) semnificații lexicali în formă de instrucțiune pentru inserția contextuală; (b) scenarii [16, p.77].

Cât despre *pertinența discursului*, J.-M. Klinkenberg de asemenea vorbește despre o *tendință* a discursului spre *pertinență* și despre *optimizarea eficacității de interpretare* [20, p.320].

Comparând *modelul codului* și *modelul inferențial*, lingviștii [22, p.492] recunosc că ambele au avantajele și inconvenientele lor. Pe de o parte, modelul codului nu poate fi anulat; or, limba este un sistem de coduri. Pe de altă parte, modelul codului nu permite decodificarea completă a convingerilor culturale, dependente de context. În acest sens, se cere apelarea la modelul inferențial, care este însă considerat de unii lingviști destul de vag și greu de calculat [2, p.5]. Prin urmare, ambele modele de analiză se autocompletează și trebuie folosite simultan. Pentru N.Chomsky (1965) [apud 5, p.5], raportul semantic/pragmatic poate fi comparat cu corelația competență/performanță sau *semnificație conceptuală* (modelul codului)/*semnificație procedurală* [2]; or, ceea ce este codificat într-un enunț nu reprezintă neapărat sensul/intenția locutorului.

Pentru alți lingviști, pragmatica prevede existența unor parametri extralingvistici, mai puțin formali [23, p.8]. Astfel, relația dintre *analiza discursului* în abordarea sa semiotică și *teoria pertinentei* ca abordare pragmatică poate fi redată prin următoarea schemă [24]:

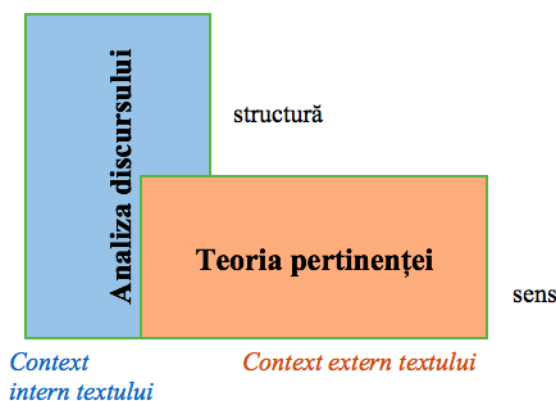


Fig.1. Relația dintre analiza discursului și teoria pertinentei [24].



Precum vedem, în Figura 1 abordarea pragmatică explică comunicarea sensului implicat de locutor într-un context particular, intern textului sau extern. Însă, analiza discursului este axată, de regulă, pe contextul intern al textului. În acest sens, este confirmată ipoteza perceperii *discursului* drept „proces” și a *textului* drept „produs” [24].

Această abordare motivează simbioza abordărilor semiotică și pragmatică, de analiză a discursului și teorie a pertinentei, pentru o analiză mai completă și mai profundă a sensului transmis de locutor [11].

### 5. Teoria pertinentei. Abordări actuale

În unele studii mai recente [25, p.1-25], *teoria pertinentei* este succedată de *teoria optimizării*, aceasta din urmă preluând conceptele-cheie ale *teoriei pertinentei* (ambiguitatea semantică, contextualizarea), ale teoriei lui S.C. Levinson de *prezumție a pertinentei* (2009) (minimizarea efortului depus), precum și ale abordărilor *neo-griceene* (implicaturi conversaționale generale). *Teoria optimizării* presupune astfel existența unei intrări și a unei ieșiri, altfel zis a unui *Generator* (GEN) și a unui *Evaluator* (EVAL), funcționând în acord cu un set de *Constrângeri* (CON), astfel încât atât locutorul, cât și interlocutorul să contribuie reciproc la optimizarea bidirecțională a actului de comunicare. Astfel, dacă un GEN asociază două forme lingvistice  $f_1$  și  $f_2$ , echivalente semantic, cu două interpretări  $m_1$  și  $m_2$ , astfel încât  $f_1$  este mai accesibil și  $m_1$  mai puțin complex, EVAL va selecta  $f_1 m_1$  [25, p.1-25].

Printre *factorii* care influențează actul de comunicare, lingvistul A.Mustajoki (2012) [apud 10] delimitează: starea psihologică (oboseală, neatenție etc.), obstacole fizice (probleme de fluență verbală), scopuri comunicative și sociale (urgență, politețe, competență etc.). Toate acestea pot (de)motiva interlocutorul în depunerea unui anumit efort de interpretare. Pe de altă parte, interlocutorul poate infera o semnificație eronată/diferită de sensul intenționat de locutor. Prin urmare, interlocutorii trebuie să negocieze semnificațiile pentru o interpretare corectă. Negocierea se poate realiza prin: întrebări, răspunsuri, repetiții, reformulări, precizări, confirmări, *feedback*. În felul acesta, locutorul își ghidează interlocutorul spre sensul comunicat, iar interlocutorul verifică interpretarea făcută. Îndrumarea interlocutorului se mai realizează prin instrumente precum: *indicatori discursivi*, *pronume*, *deictice*, *intonație*, *interjecții* (D.Wilson și D.Sperber, 1993) [apud 10]. În acest sens, comunicarea poate fi comparată cu transmiterea unei mingi, mai întâi la inițiativa locutorului care o transmite interlocutorului care, la rândul său, o retransmite locutorului [10].

Iată de ce pragmatica este adesea definită drept studiul *semnificației în interacțiune* [Thomas, 1995, apud 10] sau un *proces* de producere și înțelegere [10]. În legătură cu cele menționate *supra*, pragmatica și analiza discursului pot fi asociate fructuos în vederea urmării construirii *sensului* prin interacțiune.

Menționăm că cercetările pragmatice rămân a fi cele mai actuale, în lingvistică, la această etapă. Iar principiul cognitiv al modelului pragmatic inferențial este aplicat, în ultimul deceniu, mai multor tipuri de comunicare, inclusiv mediului virtual de comunicare, în Internet, numit de lingviști *ciberpragmatică* (cyberpragmatics) [8, p.81]. La baza *ciberpragmaticii* se află *teoria pertinentei* propusă de D.Sperber și D.Wilson [9], care permite filtrarea informației pertinente de cea non-pertinentă.

Întrebarea ce poate să apară în legătură cu relevanța discursului: *Cum este posibilă alegerea unei singure semnificații pertinente?* Oamenii având de analizat un discurs vor alege automat semnificația care pare să fie cea mai pertinentă. Astfel, relevanța și maximizarea relevanței se explică prin cogniția umană [19, p.365].

### Concluzii

*Modelul inferențial* reprezintă o abordare pragmatică de interpretare a discursului, în vederea completării modelului semiotic și a modelului arhetipal de lectură. Aplicarea acestui model de analiză, în cazul unui discurs, subliniază complexitatea acestui tip de comunicare ce nu poate fi limitată la sensul lingvistic, adică la ceea ce se *zice*. *Teoria pertinentei*, aflată la baza abordării pragmatice inferențiale, permite o *dezambiguizare* și o înțelegere mai completă și mai fidelă a *sensului locutorului*, adică a mesajului implicat, iar apoi *comunicat*.

Aplicat unui tip aparte de discurs (spre exemplu, discursului publicitar), modelul pragmatic inferențial implică căutarea *pertinentei optime* în baza principiilor *cognitiv* și *comunicativ* de relevanță, precum și a *stimulilor lingvistici* contextuali și interpersonal. Atingerea relevanței optime este obiectivul ambilor participanți la actul de comunicare (locutorul și interlocutorul) și constă în *efortul* cognitiv depus și în numărul de *efecte* contextuale obținute.

Prin urmare, abordarea pragmatică deschide noi perspective de cercetare a varii tipuri de discursuri, atât verbale, cât și non-verbale.

**Referințe:**

1. TANAKA, K. *Advertising language: a pragmatic approach to advertisements in Britain and Japan*. Ney York: Taylor & Francis e-Library, 2005. 148 p.
2. Wilson D. Linguistic Structure and Inferential Communication. In: Caron B. *Proceedings of the 16th International Congress of Linguists*. Oxford: Elsevier Sciences, 1997, p.1-20.
3. FLOCH, J.M. *Sémiotique, marketing et communication. Sous les signes les stratégies*. Paris: PUF, 1990. 233 p.
4. ROVENȚA-FRUMUȘANI, D. *Analiza discursului. Ipoteze și ipostaze*. București: Tritonic, 2005. 170 p.
5. BYRNE, B. *Relevance Theory and the language of advertising*. CLS Occasional Paper No. 31, Trinity Coll., Dublin (Ireland). Centre for Language and Communication Studies, 1992. 80 p.
6. RICHARDSON, K. Signs and Wonders: Interpreting the Economy through Television. In: Bell A., Garrett P. *Approaches to Media Discourse*. Blackwell Publishers Ltd, 1998, p.220-250.
7. REBOUL, A. Moeschler J. *Pragmatique du discours. De l'interprétation de l'énoncé à l'interprétation du discours*. Paris: Armand Colin, 1998. 220 p.
8. YUS, Fr. The role of cognition and relevance in new digital narratives. In: *Prospettive multilingue e interdisciplinari nel discorso specialistico*. Pisa: Pisa University Press, 2015, p.81-107.
9. SPERBER, D., WILSON, D. *Relevance. Communication and Cognition*. Oxford: Blackwell, 2<sup>nd</sup> edition, 1995. 338 p.
10. PADILLA CRUZ, M. Pragmatics and Discourse Analysis. In: Carol A., Chapelle (ed.). *The Encyclopedia of Applied Linguistics*. Wiley, 2015. 6 p.
11. PADILLA CRUZ, M. Vigilance Mechanism in Interpretation: Hermeneutical Vigilance. In: *Studia Linguistica Universitatis Iagellonicae Cracoviensis*, 2016, 133,11 p.
12. WILSON, D., SPERBER, D. Relevance Theory. In: R.Horn and L.Ward. *The Handbook of Pragmatics*. Oxford: Blackwell Publishing, 2004, p.607-632.
13. REBOUL, A. MOESCHLER, J. *La pragmatique aujourd'hui*. Nancy: Éditions du Seuil, 1998. 209 p.
14. YUS, Fr. *Humour and Relevance*. Amsterdam, Philadelphia: John Benjamins Publishing Company, 2016, p.367.
15. ARROYO, O.A. *La théorie de la pertinence appliquée à une fable de La Fontaine*. In: *L'information grammaticale*, 2009, no123, p.3-9.
16. ECO, U. *Sémiotique et philosophie du langage*. Paris: Quadrige /PUF, 1988. 285 p.
17. GRICE, H.P. Logic and conversation. In: Cole P. & Morgan J.L. (eds.), *Syntax and Semantics 3 : Speech Acts*. New York, Academic Press, 1975, p.41-58.
18. GRICE, H.P. Meaning. In: *Philosophical Review*, 1957, no.66(3). Reprinted as ch.14 of Grice 1989, p.213-223.
19. SMITH, K.G. Relevance Theory. In: *Encyclopedia of Hebrew Language and Linguistics*, vol. 3, P-Z, General Editor Geoffrey Khan, Leiden-Boston, Koninklijke Brill NV, 2013, p.364-367.
20. KLINKENBERG, J.-M. *Précis de sémiotique générale*. Paris: De Boeck & Larcier S.A., 1996, p.486.
21. PADILLA CRUZ, M. Pragmatic failure, epistemic injustice and epistemic vigilance. In: *Language & Communication*, vol.39, November, Elsevier, 2014, p.34-50.
22. XU, Z. Relevance Theory and its Application to Advertising Interpretation. In: *Theory and Practice in Language Studies*, vol.3, no.3, March, Academy Publisher Manufactured in Finland, 2013, p.492-496.
23. SCHOTT-BOURGET, V. *Approches de la linguistique*. Paris: Nathan, 2003. 128 p.
24. DOOLEY, R.A. *Relevance Theory and Discourse Analysis: Complementary Approaches for Translator Training*. Dallas, Texas: Graduate Institute of Applied Linguistics. Retrieved From [www.Gial.Edu/Gialens/Issues.Htm](http://www.Gial.Edu/Gialens/Issues.Htm). 11p.
25. BLUTNER, R., ZEEVAT, H. Optimality-Theoretic Pragmatics. In: Benz A. Blutner R., *ZAS papers in linguistic (ZASPiL)*, no.51, Language and Computation, ZAS, 2009. 25 p.

**Date despre autor:**

**Lucia VESTE**, doctorandă, Școala doctorală Studii de Lingvistică Romano-Germanică și Literatură Universală și Comparată; lector universitar, Facultatea de Litere, Universitatea de Stat din Moldova.

**ORCID:** 0000-0003-2726-0542

**E-mail:** lucia.veste16@gmail.com

Prezentat la 04.11.2019