**1.**    **De unde începem redactarea textului?**

Deşi mulţi sunt de părere că scrierea unui text persuasiv nu necesită o pregătire specială şi că „oricine poate scrie aşa ceva”, realitatea este că fiecare dintre noi s-a trezit, cel puţin o dată, în faţa unei foi albe fără a şti cum să înceapă. Acest trac sau **blocaj al autorului** în faţa foii goale se poate justifica prin faptul că:

  -      dorim să spunem multe lucruri, dar nu reuşim să ni le aranjăm în minte într-o ordine care să pară firească sau coerentă,

-      nu avem suficient exerciţiu în redactarea de texte şi din acest motiv ni se pare dificilă şi scrierea unei banale cereri uneori,

-     ştim că miza acestui text este mare, adică el ne poate transforma în învingători sau perdanţi în obţinerea unui job, a unei burse ş.a., iar acest lucru ne intimidează,

-        pur şi simplu simţim că „nu avem inspiraţie” sau „nu suntem creativi”.

  Pentru toate aceste probleme şi altele asemenea lor există un antidot simplu. Tot ce avem de făcut este să respirăm adânc, să luăm un creion sau să ne aşezăm în faţa tastaturii, şi să începem să umplem acea foaie albă cu cât mai multe idei, fraze, cuvinte-cheie sau concepte care ne vin în minte pornind de la subiectul despre care trebuie să scriem. Acest exerciţiu poate lua două forme:

1.  **Scrierea liberă (free writing)** presupune notarea fără nici o oprelişte a tuturor frazelor care ne vin în minte pornind de la subiectul dat, fără atenţie la reguli cum ar fi cele legate de punctuaţie, gramatică sau chiar coerenţă. Singura regulă care se aplică este să nu luăm creionul de pe foaie sau să nu ne oprim din tastat pe parcursul unui interval predefinit (10 minute, să zicem). Rezultatul este, cel mai probabil, un text care va conţine destule devieri sau exprimări neclare, ba chiar pasaje întregi în care „batem câmpii”. Desigur, nu vom folosi integral acest text, ci doar secţiuni din el ca posibilă materie primă în redactarea propriu-zisă. **Rolul** acestui exerciţiu este mai puţin acela de a scoate la iveală setul complet de idei pe care le vom folosi mai departe şi mai mult de a ne face **să depăşim blocajul iniţial** sau tracul în faţa foii goale, de a ne relaxa şi **a stabili un punct de pornire de la care putem construi în continuare restul textului**.

2.  **Brainstormingul** implică o tehnică similară celei de mai sus. Scopul acestui exerciţiu, care e cunoscut şi în alte domenii, este scoaterea la iveală a cât mai multor idei legate de un anumit subiect, fie ele şi aparent nelegate de acesta. Tehnicile aplicate aici implică: (i) realizarea unei **liste cu idei**, ieşite la iveală fie direct, fie prin **asociere cu alte idei**; (ii) realizarea unei **reţele de legătură sau „hărţi” a subiectului**, unde se regăsesc mai multe tipuri de noţiuni conexe (proces cunoscut şi sub numele de **„mapping”**); (iii) desenarea unei **scheme** sau a unui **grafic relevant** ş.a. Acest exerciţiu se practică adesea în grup şi are drept rezultat suma viziunilor personale ale participanţilor, fiind astfel extrem de prolific pentru relevarea unor idei inovative. Practicat individual, el presupune notarea tuturor lucrurilor care ne vin în minte cu privire la subiect. Pentru rezultate cât mai bine, exerciţiul necesită **activarea gândirii laterale**, adică explorarea unor abordări creative sau mai puţin obişnuite în tratarea temei. Diferenţa dintre primul exerciţiu şi acesta este că „brainstormingul” nu presupune notarea de fraze integrale, ci doar de idei sau noţiuni-cheie.

De reţinut că textul are cu adevărat un **caracter persuasiv** doar dacă este despre un subiect pe care îl cunoaştem, cu caracter concret şi care ni se pare interesant. Dacă nouă înşine nu ne incită curiozitatea şi interesul lucrurile despre care scriem, atunci e puţin probabil că transmitem aceste reacţii cititorilor noştri. Ce ne facem, însă, dacă avem de redactat o scrisoare de intenţie pentru obţinerea unui job despre care nu cunoaştem foarte multe? Ori a uneia de motivaţie pentru a primi o bursă într-un domeniu relativ nou pentru noi? Cu alte cuvinte, dacă avem de scris un text persuasiv pe un subiect ce ne e puţin cunoscut, chiar dacă ne interesează? Soluţia cea mai potrivită pentru etapa preliminară a redactării este să ne **documentăm**. Să citim câte mai multe informaţii despre jobul sau grantul pe care îl dorim, eventual să aplicăm mici interviuri unor persoane care au sau au avut legătură cu ele, să înţelegem cât mai exact despre ce este vorba.

După încheierea acestei prime etape în procesul de pregătire a redactării, avem în faţa o listă plină cu „unelte” care ne vor fi de folos mai departe în construirea de argumente. Nu toate, însă. Aşa că este necesar să recitim cu atenţie cele puse pe hârtie în timpul „scrierii libere” sau al „brainstormingului” (sau, şi mai indicat, al amândurora). Ele ne vor folosi la planul propriu-zis de redactare. Acesta va funcţiona pe post de schelet al textului nostru, urmând ca în fazele următoare să transformăm ideile de aici în fraze şi paragrafe complete.

**2.**     **Planificarea conţinutului textului**

Dat fiind că textul nostru are un bine definit caracter persuasiv, e bine să începem realizarea acestui plan cu o **revizuire a principalelor argumente** pe care dorim să le aducem. Astfel putem să facem o **selecţie** riguroasă a „uneltelor” rezultate din etapele preliminare ale redactării, asigurându-ne că păstrăm doar acele idei care cu adevărat ne ajută să ne convingem cititorii. Un mod eficient de realizare a acestui proces este schiţarea unui **plan de argumentare** de acest gen:

A picture containing screenshot

Description automatically generated

Putem realiza o diagramă la fel ca aceasta pentru:

-        stabilirea tezei sau a scopului final pe care dorim să îl obţinem prin textul nostru

-        enumerarea unei prime serii de 3 argumente/motive principale care susţin respectiva teză

-        găsirea a câte 3 exemple, date sau evenimente care, la rândul lor, să susţină fiecare în parte dintre cele 3 argumente.

Printr-un exemplu ca cel de mai sus putem studia cazul **redactării unei scrisori de intenţie**, ce are drept scop obţinerea unui post de Assistant Manager, în condiţiile în care candidatul nu are experienţă în domeniu. Argumentele principale sunt: aptitudinile bune de comunicare şi spiritul de iniţiativă ale candidatului (demonstrate prin #1 şcoala cu profil umanist absolvită, #2 implicare în activităţi ale organizaţiilor de elevi / studenţeşti, #3 participarea la acţiuni ale unor organizaţii non-guvernamentale, cum ar fi “Salvaţi copiii”, „Cercetaşii României” ş.a.), cunoaşterea limbii engleze (demonstrate prin #1 cursurile absolvite, inclusiv în afara şcolii, şi #2 frecventarea unor ore predate de un profesor american) şi capacitatea candidatului de a fi o persoană organizată şi de încredere (demonstrată prin #1 notele peste medie obţinute la şcoală, #2 implicarea în activităţi extracuriculare, #3 punctualitate).

Realizarea unui astfel de plan ne ajută să urmărim **dezvoltarea coerentă a argumentaţiei**, sau **„firul roşu” al textului**, eliminând toate ideile care deviază de la ideea principală. De asemenea, ne ajută să evităm repetiţiile sau redundanţele şi să plasăm informaţiile într-o **structură ierarhizată**, văzând foarte clar pe ce trebuie să insistăm şi cum.

Elementele principale ale acestui plan vor fi ulterior asamblate în text pentru ca acesta să aibă o structură clasică, asemănătoarea cu cea a tablei de materii sau a cuprinsului unei cărţi.

**3.**    **În ce ordine expunem ideile?**

Câteva dintre cele mai folosite modele de ordonare a ideilor întâlnite **în cazul stilului argumentativ** sunt:

1.      **De la general la particular sau invers**. Aceste metode se mai numesc şi demonstraţie prin inducţie, şi, respectiv, prin deducţie. Iată două exemple mai jos – primul este extras dintr-un articol de presă, iar al doilea este dintr-o scrisoare de motivaţie:

1. Mircea Cărtărescu - Nu mai iubesc Bucureştiul

*"Nu mai sper că e ceva de făcut cu acest Călăraşi al Europei"*

Încet dar sigur, Bucureştiul vechi şi istoric, atâta cât a rămas din el după furia demolatoare a lui Ceauşescu, dispare înghiţit fără milă, din ordinul unui primar lipsit de cultură urbanistică, înconjurat de o gaşcă de arhitecţi mediocri, care şi-au pus planşeta în slujba buzunarului propriu şi a rechinilor imobiliari. În vreme ce toate capitalele Europei îşi ocrotesc cu grijă trecutul, creând superbe zone istorice, dătătoare de identitate, în Bucureşti, aşa-zisa nouă arhitectură de tip american, cu implanturile ei de viplă şi termopane, sluţeşte pentru vecie oraşul, fără ca nimeni să o poată opri.

Dintre intelectualii de primă mărime ai Bucureştiului, care au protestat împotriva falimentarei politici a Primăriei Generale, apărând în scris frumuseţea şi nostalgia oraşului vechi, poetul şi prozatorul Mircea Cărtărescu este cel mai activ.

"Perioada comunistă a însemnat condamnarea definitivă a acestei însăilări urbane numite Bucureşti" (fragment extras din *Formula As*, nr. 799, 2007)

1. Stimaţi membri ai comitetului de selecţie,

Redactez această scrisoare pentru a vă prezenta candidatura mea la activităţile organizate de dumneavoastră în cadrul proiectului „Universitatea de vară”. Menţionez că sunt studentă în anul I la Universitatea din Iaşi, facultatea de Filosofie şi Ştiinţe Social-Politice, iar cursurile de limbi străine şi călătoriile de studiu cuprinse în activităţile Universităţii de Vară m-ar ajuta la îmbunătăţirea cunoştinţelor mele lingvistice şi a aptitudinilor de comunicare cu persoane ce provin din medii şi culturi diferite.

Consider că un avantaj în prezentarea acestei candidaturi îl constituie faptul că, aşa cum puteţi observa în detaliu în CV-ul alăturat, în 2015 am participat la mai multe activităţi voluntare ce au avut drept scop schimbul de experienţă şi de cunoştinţe culturale în Republica Moldova. În cadrul acestora am avut ocazia sa interacţionez cu tineri studenţi din Anglia, Germania şi Australia, şi am dobândit astfel experienţă în desfăşurarea de proiecte interculturale. Pentru a-mi susţine candidatura, ataşez prezentei scrisori de intenţie recomandarea primită din partea coordonatorului de proiect, precum şi câteva note din jurnalul ţinut în timpul voluntariatului.

În plus, menţionez că posed câteva caracteristici personale care cred că sunt compatibile cu activitatea desfăşurată în cadrul proiectului dvs. Sunt o fire dinamică, activă, curioasă şi interesată să particip la cât mai multe activităţi ce rezultă în dezvoltarea profesională şi spirituală.

Luând în considerare toate aceste argumente, îmi exprim speranţa că veţi considera candidatura mea drept una eligibilă şi aştept cu nerăbdare să mă contactaţi pentru mai multe detalii.

Va multumesc,

Ioana Popescu

Adresa de contact: XXX

Telefon: XXX

Observaţi cum în primul exemplu se porneşte de la ideea generală a stării critice în care se află peisajul arhitectonic bucureştean, se menţionează protestul mai multor intelectuali faţă de distrugerea unor clădiri vechi, iar apoi se trece la cazul particular al unui anume scriitor. Cu alte cuvinte, se începe cu o generalizare care apoi este argumentată şi verificată prin exemple. Pe o traiectorie opusă, cel de-al doilea exemplu porneşte de la câteva argumente particulare – calităţile profesionale ce recomandă candidata pentru un loc în cadrul „Universităţii de vară” – care sunt detaliate succesiv. La final, aceste argumente duc la construirea unei concluzii generale a scrisorii de motivaţie, care coincide cu teza acesteia.

2.  **Regula celor cinci întrebări.** Această regulă este adesea întâlnită în cadrul articolelor jurnalistice, al comunicatelor de presă, dar şi al altor documente ce adoptă un stil lapidar, concis. Conform unui principiu de bază în jurnalism, aceste texte nu fac mai mult decât să răspundă concret la întrebările: „Cine?”, „Ce?”, „Unde?”, „Când?”, „Cum?” În plus, pentru construirea unei argumentaţii se adaugă şi răspunsul la întrebările: „De ce?” sau „În ce scop?” Observaţi la câte întrebări se răspunde în exemplul de mai jos, preluat dintr-un articol de presă:

Ministrul Transporturilor, Ludovic Orban: Greva de la CFR este imorală

Ministrul Transporturilor, Ludovic Orban, a declarat, astăzi, într-o conferinţă de presă, că greva de avertisment organizata de sindicaliştii de la CFR mâine dimineaţă, între orele 7 şi 9, ar fi una "imorală". Ludovic Orban i-a acuzat pe sindicalişti că ar fi hotărât să organizeze această grevă de avertisment înainte ca administraţia să le prezinte ultima oferta de majorare a salariilor - 5% de la 1 aprilie si 5% de la 1 octombrie. Ludovic Orban a atras atenţia şi că orice majorare salarială trebuie să aibă la bază performanţele companiei, iar la CFR nu se impune, în niciun caz, o majorare salarială mai mare decât cea propusă deja.

3.  **De la cunoscut la necunoscut.** Acest mod de ordonare presupune introducerea de informaţii noi prin legătură cu altele vechi. Prin analogie sau prin opoziţie cu fapte cunoscute la nivel general, se argumentează apariţia unor date inovative. Iată un articol ordonat astfel:

Căscăm atunci când suntem plictisiţi, obosiţi, ne e somn, abia ne-am trezit ori suntem într-o încăpere neaerisită, cu puţin oxigen. De ce căscăm? Multă vreme s-a crezut că, în fapt, căscatul ar fi un act reflex ce ar avea scopul de a asigura mai mult oxigen organismului, dat fiind că o cantitate mai mare de oxigen măreşte viteza de circulaţie a sângelui, întăreşte muşchii şi - dacă suntem pe pragul să adormim la şedinţă - ne mai ţine în stare de veghe pentru o vreme. Sunt însă dovezi că nu este aşa, căscatul nu asigură o cantitate mai mare de oxigen în sânge, dimpotrivă (după cum se arată în numărul din noiembrie-decembrie  2005 al revistei *American Scientist*).

Există însă şi altă opinii privind rolul căscatului. Una dintre ele, cu largă acceptare, este aceea că a căsca este un mod de a controla temperatura creierului. Creierul arde o treime din caloriile organismului şi, în consecinţă, produce căldură care trebuie eliminată cumva, căci, asemenea unui calculator, creierul funcţionează mai bine la temperaturi mai mici. Căscând, creştem fluxul de sânge din creier şi astfel se produce răcirea.

Împotriva opiniei comune, căscatul nu este un semn al dorinţei de somn. De fapt, producându-se răcirea creierului se asigură eficienţa funcţionării acestuia, deci organismul nu se pregăteşte pentru odihnă.

4.  **Pro – contra.** Acesta reprezintă unul dintre cele mai cunoscute şi des folosite moduri de concepere a textelor argumentative. Autorul preia o temă pe care o supune dezbaterii, aducând în discuţie argumente care o susţin, o discreditează, sau argumente din ambele categorii. Chiar dacă, pentru asigurarea credibilităţii, autorul prezintă şi partea pro şi cea contra, el îşi declară de obicei adeziunea pentru una singură dintre ele.

5.  **Gradarea ascendentă.** Un text în care ideile sunt ordonate astfel descrie pas cu pas un eveniment sau o stare de fapt, menţinând trează atenţia cititorului. Se recomandă la conceperea discursurilor publice, unde vorbitorul trebuie să convingă audienţa că merită ascultat, sau la textele care implică dezvoltarea unei acţiuni, cum ar fi un articol care descrie o acţiune de urmărire desfăşurată de poliţie.

6.  **De la simplu la complex.** În acest mod poate fi conceput textul unui unui set de instrucţiuni de utilizare, al unui manual sau al unor reguli de lucru pentru angajaţi. În ambele cazuri se începe prin introducerea unor termeni simpli, concreţi, cunoscuţi şi/sau uşor de înţeles, pentru ca ulterior aceştia să fie folosiţi într-un context din ce în ce mai complex sau mai abstract. Informaţia este preluată gradual şi asimilată mai uşor de cititor decât dacă acesta ar fi fost expus direct la datele complicate.

Optarea pentru una dintre posibilităţile de mai sus reprezintă o etapă importantă în pregătirea redactării textului. Dacă ni se pare dificil să facem o alegere, e suficient să ne formulăm întrebările de mai jos **pentru a găsi soluţia optimă**:

-        Cum ordonăm ideile astfel încât ele să fie cât mai uşor de perceput şi de înţeles pentru cititor?

-        Ne ajută modelul ales să ţinem textul şi scopul său persuasiv sub control? Îl ajută pe cititor să urmărească uşor ideile şi logica lor?

-        Ne asigură modelul ales un text unitar? Are fiecare idee un loc bine definit în economia textului?

-        Ne asigură modelul ales un text coerent? Între idei există o legătură care este evidentă pentru cititor?

**4.**    **Cum dezvoltăm planul de redactare?**

Realizarea planului de argumentare trebuie urmată de etapa de **explorare a ideilor şi dezvoltare a lor**, pentru crearea de argumente (raţionale, emoţionale, etice sau mitice). De mare folos aici ne sunt tehnicile prin care putem transforma o idee de un rând într-un întreg paragraf. Iată câteva:

1.  **Folosirea de exemple şi detalii.** Simplul fapt că expunem o idee nu convinge cititorul. Pentru a câştiga credibilitate în ochii acestuia şi pentru a transforma idei abstracte în noţiuni tangibile şi interesante, trebuie să aducem detalii suplimentare. E vorba de mai multe exemple scurte care ne susţin afirmaţia sau de un singur exemplu semnificativ dezvoltat pe larg. Un paragraf corect din cuprinsul textului are nevoie de cel puţin 3 fraze care susţin argumentul principal, şi care enumeră **date sau exemple relevante**, propun **comparaţii** sau răspund la **întrebări ridicate de argumentul în cauză**. Toate acestea rezultă din **documentarea** pe care o facem în etapa de pregătire a textului. De reţinut că scopul acestor detalieri nu este doar de a umple spaţiul – ele trebuie să fie concrete şi la obiect.

Să luăm ca exemplu fraza „Un medic bun este o persoană căreia îi pasă de pacienţi” şi patru posibile argumente de susţinere:

(a)    Recomandarea celor mai noi tipuri de medicamente e întotdeauna eficientă.

(b)   O consultaţie se poate face şi prin telefon.

(c)    Medicii nepăsători scad încrederea oamenilor în sistemul de sănătate.

(d)   Lipsa de respect faţă de pacient arată o lipsă de respect faţă de societate.

Dintre opţiunile de mai sus, doar (c) şi (d) reprezintă argumente cu adevărat relevante pentru fraza pe care dorim să o susţinem. Restul, deşi ating tema propusă, nu sunt la obiect şi, deci, nu ar face decât să devieze atenţia cititorului de la problema esenţială.

2.  **Folosirea de comparaţii şi de aspecte contrastante.** Scoaterea în evidenţă a asemănărilor şi deosebirilor dintre două noţiuni ajută cititorul să le înţeleagă mai bine pe ambele. Pot fi comparate trăsături specifice ale fiecăreia sau noţiunile în ansamblu. Revenind la exemplul de mai sus, între opţiunea (c) şi fraza iniţială există un contrast ce scoate în evidenţă sensul şi importanţa acesteia din urmă. Acelaşi lucru se poate spune şi despre opţiunea (d), ce propune o situaţie opusă celei prezentate în fraza iniţială. Un argument similar, dar mergând pe principiul similitudinii, nu al contrastului, ar fi putut suna astfel: „În ţările în care medicilor le pasă de pacienţi, sistemul de sănătate trezeşte mai multă încredere”.

3.  **Sublinierea legăturilor cauzale.** O altă metodă eficientă e atragerea atenţiei asupra relaţiilor cauză-efect în raport cu fraza care trebuie argumentată. Autorul de text poate scoate în evidenţă fie doar cauzele, fie doar efectele (vezi (c) şi (d) în exemplul de mai sus, unde apar efectele în cazul în care fraza iniţială este contrazisă), fie întreaga relaţia cauzală.

**4. Demonstraţia prin analogie.** Acest tip de susţinere a unui argument presupune alăturarea frazei iniţiale cu un element sau cu o situaţie asemănătoare, dar dintr-o categorie diferită. Elementul sau situaţia sunt de obicei mai bine cunoscute de cititor sau mai uşor de înţeles, astfel că sensul lor se transferă asupra frazei care trebuie argumentată. În exemplul de mai sus, opţiunea (d) propune o analogie între lipsa de respect a medicilor şi cea faţă de societate.