

ECONOMIA, CA NARAȚIUNE EMOȚIONALĂ: TRUMPISMUL

[Economics as an Emotional Narrative: Trumpism]

Otilia BĂLINIȘTEANU

Gabriel MURSA

Abstract: *The presidential elections in the United States, at the end of last year, brought back to power a controversial candidate, Donald Trump. In the world of economic and political ideas, his installation in the White House reignited doctrinal discussions, similar to those at the beginning of Ronald Reagan's presidency. Many experts wondered and still wonder whether President Trump will carry out a conservative or liberal "revolution", in the European sense of the term, similar to those of four decades ago. The purpose of this article is to make a brief analysis of the expectations related to Trump's new mandate and to compare these expectations with the discourse and the effective agenda of the Washington administration. The reality of the first ten months of government rather shows a serious doctrinal indifference of Donald Trump and an excessive concentration on the level of discourse and emotions. Therefore, the doctrinal foundation of Trump's policies seems to be mercantilism, populism, founded on a seductive economic narrative, but lacking concrete effects in terms of practical economic policies.*

Keywords: *liberalism, mercantilism, emotional narrative, populism, rhetoric, nationalism*

Introducere

După cel de-al Doilea Război Mondial, alegerile prezidențiale din Statele Unite par să fi devenit cel mai important eveniment politic al planetei. Ținând cont de influența enormă dobândită de establishmentul politic de la Washington, mai ales după câștigarea Războiului Rece, prăbușirea Cortinei de Fier și destrămarea Blocului Socialist condus de fosta U.R.S.S., singura preocupare cu adevărat importantă a lumii postcomuniste o constituie, cu excepția recentă a ascensiunii Chinei, alegerea celui care va ocupa, timp de patru sau opt ani, celebrul Birou Oval de la Casa Albă. În universul extrem de dinamic al internetului și al rețelelor sociale, capabile să transmită informație aproape instantaneu în orice colț al lumii, mobilizând un volum uriaș de așteptări, iluzii și emoții, creând simpatii și stârnind adversități, la un nivel nemaiîntâlnit la scara istoriei, alegerea celui mai puternic dintre muritori dă naștere celui mai urmărit spectacol mediatic posibil, cu elemente dramatice - regizate sau spontane, spre exemplu, un glonț atingând urechea vreunui candidat -, cu trucuri oratorice bine ținute, capabile să încline o balanță, altfel, destul de echilibrată, având în vedere multiseclarul *statu quo* republicano-democrat instaurat pe malurile Potomacului. Pentru pasionații de idei – economice, politice etc. -, sau, altfel spus, pentru „doctrinari”, alegerile prezidențiale din Statele Unite reprezintă, cel puțin la prima vedere, o alegere indiscutabilă între „dreapta” și „stânga”, între conservatorism și progresism sau, mai nou, „calea de mijloc”, între liberalism și social-democrație à la americaine. Recentele alegeri, care au culminat cu victoria republicanului Donald Trump, reales în detrimentul democratei Kamala Harris, după o pauză de patru ani, par să consacre definitiv o nouă „doctrină”, insuficient de evidentă în mandatul prezidențial 2017-2021, mai precis, trumpismul.

Însă confirmă trumpismul așteptările pasionaților de liberalism, după nenumărați ani de etatism, aplicat, deopotrivă, de președinții americani de stânga și de dreapta care s-au perindat pe la Casa Albă? Poate fi considerat trumpismul o întruchipare a ideilor fondatoare ale lumii occidentale, bazate pe libertate individuală, proprietate privată, inițiativă personală și stat cu dimensiuni restrânse? Ori reprezintă el o narațiune emoțională ambalată mediatic, o schemă oratorică în stare să asigure un succes politic imediat, în detrimentul unor reforme absolut necesare pentru a pune capăt ingineriei sociale îndrăgite cu precădere de tabăra democratică și de electoratul de stânga din Statele Unite? Având în vedere proveniența actualului președinte, un om îmbogățit în lumea afacerilor, prin intermediul pieței libere, trumpismul ar fi trebuit să însemne o renaștere a liberalismului, mai ales că, în urmă cu patruzeci și cinci de ani, Partidul Republican a creat un precedent foarte important prin reformele economice, politice și sociale înfăptuite sub președinția lui Ronald Reagan, ale cărui idei și politici sunt recunoscute sub denumirea de reaganism, considerat, pe bună dreptate, o veritabilă și necesară revoluție, ținând cont de declinul nord-american din anii 1970¹.

Precedentul liberal: reaganismul

Începutul anilor 1980 a însemnat debutul unei veritabile „revoluții conservatoare”² în cele mai importante țări ale lumii nord-atlantice, Statele Unite ale Americii și Anglia, prin câștigare alegerilor de candidatul republican Ronald Reagan, peste Ocean, și cel conservator, Margaret Thatcher, pe malurile Tamisei.

Folosirea vocabulei „conservator” nu ar trebui să inducă în eroare. Începând cu perioada interbelică, vocabularul politic a cunoscut modificări importante. Una dintre ele vizează sensul cuvântului „liberalism”, cu ajutorul căruia, în secolele al XVIII-lea și al XIX-lea, era desemnat „sistemul de principii” (B. Constant) ce constituia fondul filosofic al sistemului politic occidental, ideile sale regăsindu-se inclusiv și într-o anumită măsură în programele politice ale partidelor de stânga, începând cu Revoluția de la 1848 din Europa. Totuși, între cele două războaie mondiale, înțelesul lui originar s-a modificat mai ales în Statele Unite, acolo unde, Partidul Democrat, devenit adăpost al social-democrației moderne, în accepțiunea europeană a termenului, s-a autointitulat liberal, ceea ce a făcut ca ideile vechiului și veritabilului liberalism să își găsească refugiu în Partidul Republican, autodenumit conservator. Ceva oarecum similar s-a întâmplat în Marea Britanie, cu Partidul Conservator, în special atât timp cât biroul de pe Downing Street 10 se afla în custodia liderului acestuia, Margaret Thatcher, unul dintre foarte puținii lideri politici ai lumii familiarizați cu operele lui Karl Popper, Friedrich Hayek sau Milton Friedman, ultimii doi, considerați, în mod indiscutabil, cei mai importanți și influenți gânditori liberali din secolul precedent³. Astfel, dacă ținem cont de sensul primordial al

¹ O descriere succintă, deși nu neapărat foarte obiectivă, a condițiilor care au condus la victoria republicanului Ronald Reagan în 1980 poate fi găsită în Albert Michel, *Capitalismo contra capitalismo*, Ediciones Paidós, Barcelona, 1992.

² Expresia „revoluție conservatoare” dă titlul unei cărți scrise de Guy Sorman, la începutul anilor 1980, o lucrare ce explică sintetic contextul câștigării alegerilor prezidențiale de Ronald Reagan și primele reforme, de sorginte liberală, aplicate într-o țară cucerită de etatism, după nenumărați ani de extindere a sectorului public. Pentru detalii, a se consulta Sorman, Guy, *Revolution conservatrice américaine*, Librairie Arthème Fayard, Paris, 1983.

³ Faptul că liderul Partidului Conservator din Anglia și prim-ministrul țării între 1979 și 1990, Margaret Thatcher era familiarizată cu lecturile marilor figuri ale liberalismului, inclusiv că înțelegea influența

cuvântului „liberal”, nu de cel pervertit de marketingul politic (în special) postbelic, revoluția săvârșită de Reagan și Thatcher, în mandate care s-au suprapus aproape perfect, poate fi considerată cu adevărat liberală, cu mențiunea că, în ultimă instanță, ideea de revoluție venea în contradicție cu preferințele ușor conservatoare ale celor doi lideri politici⁴, liberalismul preferând întotdeauna reformele graduale, capabile să restrângă sfera de acțiune a Leviathanului și să o extindă pe cea a individului.

În Statele Unite ale Americii, politicile economice esențialmente liberale aplicate în timpul celor două mandate ale lui Ronald Reagan, între anii 1981 și 1989, se bazau pe ceea ce istoria ideilor avea să rețină sub sintagma de *supply-side economics*⁵, plecând de la concepțiile formulate cu câțiva ani înainte de intelectuali precum Jude Wanniski⁶, George Gilder⁷ sau Arthur Laffer, autorul celebrei curbe cu același nume⁸ și, devenit, ulterior un susținător al politicilor lui Donald Trump, în primul său mandat. Ronald Reagan înțelegea logica liberalismului, care, în planul activității economice, avea corespondent în extinderea ariei de operare a pieței libere. Avusese ocazia să îl întâlnească pe F. Hayek, „unul dintre cei mai admirați dintre economiștii pe care îi cunosc”⁹, iar din pleiada de intelectuali care îl sfătuiau, cel mai important era, fără îndoială, M. Friedman. După propriile mărturisiri, era la curent atât cu elementele concrete ale filosofiei din spatele doctrinei *supply-side economics* și avea o înțelegere clară asupra consecințelor ei în planul politicii economice, fiind un adept liberei întreprinderi, nu al planificării guvernamentale¹⁰, al liberului schimb, nu al naționalismului economic, denumit destul de impropriu protecționism, după cum înțelegea rolul prețurilor libere, al libertății consumatorului și al concurenței neîngrădite. *The Great Communicator*, după cum îl denumea mass-media nord-americană, credea într-o creștere economică neinflaționistă, în efectul pozitiv al impozitării moderate, al restrângerii cheltuielilor guvernamentale, al dereglementării, în privatizarea marilor companii publice, în esență, în „rolul limitat al

exercitată de unul dintre părinții liberalismului, Adam Smith, asupra unor intelectuali ca F. Hayek și M. Friedman, reiese clar din evocările autobiografice ale „Doamnei de Fier”. Pentru detalii suplimentare, a se consulta Thatcher, Margaret, *The Path to Power*, HarperCollins Publishers, New York, 1995 și Thatcher, Margaret, *Downing Street Years*, HarperCollins Publishers, New York, 1993.

⁴ Hayek face o diferențiere între liberalism și conservatorism, în celebrul post-scriptum al *Constituției libertății*, cartea des invocată de Margaret Thatcher. Pentru detalii, a se consulta Hayek, Friedrich, *Constituția libertății*, Institutul European, Iași, 1998.

⁵ Pentru a înțelege mai bine sensul acestei sintagme, a se citi, spre exemplu, Fink, Richard H., ed., *Supply-Side Economics: A Critical Appraisal*, Frederick, Md.: University Publications of America, 1982 și Roberts, Paul Craig, *The Supply-Side Revolution: An Insider's Account of Policymaking in Washington*, Harvard University Press, Cambridge, 1984, deși literatura de specialitate abundă în referințe bibliografice.

⁶ A se consulta, de pildă, Wanniski, Jude, *The Way the World Works. How Economies Fail and Succeed*, Basic Books Inc. Publishers, New York, 1978.

⁷ A se consulta cea mai importantă lucrare a acestuia, mai precis Gilder, George, *Wealth and Poverty*, Basic Books Inc. Publishers, New York, 1981.

⁸ Arthur Laffer își expune în 1976 ideea întruchipată ulterior în așa-zisa curbă Laffer, care oferea argumente în favoarea reducerii presiunii fiscale, ca mijloc de stimulare a producției. A se consulta Laffer, Arthur, Seymour Jan P., *The Economics of the Tax Revolt: A Reader*, co-authored with, Harcourt Brace Jovanovich, Inc., San Diego, 1976. O expunere sintetică, cu anumite nuanțe critice, a curbei Laffer, poate fi găsită în Mursa, Gabriel, *Intervenționismul fiscal. O analiză economică a impozitării*, Liberalis, 2020.

⁹ Reagan, Donald, *The Reagan Diaries*, HarperCollins, New York, 2007, p. 198.

¹⁰ Spre exemplu, Reagan, Ronald, *An American Life*, Simon and Schuster, New York, 1990, p. 231.

guvernului în viața economică” și în politici „orientate spre piața liberă”¹¹. Nu în ultimul rând, Reagan era un adversar înverșunat al Blocului estic, al tiranilor din toată lumea, un președinte dispus să înarmeze Statele Unite până în punctul în care ele se vor dovedi capabile să elimine multe din regimurile dictatoriale ale lumii, un Război Rece încheiat în 1989, prin dărâmarea Zidului Berlinului. Evident, politicile aplicate în timpul mandatelor sale nu s-au bucurat de un succes deplin¹², datele privind deficitul bugetar și propriile mărturisiri reprezentând dovezi că lucrurile n-au mers așa cum el și-ar fi dorit. Cu toate acestea, cele două mandate ale sale de la Casa Albă, plus cei aproape doisprezece ani ai Doamnei de Fier în fruntea guvernului britanic, arată că liberalismul nu constituie un simplu set de principii abstracte, complet rupte de realitatea economică, politică și socială imediată. Politicile de liberalizare a economiei occidentale din anii 1980-1990, în măsura în care au existat, inclusiv de tranziție la capitalism din anii 1990, în Europa de Est, aveau ca model practicile urmate de R. Reagan și M. Thatcher.

Așadar, Donald Trump a avut și are un model liberal în propriul partid și în propria țară, aplicat în timpul guvernării republicane din anii 1980, una văzută ca reper în istoria recentă a liberalismului. Toată aceste argumente nu ar trebuie să conducă la concluzia că actualul președinte american ar întruchipa tiparul perfect al antiliberalismului sau al stângismului. În mod evident, lucrurile nu stau așa. Trumpismul nu înseamnă corectitudine politică, *soft* sau *hard socialism*, inginerism social pe scară largă, etatism neîngrădit. Trumpismul nu înseamnă nici liberalism, nici socialism, ci mercantilism, adică o însăilare oportunistă de idei, menite să justifice aproape orice, în funcție de deținătorii vremelnici ai puterii de la Casa Albă, adică „adaptări din mers”, în funcție de situații, fără a urma un sistem coerent de principii. Aparent, el poate fi perceput ca politician liberal (din nou, în sensul european al cuvântului), intențiile lui de a reduce presiunea fiscală, nivelul cheltuielilor guvernamentale, de a pune în discuție mai mult decât dubioasele politici de mediu, de a reduce schema supraîncărcată de personal a sectorului public reprezentând argumente destul de bune din această perspectivă. Pe de altă parte, viziunea lui, îmbrățișată de o bună parte a republicanilor, grupați mai ales în M.A.G.A., cu un slogan copiat după campania lui R. Reagan din 1980, denotă o „filosofie” îndepărtată de cea specifică societății deschise, în esență, liberală, așa cum o descriu de-a lungul timpului A. Smith, F. Hayek sau K. Popper. Mercantilismul trumpist reiese clar în sfera politicii externe, acolo unde idealul liber-schimbist al lui Reagan este înlocuit cu naționalismul, „suveranismul”, izolaționismul și protecționismul, trădând, mai curând, o concepție despre lume fondată pe tensiune, conflict, decât una pe cooperare, așa cum prescrie terapia liberală. Faptul aparent că apără interesele muncitorilor americani, în dauna celor străini, atunci când îi invită pe unii conaționali la Casa Albă pentru a fi martorii semnării unor decrete ce includ creșteri semnificative de taxe vamale, cu scopul protejării locurilor de muncă indigene, printr-o logică știută doar de el și de consilierii lui, denotă dacă nu rea credință, atunci lipsă de cunoaștere a

¹¹ A se consulta capitolul „La recuperación económica de los Estados Unidos” din lucrarea *El milagro económico: mito o realidad?*, Centro de Estudios Sociales, Guatemala, 1987, editată de Juan Bendfeldt. De fapt, capitolul respectiv reprezintă „Raportul economic al președintelui Statelor Unite ale Americii”, prezentat în Congres pe 29 ianuarie 1987.

¹² Cea mai la îndemână critică la adresa politicilor de tip *supply-side economics*, care, totuși, trebuie luată cu precauție, venind de la un keynesian, se găsește în Krugman Paul, *Vendieno prosperidad: Sensatez e insensatez económica en una era de expectativas limitadas*, Editorial Planeta, Barcelona, 2013.

sistemului de principii liberale; sau, destul de posibil, un oportunism cras, dacă nu cumva interese de grup bine finanțate, toate făcând parte din arsenalul mercantilist al antiliberalismului. Mai mult decât atât, prin comparație cu prietenii veritabili ai liberalismului, comportamentul președintelui Trump trădează o mefiență funciară în metoda democratică a consultării, a discuțiilor și a soluțiilor de grup, a reflecției îndelung deliberate, și o preferință excesivă pentru latura „executivă” a soluționării problemelor, prin ordin, decret, fără prea multe dezbateri, sursă nefericită a nenumăratelor lui „suciri”. Dacă mai adăugăm aici o anumită simpatie pentru lideri politici autoritari (Putin) sau pentru veritabili dictatori (Kim Jong-un), avem motive să credem că idealul democratic al separației puterilor nu îi stârnește prea multă admirație.

În fapt, trumpismul nici nu își dorește sincer asocierea cu liberalismului, ci se vrea a fi o paletă largă de idei, utilizabile și aplicabile în funcție de forța împrejurărilor. În realitate, trumpismul reprezintă o narațiune emoțională ambalată mediatic, una despre seducție, populism, oportunism în politică, de detestare a principiilor care, pe termen lung, stau la baza societății libere. Din acest punct de vedere, trumpismul poate fi la fel de nociv ca progresismul tot mai lipsit de bun-simț al stângii americane.

Discursul economic populist al lui Donald Trump

În cele ce urmează ne vom concentra cercetarea pe unul dintre cele mai mediatizate discursuri din 2025 ale lui Donald Trump, discursul inaugural¹³, rostit pe 20 ianuarie, la preluarea celui de-al doilea mandat de președinte al SUA. Scopul analizei retorice a acestui discurs este acela de a observa modul în care, folosind strategii persuasive populiste, menite să influențeze emoțional publicul, sunt comunicate concepțiile sale economice. Altfel spus, vom urmări transformarea ideilor economice pe care se bazează filosofia politică a lui D. Trump, în narațiuni care produc emoții, cu scopul de a convinge cu mai multă ușurință audiența. Programul său politic, atât în mandatul anterior, cât și în acest mandat, conține o importantă componentă economico-socială, care, însă, așa cum explicam anterior, nu este revendicată de o situație doctrinară clară. „Una dintre caracteristicile doctrinei lui Trump este «ambiguitatea strategică», în special în timpul alegerilor, atunci când viziunile sale se schimbau de la o oră la alta”¹⁴.

Plecând de la definiția dată de Aristotel persuasiunii – „acea facultate de a sesiza, în orice situație, mijloacele existente pentru a convinge”, care devine mult mai eficientă atunci când se bazează pe „temeiuri comune” existente între vorbitor (sursă) și audiență (receptori), și radiografiind alte câteva definiții ale unor profesori de teoria comunicării, precum Winston Brembeck, William Howell (1952) și Wallace Fotheringham (1966) ori cea a teoreticianului Kenneth Burke (1970), Charles U. Larson, profesor de comunicare politică și publicitate la Universitatea din Minnesota, a extins-o, punând accent, în mod egal, atât pe sursă, cât și pe mesaj și receptor. Potrivit lui Larson, „persuasiunea este crearea împreună a unei stări de identificare între sursă și receptor, ca urmare a utilizării simbolurilor”¹⁵. Or, liderii politici

¹³ [Inaugural Address | The American Presidency Project](#).

¹⁴ Atiqullah Matin, Mohammad Ekram Yawarp, „Donald Trump: International Economics and Economic Globalization”, *EuroGlobal Journal of Linguistics and Language Education*, 2025, p.13.

¹⁵ Charles U. Larson, *Persuasiunea. Receptare și responsabilitate*, Editura Polirom, Iași, 2003, p. 26.

populiști acordă simbolurilor o importanță deosebită în discursul lor, tocmai pentru că îi ajută să rezoneze emoțional cu propriul electorat.

Definit de teoreticieni precum Cas Mudde¹⁶ drept „un set de credințe sau idei”, conceptul de populism a fost reinterpretat, într-un volum recent, de Théo Aiolfi, care, abordându-l dintr-o perspectivă multidisciplinară, l-a explicat ca fiind „un repertoriu de practici performante, care pot fi mobilizate strategic de orice actor politic, pentru a-și transmite agenda ideologică”¹⁷. Așadar, susține Aiolfi, populismul nu poate fi identificat în ceea ce spun politicieni precum Trump, ci în felul în care articulează discursul, în alegerea limbajului, în forma comunicării. Nu este „un set fix de idei”, ci „o formă care poate modela și poate fi modelată de orice set de idei”. Această perspectivă se suprapune, într-o anumită măsură, pe abordarea din perspectiva științelor comunicării, axată pe felul în care este comunicat populismul, ca mod de a construi realitatea socială prin stil discursiv, emoție și mediatizare.

În logica lui Aiolfi, Trump este un actor, un „performer”, care folosește un mod de comunicare teatral, mulat pe așteptările, valorile și principiile personale ale celor cărora li se adresează, stimulându-le în permanență latura emoțională. Această aserțiune este justificată. Intervențiile publice ale președintelui american permit identificarea unor elemente de *performance*, a unui limbaj de „show-man”, care include particularități ale culturii de divertisment, în special ale emisiunilor de tip „reality-show”, „punând accent pe dramatizare, efect emoțional și spectacol”¹⁸. În ce privește mesajul pe care un comunicator populist precum Trump îl transmite, acesta ține mai degrabă de o strategie discursivă. Stilul său de a comunica este fluid, adaptat în permanență contextului, situației, astfel încât să-și poată promova agenda. Fie că este vorba despre adresările oficiale, despre interviurile acordate unor jurnaliști sau influenceri ori despre intervențiile pe diferite canale media, retorica sa include trei componente principale: populismul naționalist economic, discursul anti-establishment și cel anti-globalizare. Aceste trei componente, cărora li se adaugă strategiile media, care au rolul de a potența mesajul, întregesc filosofia politică asociată președintelui SUA, adică ceea ce în spațiul doctrinelor politice actuale este consacrat sub denumirea de *trumpism*.

Președintele american în funcție folosește strategic stilul populist¹⁹ pentru a-și modela o imagine de lider absolut, capabil să rezolve crizele prin care societatea americană și întreaga lume trece. „Trump are nevoie de acest simț al melodramei pentru a aduce în prim-plan urgența agendei sale politice”²⁰.

Narațiune, emoție, persuasiune

În celebra sa teorie narativă, Walter Fisher subliniază că, privit ca narațiune, discursul conține trei elemente esențiale: acțiunile simbolice și semnificația acestora, contextul istoric, situațional ori biografic, precum și faptul că alte narațiuni cunoscute de public influențează sensul și valoarea narațiunii în cauză. Fisher susține, spre exemplu, că succesul discursiv al

¹⁶ Cas Mudde, *Populism: a very short introduction*, Oxford University Press, 2017.

¹⁷ Théo Aiolfi, *The Populist style. Trump, le Pen and Performances of the Far Right*, Edinburgh University Press, 2025, p.5.

¹⁸ Stefan L. Brandt, „Donald Trump, the Reality Show: Populism as Performance and Spectacle”, *Literaturwiss Linguistik*, 2020, [Donald Trump, the Reality Show: Populism as Performance and Spectacle | Zeitschrift für Literaturwissenschaft und Linguistik](#), p. 318 (accesat pe 20 octombrie 2025).

¹⁹ Théo Aiolfi, *op. cit.*, p. 210.

²⁰ Stefan L. Brandt, *op. cit.*, p. 317.

președintelui Ronald Reagan, considerat un comunicator strălucit, nu se explică prin estetica retoricii sale, nici prin puterea argumentelor ori prin relevanță, ci prin faptul că povestea pe care a propus-o propriului electorat s-a bazat pe istoria națiunii, a inclus valorile „visului american”. Altfel spus, a făcut apel la emoție și la acele „temeiuri comune” invocate de Aristotel. „Retorica lui Reagan era cea a adevăratului povestitor: era presărată cu narațiuni; nu era instrumentală în mod obișnuit, deoarece invita la participare într-o poveste prezentată oral”²¹.

Pentru politicienii populiști, narațiunea este unul dintre instrumentele nu doar utile (prin potențialul de a genera emoție și, implicit, adeziune populară), ci mai ales necesare, prin acest concept înțelegând „o formă particulară de discurs, care face mai mult decât să descrie realitatea; narațiunile sugerează, prin tipare lingvistice, cum ar trebui să fie realitatea”²². Narațiunile au capacitatea de a integra un fapt relatabil, ceva ce poate fi povestit. Iar pentru ca o poveste să fie bună, ea trebuie să aibă o intrigă care explică de ce are loc schimbarea și dă sens schimbării prin intermediul personajelor. „Populismul ține mai puțin de idei mărețe și mai mult de țeserea unei povești bune care conține eroi, ticăloși și intrigi promițătoare de schimbare”²³. Narațiunile populiste reușesc să lege emoțiile de probleme politice complexe.

Din perspectiva sociologiei emoțiilor, narațiunea utilizată în discursul inaugural al lui Donald Trump vizează atât emoțiile primare - bucuria, tristețea, frica, mânia, surpriza, dezgustul -, cât și emoțiile secundare, cele care apar după estomparea emoțiilor de bază - mândria, ura, curajul, încrederea, speranța. De pildă, tema migranților, folosită și în campania electorală, dar și în discursurile de după preluarea mandatului, are rolul de a induce dezgustul și frica față de aceștia, soluțiile economice radicale propuse au rolul de a genera încredere, iar leitmotivul excepționalismului american pe acela de a stimula mândria națională. Cristiano Gianolla identifică, în retorica electorală din 2024 al lui Donald Trump, patru teme majore, pe care, luând în calcul emoțiile pe care le creează în rândul receptorilor, le denumește „structuri profunde” - succesul, națiunea, securitatea și Trump însuși (ca erou). În subsidiar, același autor identifică alte câteva „structuri de suprafață”, precum migrația, declinul economic, incompetența guvernamentală, dezordinea internațională. Aceste teme se regăsesc și în discursul inaugural.

Structurile profunde sunt văzute de populație, de receptorii discursului, ca factori de protecție, în timp ce structurile de suprafață sunt percepute ca amenințătoare. Prin urmare, „narațiunea emoțională include furie, frică, dezgust, tristețe, curaj, mândrie, iubire, încredere și speranță. Evaluarea situației sociopolitice actuale generează frică”²⁴.

Economia, ca narațiune emoțională

Recurgând la metoda analizei retorice a discursului inaugural al lui Donald Trump, am urmărit identificarea mijloacelor de persuasiune și influențare emoțională prin intermediul narațiunii economice la care politicianul face apel: figuri de stil (în special metafora și

²¹ Walter R. Fischer, *Human Communication as Narration: Toward a Philosophy of Reason, Value, and Action*, University of South Carolina Press, 1987, p. 147.

²² Johan Nordensvard; Markus Ketola, „Populism as an act of storytelling: analyzing the climate change narratives of Donald Trump and Greta Thunberg as populist truth-tellers”, *Environmental Politics*, 2021, p. 3.

²³ Ibidem.

²⁴ Cristiano Gianolla, „Emotion narratives of Trump and Harris disputing US political culture in the 2024 electoral campaign”, *Emotions and Society*, Vol. XX, Nr. XX, 1–10, p. 4.

hiperbola) care fac apel la emoție (pathos), recursul la istoria țării și la mituri naționale, personalizarea mesajului (atotputernicia lui Trump), repetiția (repetarea mesajelor-cheie), tonul urgent, „nuanțele mesianice”²⁵. Am urmărit de asemenea, „victimizarea economică”, construcție inedită, propusă și analizată într-un studiu²⁶ din 2025 și care, așa cum arată autoarea, a fost gândită strategic de Trump în acest discurs inaugural, pentru a justifica revendicarea „prejudiciilor financiare prelungite aduse națiunii și pentru a anunța răzburarea împotriva celor percepuți ca agresori”.

Trump încearcă să fructifice și parte din acele elemente specifice discursului președintelui Ronald Reagan care au convins, în anii '80, publicul american – trimite la valorile conservatoare, supralicitează mitul fondator al Americii, face apel la nostalgie, construindu-și narațiunea prin frecvente referințe istorice și uzând de metafora „visului american”, care, sub administrarea sa, poate fi revigorat. Magnetismul „visului american” pierdut, pe care președintele SUA se angajează să-l reînsuflețească, reprezintă mobilul retoricii în jurul căreia întreaga națiune este chemată și care promite reîmbogățirea țării și bunăstarea „cetățenilor americani magnifici”.

Figurile de stil sunt identificabile la nivelul întregului discurs. Metaforele „Epoca de Aur” a Americii ori „țara noastră va înflori” sugerează ideea unei prosperități economice iminente, „aurul lichid” – cunoscuta metaforă americană pentru „petrol” - este utilizată ca un marker al bunăstării imediate. Complexul proces de reechilibrare economică este simplificat prin folosirea acestor metafore care produc emoție. Hiperbolele, utilizate intenționat abuziv în discursul inaugural și devenite o marcă a retoricii politice a lui Trump, intensifică efectul narațiunii emoționale și subliniază rolul președintelui-salvator: „America va fi în curând mai mare, mai puternică și mult mai excepțională ca niciodată”, „încrederea și mândria cresc ca niciodată”, „succes neîncetat”, „vom umple rezervele noastre strategice din nou până la vârf”, „vor fi sume masive de bani care se vor revărsa în trezoreria noastră”, „visul american se va întoarce în curând și va prospera ca niciodată”.

Recursul la istoria țării și la miturile naționale stimulează sentimentul de apartenență la cea mai puternică și prosperă națiune. Astfel de referințe au rol mobilizator și unificator în rândul audienței: „Libertățile noastre și destinul glorios al națiunii noastre nu vor mai fi negate”, „America va fi din nou o națiune manufacturieră și avem ceva ce nicio altă națiune manufacturieră nu va avea vreodată, cea mai mare cantitate de petrol și gaze din orice țară de pe pământ, și o vom folosi”; „Vom fi din nou o națiune bogată și acel aur lichid de sub picioarele noastre va ajuta să facem acest lucru”; „Vom construi din nou automobile în America într-un ritm pe care nimeni nu l-ar fi putut visa cu doar câțiva ani în urmă”; „este timpul să acționăm din nou cu curaj, vigoare și vitalitatea celei mai mari civilizații din istorie”; „Statele Unite se vor considera din nou o națiune în creștere, una care ne crește bogăția, ne extinde teritoriul, ne construiește orașele, ne crește așteptările și ne duce steagul în orizonturi noi și frumoase”, „Americani sunt exploratori, constructori, inovatori, antreprenori și pionieri. Spiritul frontierei este scris în inimile noastre”, „Strămoșii noștri americani au transformat un mic grup de colonii

²⁵ Sintagma aparține cercetătoarei Ellina Tsykhovska, autoarea studiului „The 2025 inaugural address of Donald Trump as a tool of political public relations: Rhetorical strategies of persuasion”, publicat în 2025 în *Current Issues of Mass Communication*, 38, pp. 08–17.

²⁶ Marianna Patrona, „From Victim to Avenger: Trump’s Performance of Strategic Victimhood and the Waging of Global TradeWar”, *Journalism and Media*, 6(3), 134, 2025, p. 2.

de la marginea unui vast continent într-o republică puternică a celor mai extraordinari cetățeni de pe Pământ”.

Intens folosite în discursul inaugural, repetițiile au rolul de a fixa anumite idei²⁷ în mintea publicului, creează un ritm și dau senzația unei rezolvări rapide a situației: „vom lucra”, „vom scădea prețurile”, „vom umple rezervele strategice”, „vom fi din nou o națiune bogată”, „vom construi din nou automobile în America”. Mesajul-cheie, repetat în introducerea și în finalul discursului – „Epoca de Aur a Americii începe chiar acum” și „Epoca noastră de Aur abia a început” - marchează, de fapt, începutul și finalul narațiunii economice care constituie firul roșu al acestui discurs.

Tonul urgent creează tensiune, conferă dramatism și are rol stimulatv pentru public. Este un mecanism de persuasiune utilizat strategic de Trump în majoritatea intervențiilor publice și mai cu seamă în discursul inaugural. Măsurile sunt anunțate cu fermitate, soluțiile sunt radicale și trebuie adoptate fără întârziere: „Din această zi, țara noastră va înflori și va fi respectată din nou în întreaga lume”; „Criza inflației a fost cauzată de cheltuielile excesive masive și de creșterea prețurilor la energie, de aceea astăzi voi declara și o urgență energetică națională”, „vom pune capăt Green New Deal și vom revoca mandatul vehiculelor electrice, salvând industria noastră auto”, „vom construi din nou cea mai puternică armată pe care lumea a văzut-o vreodată”, „Voi lupta pentru voi și voi câștiga pentru voi. Vom câștiga ca niciodată.”

„Nuanțele mesianice” accentuează retorica emoțională. Bunăstarea viitoare a țării, economia performantă, locurile de muncă, posibilitatea de achiziționa mașini de orice fel, sisteme optime de educație și sănătate - toate vor fi posibile de îndată, pentru că există președintele-salvator: „Din acest moment declinul Americii s-a încheiat”, „Am fost mântuit de Dumnezeu pentru a face America măreață din nou”.

„Victimizarea economică” face parte din constructul discursului și este cheia emoțională a justificării unor măsuri economice care vor crea controverse la nivel extern, dar pentru care trebuie obțină susținere internă tocmai prin stimularea emoțiilor publicului american, sensibil la trecutul glorios al Americii. Președintele american insinuează astfel și ideea „națiunii-victimă” – națiunea americană, care a fost mereu empatică, protectoare, generoasă, pe când celelalte națiuni n-au făcut altceva decât să profite economic de această generozitate: „Voi începe imediat revizuirea sistemului nostru comercial pentru a proteja lucrătorii și familiile americane. În loc să ne impozităm cetățenii pentru a îmbogăți alte țări, vom tarifa și impozita țările străine pentru a ne îmbogăți cetățenii. În acest scop, înființăm Serviciul de Venituri Externe pentru a colecta toate tarifele, taxele și veniturile. Vor fi sume masive de bani care se vor revărsa în trezoreria noastră, provenind din surse străine. Visul american se va întoarce în curând și va prospera ca niciodată”.

Concluzii

Așteptările legate de cel de-al doilea mandat al lui Donald Trump au fost mari nu doar în planul politicilor publice, ci și în cel doctrinar, știindu-se faptul, că, în timp, clivajul dreapta-stânga a reprezentat un subiect de interes pentru experții în istoria ideilor economice, politice și sociale. Deși realegerea candidatului republican a creat mari așteptări în rândurile adeptilor

²⁷ Tito Dimas Atmawijaya, „Reclaiming the Narrative: A Critical Discourse Analysis of Donald Trump's 2024 Super Tuesday Campaign Speech”, *k@ta*, Vol. 26, Nr. 2, 2024, p. 95.

liberalismului, primele zece luni de mandat tind să arate că, în realitate, noul președinte american nu are afinități doctrinare, concentrându-și eforturile mai curând în zona discursului public, decât în cea a reformelor absolut necesare, el apelând mai degrabă la imaginea transmisă în rândurile electoratului, decât la măsurile de reformare reală a societății americane.

În discursul inaugural al lui Donald Trump, concepțiile care vor sta la baza măsurilor sale ulterioare de revitalizare economică sunt comunicate public sub forma unei narațiuni emoționale. Pentru a construi o poveste credibilă, care să sensibilizeze electoratul, să-l fidelizeze și să-l unifice în jurul ideilor sale, președintele american apelează la mecanisme specifice de persuasiune, dar și la simboluri importante pentru audiență, la mitul fondator al națiunii americane, la „visul american”, la ideea prosperității de altădată a SUA. Ambalate într-o strategie discursivă bine pusă la punct, acestea sunt întărite, accentuate, amplificate prin recursul permanent la retorica populistă. Nu este important dacă promisiunile de revigorare economică a țării vor fi sau nu puse în practică, dacă măsurile anunțate vor avea sau nu efectul scontat, dacă vor readuce, într-adevăr, bunăstare cetățenilor americani ori vor face țara măreață din nou; ele trebuie transmise, ca într-o incantație. Prin urmare, discursul inaugural capătă caracteristicile unui *performance* narativ, în care economia, „coloană vertebrală” a oricărei națiuni, joacă rolul de poveste-stimul pentru o audiență care percepe nostalgic gloria pierdută a Americii.

Bibliografie

Cărți

AIOLFI, Théo, *The Populist style. Trump, le Pen and Performances of the Far Right*, Edinburgh University Press, 2025.

ALBERT, Michel, *Capitalismo contra capitalismo*, Ediciones Paidós, Barcelona, 1992.

BENDFELDT, Juan (ed.), *El milagro economico: mito o realidad?*, Centro de Estudios Sociales, Guatemala, 1987.

FINK, Richard H. (ed.), *Supply-Side Economics: A Critical Appraisal*, Frederick, Md.: University Publications of America, 1982.

FISCHER, Walter R., *Human Communication as Narration: Toward a Philosophy of Reason, Value, and Action*, University of South Carolina Press, 1987.

GILDER, George, *Wealth and Poverty*, Basic Books, New York, 1981.

HAYEK, Friedrich, *Constituția libertății*, Institutul European, Iași, 1998.

KRUGMAN, Paul, *Vendieno prosperidad: Senzatez e insensatez económica en una era de expectativas limitadas*, Editorial Planeta, Barcelona, 2013.

LAFFER, Arthur, SEYMOUR Jan P., *The Economics of the Tax Revolt: A Reader*, Harcourt Brace Jovanovich, Inc., San Diego, 1976.

LARSON, Charles U., *Persuasiunea. Receptare și responsabilitate*, Editura Polirom, Iași, 2003.

McCLOSKEY, Deirdre, *The Rhetoric of Economics*, Uhe University of Wisconsin Press, 1998.

MUDDE, Cas, *Populism: a very short introduction*, Oxford University Press, 2017.

MURSA, Gabriel, *Intervenționismul fiscal. O analiză economică a impozitării*, Liberalis, 2020.

REAGAN, Ronald, *The Reagan Diaries*, HarperCollins, New York, 2007.

IDEM, *An American Life*, Simon and Schuster, New York, 1990.

ROBERTS, Paul Craig, *The Supply-Side Revolution: An Insider's Account of Policymaking in Washington*, Harvard University Press, Cambridge, 1984.

SORMAN, Guy, *Revolution conservatrice américaine*, Librairie Arthème Fayard, Paris, 1983.

THATCHER, Margaret, *The Path to Power*, HarperCollins Publishers, New York, 1995.

IDEM, *Downing Street Years*, HarperCollins Publishers, New York, 1993.

WANNISKI, Jude, *The Way the World Works. How Economies Fail and Succeed*, Basic Books Inc. Publishers, New York, 1978.

Resurse online

ATMAWIJAYA, Tito Dimas, „Reclaiming the Narrative: A Critical Discourse Analysis of Donald Trump's 2024 Super Tuesday Campaign Speech”, *k@ta*, Vol. 26, Nr. 2, 2024.

BRANDT, Stefan L., „Donald Trump, the Reality Show: Populism as Performance and Spectacle”, în *Literaturwiss Linguistik*, 2020, 50:303–321 .

GIANOLLA, Cristiano, „Emotion narratives of Trump and Harris disputing US political culture in the 2024 electoral campaign”, în *Emotions and Society*, Vol XX, Nr. XX, 1–10, 2025 Inaugural Address | The American Presidency Project.

MATIN, Atiqullah; EKRAM, Mohammad Yawarp, „Donald Trump: International Economics and Economic Globalization”, în *EuroGlobal Journal of Linguistics and Language Education*, 2025, DOI: 10.69760/egjle.2504001

NORDENSVARD, Johan; KETOLA, Markus, „Populism as an act of storytelling: analyzing the climate change narratives of Donald Trump and Greta Thunberg as populist truth-tellers”, în *Environmental Politics*, 2021, DOI: 10.1080/09644016.2021.1996818

PATRONA, Marianna, „From Victim to Avenger: Trump's Performance of Strategic Victimhood and the Waging of Global Trade War”, în *Journalism and Media*, 6(3), 134, 2025, <https://doi.org/10.3390/journalmedia6030134>

TSYKHOVSKA, Ellina, „The 2025 inaugural address of Donald Trump as a tool of political public relations: Rhetorical strategies of persuasion”, în *Current Issues of Mass Communication*, 38, 08–17, 2025, <https://doi.org/10.17721/CIMC.2025.38.08-17>.