ANADISS
REVISTA CENTRULUI DE CERCETARE ANALIZA DISCURSULUI
TEXT, DISCURS, COMUNICARE
Discursul mediatic
în campania electorală din România
2004
NR. 1 / 2006
Editura Universității Suceava

Revista ANADISS apare semestrial si este publicatia stiintifica
a Centrului de Cercetare *Analiza Discursului* (CADISS)
din cadrul Universitatii “Stefan cel Mare” Suceava

Comitetul onorific al ANADISS:
Maria CARPOV, Joseph COURTÉS, Philippe LANE,
Dominique MAINGUENEAU, Paul MICLAU, Marius SALA

Director:
Vasile DOSPINESCU

Director executiv:
Sanda-Maria ARDELEANU

Redactor-sef:
I. C. CORJAN

Secretar de redactie:
Cristina STANCIU

Comitetul de redactie:
Raluca BALATCHI, Ioana-Crina COROI, Evelina GRAUR,
Corina IFTIMIA, Nicoleta MOROSAN

Adresa redactiei:

Universitatea “Stefan cel Mare”,
Str. Universitatii, nr. 9, cam. 77, tel/fax: 0230-520316
720225 - Suceava, România

http: www.usv.ro
e-mail: cristinastratila@yahoo.fr
iccorjan@yahoo.fr

ANADISS

Nr. 1 / aprilie 2006

Acest numar cuprinde lucrarile
Seminarului International "Text, discurs, comunicare"
organizat de CADISS la Universitatea "Stefan cel Mare" Suceava
(23-25 martie 2006)

Coordonatori de proiect:

Prof. univ. dr. **Sanda-Maria ARDELEANU**
Prep. univ. drd. **Cristina STANCIU**

Editura Universitatii Suceava

Numarul 1 / aprilie 2006 al revistei ANADISS
apare cu sprijinul
Ministerului Educatiei, Cercetarii si Tineretului

Coperta si layout: I.C.Corjan
Copyright © CADISS
ISSN: 1842-0400

Tiparul: **ROF** Suceava

TABLE DES MATIÈRES / TABLE OF CONTENTS

Pourquoi ANADISS ? (Vasile Dospinescu) ……..…... 7
MAINGUENEAU, Dominique: **Les enjeux de l'Analyse du Discours** (conférence) ……..…….……...…….…. 11
APETRI, Iuliana: **Aspecte si niveluri ale comunicarii în discursul mediatic electoral** ……...….. 30
ARDELEANU, Sanda-Maria: **De l'éphémère du discours politique** ……...…..…. 43
BALATCHI, Raluca-Nicoleta: **La référence personnelle dans le discours politique: JEeux et enjeux** ……. 57
COROI, Ioana-Crina: **Approche des marques posturo-mimo-gestuelles dans le discours politique**…... 77
DOSPINESCU, Vasile: **Construction de l'image de soi ou intermittence de l'énonciateur: un modèle d'analyse d'un discours politique dans *Paroles de président – Jacques Chirac (1995-2203) et le discours présidentiel sous la Ve République* par Damon Mayaffre (2004)** ……..... 93
IFTIMIA, Corina: **Le profil politique de C. V. Tudor lors des élections présidentielles de 2004** ……..... 111
LINGURARU, Daniela: **Political talk: wearing a face or a mask?** …….…… 130
MOROSAN, Nicoleta Loredana: **Les enjeux d'un type de discours pour l'ethos d'un homme politique** …… 141
NAGY, Rodica: **Preliminarii la o analiza a textului / discursului** …….. 153
SOVEA, Mariana: **Construction de l'image présidentielle dans la campagne électorale 2004. Etude de cas: *Destinatia Cotroceni*, TVR1** ……..... 169
STANCIU, Cristina: **Un modèle de stratégie conversationnelle dans le débat électoral télévisé: *Destination Cotroceni*** …… 180
Compte rendu de la table ronde *«Texte, discours, communication»* (Corina Iftimia) …….. 197

Pourquoi ANADISS ?
Présentation
(Vasile DOSPINESCU)

…parce que le ***Centre de recherche de l'Analyse du Discours*** *de l'Université de Suceava (CADISS) a bien besoin de se présenter, de faire connaître et, à la rigueur, reconnaître ce que font la douzaine de linguistes et de littéraires francisants, roumanisants et anglicisants, très jeunes pour la plupart, et… doctorants, qui ont décidé de se pencher sur une discipline relativement aussi jeune et dynamique, domaine de recherche pluri, inter- et trans-disciplinaire, convoquant des savoirs qui ouvrent de très vastes horizons dans l'approche descriptive du discours, cet au-delà de la phrase, où nos certitudes épistémiques vacillent quand elles ne s'appuient plus sur la description d'un objet langue tourné dans le moule rassurant de la phrase; de cette phrase qui, elle, par ses limites tranchées, nous met à l'abri du monde autrement déstabilisé dans les discours, censés l'appréhender dans ses multiples manifestations, d'un sujet énonciateur porté par les jeux de langage: feinte énonciative, toutes sortes de masquages et détournements de parole en fonction de l'auditeur, jeu de mots, humour, altérations et contradictions, autant de manœuvres discursives qui nous attirent ou nous repoussent. Cet au-delà, le discours, qui commence avec la phrase et, le plus souvent, dépasse ses limites, est cette activité si spécifiquement et banalement humaine que nous exerçons avec tant de naturel mais qui donne le vertige quand on veut l'expliquer, en montrer le fonctionnement, en énumérer les règles et les mécanismes, en un mot quand on tente de l'appréhender dans son infinie complexité. Et je suppose que c'est précisément par goût du risque, de l'aventure, de l'exploration de territoires aux reliefs très divers, si changeants et ardus, que mes jeunes collègues ont choisi l'analyse du discours, ce discours dans lequel on retrouve l'homme avec sa langue, à travers le langage et dans sa culture. Car, hormis la compétence linguistique si minutieusement décrite par la grammaire de la langue, la compétence de communication est prodigieusement enrichie par la composante discursive, autre compétence qui assure la maîtrise des fonctionnements textuels – construction des différents types de textes, cohésion inter-*

phrastique, cohérence argumentative, narrative, stratégie persuasive, etc. – le tout subordonné à la thématique, à la situation d'énonciation et à l'histoire des co-énonciateurs. Il y a bien là de quoi se poser toujours et encore mille et une questions qui attendent des réponses nuancées et variées, des suggestions innovantes et des solutions pertinentes. Le domaine de l'analyse du discours est prometteur et attend de nouveaux concepts et des modèles de lecture / interprétation / production de discours, types et genres, avec, en outre, un intérêt toujours plus grand pour les formes de transmission des savoirs. L'analyse du discours est présente partout en Europe et outre-Atlantique, elle semble devoir se couler des jours heureux pendant encore de nombreuses années car elle a du pain sur la planche: elle est donc la bien venue dans l'Université de Suceava.

Le choix est bon, vient à point, l'équipe est prête à faire dans la "science", cette pratique socio-culturelle complexe régie par des normes et des règles parmi lesquelles la communication des résultats est le moment de la sanction – positive, espérons-le – qui clôt le parcours narratif du chercheur, l'aventure de la découverte.

C'est donc la revue ANADISS qui fera office de relais pour les membres du CADISS qui, à travers leurs «discours» scientifiques, construiront, afin de persuader les lecteurs, leur ethos de chercheurs sérieux, crédibles, convaincants, qui proposent des contenus vrais et prêts à servir.

Consacré au séminaire international ***Texte, Discours, Communication*** *(23-25 MARS 2006) animé par le professeur Dominique Maingueneau, un des grands spécialistes de l'A.D. française, le premier numéro d'ANADISS paraît plus tôt que prévu en raison d'échéances financières. Il se contente donc de présenter un aperçu des travaux du séminaire et des communications inaugurales sur le thème du discours politique électoral en Roumanie aux présidentielles de 2004.*

Cette première parution entend, en outre, signaler à la communauté scientifique l'existence, à l'Université de Suceava, d'un centre de recherche en analyse du discours (CADISS) avec l'espoir de susciter intérêt et curiosité, d'attirer des collaborateurs passionnés de l'A.D., qui viennent d'autres sciences que la linguistique.

Suceava, avril 2006

Les enjeux de l'Analyse du Discours

Dominique MAINGUENEAU

(Conférence à Suceava, le 23 mars 2006)

Tout d'abord, je voudrais faire une remarque sur ce qu'implique l'existence même de l'analyse du discours. Spontanément, on pense qu'au fil du temps on ajoute des disciplines les unes aux autres pour perfectionner le savoir : chaque fois qu'apparaîtraient des phénomènes nouveaux, on créerait une discipline nouvelle. En réalité, si l'analyse du discours existe, c'est parce qu'il s'est produit une reconfiguration du savoir. Certes, en un sens l'analyse du discours n'est pas une nouveauté absolue: avant elle, il existait d'autres massifs de savoir, comme la rhétorique ou la philologie, qui traitaient de phénomènes apparemment comparables. Depuis les Grecs antiques s'est constamment maintenue une distinction entre la grammaire et la logique, d'une part, et la rhétorique, d'autre part, qui considérait plutôt le langage comme action dirigée vers un public déterminé. Pour autant, on ne peut pas dire que l'analyse du discours se place dans la continuité de la rhétorique.

Ce qui s'est appelé peu à peu « analyse du discours » s'est développé à partir des années 1960. Le problème, c'est que chaque courant a tendance à fabriquer une histoire de l'analyse du discours à sa façon, à reconnaître les fondateurs qui lui conviennent. Certains, gênés par le fait de ne pas savoir à qui faire remonter l'analyse du discours, voient

dans Bakhtine une figure fondatrice. Mais Bakhtine était très peu connu au moment où l'analyse du discours est apparue ; c'est une construction *a posteriori*. En fait, l'analyse du discours est issue de la convergence de courants qui, au départ, s'ignoraient : des courants surtout anglo-saxons et français qui étaient indépendants les uns des autres et qui progressivement se sont rencontrés, finissant par ouvrir un espace de recherche commun dans les années 1980. En outre, l'analyse du discours s'est nourrie des courants pragmatiques, qui, comme l'analyse du discours d'ailleurs, ne sont pas des courants strictement linguistiques. Les auteurs de référence de la pragmatique ne sont pas nécessairement des linguistes, mais aussi des philosophes comme Grice, Searle, Austin, des anthropologues comme Bateson, des sociologues comme Goffman, etc. De même, l'analyse du discours c'est aussi des sociolinguistes, des sociologues, des philosophes comme Foucault, Pêcheux, des psychologues… Cette situation ambiguë de l'analyse du discours, qui se trouve dans les sciences du langage tout en étant placée à l'intersection de l'ensemble des sciences humaines et sociales, n'est pas sans poser de gros problèmes quand il s'agit de lui assigner un territoire.

Une autre particularité de l'analyse du discours est qu'elle unifie toutes les productions verbales, considérées dans leur pleine diversité. C'est la première fois dans l'histoire de l'humanité que tout ce qui se dit à l'oral, tout ce qui s'inscrit sur une feuille de papier, sur un mur ou sur un écran d'ordinateur, peut être appréhendé à travers un même réseau de concepts. La rhétorique grecque se limitait aux paroles dans des situations solennelles : elle n'avait pas la prétention d'étudier les énoncés ordinaires. Quant à la philologie, elle était fondamentalement liée à l'écrit, à la mémoire des peuples. Désormais, avec l'analyse du discours

les corpus les plus inattendus sont possibles Mais, étant donné l'infinie diversité des corpus susceptibles d'être étudiés, le fait de se donner tel corpus constitue déjà en soi une décision très lourde. De toute façon, on n'étudie qu'une infime partie de ce qui peut se dire : quand dans une conjoncture donnée on se concentre sur certains types d'objets plutôt que sur d'autres, c'est nécessairement symptomatique.

Si tout est possible en ce qui concerne les corpus, en revanche le chercheur est très contraint sur le plan épistémologique : plus il est libre et plus il est obligé d'être attentif à ce qu'il fait, de justifier l'ensemble de sa démarche. Une grande liberté en matière de choix des corpus va de pair avec une grande liberté au niveau des approches de ces corpus. Pour un philologue traditionnel qui étudie par exemple un texte en hittite, l'essentiel est de comprendre ce qui est écrit dans ce texte et à quoi il servait. En revanche, quelqu'un qui étudie une conversation contemporaine peut le faire de vingt manières différentes et avec des objectifs très divers ; il lui faut bien savoir dans quel cadre théorique et méthodologique il travaille et avec quelle finalité. Ce ne sont pas des *textes*, en fait, qu'il étudie, des totalités saisies dans leurs multiples dimensions, mais des *corpus* construits en fonction d'un point de vue nécessairement limité.

Une autre difficulté, bien connue celle-là, est que la notion de « discours » est très confuse. En anglais *discourse* est plutôt orienté vers l'interaction orale, tandis qu'en France ce terme prend facilement un sens presque philosophique. Si l'on entend par « discours » seulement des unités transphrastiques saisies en contexte, c'est une notion très pauvre : tout est discours. Le vrai problème est plutôt de savoir *de quel point de vue* on étudie ce discours, quel est l'intérêt du chercheur. Personnellement, je fais une distinction entre l' « analyse du discours » comme discipline et « les études

de discours » qui regroupent diverses disciplines, dont l'analyse du discours.

Qu'est-ce qui caractérise l'analyse du discours comme discipline ? A mon sens, l'intérêt qui la gouverne est d'envisager non pas tel type de texte, non pas tel type de situation de communication, mais le mouvement même qui les lie l'un à l'autre, le dispositif d'énonciation qui fait que ce type de texte est le type de texte de cette situation, et que cette situation n'est telle que de rendre possible ce type de texte et pas d'autres. Il y a là quelque chose d'à la fois évident et de mystérieux . Qu'est-ce qu'un hôpital, par exemple, sinon à la fois un lieu où sont produits des textes et un lieu qui n'existe que par ces textes ? C'est un apport important de Michel Foucault que d'avoir montré que l'hôpital moderne, par exemple, ne fait qu'un avec l'instauration de certaines pratiques discursives qu'il rend possibles et qui en sont aussi la condition.

L'analyse du discours s'intéresse à cette connexion mystérieuse entre des lieux et des situations. Beaucoup de linguistes, en particulier britanniques, pensent cela en termes de «fonction»: dans cette perspective, un texte est ce qu'il est parce qu'il a une certaine fonction, qui expliquerait sa structure. Pour ma part, je ne crois pas que les textes ont des fonctions bien claires : les textes existent, et leur fonction relève plutôt d'une interprétation.

La caractérisation de « l'intérêt » qui gouverne l'analyse du discours, toute minimale qu'elle soit, explique qu'un analyste du discours ait des objets préférentiels, qui sont différents par exemple de ceux que privilégie l'« analyse conversationnelle ». Dans le cas de la conversation spontanée on assiste à un travail dynamique de co-construction des cadres de référence ; en revanche, l'analyse du discours privilégie les corpus où les participants sont les ministres,

les interprètes de rôles déjà stabilisés : c'est ce qu'implique la notion même de genre de discours. Dans une conversation spontanée, l'important est moins le rapport à une situation que les relations entre les interactants : un genre de discours d'hôpital tenu hors de l'hôpital n'a aucun sens, mais pour une conversation entre amis, que vous la fassiez à l'hôpital, dans un couloir à l'université ou chez vous, cela ne changera pas grand chose.

Si l'analyse du discours a une prédilection pour les formes institutionnelles de la communication, cela ne veut pas dire qu'il n'est pas question pour elle d'utiliser l'analyse conversationnelle : quand on travaille sur un débat à la télévision, par exemple, on utilise les concepts et des méthodes de l'analyse conversationnelle, mais ils sont intégrés dans une modélisation d'un autre ordre. Réciproquement, quelqu'un qui travaille sur la conversation peut utiliser les concepts de l'analyse du discours, qui seront alors dominés par les concepts et les objectifs qui sont ceux de l'analyse conversationnelle.

Mais il y a d'autres disciplines du discours que l'analyse du discours. C'est le cas par exemple de « l'analyse critique du discours » ou de bien des travaux sur l'argumentation. Peut-être même la traductologie en fait-elle partie elle aussi. Ce qu'on appelle traduction, en effet, est une activité fondamentalement discursive. Certes, la linguistique de la langue est massivement impliquée dans la traduction, mais elle est dominée par d'autres considérations : on traduit toujours des textes en fonction des normes de traduction qui sont relatives à une situation donnée.

Bref, dans le champ du discours il y a un certain nombre de disciplines, dont l'analyse du discours, qui met l'accent sur l'intrication entre texte et situation, pour qui il n'est pas de situation qui soit pensée hors du texte et pas de

texte hors de la situation dont elle participe. C'est une discipline exigeante car on est tout le temps tenté de basculer soit dans l'analyse textuelle, soit dans l'analyse sociologique. Il y a beaucoup de travaux qui disent être de l'analyse du discours mais qui sont en fait de la linguistique textuelle ; l'étude de l'anaphore, par exemple, n'est pas *a priori* de la compétence de l'analyse du discours, sauf si on l'intègre à une problématique des genres de discours. En revanche, un chercheur en analyse du discours ne peut pas comprendre ce que c'est qu'un texte s'il ne s'appuie pas sur l'anaphore.

Le champ des études de discours apparaît, de prime abord, quelque peu chaotique, et c'est le moins qu'on puisse dire. Mais il faut relativiser cette première impression. On peut envisager deux positions extrêmes : une position qu'on pourrait dire libérale, qui consiste à dire : « faites ce que vous voulez », et une position contraire qui affirme : « toute recherche doit s'inscrire dans une discipline précise ». Je me rappelle à ce propos un débat avec un collègue britannique. Il soutenait que les disciplines n'ont aucune importance, que chacun doit faire ce qui lui plaît, sans se demander de quel espace de savoir peut bien relever sa recherche. Pourtant, on constate que ce même chercheur fait à peu près la même chose que ses collègues... Dès qu'on lit un article d'analyse du discours on se rend vite compte de quelle tendance il relève. Dans la pratique, en effet, on ne peut pas travailler sur des données verbales si on n'a pas un cadre théorique, explicite ou non. Sans doute chacun peut-il croire qu'il fait ce qu'il veut, mais la logique fondamentalement coopérative de l'activité scientifique condamne cette croyance à être largement illusoire. Pour ma part, je cherche une position moyenne : même si le champ du discours est structuré par

des disciplines, il existe un certain nombre de travaux très intéressants qui ne relèvent pas d'une discipline.

Beaucoup de gens croient que les disciplines sont de purs découpages administratifs. En réalité, il ne faut pas confondre les disciplines de recherche et les disciplines institutionnelles. Certaines disciplines institutionnelles n'ont pas d'existence pour la recherche. Par exemple, ce qu'on appelle en France « la communication » ne correspond pas à une discipline de recherche mais à plusieurs : il y a des linguistes, des sociologues, des sémioticiens, etc. De même, ce qu'on appelle le « français » au lycée ou au collège est une discipline institutionnelle, non une discipline de recherche: un professeur de français en France fait visiter les musées, il fait de l'histoire, il raconte la vie des écrivains, il fait des analyses de textes, de films, il enseigne à parler en public, etc. On peut dire des choses comparables pour la littérature à l'université.

S'il y a des disciplines de recherche, c'est que la recherche est une activité foncièrement coopérative qui doit s'appuyer sur une problématique existante. Si l'on n'a pas construit des objets communs, qu'on ne soit pas d'accord sur les méthodes et les concepts, comment peut-on dire qu'on a fait progresser la discipline ? Pour être reconnu, il faut qu'il y ait une communauté qui valide la qualité de vos travaux. Les objets jugés dignes d'intérêt, ce sont des objets qui doivent être définis de manière partagée ; personne ne peut décider à lui seul quels sont les objets pertinents et quelles sont les méthodes pertinentes pour les étudier. Ainsi, chaque discipline est une réalité socio-cognitive, à la fois une communauté et un ensemble de ressources conceptuelles et méthodologiques partagées permettant de construire des objets et d'évaluer les résultats du travail.

Quand on travaille à l'intérieur d'une discipline, on a le choix entre deux stratégies : soit s'attacher à une topique existante, de façon à montrer qu'on la fait progresser, en se positionnant donc franchement à l'intérieur de cette discipline, soit créer son propre espace, avec le risque de n'être lu et compris par personne.

Il y a donc à la fois des gens qui cherchent à s'inscrire dans la topique existante et des gens qui vont travailler à des topiques spécifiques, avec le risque de voir leurs travaux ignorés. Si quelqu'un veut travailler en analyse du discours, il y trouve des grandes questions qui sont caractéristiques de cette discipline : qu'est-ce qu'un genre de discours ? Qu'est-ce qu'un texte cohérent ? Y a-t-il une différence entre les genres oraux et les genres écrits ? Quel sont les rapports entre institution et discours ? Entre subjectivité énonciative et texte ? etc. Si j'écris un article sur ces thèmes, je serai inévitablement au cœur de la discipline et les gens qui appartiennent à cette discipline seront incités à le prendre en compte. Mais si je m'intéresse à des thèmes marginaux, en essayant de montrer l'intérêt que cela a pour l'analyse du discours, les choses sont moins faciles : ma problématique n'existe d'abord que par et pour moi, par mon acte d'autorité.

En analyse du discours, dans la mesure où il s'agit d'une discipline carrefour, il est normal qu'un certain nombre de figures importantes ne soient pas rapportables à une discipline. Je pense par exemple à E. Goffman : c'est un sociologue un peu bizarre, et un linguiste encore plus bizarre, qui circule entre la sociologie, l'anthropologie, la linguistique, etc. On ne peut pas dire que sa pensée relève *de* l'analyse du discours, mais on voit bien l'intérêt qu'elle a *pour* l'analyse du discours. De même, si je considère les travaux de Dell Hymes, ils relèvent à la fois de l'anthro-

pologie, de la sociologie et de la linguistique ; cela dépend de quel point de vue on se place. Si dans le domaine du discours, certains courants peuvent ainsi se développer sans se réclamer d'une discipline, c'est que la recherche se fait souvent en déplaçant des frontières. On ne peut pas attendre que l'ensemble de la recherche se laisse enfermer dans une discipline, mais sans disciplines la recherche est impossible.

Plutôt que de dire que l'analyse du discours n'est pas sérieuse, car hétérogène, mieux vaut donc essayer de comprendre pourquoi cet espace est ainsi instable et diversifié. Il ne faut pas croire, d'ailleurs, que les psychologues par exemple soient logés à meilleure enseigne, partagés qu'ils sont entre les psychanalystes, d'un côté, et ceux qui mettent des électrodes dans le cerveau des rats. Et que dire de l'économie ? D'un côté, elle abrite des mathématiciens purs, de l'autre des sociologues. L'analyse du discours n'est ni plus ni moins instable que d'autres. Simplement, elle est toujours à l'articulation de plusieurs domaines. Et donc, du coup, interviennent dans ce champ des gens qui ne sont pas de la même appartenance académique ; si on regarde les rattachements institutionnels des auteurs de l'analyse du discours, on est surpris de voir qu'ils sont dans des domaines très divers : la gestion, la psychologie cognitive, l'anthropologie, la linguistique, etc.

Il est indéniable, néanmoins que dans nos vieux pays il y a une très grande puissance de l'institution et que l' analyse du discours en pâtit, de par la difficulté qu'on a à l'enfermer dans les facultés de lettres. On est facilement porté à croire que le réel correspond au découpage du monde universitaire : si dans une faculté il y a une discipline A et une discipline B qui sont séparées par un couloir, on pense que dans la réalité il y a effectivement deux objets bien distincts. Cela me fait penser à une expérience de psycho-

logie sociale qui consiste à diviser arbitrairement un groupe en deux : sans dire pourquoi, on met à la moitié d'entre eux un brassard bleu et aux autres un brassard rouge. Au bout de quelques heures, on s'aperçoit que les gens se sont regroupés par brassards et qu'ils sont convaincus que les gens de l'autre brassard ont tels ou tels défauts. C'est finalement un hasard purement sémiotique qui crée une réalité. Il en va un peu comme cela pour les disciplines.

Le fait que l' analyse du discours ne soit pas enfermée dans un lieu, qu'elle apparaisse comme nomade, ne peut pas ne pas avoir de conséquences institutionnelles. Supposons qu'il existe un analyste du discours spécialiste du discours littéraire et qu'il travaille sur la poésie symboliste (je prends à dessein le poète le plus littéraire qui soit). Il aura un outillage conceptuel et méthodologique voisin de celui d'un collègue analyste du discours qui travaille sur les graffitis ou sur les journaux. Mais il n'aura que peu de choses en commun avec son collègue de littérature qui travaille sur Mallarmé ou sur Rimbaud : en apparence ils ont à peu près le « même » objet, mais ce n'est pas cela qui est le plus important. Jusqu'ici, ce problème n'était pas très apparent, parce que les spécialistes de poésie étaient des littéraires au sens traditionnel. Quand un sociologue, par exemple, s'intéressait à la littérature, c'était en général pour compter le nombre d'éditions, regarder la carrière des écrivains, des choses au fond bien peu « littéraires ». Je songe aux travaux de Roger Escarpit en France, qui dans les années 1960 mettait en relation le nombre d'écrivains et la taille du marché du livre, ou à ceux de Bourdieu qui s'intéressait aux carrières, aux trajectoires des écrivains dans le champ littéraire. En revanche, l'analyste du discours se trouve dans une situation beaucoup moins confortable, puisqu'il réfléchit directement sur le fait littéraire dans ses multiples

dimensions, y compris sur le « contenu » des œuvres ; ce qui pose un délicat problème de frontières avec les littéraires.

Que va-t-on faire alors, sur le plan institutionnel, de ce spécialiste d'analyse du discours littéraire qui n'a pas de langage commun avec ses collègues littéraires, mais qui a un langage commun avec des collègues politologues ou psychologues sociaux? C'est une situation complètement nouvelle. Et de même, en psychologie, que va-t-on faire d'un psychologue comme Jean-Paul Bronckart, par exemple, qui met le discours au centre de la psychologie et considère que l'identité et la conscience se construisent par interaction ? Dans les pays où les choses sont moins rigides, on peut très bien admettre que l'étude d'un phénomène relève à la fois de plusieurs disciplines. Mais en France les universitaires sont constamment obligés de montrer leur carte d'identité disciplinaire : es-tu sociologue ou linguiste ? Il existe en effet des sections nationales qui contrôlent les carrières. On ne peut pas être universitaire si on n'est pas reconnu par ses pairs ; mais qui sont ces « pairs » ? L'inconvénient de cette situation est que de plus en plus de travaux sur les discours, qui cadrent mal avec les découpages traditionnels, apparaissent inclassables.

On ne peut pas non plus se cacher que l' analyse du discours ne reçoit pas toujours un accueil très favorable de la part des facultés de lettres, en particulier de la part des littéraires et des philosophes, qui ont l'habitude de travailler sur des textes du patrimoine, appréhendés comme autonomes par rapport à tout contexte. L'analyse du discours suppose en effet une dissolution de l'opposition entre texte et contexte. Depuis très longtemps on vit avec l'idée qu'il y a des textes auxquels on peut, si on le veut, donner un contexte. En réalité, il n'y a pas de texte qui existerait par lui-même : il n'est établi dans sa matérialité et lisible que

s'il est inscrit dans des institutions historiquement définies. Cela ne veut pas dire évidemment que *l'Odyssée* n'existait pas avant qu'on la commente à l'école, mais ce n'est pas la même *Odyssée* qu'on commente à l'école.

D'une manière générale, ce qu'on appelle « histoire littéraire » repose sur le présupposé qu'il y aurait d'un côté des textes et, de l'autre, une discipline de recherche qui prendrait en charge les « circonstances » de leur création, de leur réception, etc. Mais pour l'analyse du discours toute tentative pour séparer le texte et son contexte est parfaitement impensable : le processus d'énonciation déstabilise cette distinction même. Il devient impossible de faire fonctionner une opposition simple entre ceux qui s'intéresseraient aux textes et ceux qui s'intéresseraient à leur « environnement ». Cette distinction entre un intérieur et un extérieur du texte, entre une relation herméneutique singulière aux textes consacrés et des savoirs auxiliaires perd son sens pour l'analyste du discours. Auparavant, seuls ceux qui commentaient les textes étaient censés avoir accès à eux ; les autres ne faisaient que donner des « éclairages » pour aider le commentateur. Aujourd'hui il n'y a pas d'un côté ceux qui ont accès au texte et de l'autre ceux qui se contentent d'aider l'interprétation, mais il y a deux approches hétéronomes : une approche herméneutique et une approche en termes d'analyse du discours qui relève à la fois des sciences humaines et sociales. Certes, la dimension en quelque sorte patrimoniale de certains textes fait qu'ils sont voués à être commentés, mais cette démarche n'a plus le monopole.

Prenons le cas de la stylistique, qui utilise la linguistique pour commenter les textes littéraires. C'est ce que fait par exemple Proust avec les romans de Flaubert ; il remarque l'importance de l'imparfait chez cet écrivain et

cherche à voir comment cet imparfait est mis au service de la « vision du monde » du romancier. La linguistique fonctionne ici comme un savoir auxiliaire, une sorte de boîte à outils au service du commentateur. Mais avec l'analyse du discours la relation devient beaucoup moins simple, dans la mesure où le chercheur s'appuie sur des notions comme genre du discours, polyphonie, ethos, etc. qui excèdent la grammaire. Il ne s'agit plus d'adapter la grammaire à l'étude des textes, mais de s'appuyer sur une théorie de la textualité et du discours... Sans s'en apercevoir, on introduit des catégories d'analyse qui font peu à peu exploser le système.

Dès lors que l'analyse du discours ne se définit pas par son objet, mais par sa démarche, comment va-t-on regrouper ses praticiens ? On a vu plus haut que c'est là une situation tout à fait nouvelle, qui déstabilise les partages traditionnels. Vraisemblablement, beaucoup vont devoir accepter des appartenances multiples. Un spécialiste du discours religieux, par exemple, pourra être membre d'une équipe qui travaille sur la religion, et qui comprend des linguistes, des anthropologues, des psychologues, des littéraires… ; mais ce sera aussi un linguiste, et un spécialiste d'analyse du discours, espace où il dialoguera avec des collègues qui travaillent sur des corpus très différents. Ce type de configuration du savoir met à mal les frontières rigides entre les disciplines, les départements, voire les facultés. De ce point de vue, la vogue aux Etats Unis des « studies » (« Gender Studies », « Post-colonial studies », etc.), le groupement de chercheurs très divers autour d'une thématique commune, apparaît symptomatique, même si on peut juger qu'on n'a pas souvent affaire à un vrai travail d'interdisciplinarité. Aucune discipline n'a les moyens à elle seule d'étudier la différence sexuelle, la nutrition, l'adolescence, la télévision, etc.

Dès lors, l'un des problèmes majeurs auxquels est confrontée l'analyse du discours est moins de trouver un lieu (de toute façon, elle n'en trouvera pas qui soit réellement satisfaisant) que de parvenir à créer des lieux qui soient à la fois cohérents, sans être fermés. S'il n'y a pas un minimum de cohérence, il n'y a pas de véritable discussion conceptuelle et méthodologique ; mais s'il y a fermeture, la notion même de « discours » devient stérile.

Je vous remercie de votre attention.

Les questions :

I.C.C. – Une question atypique : comment voyez-vous le discours protestataire des étudiants français ces jours-ci ?

D.M. – Je m'abstiendrai de faire part de mon opinion à ce sujet, car il me faudrait partir dans de grandes considérations sociopolitiques. Je suppose que votre question porte davantage sur le discours lui-même. On pourrait étudier cet événement en termes d'analyse du discours. Les acteurs qui sont engagés dans le mouvement de protestation doivent se soumettre à des codes, qui sont pour une bonne part des genres de discours : l'assemblée générale, le tract, le slogan, les réunions de négociation, etc. Il faut en outre prendre en compte la mémoire : leurs actes et leurs paroles prennent sens par référence à des énoncés et à des situations de parole antérieurs, à une mémoire discursive (la Révolution de 1789, le Front Populaire de 1936, mai 1968, etc.). On peut ainsi décrire en termes d'analyse du discours l'ensemble des dispositifs permettant aux acteurs de donner sens aux situations qu'ils construisent à travers leurs textes. De manière plus générale, il est possible d'étudier une société, une institution ou un événement dans cette société comme un espace de production et de gestion du discours.

V.D. – Est-ce que l'analyse du discours, enfin les savoirs que l'analyse du discours a rassemblés jusqu'ici, peut nous permettre de prévoir en quelque sorte des comportements discursifs qui se manifestent au niveau de tel ou tel événement ?

D.M. – On ne peut pas prévoir ce qui va être dit. Mais on peut prévoir les invariants de ce qui peut être dit. Comme le disait Marx très justement dans *Le 18 brumaire*, la Révolution de 1789 a été vécue comme la répétition de la République romaine. D'une certaine façon, on est condamné à faire la révolution d'avant. Les Français en 89 ont rejoué le République romaine, les Russes en 1917 ont revécu la Révolution française et ainsi de suite. Je lisais hier dans le journal roumain qu'en Belarus les opposants pensent refaire la « Révolution orange » ukrainienne. Mais les invariants ne disent pas ce qui va être dit, seulement les conditions du dicible. Pour prendre une comparaison, la linguistique générale étudie les propriétés du langage à partir des langues naturelles existantes, mais une infinité de langues naturelles différentes sont possibles qui soient fondées sur ces propriétés.

S.-M.A. – Moi, je crois que la question de mon collègue suggère la possibilité de constituer un corpus de ce discours protestataire qu'on peut analyser. Pendant mon stage d'un mois à Angers j'ai d'ailleurs été un peu frappée par la variété des discours des étudiants : affiches, manifs, toutes sortes de discours et je me suis même proposée de les constituer dans un corpus d'analyse pour voir un peu quel est l'état de la langue lors de ce mouvement de protestation.

Je voudrais savoir si l'analyse du discours peut révéler la maladie de quelqu'un. C'est-à-dire hommes politiques, professeurs…

D.M. – Il y a une branche de l'analyse du discours qui s'appelle « analyse critique du discours » (« Critical Discourse Analysis ») dont c'est le but : par l'analyse des textes et des conversations il s'agit de montrer comment certaines « pathologies » sociales se maintiennent et se développent, de façon à les combattre. Cette préoccupation est présente également dans certains courants des études d'argumentation, qui cherchent à analyser les usages pernicieux, sophistiques, de l'argumentation. Personnellement, je suis un peu sceptique. Il est en effet très difficile de dire quelle est la norme, et l'on peut se demander s'il est possible qu'une société ne contienne pas une part de « maladie ». Le problème est même de savoir *qui* définit la norme, qui est fondé à le faire. Prenons l'exemple du féminisme, c'est un exemple que tout le monde comprend bien. Quand vous voulez mettre à jour le « machisme » caché dans un texte, à quoi reconnaît-on que quelque chose est machiste ? Ce n'est pas écrit dessus. Le consensus d'un groupe d'universitaires de tel ou tel pays n'est pas une preuve. De toute façon, la volonté d'utiliser l'analyse du langage pour remédier aux maladies de la société est aussi vieux que la culture occidentale. La philosophie de Platon se présentait déjà comme un remède à la sophistique, accusée de mettre l'étude de la langue au service d'une démagogie mortelle pour la cité.

V.D. – Le fait de fréquenter l'analyse du discours, non pas en tant que spécialiste, mais le fait de lire les analyses du discours permettrait, n'est-ce pas, aux gens de mieux voir, de deviner un petit peu les tendances, de prévoir, en quelque sorte, à quoi ils peuvent s'attendre, de comprendre les discours de certains politiciens, on sait, non, qu'on va pas voter pour eux parce que dans leur discours apparaissent certains mots, au niveau même du vocabulaire, qui nous

disent que là il faut faire attention, celui-là va nous mener dans telle ou telle direction et cela intéresse beaucoup plus un public très large.

D.M. – Oui, l'analyse des textes par l'ordinateur, en particulier, permet de repérer ce type de phénomènes ; ces technologies nouvelles donnent des moyens extraordinaires de voir des choses que personne ne verrait autrement.

C.I. – Au risque de faire revenir sur l'analyse littéraire du discours, mais dans le contexte de l'affirmation suivante : « l'analyse du discours a une préférence pour les formes institutionnalisées du discours ». Alors l'analyse littéraire du discours se rapporte à l'analyse du discours littéraire vue comme institution ?

D.M. – On ne peut pas sortir de l'institution. Ce qu'on appelle « la littérature » est un réseau d'institutions très complexe qui permet à notre insu de constituer et de donner sens aux textes.

C.I. – Mais non pas telle qu'elle est classée par courants, mouvements …

D.M. – Le jeu des positionnements esthétiques fait également partie de l'institution. Par exemple, un manifeste littéraire n'a de sens que par rapport à une institution, un champ, des rapports de force qu'il s'agit de modifier. Il faut simplement prendre garde à distinguer deux sens d'« institution », il y a un sens trivial qui réfère à des organisations comme l'école, la police, l'université, etc. Mais il y a un sens plus abstrait ; ainsi, dans l'école française de sociologie (Mauss, Durkheim, etc.) on parle d'« institution » même pour des représentations. Les représentations sociales attachées à une époque donnée à la vie des artistes relèvent de

l'institution artistique. La littérature n'est pas une institution comme l'hôpital ou l'école, mais c'est une institution qui intègre de multiples phénomènes institutionnels : des anthologies de la littérature aux prix littéraires en passant par les représentations dominantes en matière de lecture, de création, etc.

E.G. – Vous avez distingué deux filons dans l'analyse du discours : le filon français et le filon anglo-américain. Pourriez-vous nous dire quels sont les traits spécifiques aux deux courants ?

D.M. – Tout d'abord, il faut distinguer entre les Anglais et les Américains, qui n'adoptent pas toujours la même démarche. Leurs ressources méthodologiques, en particulier, ne sont pas les mêmes. Beaucoup d'Américains s'appuient massivement sur l'analyse conversationnelle ; beaucoup d'Anglais, en revanche, s'appuient sur la linguistique de Halliday. Quant aux Français, ils privilégient les théories de l'énonciation linguistique. Ceci est lié au fait que les Américains, à la différence des Français et des Anglais, sont moins intéressés par l'écrit et les textes institutionnels. En revanche, les Européens sont davantage préoccupés par l'écrit, ils ne pensent pas que l'interaction orale soit le modèle de la communication. C'est une différence à la fois idéologique et une différence méthodologique aussi. Mais dans le détail les choses sont beaucoup moins simples, comme vous pouvez l'imaginer. Une autre différence majeure entre les Anglo-saxons et les Français qui est avancée communément, c'est l'empirisme des Anglo-saxons. Les Français sont assez théoricistes, en ce sens qu'ils ne peuvent pas travailler s'ils n'ont pas auparavant conceptualisé leur démarche, alors que les Américains ont tendance à cacher les concepts et à faire comme s'ils se confrontaient directe-

ment à des faits. Ils justifient moins leur démarche. Mais il est difficile de dire s'il s'agit vraiment de manière de penser différentes ou de modes d'exposition différents. De toute façon, il faut se méfier des oppositions massives entre « les Français » et « les Américains », dans la mesure où il y a des échanges incessants entre les deux zones. C'est bien souvent une différence entre des courants et non une différence entre des pays.

Aspecte si niveluri ale comunicarii în discursul mediatic electoral

Iuliana APETRI

Résumé: Ce travail se propose de montrer comment les politiciens peuvent se manifester dans leur discours vers le public. Pour réaliser ce fait, nous avons choisi une perspective communicationelle qui permet d'établir les *niveaux neuro-logiques* (selon G. Bateson et R. Dilts) sur lesquels les politiciens conçoivent leur communication électorale. Cela peut s'appliquer de la même manière à d'autres types de communication afin de démontrer l'importance et le but du processus de communication.

1. Preliminarii

Pentru a initia o dezbatere pe tema comunicarii si a aspectelor care o definesc – fie ca ne referim la domeniul social, cultural-stiintific, economic, politic sau de orice alta natura –, vrem sa pornim de la o premisa enuntata de Paul Watzlawick, în cadrul Scolii de la Palo Alto, si devenita un fel de lege implacabila care demonstreaza „fatalitatea" si ubicuitatea comunicarii de toate tipurile si în situatii diverse: „Nu putem sa nu comunicam". Aceasta axioma este universal valabila, iar validitatea ei poate fi probata în contexte diferite (nu doar în sfera umana), vizînd, în egala masura, aspectele comunicarii verbale si non-verbale.

În fiecare moment al vietii sale, omul se situeaza concomitent pe o scara ierarhica a *nivelurilor logice*. Acestea au fost enuntate pentru prima oara de catre Gregory Bateson[1], cu intentia de a sistematiza ierarhiile naturale care domina procesul învatarii, al schimbarii si al comunicarii în general.

Nivelurile neuro-logice reprezinta însa o adaptare a formulei *„niveluri logice”* a lui Bateson si a fost facuta de catre Robert Dilts[2], acesta urmarind legaturile care se stabilesc între nivelurile logice batesoniene si sistemul nostru nervos.

Acest gen de conexiuni a fost structurat sub forma piramidala si cuprinde cîteva niveluri esentiale: mediu, comportamente, aptitudini, convingeri si valori, identitate, apartenenta si misiune. Practic, la un moment dat si într-un anumit context, pentru un individ se poate stabili aceasta ierarhie a *criteriilor* care îl definesc pe el ca personalitate si îl diferentiaza sau îl apropie de ceilalti oameni din jurul sau. Asadar, omul nu este totuna cu propriul comportament, convingerile pe care le-a manifestat într-o anumita perioada a vietii lui pot fi lasate în umbra sau schimbate cu unele mai potrivite, iar *mediul* în care se afla individul respectiv are o importanta majora: acesta poate influenta la nivelul de baza comportamentul persoanei, tot astfel cum orice schimbare care are loc la un nivel superior influenteaza, în mod automat, nivelurile inferioare. În general, nivelurile superioare asigura

[1] G. Bateson (1904-1980), psihiatru si antropolog american, exponent al Scolii de la Palo Alto care s-a ocupat de procesele comunicationale care stau la originea pragmaticii, este autorul teoriei *„dublei conexiuni”* care asociaza etiologia unor deficiente mentale cu disfunctiile comunicarii. *Dubla legatura* este, în esenta, o modalitate comunicativa în care cel care emite un mesaj trimite destinatarului semnale contradictorii sau contrastante cu alte mesaje non-verbale adiacente, punîndu-l într-o situatie paradoxala si incongruenta, relevînd astfel caracterul patogen al ipostazei (non)comunicationale.

[2] Referinte la adresa: www.nlpuniversitypress.com/html2/N32.html.

angajamente profunde la nivelul sistemului nervos. Este foarte interesant ca pe aceasta piramida comunicarea se regaseste la doua niveluri strict individualizate: *comportamentul* si *abilitatile*. Din acest unghi se poate observa cum structura psiho-comportamentala a unui individ cuprinde, la cele doua niveluri de baza, *comunicarea*, vazuta atît ca exprimare a sinelui, cît si ca relatie interumana – fie ca fenomenul comunicational se produce în mod deliberat, fie ca face parte din atitudinile noastre speciale, din postura pe care o afisam în mod cotidian, sau tine de toate elementele care acompaniaza mesajul verbal într-o „situatie de comunicare”[3].

Astfel, *mediul* (contextul existential) este direct legat de sistemul nervos periferic, de senzatiile si reactiile noastre reflexe, de perceptia realizata cu ajutorul organelor de simt. *Comportamentele* (ipostazele momentane sau de durata) tin de sistemul senzorio-motor (piramidal si cerebral) si se manifesta prin actiuni constiente. *Atitudinile* se leaga de sistemele corticale, manifestîndu-se prin actiuni reflexe semiconstiente, cum ar fi miscarile ochilor, mimica, postura unui individ etc. *Valorile* si *convingerile* noastre sînt semne

[3] Sinonima cu “contextul”, sintagma *situatie de comunicare* cuprinde “ansamblul conditiilor de producere / interpretare a unui act de limbaj. Aceste conditii (...) permit dezambiguizarea corecta a enunturilor polisemantice, descoperirea sensului implicit (ascuns *în spatele* sensului literal în cazul figurilor sau al actelor de limbaj indirecte) sau a pozitionarii ideologice a locutorului. P. Charaudeau distinge *situatia de comunicare* (totdeauna extralingvistica) de *context* (intralingvistic), reprezentat de scopul interactiunii (macro-tema), identitatea partenerilor si circumstante (datele concrete, materiale care definesc tranzactia). Exista totusi o opozitie metodologica (*cf.* D. Maingueneau si P. Charaudeau) între directia lingvistica ce considera ca descrierea sensului este mai întîi extracontextuala, iar situatia adauga ulterior anumite specificatii si analiza discursului pentru care descrierea sensului este indisolubil legata de datele situationale” (*cf.* Daniela Roventa-Frumusani, **Analiza discursului. Ipoteze si ipostaze**, Tritonic, Bucuresti, 2004, p. 222).

externe, abstracte, ale sistemului psiho-somatic autonom, manifestîndu-se prin expresii rational-lingvistice, în structurile discursive ale limbajului sau ale comportamentului non-verbal. *Identitatea* are rezonanta la nivelul eului, dar este legata fiziologic de sistemele imunitar si endocrin (sinele profund), privind sistemul nervos ca întreg precum si functiile vitale ale acestuia. *Spiritualitatea* unui individ (sau integrarea lui într-un spatiu psiho-etno-cultural) se prezinta ca un model ,,holografic" pentru ca angajeaza la nivel neuronal sistemele nervoase particulare combinate pentru a forma un sistem mai larg[4], plecînd de la perceperea, cunoasterea si valorizarea lumii înconjuratoare pîna la creatia si comunicarea identitatii sinelui, avînd ca finalitate definirea integrala a personalitatii.

Daca am observat cum se poate contura instanta umana prin structurarea experientei subiective si obiective care o definesc, vom vedea cum un anumit proces de comunicare se desfasoara simultan pe trei planuri care, prin interrelationarea lor si prin coroborarea faptelor specifice, converg – uniform sau disparat – catre realizarea si transmiterea unui mesaj. Aceste niveluri sînt: 1 – *nivelul logic (verbal)*; 2 – *nivelul paraverbal* si 3 – *nivelul non-verbal.* Eficacitatea unui act de comunicare mizeaza tocmai pe relatia de interdependenta si pe gradul de congruenta care se stabilesc în mod permanent între cele trei niveluri mentionate. În contextul larg al comunicarii umane, într-un act comunicational se transmit doar 7-10 % la nivel logic, gratie limbajului. Însa 38-40 % se canalizeaza pe nivelul paraverbal, caracterizat prin variabilele ce tin de tonul, timbrul si volumul vocii unui individ, viteza si ritmul acestuia de a rosti cuvintele etc. Restul de 50-55 % din valoarea informatiei se transmite pe

[4] *Cf.* www.nlpuniversitypress.com/html2/N34.html.

canalul non-verbal, acesta înglobînd în cea mai mare parte manifestarile externe ale structurilor profunde ale individului, mai mult sau mai putin constiente, mai mult sau mai putin elaborate: elementele posturale, proxemice, mimice, gestuale, aspectul exterior, îmbracamintea etc.

O comunicare reusita mizeaza în mod exclusiv pe raportul solidar ce se stabileste simultan la toate cele trei niveluri, fapt care permite transmiterea unui mesaj cît mai coerent si, astfel, cît mai usor aprehendabil în momentul receptarii. În cazul discursului politic, dar nu numai aici, eficienta unui mesaj catre electorat consta, asadar, în convergenta elementelor apartinînd celor trei niveluri enuntate, în intensitatea raportului de congruenta care se stabileste la nivelul Emitatorului atunci cînd acesta transmite un mesaj catre publicul larg. Este, de asemenea, foarte important ca pe parcursul întregului proces de comunicare, avînd în vedere contextul nivelurilor psiho-neuro-logice, Destinatorul-candidat sa fie congruent cu Mesajul pe care îl emite si prin care el enunta propriile idei doctrinare, conceptii, valori si actiuni sau pe cele ale formatiunii politice din care face parte.

2. Aspecte ale discursului mediatic în campania electorala din România, 2004

Secventele selectate fac parte dintr-o anumita etapa a emisiunii *Destinatia Cotroceni*, realizata în direct de postul national TVR1 în noiembrie 2004. Alegerea noastra s-a facut în virtutea faptului ca întrebarile moderatorului TV au fost suficient de incitante, provocatoare pentru candidati, încercînd totodata sa urmarim cîteva raspunsuri relevante si demne de abordat, partial, într-un studiu de caz privind aspectele comunicarii mediatice electorale.

Urmarind înregistrarile televizate din cadrul emisiunii se poate descoperi diversitatea raspunsurilor pe care le dau candidatii prezidentiabili la întrebarile moderatorilor, privind modalitatea în care primii îsi elaboreaza raspunsurile. Ceea ce se remarca mai întîi este modul sau perspectiva în care acestia abordeaza problema continuta în întrebare, atunci cînd concepeau efectiv raspunsul într-un timp limitat drastic si în conditii de maxima solicitare, adica pe ce nivel psiho-neuro-logic se situau cînd faceau acest lucru. Poate fi interesant de aflat care sînt punctele lor forte, care le sînt atuurile, pe ce anume mizeaza ei cînd raspund la niste întrebari pe care nu le cunosc dinainte, fara sa aiba un discurs pregatit, un scenariu cu raspunsuri si solutii „conforme" sau „potrivite" asteptarilor electoratului.

În aceasta etapa a emisiunii, candidatii primesc una sau doua întrebari care sînt extrase din plic (regula aleatoriului!) si citite de catre moderator, timpul alocat fiecarui raspuns fiind de un minut, fapt sustinut auditiv de un cronometru din platou.

Din grupul numeros de candidati care au fost prezentati în emisiunea speciala a TVR1, alegem pentru demonstratie doar doua exemple (A.Radulescu si C.V.Tudor) care au unele puncte comune *privind ilustrarea subiectiva a conditiei personale* pe cîteva niveluri si aspecte specifice comunicarii de tip electoral.

1 – Candidatul Aurel RADULESCU

Moderator: *Se spune ca în spatele fiecarui barbat de succes se afla o femeie puternica. Este valabil si în cazul dumneavoastra?*

A.R.: *Este adevarat ca în spatele unui om de afaceri si politician si om (sic !) exista într-adevar femeia – femeia, eterna poveste – care întotdeauna îl însufleteste pe acest*

barbat, dar acea femeie sa fie cu caracter, sa fie cu credinta în Dumnezeu, sa fie morala. Numai asa poate sa-l ridice. În cazul meu, este foarte adevarat pentru ca sotia mea, ca licentiata în teologie, este o pururea rugatoare catre Dumnezeu, un înger pazitor si întotdeauna m-a întarit si se roaga zi si noapte pentru succesul nu al meu, ci al poporului român prin mine si prin noi toti.

Întrebarea moderatorului porneste de la un fapt generalizant, de la o „pseudo-statistica", de la un enunt care are aerul unei convingeri sau chiar al unei prejudecati cu iz anecdotic: „Se spune ca în spatele fiecarui barbat de succes se afla o femeie puternica". Ceea ce determina convingerile noastre este o experienta legata de anumite lucruri sau experiente ale altora pe care le preluam pur si simplu si ni le însusim fara sa le probam validitatea, o mare influenta avînd aici si particularitatile modelului cultural caruia emitentul îi apartine. Aici, subliniem importanta mediului, a contextului spatio-temporal în care se desfasoara procesul de comunicare. Recurgînd la modelul enuntat mai înainte, putem spune ca structura piramidala a nivelurilor neuro-logice se poate aplica, în egala masura, atît *emitentului*, cît si *destinatarului* unui mesaj.

Discursul lui A.R. porneste de la o impresie generala asupra acestui fapt, urmînd ca raspunsul lui sa se dezvolte pîna la aplicarea/raportarea la sine a acestui *model de viata* („În cazul meu..."), cu trimiteri auto-referentiale.

Iata cum este evidentiata imaginea „femeii puternice" pe structura nivelurilor neuro-logice:

a – *Niveluri generalizante* (tipul femeii puternice care sustine „omul", fie el om de afaceri, om politic sau orice persoana publica):

Nivelul psiho-neuro-logic	**Descrierea facuta de candidatul la presedintie Aurel Radulescu**
Apartenenta (Spiritualitate)	- se realizeaza implicit: „cu credinta în *Dumnezeu*”;
Identitate	- „femeia, eterna poveste [sic !]”;
Convingeri	- se realizeaza explicit: „*cu credinta* în Dumnezeu”;
Valori	- nu sînt enuntate explicit;
Aptitudini, Capacitati	- „sa fie de caracter”, „sa fie morala”;
Comportamente, Atitudini	- „întotdeauna îl însufleteste pe acest barbat”, „poate sa-l ridice [sic !]”;
Mediu, Context, Conjunctura	- *femeia puternica* se afla „în spatele unui om de afaceri si politician si om” (sic !).

b – *Niveluri particularizante* (sotia candidatului A.R.):

Nivelul psiho-neuro-logic	**Descrierea facuta de candidatul la presedintie Aurel Radulescu**
Apartenenta (Spiritualitate)	- „este o pururea rugatoare catre *Dumnezeu*”;
Identitate	- „sotia mea”;
Convingeri	- nu sînt enuntate explicit;
Valori	- nu sînt enuntate explicit;
Aptitudini, Capacitati	- „licentiata în teologie”;
Comportamente, Atitudini	- „întotdeauna *m-a întarit* si *se roaga* zi si noapte pentru *succesul* nu al meu, ci al poporului român [generalizare! - n.n.] prin mine si prin noi toti”;
Mediu, Context, Conjunctura	- *femeia puternica* se afla „în spatele unui om de afaceri si politician si om”.

Succesul este, de fapt, prima valoare enuntata în mod explicit în discursul lui A. Radulescu. Nu este deloc întîmplator faptul ca, la majoritatea nivelurilor, acest candidat invoca factorul spiritual, lucru datorat, în mod evident, si

statutului sau religios, ceea ce îl determina sa filtreze toata informatia pe care o transmite prin prisma perceptiei care domina credinta si traditiile crestine. Practic, în ceea ce-l priveste pe A. Radulescu, *succesul* lui ca om politic, sau ca „om în general", este posibil doar primind si însusindu-si credinta în Dumnezeu, moralitatea crestina, însufletite de participare si devotiune permanenta din partea femeii, particularizarea oprindu-se la sotia candidatului. Astfel, în elaborarea viziunii lui generalizant-particularizante, se întîlnesc doua modele destul de asemanatoare: 1- modelul femeii „etern" daruite si sustinatoare neconditionata a omului politic sau de afaceri, femeia ca background, cu profilul sau din umbra, calculata, prudenta, strategica si ,,obiectiva"; 2 – modelul femeii de exceptie, cu calitati spirituale care apartin caracteriologic natiei din care face parte sau credintei sale religioase, devenind astfel model emblematic si exemplu de urmat. Singura diferenta care se poate detecta între cele doua descrieri este aceea ca prezenta expresiei „femeia, eterna poveste" din prima parte a raspunsului induce o conotatie usor ironica si de mister în acelasi timp. Cu siguranta ca discursul sau cu aspecte uneori liturgice, inflexiunile vocii, tonul, timbrul, ritmul si intensitatea acesteia, gesturile candidatului, postura afisata si mimica lui pot fi studiate mai profund, caci mesajul audio-vizual este unul complex din acest punct de vedere, cu multiple semnificatii de substanta si structura.

2 – Candidatul Corneliu Vadim Tudor

Moderator: *Aveti copii. V-ati dorit sau va doriti ca acestia sa va semene?*

C.V. Tudor: *Îmi iubesc foarte mult copiii, iubesc toti copiii acestei tari. Cel mai mare miracol al divinitatii este perpetuarea speciei umane, inima Bibliei este în versetul*

Evangheliei dupa Ioan, care spune asa: „Fiindca atît de mult a iubit Dumnezeu Lumea, încît a dat pe singurul sau Fiu, încît oricine crede în El sa nu moara si sa aiba viata vesnica”. Era Fiul lui Dumnezeu si noi sîntem de asemenea copiii lui Dumnezeu. Îmi iubesc fetitele. Ele îmi seamana, sînt secretarele mele, sînt doi Vadimi mititei, cu cercelusi si cu fustite.

Si în cazul acestui candidat se poate observa o trecere cu rol de introducere, de *hipostaziere* sau fixare a cadrului generalizant, pentru ca apoi sa raspunda pe un ton evlavios, de sacerdot aflat în fata neofitilor, utilizînd simboluri si imagini biblice cu mare priza la publicul credincios.

Nivelul psiho-neuro-logic	**Descrierea facuta de candidatul la presedintie C.V. Tudor**
Apartenenta (Spiritualitate)	- se realizeaza implicit: „iubesc toti copiii acestei tari (...). Îmi iubesc fetitele”; - se realizeaza explicit: citatul din Biblie, din Evanghelia dupa Ioan; - se realizeaza implicit si explicit: „iubesc toti copiii acestei tari (...). Îmi iubesc fetitele”;
Identitate	- se realizeaza explicit: „noi sîntem (...) copiii lui Dumnezeu”;
Convingeri	- se realizeaza implicit: credinta în Dumnezeu, fapt demonstrat prin invocarea permanenta a instantei divine în discursul candidatului;
Valori	- se deduce din context, prin evocarea abundenta a acestui termen la nivelurile anterioare: „Îmi iubesc foarte mult copiii, iubesc toti copiii (...). Îmi iubesc fetitele”;
Aptitudini, Capacitati	- pot fi asimilate *iubirii* înglobante;

Comportamente, Atitudini	- „Îmi iubesc foarte mult copiii, iubesc toti copiii acestei tari (...). Îmi iubesc fetitele”;”;
Mediu, Context, Conjunctura	- se realizeaza implicit: *specia umana* si perpetuarea ei: „Vadimi mititei” = fetitele lui C.V. Tudor, familia.

În aceasta secventa electorala nu mai avem posibilitatea de a edifica un demers comparativ în discursul patetic si populist, uneori antisemit si xenofob al candidatului, urmînd sa observam modul în care acesta se situeaza, succesiv, pe fiecare nivel în parte.

Ceea ce se poate detecta cu usurinta este facilitatea si abilitatea lui C.V. Tudor de a face apel în momente importante la valorile supreme ale umanitatii, dînd astfel o nota ireversibila discursului sau, prin faptul ca nominalizarea lor si a convingerilor profunde precum *iubirea* sau *credinta în Dumnezeu* poate exclude dreptul la o opinie adversa, critica sau interpretabila într-un mod nedorit.

Practic, putem vedea cum Vadim Tudor se situeaza simultan, implicit sau explicit, la mai multe niveluri, acest fapt conferindu-i – e adevarat, prin coerenta si cursivitate a expunerii verbale – o siguranta (cautata !) a discursului retoric în scopul vadit al captarii si persuasiunii. Iar evocarea / invocarea repetata a instantei supreme, prezentarea ei ca un cadru sigur si absolut îi permite acest lucru. De asemenea, nu putem omite faptul ca aceste trimiteri la categoriile biblice vor sustine alte raspunsuri ale lui C.V.Tudor privind teme ,,laice” dar importante, cum ar fi economia, politica, legislatia, guvernarea, minoritatile, coruptia si anticoruptia etc., înfatisîndu-se ca singurul om politic ferm, imaculat, justitiar, unic salvator al natiei etc.

Putem banui ca apelul recurent pe care candidatul îl face la divinitate este o strategie prin care poate elimina ori

îndeparta, asa cum am subliniat mai sus, eventuale contra-carari sau actiuni politice concurentiale în plan electoral, pentru a intimida, a seduce si, în final, a convinge pe alegatori. Si, desigur, în cazul lui Vadim Tudor, toate artificiile de limbaj sînt însotite de un spectaculos esafodaj posturo-mimo-gestual, fapt care îi sprijina ideea de superioritate sacrosancta, de siguranta a unei instante credibile în fata publicului electoral. Pentru ca el ,,oficiaza" teatralizant un ritual al initierii divinatorii si al marturisirii profesiunii de credinta, a gasit o modalitate destul de eficace prin care reuseste sa înscrie valoarea suprema care este *iubirea* în majoritatea nivelurilor psiho-neuro-logice. Daca nu este enuntata denotativ, aceasta valoare este atasata altor ele-mente într-un halou evanescent de conotatii aproape mistice si incantatorii, completîndu-l astfel si conferindu-i gradul necesar de abstractizare de care are nevoie pentru a stabili ierarhia naturala a clasificarii individuale.[5]

Cu exceptia *mediului*, la toate celelalte niveluri *iubirea* se regaseste fie în forma declarata, explicita, fie prin deduc-tiile logice pe care le putem face atunci cînd urmarim dis-cursul integral al acestui candidat.

[5] Într-un dosar de presa cu titlul *Politicienii între obsesie si vocatie*, alcatuit în preajma alegerilor din 2004, fisa dedicata lui C.V.Tudor, ***„Vadimeleonul politic"***, contine urmatoarele aprecieri: ,,Este o persona-litate amorfa, supergonflata, ca o papusa de bâlci. Trasaturile pregnante sunt: grandomania si autoadmiratia narcisiaca. Are o personalitate în care cele doua trasaturi, *histrionismul* (vrea sa fie tot timpul în centrul atentiei) si *narcisismul* (se place pe el), se amesteca perfect. Consecventa lui este inconsecventa. Este un cameleon, se coloreaza în functie de mediul în care se afla. Cameleonismul este atât o calitate, cât si un dezavantaj. Are o mare putere de a transforma miturile în realitate, de a le transmite celorlalti ca fiind realitate…" (**„Psihologia azi"**, noiembrie 2004, p. 41).

În concluzie, cele doua exemple alese aici au constituit mostre distincte ale modalitatii în care putem aborda discursul unui om politic, cu scopul de a-i observa si analiza limbajul, comportamentul, strategia prin care îsi concepe si expune discursul atunci cînd transmite un mesaj esential catre publicul alegator.

Bibliografie

Bandler, Richard; La Valle, John, **Programarea Neuro-Lingvistica: învata sa convingi !**, Amaltea, Bucuresti, 2005.

Bateson, Gregory, **Steps to an Ecology of Mind**, Balantine, New York, 1972.

Caune, Jean, **Cultura si comunicare**, Cartea Românească, Bucuresti, 2000.

Jakobson, Roman, **Essais de linguistique générale**, Editions de Minuit, Paris, 1963.

Lasus, René de, **Programarea Neuro-Lingvistica si arta comunicarii**, Teora, Bucuresti, 2004.

Maingueneau, Dominique, **Analyser les textes de communication**, Dunod, Paris, 1998.

Roventa-Frumusani, Daniela, **Analiza discursului. Ipoteze si ipostaze**, Tritonic, Bucuresti, 2004.

Thoveron, Gabriel, **Comunicarea politica**, Antet, Bucuresti, 1996.

Zemor, Pierre, **Comunicarea publica**, Institutul European, Iasi, 2003.

www.nlpuniversitypress.com.

* * * **Enciclopedie de filosofie si stiinte umane,** ALL & De Agostini, Bucuresti, 2004.

* * * **„Psihologia azi”**, noiembrie 2004.

De l'éphémère du discours politique

Sanda-Maria ARDELEANU

Abstract: Studying the media output – texts, discourse, expressions and gestures, postures – from different viewpoints (linguistics, discourse analysis, pragmatics, semiolinguistics, semiology, semantics, cultural studies …) means, on the one hand, drawing both on our theoretical knowledge and on our experience as TV viewers, which, more than often, appears to be leading our professional life behind the screen. On the other hand, this study signifies our acknowledgement of the media's engendering text types, discourse genres whose particular usage is worthy of a thorough investigation.

As far as we are concerned, as a linguist who has dedicated most of her work to the study of the dichotomy norm/usage in French and Romanian, we bear witness to the fact that the media language encompasses the rich inventory of the dynamics of the languages evolving in synchrony, innovating and observing at the same time precious rules, rebelling against and submitting to them, to finally construct legitimate discourses / texts in the interdiscourse / intertext.

I. Avertissement

Le thème de notre projet commun de recherche, le premier d'ailleurs déroulé dans le cadre du Centre de Recherche *Analyse du Discours* à l'Université « Stefan cel Mare » de Suceava, est focalisé sur l'investigation du discours politique qui inclut sa variante profondément contextualisée, le discours électoral.

D'abord, l'intérêt pour un pareil sujet prouve qu'accéder à présent à la parole, aux images et aux sons de notre histoire, faire appel à une mémoire qu'on veut rendre vivante pour se lancer dans l'analyse de notre environnement social et du langage des médias devient pour le linguiste roumain sinon une obligation du moins une nécessité de premier ordre.

Ensuite, il s'agit de l'importance que nous avons accordée à la constitution de notre corpus de travail. Comme toute discipline s'appuyant sur l'étude de productions authentiques, l'analyse du discours (AD) évolue à mesure que les corpus se transforment ou se construisent, mais aussi, comme le souligne Dominique Maingueneau, en fonction de la « relation qu'entretient la société avec ses productions discursives »[1]. Car, d'une part, les locuteurs mettent en œuvre, souvent inconsciemment, des compétences de parole intériorisées, dépendant de leur milieu, leur formation, leur éducation qui contribuent à la fondation de la compétence interdiscursive ; d'autre part, le discours en tant que produit d'une activité langagière ne saurait se réduire à un ensemble d'énoncés abstraitement décontextualisés, mais, bien au contraire, il se construit en une pratique sociale, culturelle, intellectuelle, technique, la pratique discursive[2].

Vu ces considérations, on a constitué un corpus d'étude formé d'enregistrements de discours télévisés lors de la campagne présidentielle de 2004 en Roumanie et le fait d'avoir choisi, entre autres, à identifier les particularités et le

[1] Maingueneau, Dominique, 1995, ***Les analyses du discours en France***, in **« Langages »**, no. 117, Larousse.

[2] Voir à ce titre, Paveau, Marie-Anne; Sarfati, Georges-Elia, 2003, **Les grandes théories de la linguistique**, Paris, Armand Colin, pp. 194-202.

fonctionnement du discours électoral nous place, comme groupe de recherche universitaire, dans l'avant-garde de l'exploitation des faits médiatiques tout en nous intégrant à la communauté scientifique et intellectuelle européenne qui s'acharne à mobiliser ses compétences et à adapter ses méthodologies afin d'explorer l'univers des médias en pleine société de la communication[3].

II. Langages, politiques et médias

Etudier les productions médiatiques – textes, discours, gestes, mimiques, postures – dans différentes perspectives (linguistique, discursive, pragmatique, sémiolinguistique, sémiologique, sémantique, culturelle…) impose, d'une part, qu'on se nourrisse aussi de nos connaissances dans la matière que de notre expérience de téléspectateur qui, paraît-il, peut entièrement diriger notre vie professionnelle derrière l'écran. D'autre part, cette étude signifie qu'on accepte l'idée que les médias font surgir des types de texte, des genres de discours dont l'usage spécifique mérite une investigation particulière[4].

En ce qui nous concerne, en tant que linguiste travaillant depuis des années sur le fonctionnement du couple norme/usage en français et en roumain[5], nous témoignons

[3] Voir la revue **« Mots »** du Groupe de Saint-Cloud, 1995, ***Présidentielles. Regards sur les discours télévisés***, Paris, Editions Nathan.

[4] Maingueneau, Dominique, 1988, **Analyser les textes de communication**, Paris, Dunod.

[5] Ardeleanu, Sanda-Maria, 2003, ***La dynamique de la langue entre une mauvaise langue et l'évolution linguistique***, in **«Probleme de lingvistica generala romanica »**, Chisinau, pp. 205-210 ; Ardeleanu, Sanda-Maria, 2005, ***Le discours médiatique entre Norme(s) et créativité linguistique***, in « **Limbaje si comunicare. VII** », Editura Universitatii

puiser dans le langage des médias toutes les richesses de la dynamique des langues évoluant en synchronie, innovant et respectant à la fois des règles précieuses, se révoltant et s'y soumettant pour construire finalement des discours/textes légitimes dans l'interdiscours/intertexte.

Au titre justement des débats qui existent toujours face aux événements qui arrivent dans les langues suite à l'usage, j'évoque ici une ancienne querelle entre les linguistes et les grammairiens en France, plus précisement entre ceux qui croient obstinément au processus d'évolution des langues et ceux qui représentent plutôt la direction de recherche « Ne dites pas…. mais dites »[6].

André Martinet, le défenseur de la dynamique des langues en synchronie, disait dans les années 70 que l'évolution d'une langue, signe qu'elle vit, est absolument naturelle, et non point pathologique, et que, bien au contraire, ce qui serait pathologique, c'est qu'elle n'évolue point. Dans un article fracassant contre les grammairiens, le linguiste éminent et professeur à la Sorbonne à l'époque lançait des attaques dures qui ont conduit à des formulations telles : « Les Français n'osent plus parler de leur langue parce que des générations de grammairiens, professionnels et amateurs en ont fait un domaine parsemé d'embûches et d'interdits. Dans un monde qui change à un rythme chaque jour accéléré, les Français, comme tous les humains, ont sans cesse besoin de nouveaux mots et de nouveaux tours. Or, on les a dressés à obéir, à respecter le précédent et n'innover en rien ; ils n'osent pas forger un mot composé,

Suceava, pp. 27-36; Ardeleanu, Sanda-Maria, 2000, **Dynamique de la langue et Imaginaire Linguistique**, Iasi, Casa Editoriala Demiurg.

[6] Aristide, 1989, **La langue française dans tous ses débats**, Paris, Editions François Bourin.

utiliser librement un suffixe de dérivation, procéder à des combinaisons inattendues »[7].

Cette position ferme face à la situation du français qui pourrait paraître exagérée d'antan mais qui porte ses fruits aujourd'hui, rend clair le statut et le rôle des linguistes qui s'occupent à enregistrer les faits du langage, déployant des enquêtes et en publiant les résultats.

A l'autre pôle, se trouvait l'équipe des grands grammairiens comme André Thérive, Robert le Bidois, Maurice Grevisse qui, de formation pédagogues, s'attachaient à définir un état de la langue considéré comme correct et en établir les règles.

Cette dispute entre les représentants des deux axes majeurs d'étude de la langue, la grammaire et la linguistique, pourrait se réduire encore à ce que Norme et Usage (je ne m'explique pas pourquoi l'orthographe de *norme* se fait souvent par majuscule, alors que celle d'*usage* est presque toujours en minuscule !) signifient dans le fonctionnement de la langue.

Les façons – certains disent les malfaçons - de parler ou d'écrire des journalistes se propagent aujourd'hui à une vitesse vertigineuse. Des « regards » sur les *discours*, des yeux à l'écoute, la difficulté et la richesse inhérente à la communication politique viennent justement de ce qu'on perçoit trop souvent encore comme une contradiction entre la norme et l'usage. Et au concept d'usage, il faut absolument ajouter l'image, car nous sommes devenus des spectateurs d'une nouvelle parole : les mots s'imprègnent d'images obligées, en même temps que les images choisies mettent en scène des mots.

[7] In Aristide, 1989, **op. cit**., p.13.

De sorte que, les sons et les images enregistrés dans notre campagne électorale de 2004, nous font penser aux scènes de pouvoir d'un Etat-spectacle, de la médiacratie, de la communication de masse, du règne du télépoliticien[8]. « Les enregistrements de la parole nous mènent à penser à la parole-spectacle, au « discours-spectacle » offert, rien que pour un vote, à tout électeur potentiel[9]. Et pour nous, les Roumains, cela fait vraiment la différence, nous, qui avons été condamnés pendant des décennies à nous taire, à mettre en place un « langage silencieux » de substitution à la parole[10].

Lire les transcriptions des émissions télévisées qui contiennent des échantillons de discours politique nous procure cependant un plaisir incomplet. Dans ce genre de discours, il devient presque évident que les images l'emportent sur les mots. Et si l'on analyse la parole, on se rend compte que les petites phrases l'emportent sur les larges discours – programme (il reste à voir s'il y en a dans notre corpus d'étude).

D'autre part, il est certain que les médias véhiculent un langage assez souvent innové, quoique surprenant quelquefois car leur rôle reste primordialement celui de faire adhérer un public. Des moyens linguistiques servent à ce but : lexique innové, où la créativité, l'emprunt aléatoire, les jeux de mots, les clichés, les stéréotypes abondent ; les

[8] Balandier, G., 1980, **Le pouvoir sur scène**, Paris, Balland, p.162.

[9] Le concept de « langage en spectacle » appartient d'ailleurs à l'approche sociopragmatique du spectacle verbale qu'offrent certaines circonstances de communication investies par le conflit ou simplement porteuses d'enjeux (pour un collectif ou pour un sujet), circonstances où mots, discours et textes sont l'objet d'authentiques mises en scène plus ou moins délibérées ou plus ou moins maîtrisées (cf. Henri Boyer, 1991, **Le spectacle en langage**, Paris, L'Harmattan, p. 9).

[10] Ardeleanu, Sanda-Maria, 2000, **op. cit**., 49-104.

phrases sans verbe fini, les constructions détachées initiales, les valeurs renversées des subordonnées représentent autant d'illustrations de l'écart par rapport à la norme prescriptive mais aussi autant d'arguments pour qu'on puisse parler de la « norme communicationnelle »[11].

Certaines de ces innovations langagières finissent par influencer la norme prescriptive de sorte qu'il y a des termes, des mots qui y rentrent définitivement. C'est ce qui justifie encore une fois l'importance des études sur le langage médiatique car le rôle des médias dans la dynamique des langues ne peut plus être ignoré. Grammairiens et linguistes, face à ces réalités incontestables, se donnent la main, indispensables les uns aux autres, soumis à un intérêt commun : l'étude de l'évolution des langues sous le principe linguistique fondamental de l'unité qui assure la compréhension et garantit la communication.

Etudier le langage politique sous l'empreinte de l'éphémère vient justement de là, de toute cette histoire fondatrice de tant de nouveaux repères d'analyse.

III. Sur l'éphémère dans le discours – quelques points de théorie[12]

Les médias représentent dans le cadre de notre analyse le contexte situationnel de production des discours incarnant un *espace*, un *temps* et des *acteurs* sociaux impliqués, se

[11] Le concept de « norme communicationnelle » fut proposé pour la première fois par Anne-Marie Houdebine-Gravaud dans sa théorie de l'Imaginaire Linguistique. Voir, à ce propos, Sanda-Maria Ardeleanu, 2000, **op. cit**., p.17-45.

[12] Cette perspective d'analyse nous a été suggérée par Dominique Maingueneau, 2003, ***Discours éphémères et non éphémères : deux gestions de l'ethos ?,*** in « **Le langage des médias : discours éphémères ?** » Paris, L'Harmattan, pp. 67-82.

transformant en une véritable instance discursive qui instaure, en légitimant, une façon de discourir, de parler, d'échanger des messages, d'interpréter des signes.

Notre expérience de lecteur-linguiste, l'interprétation d'un nombre important de textes et discours nous permet de noter, tout en l'analysant, cette relation complexe que le locuteur établit avec son propre discours. Nous avons considéré par exemple comment, à travers les paroles des discours formant notre corpus, se construit l'image du locuteur et nous avons conclu sur le fait qu'elle n'est point extérieure à la parole, bien au contraire, elle s'y fond, s'harmonise pour finir par se confondre avec.

Habituellement, ce qui compte dans tels types de productions discursives pour le lecteur-spectateur-interprétant c'est la construction d'un sens et beaucoup moins la représentation du locuteur à travers son message. Nous avons constaté que dans ce type de discours profondément contextualisé qu'est le discours politique électoral, ayant une existence limitée dans l'espace et dans le temps – une campagne électorale – les choses se passent d'une tout autre manière : à travers le discours, à travers la parole, c'est le locuteur de l'énoncé que l'interprétant veut voir, avant même qu'il ne construise le sens de son discours-programme.

« Les idées suscitent l'adhésion du lecteur à travers une *manière de dire* qui est aussi une *manière de faire*. Pris dans la lecture dans un ethos enveloppant et invisible, on ne fait pas que de déchiffrer des contenus, on participe du monde configuré par le discours, on accède à une identité culturelle »[13]. Les productions électorales visent peut-être au

[13] Maingueneau, D., 2003, **op. cit**., p. 73.

degré le plus haut à provoquer l'adhésion, en tendant à se conformer aux attentes du public.

Ce sont les éléments résultés de nombreuses analyses discursives opérées sur les médias qui ont mené Dominique Maingueneau à proposer, dans les années 2000, un découpage fort intéressant des discours de presse ou de publicité sous le cadrage théorique offert par l'analyse de l'ethos[14] : *discours éphémères* vs *discours non éphémères*[15]. « […] la presse ou la publicité qui sont vouées à se périmer et à jouer la *communication* contre la *fondation*, sont en effet le repoussoir traditionnel des textes monumentaux[16] ».

Dès 1995, Maingueneau et Cossuta enrichissaient le trésor métalinguistique de l'AD en proposant le concept de *discours constituants* qui définit les discours d'une société sur lesquels s'appuient les autres et qui ne peuvent eux-mêmes s'appuyer sur aucun autre[17]. Ce sont les discours philosophiques, religieux, scientifiques qui ont la prétention à fonder et à n'être pas fondés, ces discours de fondation et moins de communication.

Cette perspective d'analyse nous oblige d'abord à respecter les lois de la diversité discursive qui n'admettent pas qu'on se repose sur les instruments d'investigation se nourrissant de la complémentarité entre la « stylistique » pure soucieuse de *textes* et la grammaire qui s'en tient aux limites de la *phrase*. La diversité discursive inclut aussi la

---

[14] Parmi les grandes orientations dans la recherche actuelle de l'analyse du discours on distingue celle qui privilégie la théorisation du discours à partir de la notion de l'*ethos*. Maingueneau, D., 1999, ***Ethos, scénographie, incorporation***, in Amossy, Ruth (dir.), **Images de soi dans le discours**, Lausanne, Delachaux et Niestlé, pp.75-100.

[15] Maingueneau, D., 2003, **op. cit**.

[16] Idem.

[17] Maingueneau, D. et Cossuta, F., 1995, ***L'analyse des discours constituants***, in **« Langages »**, 117, pp.112-125.

situation de communication, le contexte de la production discursive à l'intérieur de la vaste entreprise appelée génériquement *communiquer*[18].

IV. Le discours politique (électoral) – un discours éphémère ?

Le discours électoral fait partie du type de discours politique qui est essentiellement un discours média. En tant que tel, le discours électoral manifeste une intentionnalité forte dans sa production : changer l'avis des interlocuteurs, les électeurs, dans notre cas, devant impérativement adhérer au point de vue du locuteur, le candidat. Dans le discours politique électoral plus que dans tout autre type de discours médiatique, faire adhérer le destinataire du discours aux options politiques du locuteur, c'est à dire à son point de vue, se transforme en une stratégie de marketing : le succès de la communication se traduit immédiatement dans un acte, celui de voter, ou même dans l'acte d'adhésion à une doctrine. « Dire, c'est faire » devient la marque de la légitimation de tout discours électoral.

S'il y a des ressemblances à l'intérieur d'une typologie discursive entre divers types de discours, elles pourraient être signalées entre le discours politique électoral et le discours publicitaire. Tout d'abord, même si fortement contextualisés tous les deux, on peut en identifier les différences majeures : si le discours publicitaire construit ses stratégies en fonction du public cible qui varie d'un public à un autre, le discours électoral s'adresse à un public large et ses stratégies de construction dépendent essentiellement du locuteur.

[18] Maingueneau, D., 1988, **op. cit**.

A part cela, et le discours publicitaire et le discours électoral représentent des productions langagières destinées à marquer la mémoire collective tant que le destinataire-interprétant et le locuteur-énonciateur en ont besoin. De ce point de vue, à la différence des grands discours non éphémères, c'est à dire constituants ou fondamentaux, comme par exemple le discours littéraire, les produits discursifs dans une campagne électorale genre discours électoral s'inscrivent, dans notre vision, dans ce qu'on nomme « l'éphémère du discours », propre à toutes les productions médiatiques.

Une autre approche analytique dans le cadre de la même perspective de théorisation du concept de discours par le biais de l'ethos amène D. Maingueneau à reconnaître que « le discours publicitaire entretient des affinités obscures avec les discours philosophique et littéraire » car, disait-il, « au fur et à mesure que voient le jour les textes attribués à un même auteur, s'élabore aussi une certaine figure de ce qu'est être philosophe ou écrivain, une certaine posture « locutoire qui est aussi une manière de s'inscrire dans le monde »[19]. A partir de là, nous avons trouvé de fortes affinités de construction discursive et de stratégies d'adhésion entre le discours électoral et le discours théâtral.

L'approche sémiolinguistique proposée par Patrick Charaudeau (1983)[20] dans l'analyse des discours offre des instruments d'investigation valables pour le discours politique également : « tout acte de langage est une mise en scène »[21] et « le processus cognitif de la représentation représente un élément incontournable à l'échange

[19] Maingueneau, D., 2003, **op. cit**., p. 69.

[20] Charaudeau, Patrick, 1983, **Langage et discours. Elément de sémiolinguistique (Théorie et pratique)**, Paris, Hachette.

[21] Charaudeau, P., 1983, **op. cit**., p. 37.

langagier »[22]. Dans cette perspective, on pourrait distinguer les quatre sujets qui occupent deux à deux les deux lieux du discours politique électoral vu comme une mise en scène langagière : les partenaires de l'échange se trouvent sur le lieu situationnel du Faire, dans un circuit externe, à savoir : le *sujet communiquant*, comme instance de production du discours, par conséquent, un sujet de parole (cf. Charaudeau); *le sujet interprétant*, comme instance d'interprétation qui a une activité de réaction interprétative, construisant son propre sens. Il y a aussi un circuit interne, celui du Dire : le sujet énonçant ou énonciateur et le sujet destinataire comme êtres de parole auxquels sont attribués des rôles énonciatifs par le *Je* communiquant et le *Tu* interprétant.

Le discours politique électoral s'avère-t-il un discours éphémère car fondé sur une mise en scène foncièrement contextuelle et situationnelle ? Il reste quand même le résultat d'une dynamique dans laquelle les partenaires se livrent à un travail d'évaluation de soi-même et de l'autre sur le principe que le fait, « l'acte de langage est toujours un acte interactionnel même lorsque les partenaires ne sont pas physiquement présents l'un à l'autre »[23].

V. Pour conclure

Partir dans l'analyse du discours politique (électoral) d'un a priori qui dit que tous les textes médiatiques sont fondamentalement éphémères parce qu'ils s'opposent aux discours constituants qui eux seraient foncièrement fondateurs s'avère, dans notre opinion, une piste fausse. Il n'y aurait qu'une raison pour caractériser le discours politique comme discours éphémère : le cas où l'on lie ce trait au

[22] Ibidem.
[23] Idem, p.167.

traitement même que les médias font des événements sélectionnés comme actuels et devant être ainsi présentés aux lecteurs-spectateurs-auditeurs. Mais je me demande encore si le fait que le médiatique soit soumis à l'actualité et à ses variations nous impose à le reconnaître comme éphémère.

Suivant de près les analyses que Maingueneau et d'autres analystes du discours font sur le discours dans la perspective de l'ethos, nous avons constaté que le discours électoral reste une situation de communication où l'image du locuteur, son comportement se construit tout comme le discours lui-même, à vue d'œil. Oswald Ducrot parlait du concept d'ethos en AD : «… je dirais que l'ethos est attaché, le locuteur en tant que tel : c'est en tant qu'il est source s'énonciation qu'il se voit affublé de certains caractères qui, par contrecoup, rendent cette énonciation acceptable ou rebutante »[24].

L'image du candidat, des représentations de l'ethos de l'énonciateur, se construisent, d'une part tout au long de l'acte d'énonciation, d'autre part, à base de certaines représentations préalables de l'ethos du candidat que les destinataires ont au moment de l'énonciation. De ce point de vue, le discours électoral connaît à la fois un *ethos discursif* et un *ethos prédiscursif* (cf. D. Maingueneau). « Dès qu'il y a énonciation, quelque chose de l'ordre de l'ethos se trouve libéré : à travers sa parole un locuteur active chez le destinataire la construction d'une certaine représentation de lui-même, mettant ainsi en péril sa maîtrise sur la propre parole ; il lui faut donc essayer de contrôler plus ou moins confusément, le traitement interprétatif des signes qu'il envoie. A partir de cette donnée incontournable bien des

[24] Ducrot, Oswald, 1984, **Le Dire et le dit**, Paris, Minuit, p. 201.

exploitations de l'ethos sont possibles, en fonction du type et du genre de discours concernés… »[25].

Dans une autre perspective, le concept d'éphémère du discours peut être considéré, à partir du discours politique, comme une preuve, un témoignage que le discours médiatique participe à la fondation de l'histoire « […] le corpus médiatique n'en constitue pas moins une « archive » disponible pour les linguistes, les historiens, les analystes de discours, soucieux du devoir du texte »[26]. Cette vérité s'applique aussi bien à l'ethos qui implique l'accès, plus tôt ou plus tard, à un monde éthique qui englobe un certain nombre de situations stéréotypiques associées à des comportements, mais aussi dans le plan de la langue, au-delà des expressions ou formulations éphémères, l'existence d'un nombre de structures devenues emblématiques pour le milieu politique et médiatique, porteuses de mémoire dans la société de communication qui nous envahit et nous enveloppe.

[25] Maingueneau, D., 2003, **op. cit.**, p.71.
[26] Idem, p. 68.

La référence personnelle dans le discours politique: JEeux et enjeux

Raluca-Nicoleta BALATCHI

Abstract: The paper aims to show that the speaker's choice of specific linguistic means to refer to himself can be an important strategy in political campaign discourse, as it helps the receiver of the message create the candidate's 'profile' being directly related to the concept of *ethos*. It looks at the functioning of personal deixis (*I / we*) and its relationship with the other means of self-reference in discourse: the proper name and the nominal groups designating political roles, inside a fixed discursive script, based on a question / answer structure.

1. Introduction

Le pouvoir du politicien réside dans la force du mot : affirmation devenue presque stéréotypée mais qui se vérifie assez souvent, ne fût-ce que par l'attention extrême que les hommes politiques prêtent à leurs dires. Austin et Searle avaient donné la 'recette' miraculeuse par laquelle on peut relier l'action au langage, le dire au faire. Ancré dans le social[1], le discours politique est nécessairement voué à l'action ; mais, à l'origine du dire comme de l'agir, on doit toujours voir l'activité d'un sujet ; un sujet qui, une fois qu'il s'*empare* du langage, pour utiliser l'expression célèbre de Benveniste [1966], s'affirme ou non comme locuteur

[1] De par son étymologie, le mot *politique* renvoie à l'idée de communauté ; en grec, l'adjectif *politikos* signifie *relatif à la cité*.

dans son discours, assume ou non la responsabilité de son dire, par des références à soi-même plus ou moins 'intermittentes'[2], par des choix énonciatifs qui sont, à notre avis, non-accidentels, et doivent être regardés comme des faits pertinents[3] : accepter les risques d'un *je* ou préférer au contraire le *nous* avec ses différentes valeurs, cela récèle des options qui font partie, à notre sens, d'une stratégie discursive bien mise au point, qui s'encadre dans la visée argumentative inhérente à toute production politique et d'autant plus à tout discours de campagne électorale ; d'autre part, fonder son discours sur des structures à sujet pronominal de première personne plutôt que sur des groupes nominaux fait accroître l'importance du verbe, et conduit vers la création d'un *discours action*, d'un discours *performatif*, plutôt que *descriptif*.

2. L'expression de la subjectivité dans le discours politique

Faire référence à soi-même dans et par le discours est une possibilité que la plupart des langues actualisent à travers des pronoms[4]; il s'agit, pour l'essentiel, de la classe

[2] Nous renvoyons au syntagme *présence intermittente de l'énonciateur* introduit par Dospinescu (2003), syntagme qui permet de rendre compte d'une manière très originale de la problématique de la subjectivité dans le langage.

[3] Cf. la théorie de la pertinence de Sperber et Wilson [1989].

[4] Pour une étude comparative exceptionnellement bien documentée sur la classe des pronoms, voir en particulier l'ouvrage de Cysouw [2003], qui propose une analyse des paradigmes selon lesquels se construisent les marqueurs de personne en 400 langues du monde (selon des critères morphosyntaxiques, sémantiques et pragmatiques). Une présentation comparative de l'expression de la première personne en plusieurs langues pourrait apporter des précisions intéressantes pour la compréhension de son fonctionnement, imposant justement l'idée de

des déictiques personnels, notamment *je* (la seule unité linguistique à offrir un accès privilégié à la subjectivité individuelle [Reboul, 1994: 341] et *nous* pour le français, *eu*, *noi* pour le roumain[5]. En dehors de ces pronoms, le locuteur peut renvoyer à soi-même dans le discours par l'usage du nom propre[6] ou encore à travers des descriptions définies censées désigner le rôle contextuel / énonciatif accompli par le locuteur en question (e.g. *le président*, *le maire*).

Je est, par excellence, *locuteur*, ou, de manière plus générale, et pour couvrir tous les contextes de communication, *producteur*, instance autour de laquelle se construit tout le réseau énonciatif, la clef de vôute de la deixis, ce qui en fait le repère des autres éléments indexicaux (je ne peux pas établir l'identité de *tu*, par exemple, sans me rapporter au *je* du discours en question).

Nous nous proposons de nous occuper de la présence des marqueurs de la subjectivité dans un corpus relevé sur du discours électoral télévisé ; il s'agit notamment des déictiques personnels qui permettent au locuteur de faire

complexité sémantique : les langues asiatiques distinguent par exemple entre plusieurs 'je' en fonction du statut social du locuteur lors de l'énonciation.

[5] En roumain, les spécificités désinentielles des verbes n'obligent pas le locuteur à actualiser le sujet pronominal ; cependant, dans certaines situations de mise en emphase, le pronom émerge, lui aussi, dans la structure de surface.

[6] On a remarqué, tant au niveau du fonctionnement grammatical que sémantico-logique, une ressemblance entre le déictique *je* et les noms propres. Par exemple, Arrivé, Gadet et Galmiche affirment que *je* et *tu* fonctionnent comme des noms propres provisoires [1986 : 496]. Cependant, il faut bien préciser que ce n'est qu'une ressemblance ; sur le plan référentiel, la substitution se fait toujours avec des différences d'interprétation importantes, comme les philosophes du langage l'ont bien remarqué (voir par exemple Anscombe).

référence à lui-même, *je* et *nous*. Nous partons du constat que la subjectivité est partout dans le langage, tous les discours en portant les marques sous des formes et à des degrés bien variables. Benveniste considérait la subjectivité comme la capacité que l'on a, en tant que locuteur, à se poser comme sujet. Elle serait donc une caractéristique intrinsèque à la langue ; mais la notion de subjectivité devient ambiguë si l'on prend en ligne de compte d'autres possibilités de l'appréhender par rapport au langage, comme Kerbrat-Orechionni le montre très justement dans son ouvrage sur ce sujet. La meilleure façon d'envisager le problème c'est de voir dans le couple subjectivité / objectivité, les deux pôles d'un axe, donc un phénomène graduel et non pas une opposition qui justifierait de classer les discours comme subjectifs / objectifs.

L'utilisation des pronoms de première personne dans le discours politique, et surtout de la première personne du singulier n'est pas une donnée à négliger dans l'analyse des caractéristiques discursives des hommes politiques ; il existe des études statistiques qui on bien montré que, selon les époques, la récurrence de *je* dans le discours politique était plus ou moins significative ; par exemple, la croissance de sa fréquence dans le discours des présidents de France est à mettre en relation avec un changement général de la perspective discursive : on passe d'un discours nominal, à tendance générale descriptive, à un discours verbal, dirigé vers l'action[7].

D'autre part, la présence plus ou moins grande des pronoms personnels sujet *je* et *nous* pour référer à soi-même doit être vue en relation directe avec la logique du discours

[7] Cf. Mayaffre [2004].

de campagne comme discours de 'combat' [8]; une étude statistique serait peut-être à même de montrer s'il existe une correspondance entre cette caractéristique du discours des candidats et leur image générale (candidat fort / faible). Ce n'est peut-être pas par hasard si, parmi les 12 candidats à la fonction de présidents, nous avons remarqué qu'il y a quelques-uns qui préfèrent presque toujours le *nous*, ou bien les structures nominales (contenant ou non des déictiques) même en réponse à des questions personnelles.

(1). *C'est ce qui* ***nous*** *caractérise,* ***nous****, les jeunes, de ne pas avoir des obstacles que l'on pourrait croire infranchissables.*

Nous nous *sommes décidés à entrer en politique….*

Nous *avons la conviction…*

Nous *sommes les représentants de la jeune génération et nous avons cette ambition de réussir, malgré tous les obstacles* (réponse du candidat Ovidiu Tudorici à la question: *Ne pensez-vous pas qu'il y ait une distance trop importante entre la fonction de vice-président du parti URR*[9] *d'une ville comme Campulung Moldovenesc et la fonction de président de la Roumanie ?*)

(2). ***Ma bonne éducation de Roumain*** *ne donnera jamais lieu à une telle hypothèse fausse.*

Le futur président *doit ….*

Voilà qui est ***Gheorghe Dinu, avocat, docteur en droit, ancien officier*** (réponse du candidat Gheorghe Dinu à la question *En tant qu'ancien officier de la 'Sécurité'* [la police secrète] *n'utiliserez-vous jamais les informations*

[8] Selon Labbé [2003], le verbalisme caractérise le discours de campagne comme discours de combat, tandis que les allocutions solennelles seraient définies plutôt par un discours nominal.

[9] L'*Union pour la Reconstruction de la Roumanie.*

dont vous disposez pour obtenir certains avantages auprès de diverses personnes ?) :

La situation où le locuteur reformule son discours du point de vue de la référence personnelle est très parlante de l'importance de ce mécanisme de construction énonciative :

(3). *Je considère que* ***le président*** *... enfin si* ***moi****, Alexandru Raj Tunaru,* ***je*** *vais devenir président* [...] ***je*** *vais former un Etat avec des conseillers apolitiques* (réponse du candidat Alexandru Raj Tunaru à la question : *Considérez-vous que l'ancienne loi de l'instituion présidentielle était meilleure ?*).

3. Etude de cas: la référence personnelle dans le discours des candidats aux présidentielles de 2004 en Roumanie

Nous avons pris comme corpus d'analyse les discours des candidats aux présidentielles de Roumanie lors des élections de 2004, discours énoncés dans le cadre d'une émission télévisée pendant la campagne électorale, *Destination Cotroceni*, transmise en direct par la chaîne nationale TVR1 ; il s'agit d'une émission où on leur propose de répondre à des questions selon un scenario fixe, établi d'avance, auquel ils doivent tous se soumettre, devant le public présent sur le plateau et, évidemment, devant les téléspectateurs censés les suivre. La structuration énonciative des questions oblige en quelque sorte, pour la plupart des cas, à une réponse construite sur la première personne du singulier ; cependant tous les candidats ne choisissent pas toujours le *je*, le contournant parfois par des descriptions définies du type *un candidat à la fonction de président, le président*, ou préférant le pluriel *nous*, comme dans les exemples que nous venons de proposer ci-dessus.

(1). *Le rôle d'**un président** doit être un rôle de médiateur, **il** doit expliquer aux gens...* (réponse du candidat Ovidiu Tudorici à la question : *Quelles méthodes utiliserez-**vous** pour vous maintenir au courant de la vie des Roumains ?).*

(2). [...] ***Le futur président** doit ….* (réponse du candidat Ovidiu Tudorici à la question : *Quel régime politique considérez-**vous** comme le plus adéquat pour notre pays* ?).

Le *nous*, on le sait, n'est pas un pluriel strict, mais, comme le montrait Benveniste, c'est un *je* dilaté, les spécificités de ce déictique ne permettant pas une pluralisation au sens propre du terme. C'est un *nous* qui fait du locuteur-candidat à la fonction de président un membre d'un groupe : ce groupe va être, en fonction du contexte, le parti que le locuteur représente (le *nous* se composant dans ce cas du *je* du locuteur et de *ils*) ou bien la communauté qu'il va représenter comme président (et en ce cas le *nous* réunit le *je* du locuteur et le *vous* des interlocuteurs-destinataires du message électoral). Les exemples qui suivent rendent compte des deux situations mentionnées :

(3). ***Nous** allons réussir, comme **j**'ai dejà discuté avec son éminence Vladimir, grâce à l'Eglise. **Nous** savons que **nous** aurons une Roumanie aggrandie et une Dacie réunie et **moi, je** serai le président de la Roumanie, c'est ce que Nostradamus a dit*. (réponse du candidat Aurel Radulescu).

(4). *La République* […] *c'est le chemin que **nous** avons choisi **nous**-mêmes quand **nous** avons voté la Constitution* (réponse du candidat Ovidiu Tudorici à la question : *Quel régime politique considérez-vous comme le plus adéquat pour notre pays* ?)

La référence de *nous*, là où on ressent le danger d'ambiguïté, est restreinte par le discours du locuteur lui-même, comme dans l'exemple suivant, où le candidat prend soin à

chaque fois de bien expliciter qui sont ceux qu'il représente :

(5). *Je crois que ni nos grands-parents, ni nos parents ne s'opposeront à ce que* ***nous*** *soyons plus riches et plus heureux :* ***les jeunes*** (réponse du candidat Alexandru Raj Tunaru à la question : *complétez votre CV*).

Passer par la classe des pronoms plutôt que par celle des noms pour exprimer son message a l'avantage de donner une forme familière au discours, où le contact entre le locuteur et les récepteurs se réalise (du moins en apparence) de manière simple et naturelle. Comparons à ce sujet les réponses de deux candidats à une même question qui leur demande de compléter la présentation de leur personnalité faite par les réalisateurs de l'émission, en choisissant des éléments qu'ils considèrent importants ; si dans le premier cas la réponse laisse mieux percer le caractère interactif de la communication, le *je* se définissant par rapport à *vous*, mais aussi par rapport à *nous*, dans le deuxième, sa récurrence constante dans des structures syntaxiquement symétriques crée un espace égotique où le *je* ne se définit que par rapport à lui-même:

(6). *Oui, tout d'abord une rectification :* ***j****'ai non pas 2 mais 3 enfants ; ce que* ***je*** *voudrais ajouter encore :* ***je vous*** *remercie de cette présentation ; ce que* ***j****'ai réalisé,* ***je*** *l'ai réalisé grâce à l'****équipe*** (réponse du candidat Marko Bela).

(7). ***J****'ai publié 20 livres et non pas 10.* ***Je*** *suis non pas seulement licencié en philosophie,* ***je*** *suis aussi docteur en histoire et doctorant en théologie.* ***Je*** *suis membre de l'Académie des Sciences Politiques de New York ....*(réponse du candidat Corneliu Vadim Tudor).

Vu que notre intérêt se dirige vers la présence des embrayeurs dans le discours de réponse des différents candidats à la même question ou du même candidat à des

questions différentes, nous envisageons le discours du point de vue de sa relation d'une part avec la notion d'interaction, mais d'autre part avec le problématique de la prise en charge du dire[10]. Les deux aspects sont visibles dans la structuration énonciative des réponses des candidats : certains candidats favorisent, par la façon dont ils répondent, soit l'interaction avec les personnes du plateau / les téléspectateurs, en sacrifiant et en mettant en question le contenu même de l'interrogation (le premier exemple ci-dessous), d'autres s'inscrivent dans le jeu de l'émission, même si parfois ils éludent, ils contournent en quelque sorte la responsabilité de répondre de manière directe (le deuxième exemple ci-dessous):

(8). *Etes-**vous** xénophobe ?J'ai compris que **vous vous** appelez Ghiurco, mais ici **vous** êtes à la télévision roumaine, **vous** ne devriez pas prendre le parti de l'UDMR*[11] (réponse du candidat Corneliu Vadim Tudor à une question sur le changement de sa conduite envers les étrangers).

(9). *La corruption est un problème de longue durée. Des mesures importantes devront être prises* [...].

***Nous** avons réussi à créer une institution, **nous** avons créé le Parquet Anti-corruption ; et, de ce point de vue, **je** crois qu'il y aura beaucoup à faire pendant la période suivante ; donc, **je** crois qu'il y a des éléments importants qui doivent être mentionnés ; **nous** avons réussi pendant ces 4 dernières années à entrer dans l'OTAN* (réponse du candidat Adrian Nastase à la question : *La corruption en Roumanie est un phénomène qui ne cesse de s'accroître. Comment répondez-vous à cette accusation ?*).

La prise en charge suppose, selon Maingueneau [2002], deux types d'opérations : se manifester comme *je* implique

[10] En effet, la notion de *discours* étant extrêmement ambiguë, il faut bien préciser à quel niveau de l'analyse on se situe.

[11] L'Union Démocrate Magyare de Roumanie.

d'une part être à la source de repérages énonciatifs, donc permettre l'ancrage de l'énoncé dans la situation d'énonciation, mais d'autre part cela signifie aussi que l'on se pose comme responsable de l'acte de parole accompli. C'est surtout cette deuxième dimension qui nous paraît intéressante – l'idée de responsabilité ; toute énonciation d'une assertion à la première personne suppose que l'on se porte garant de la vérité qu'elle exprime. Le *je* constitue un argument d'autorité, donne l'image d'un locuteur qui se fait confiance et auquel on peut faire confiance, et d'autant plus quand s'il s'associe à des verbes comme *assurer* qui apparaît deux fois dans la réponse du même candidat dans l'exemple ci-dessous:

(10). *De toute façon**, je peux vous assurer** que je vais utiliser les prérogatives constitutionnelles.*

*Donc je crois que la question est prématurée ; ce que **moi, je peux vous assurer**, c'est que je vais respecter la Constitution, dans quelque circonstance que ce soit* (réponse du candidat Gheorghe Ciuhandu à la question : *Nommez quelques personnalités politiques avec lesquelles vous allez collaborer si vous devenez président*).

D'autres modalisateurs permettent également d'instituer cette même impression d'assurance :

(11). ***Avec toute la responsabilité**, **je crois** que l'ancienne loi était bien meilleure* (réponse du candidat Alexandru Raj Tunaru à la question : *Considérez-vous que l'ancienne loi de l'institution présidentielle était meilleure ?*)

Mais, en même temps le discours sur la première personne du singulier donne l'impression d'une tension, construit une polémique (voilà ce que je pense *moi*, à la différence des autres) dans un discours de force qui se transforme en instrument argumentatif :

(12). *J'aimerais rajouter ceci : tous les partis espèrent avoir le vote des jeunes,* ***moi, je veux dire que*** *le Parti des Jeunes Démocrates est le seul qui...* (réponse du candidat Alexandru Raj Tunaru à la question : *complétez votre CV*).

La polémique peut se créer aussi dans l'interaction entre le *je* du candidat et le *tu* / *vous* du réalisateur / modérateur de l'émission, comme dans les deux exemples qui suivent, où le discours du candidat prend une tournure inattendue, se transformant dans une véritable confrontation :

(13. ***Vous*** *allez voir que* ***moi***, ***je*** *ne vais pas répondre à des questions de ce genre ;* ***moi, je*** *suis venu passer un examen moral devant la nation ;* ***je*** *ne crois pas qu'il soit important quand Becali a fini ses études secondaires* (réponse du candidat George Becali à une question 'incommode' sur son diplôme de bacalauréat).

(14). *Ecoutez Madame,* ***je*** *ne suis pas à la Gestapo ici. Ne mettez pas le feu à votre émission !* [...]

Le candidat, c'est ***moi*** *et non pas* ***mon*** *staff !* (intervention du candidat Corneliu Vadim Tudor, en dehors des questions du modérateur, en réponse à l'affirmation du candidat Marko Bela que son parti ne va pas collaborer avec les ultra-nationalistes).

Evidemment, étant des déictiques, *je* et *nous* reçoivent un référent grâce à la situation d'énonciation et, en tant que lieux privilégiés d'inscription de la subjectivité, ils se combinent à d'autres subjectivèmes (pour reprendre le terme de Kerbrat-Orechionni). Nous allons nous intéresser surtout aux verbes modalisateurs qui assurent la prédication de *je* et *nous*. Des verbes comme *croire*, *supposer*, *considérer* reviennent parfois à la charge dans le discours de certains candidats.

(15). ***Je crois que*** *c'est très bien que les femmes s'impliquent* [dans la vie politique en Roumanie] (réponse

du candidat Gheorghe Ciuhandu à une question sur le rôle des femmes et de la femme du président dans les problèmes de la société roumaine).

(16). ***Je considère que*** *le président ... enfin si moi, Alexandru Raj Tunaru, je vais devenir président* [...].

La sémantique des verbes qui accompagnent le *je* est également responsable de la création de l'image du locuteur: si *croire*, *considérer* laissent au premier plan le locuteur, la modalité déontique le met en quelque sorte dans l'ombre, parce que le locuteur est celui qui *sait* ce qu'il *faut* faire mais n'est pas celui qui *agit*. C'est d'autant plus le cas dans l'exemple suivant où le locuteur évite toute référence personnelle afin d'éluder sa responsabilité, et fonde sa réponse sur des structures passives :

(17). *La corruption est un problème de longue durée. Des mesures importantes* ***devront*** *être prises* (réponse du candidat Adrian Nastase à la question : *La corruption en Roumanie est un phénomène qui ne cesse de s'accroître. Comment répondez-vous à cette accusation ?*).

Mais, bien évidemment, il faut faire la distinction entre les usages des verbes qui relèvent clairement de la modalité épistémique, et d'autres usages des mêmes verbes caractéristiques pour ainsi dire de l'oralité ; à la limite, là où les *je crois* s'enchaînent à l'infini, ils n'assurent tout au plus qu'une cohésion au discours en train de se construire[12], et ont très peu à voir avec la responsabilité du dire :

(18). ***Je crois que****, de toute façon, Emil Constantinescu a un rôle particulier dans l'histoire de la Roumanie.* ***Je crois qu****'il sera possible qu'il guide encore les jeunes....Et, s'il faut encore continuer,* ***je crois que*** *c'est ce qui compte le*

[12] Voir par exemple nos remarques sur la problématique de la solidarité discursive à l'oral (Ardeleanu, Balatchi, 2005).

plus [...] (réponse du candidat Marian Petre Milut à une question sur ses rapports avec l'ancien président de la Roumanie, Emil Constantinescu).

L'emploi d'une personne ou d'une autre dans le discours pour référer à soi-même est en rapport direct avec la notion d'*éthos*. C'est une notion centrale du domaine de l'analyse du discours; il serait peut-être significatif de rappeler, à la suite de Mayaffre [2005 : 186] que, pour Aristote, la rhétorique de l'*éthos* est moins noble que celle de *logos* :

> « La construction d'une personnalité par la médiation du langage est toujours subjective, contrefaite, mensongère [...] L'*éthos* est par définition artifice, pusiqu'il s'agit de donner une image : image de soi non pas réelle mais adéquate pour convaincre. Aussi, la preuve par l'*éthos* repose-t-elle entièrement sur la fiabilité et la sincérité que l'on accorde au locuteur tel qu'il se présente et non plus sur la valeur logique de la démonstration »

Dans le discours électoral, l'image de soi que le locuteur construit à travers son dire, pour exercer une influence sur l'interlocuteur (cf. la définition proposée par Amossy pour l'éthos dans le *Dictionnaire d'analyse du discours*, [2002]) tient en principe du rôle que le locuteur est censé occuper (il est candidat à la fonction de président), un rôle fondé donc sur des attentes, sur une préconstruction de cette image par les interlocuteurs / destinataires du message électoral.

Mais, comme le montre Maingueneau [2005], l'image de soi est aussi le résultat d'une appréhension du locuteur comme une voix et un corps ; cela devient particulièrement important dans le discours électoral où le candidat à tout intérêt à laisser une image de soi-même la plus favorable possible ; il va donc s'efforcer par tout ce qu'il *dit* de montrer qui il *est* ce qui va correspondre plus moins à l'image préconstruite par l'interprétant de son message.

Donc, à un certain niveau, un discours centré sur l'image du locuteur s'approche de la manipulation, le discours étant censé convaincre grâce à celui qui l'énonce plutôt que à ce que l'on énonce.

Le discours de certains candidats se caractérise par un véritable 'narcissisme' énonciatif, chaque instance discursive étant ramenée au locuteur :

(19). George Becali : ***Moi***, ***je*** *dis que... on aurait dû mentionner que, par cette fondation,* ***moi****, à partir de 1990,* ***je*** *fais des actions charitables, chrétiennes,* ***j****'ai dépensé dans les milliards pour aider les pauvres et l'église chrétienne* (George Becali, réponse à la question *Complétez votre CV)*.

La structure de l'énoncé elle-même est réflexive par l'usage du verbe *dire* au présent qui accentue en quelque sorte la valeur d'*énonciateur* du candidat, ce qui rend son message presque irréfutable

Cela arrive même dans les cas où la structuration des questions ne l'oblige pas à centrer le discours sur soi-même ; ce n'est peut-être pas exagéré de dire que, dans certaines situations, le *je*, ou bien son soi-disant pluriel, *nous*, est là plutôt pour construire une émotion (menace, promesse, crainte, discours autoritaire, etc.) qu'une image de sa propre personnalité, ce qui relève du *pathos* :

(20). *C'est la moindre des choses que* ***je*** *peux faire pour le peuple pour lequel* ***je*** *donnerais ma vie même* (réponse du candidat Corneliu Vadim Tudor)

(21). ***Je*** *continuerai à être un homme intransigent dans ses relations avec ceux qui l'entourent et* ***j****'attends de même qu'ils soient exigents dans leurs relations avec* ***moi*** (réponse du candidat Traian Basescu à la question: *comment répondez-vous à l'accusation que vous ne pouvez pas travailler en équipe ?*).

(22). *Pendant des années,* ***nous*** *avons été accusés de xénophobie.* ***Nous*** *ne sommes pas xénophobes,* ***nous*** *sommes contre les salauds !* (réponse du candidat Corneliu Vadim Tudor à une question sur le changement de sa conduite envers les étrangers).

Bien que l'on ne dise pas toujours grand chose, et que l'association de la première personne aux verbes modalisateurs n'ait rien d'extraordinaire en soi, leur constante répétition dans le discours de certains candidats montre une concentration du discours sur soi-même ; il s'agit, peut-être, comme le suggérait Mayaffre [2004 : 39] dans son analyse statistique du même phénomène bien visible dans le discours politique français, du fait que l'on a affaire à :

> « un discours de l'agir politique, ou, de manière plus inquiétante encore, un discours du *dire* politique, un discours sur le discours et sur son locuteur ».

L'identification du référent de ces *je* est assurée grâce au contexte extra-linguistique ; cependant, il n'est pas rare de voir le candidat lui-même offrir, de par leur discours, les éléments nécessaires à cette identification, faisant usage de leur nom propre :

(23). *Si* ***moi, Alexandru Raj Tunaru****, je vais devenir président, je vais former un Etat avec des conseillers apolitiques* (réponse du candidat Alexandru Raj Tunaru à la question : *Considérez-vous que l'ancienne loi de l'institution présidentielle fût meilleure ?*).

Par contre, à des questions qui imposeraient une réponse personnelle, il existe des candidats qui s'entourent constamment de l'autre, des autres, masquant leur ego derrière le *nous* d'équipe ; nous avons déjà vu quelques exemples dans ce sens ; dans des situations de ce type où le *nous* prédomine, le *je* reste un simple 'organisateur' discursif:

(24). ***Nous*** *avons réussi à créer une institution,* ***nous*** *avons créé le Parquet Anti-Corruption ; et, de ce point de vue,* ***je*** *crois qu'il y aura beaucoup à faire pendant la période suivante ; donc,* ***je*** *crois qu'il y a des éléments importants qui doivent être mentionnés ;* ***nous*** *avons réussi pendant ces 4 dernières années à entrer dans l'OTAN.* (réponse du candidat Adrian Nastase à la question : *La corruption en Roumanie est un phénomène qui ne cesse de s'accroître. Comment répondez-vous à cette accusation ?*).

On considère assez souvent que l'usage de *nous* à la place de *je* n'est, dans certains contextes, qu'un artifice, un choix plus ou moins 'stylistique'[13] ; dans le discours que nous avons analysé cela montre cependant un changement significatif de la perspective énonciative et un degré différent de prise en charge du dire. Le locuteur reste bien présent mais il n'est plus seul à combattre, il s'entoure d'une 'collectivité'

(25). ***J'****ajouterais aussi le fait que j'ai réussi à moderniser un parti de centre gauche.* ***Nous*** *avons, dans cette campagne, toute la confiance que...*

Nous *avons toujours eu une équipe très forte à l'intérieur du parti et* ***je*** *compte beaucoup sur les jeunes du parti.* (réponse du candidat Adrian Nastase à la question : *Complétez votre CV*).

Toute analyse du discours électoral médiatisé doit tenir évidemment compte des spécificités du canal de transmission, qui conditionnent la structure du discours ; c'est surtout le cas pour les émissions télévisées à format fixe, comme ici, où les discours des candidats doivent s'inscrire

[13] Il faut préciser qu'à ce niveau aussi les tenants de la théorie de la pertinence ont une position bien intéressante, à laquelle nous souscrivons également; selon eux, le style naît de la recherche de la pertinence [Sperber et Wilson, 1989].

dans un schéma contraignant tant en ce qui concerne la forme que le temps du tour de parole. De ce point de vue, on peut considérer les réponses des candidats comme non-marquées (leur structure s'encadre dans les attentes mises en place par la question) ou au contraire marquées (c'est-à-dire celles qui ne correspondent pas aux hypothèses des récepteurs). Donc, d'une part, on peut dire que le discours électoral est restreint à des formats stricts, et ne peut plus se développer librement, mais d'autre part, on peut mettre à profit le grand avantage de la télévision : le contact 'direct' grâce à l'image, ce qui enrichit énormément le discours au niveau cette fois-ci situationnel. Le discours se trouve complété (ou parfois même contredit) par tous les éléments contextuels pertinents[14] dans la construction de la référence ; ces éléments contextuels sont essentiels dans l'interprétation des déictiques; le *je* colle directement à l'image du candidat, le *nous* prend comme point de repère un élément qui est déjà là, bien présent.

Mais l'image ne donne pas seulement un contexte, elle semble être directement responsable de la strucuration du message en tant que tel ; d'autre part, le discours lui-même arrive à emprunter des qualités à l'image, devenant parfois iconique, mettant effectivement en scène le locuteur en train de discourir ; cela s'avère particulièrement important pour l'homme politique dans le rôle de candidat, et surtout lorsqu'il construit un discours de 'présentation' de soi-même devant son électorat.

[14] Nous préférons définir la notion de *contexte*, tellement floue, à travers les acquis de la théorie de la pertinence [Sperber et Wilson, 1989] : le contexte n'est pas donné, mais construit, se constituant à chaque fois des éléments considérés comme les plus pertinents par l'interprétant du message.

L'une des conclusions très intéressantes sur l'importance de la télévision à laquelle arrive Mayaffre dans son étude sur les discours des présidents français, est que :

> « La télévision [...] empêche le développement d'une argumentation poussée et l'élocution de discours politiques d'envergure. De plus, l'image – et l'image verbale – favorisent une communication faite plus de signes que de sens, de monstration que de démonstration, d'affectif que de rationnel, d'implicite que de démontré, de syllogismes rapides et sophistiqués que de logique lourde et rigoureuse, d'*éthos* que de *logos* » [2004: 187].

4. En guise de conclusion

Parler à la première personne en tant que futur président c'est assumer son dire, mais c'est aussi se construire en disant ; se construire en tant que porte-parole, représentant, mandataire d'une logique et d'une pensée présentée comme unique et originale par le fait même qu'elle est assumée.

Intermittente ou proéminente, la présence du locuteur-candidat dans son discours est une donnée non-négligeable de la création / reconstruction de son image par le public, image qui se greffe sur un espace préconstruit dans le système d'attentes des interprétants.

Nous nous sommes proposé d'illustrer, à travers quelques exemples relevés sur un corpus bien précis, l'importance que les marques personnelles peuvent avoir dans le discours politique ; à ce niveau de l'analyse, nous ne pouvons pas encore prendre le risque de définir ou de typologiser les discours des candidats à partir de cette coordonnée (même s'il y a déjà des tendances claires, chez certains candidats, de cultiver un discours hautement personnel ou au contraire de faire fondre leur personnalité

dans le *nous* collectif) mais ce serait une piste de travail bien intéressante qui donnerait des conclusions pertinentes, si on disposait d'un corpus plus large[15].

On ne peut que conclure avec Mayaffre [2004 : 34] sur le fait que :

« Si ce sont les mots qui véhiculent le plus immédiatement le sens, ce sont la composition et les règles grammaticales qui déterminent, dans le débat politique, ce qui **est** et **peut** être dit » (c'est nous qui soulignons).

Bibliographie

Ardeleanu, Sanda-Maria, 2000, **Dynamique de la langue et imaginaire linguistique**, Demiurg, Iasi.

Ardeleanu, Sanda-Maria ; Balatchi Raluca, 2005, **Eléments de syntaxe du français parlé**, Institutul European, Iasi.

Arrivé, Michel; Gadet, Françoise; Galmiche, Michel, 1986, **La grammaire d'aujourd'hui**, Flammarion, Paris.

Anscombe, G.E.M, 1994, ***The First Person***, in **« Self-Knowledge »**, Oxford University Press, Oxford.

Austin, John, 1970, **Quand dire c'est faire**, Seuil, Paris.

Balatchi, Raluca, 2005, ***Le je(u) de la politique***, in **« La lettre R »**, no. 2-3, Editura Universitatii Suceava, p.147-150.

Benveniste, Emile, 1966, **Problèmes de linguistique générale**, tome I, Gallimard, Paris.

Charaudeau, Patrick; Maingueneau, Dominique, 2002, **Dictionnaire d'analyse du discours**, Seuil, Paris.

Cysouw, Michael, 2003, **The Paradigmatic Structure of Person Marking**, Oxford University Press, Oxford.

[15] Une étude statistique de ce genre a permis par exemple d'affirmer que la première spécificité du discours de François Miterrand est l'omniprésence du pronom personnel de la première personne [Mayaffre, 2004].

Dospinescu, Vasile, 2003, ***De la présence intermittente de l'enseignant dans les documents didactiques***, in **«Probleme de lingvisticã generalã si romanicã»,** vol. I, Chisinau, p. 279-286.

Kerbrat-Orecchioni, Catherine, 2002, **L'énonciation de la subjectivité dans le langage**, Armand Colin, Paris.

Labbé, Dominique, 2003, ***Le général de Gaulle en campagne , Aspects linguistiques du texte de propagande***, in **« Actes des journées l'ERLA »**, Brest.

Mayaffre, Damon, 2004, **Paroles de président**, Champion, Paris.

Moeschler, Jacques; Reboul, Anne, 1994, **Dictionnaire encyclopédique de pragmatique**, Seuil, Paris.

Searle, John, 1972, **Les actes de langage**, Hermann, Paris.

Sperber, Dan ; Wilson, Deirdre, 1989, **La pertinence. Communication et cognition**, Minuit, Paris.

Approche des marques posturo-mimo-gestuelles dans le discours politique

Ioana-Crina COROI

Abstract: The paper is an analysis of the speaker's gestual, facial and postural manifestations in political campaign discourse. It aims to show that the speaker's non-linguistic level constitutes a complex territory for semiotic investigation. The decoding of these marks is meant to build a different identity for the candidates, this being the result of a recognising code of corporal recurrent behaviour. Gestures are constitutive elements of a single system which is directly connected to a semiotic level / dimension, proving that discourse means a lot more than words and sentences.

I. La communication politique télévisuelle

En tant que segment de la réalité humaine, la communication politique représente une construction sociale, un spectacle qui privilégie les significations, les interprétations, les interactions communicatives, tous les éléments qui offrent une image globale de l'isomorphisme du discours politique et du discours télévisé.

Répondre aux questions «que faut-il entendre par discours politique ?» et «que faut-il entendre par communication politique ?» ne peut pas émerger hors d'une perspective particulière. Le phénomène politique est analysable par plusieurs disciplines (on pourrait y mentionner les sciences du langage, l'anthropologie sociale, la sociologie, la psycho-

logie, la philosophie etc.), chaque discipline ayant le pouvoir de convertir son objet d'étude dans un champ de recherche très ample. Vu la dynamique discursive du phénomène politique, tout chercheur en analyse du discours s'attache à un contexte social et psychologique, tout en y intégrant ses concepts, ses instruments de travail pour en détacher des particularités visant la nature et le fonctionnement du discours politique.

De Platon à Kant, et plus récemment Foucault, Bourdieu ou Habermas, la complexité des rapports qui s'instaurent dans le champ du discours politique englobe des concepts très puissants comme « *langage*, *action*, *pouvoir* et *vérité* »[1]. L'interdépendance réciproque qui caractérise cette série de concepts marque une relation inscrite dans un cadre actionnel. Par la suite, tout acte de langage s'appuie sur trois principes fondateurs – *altérité*, *influence*, *régulation* – étant « noué à l'action à travers les rapports de force qu'entre-tiennent les sujets, rapports de force qui construisent en même temps du lien social »[2].

Ces rapports de forces existent dans des espaces sociaux, pas nécessairement déterminés du point de vue géographique. Il s'agit plutôt d'un espace assez homogène dans lequel tout se joue entre la vérité de la parole et la vérité de l'action, la communication politique s'exerçant dans une société qui vise l'organisation de la vie des individus vivant en communauté selon un certain nombre d'activités de régulation sociale. La complexité du champ politique est perceptible à travers plusieurs secteurs d'action sociale (juridique, économique, médiatique etc.), des secteurs qui ont pour enjeux d'identifier, de présenter, voire de réguler les rapports de

[1] Charaudeau, Patrick, 2005, **Le discours politique. Les masques du pouvoir**, Librairie Vuibert, Paris, p.11.

[2] Charaudeau, Patrick, **op. cit**., p.12.

force pour maintenir ou aplanir des situations réelles, tout en essayant d'établir des rapports équitables entre les membres d'une communauté.

Ces espaces interagissent les uns avec les autres et construisent à la fois un cadre plus vaste d'analyse de la communication politique. Etroitement lié au monde politique, chaque espace se veut, en même temps, autonome, il cherche à se distancier du pouvoir exercé par le politique.

Les médias représentent un bon exemple de cette situation contradictoire. D'une part, les journalistes dépendent de sources d'informations, ils utilisent des connexions politiques pour obtenir des renseignements visant certaines situations politiques, certaines affaires et, d'une autre part, ils doivent maintenir leur crédibilité, leur détachement objectif à travers leurs investigations et leurs enquêtes de tous ordres.

Traditionnellement, la communication politique se déroulait sur un ou deux canaux majeurs (imprimé, réunions), les destinataires du message en avaient connaissance d'une manière directe ou indirecte, même par le biais de relais d'opinion, décisif pour une bonne interprétation.

Aujourd'hui la qualité de la communication est profondément marquée par l'intervention des médias de masse, plus particulièrement de la télévision, ce qui détermine l'apparition d'un nouveau degré technique plus important, permettant aux divers types de médias de se compléter souvent pour un meilleur décodage des discours. Les différents medias de masse qui véhiculent la communication politique moderne s'imposent par leur propre pouvoir informationnel.

La télévision est aujourd'hui le principal support médiatique utilisé par la communication politique. A partir d'un débat télévisé (en 1960, entre Richard Nixon et John F. Kennedy), la classe politique de n'importe quel pays com-

mence â reconnaître l'importance de ce moyen de communication pour la réussite de leurs projets. Elle influence beaucoup le déroulement d'une campagne, elle n'est pas tout à fait neutre en ce qui concerne la matière de communication politique électorale, car elle impose que le discours politique soit de plus en plus recherché, de plus en plus élaboré.

La réalisation de ces aspects varie en fonction de la télévision, ce support médiatique privilégié s'avérant plus indispensable que jamais. Sous sa forme télévisuelle, la communication politique est directement soumise à l'environnement, elle se plie aux lois de son cadre d'accueil.

II. Valences du langage non-verbal

La communication politique télévisuelle représente un « Mal nécessaire pour certains hommes politiques ou source du renouveau pour d'autres»[3]. En dépit de ses contraintes déclarées, elle s'impose quand même par son efficacité et sa large zone d'action où les récepteurs ne sont pas seulement de simples amateurs et / ou consommateurs de télévision, mais des individus qui mobilisent des schémas de réception et d'interprétation des expériences perçues dans certaines situations de communication sociale.

Le pouvoir de la télévision est donné aussi par les hommes politiques qui, tous désireux de participer le plus souvent que possible aux émissions télévisées, aux débats organisés selon des critères et des contraintes bien déterminés, donnent implicitement un pouvoir démesuré à certains journalistes. Ceux-ci, du seul fait qu'ils détiennent les clefs

[3] Mouchon, Jean, 1989, ***Médiatisation de la communication politique et logiques structurantes***, in « **Mots** » **– Les langages du politique**, no. 20, Paris, p. 43.

de l'accès à l'antenne, offrent, à leur tour, des valeurs symboliques favorables pour la communication de tout personnage politique. L'homme politique acquiert un statut institutionnel et, en même temps, le statut technique de sa communication s'améliore car son message a lieu en direction de destinataires qui ne sont pas exposés au discours.

Le simple fait qu'un homme politique s'intègre dans ce circuit médiatique « officiel » par le passage de la communication politique à la télévision, produit un effet immédiat, positif, qui confère un certain statut – l'homme politique devient « légitimé ». Cette vision favorable peut changer parfois, le même contexte joue même d'une façon négative pour d'autres personnalités. Toute une série de facteurs y intervient, on admet aussi la présence d'autres composantes qui apparaissent dans une communication politique. Elle est souvent modifiée, influencée, voire totalement transformée par des éléments extérieurs au discours.

Habituellement, on prend en compte l'aspect visuel et sonore du discours politique télévisé, mais il y a aussi des éléments du non-verbal dans le message, éléments qui peuvent compléter, renforcer, même contredire le discours verbal. Les caractéristiques physiques visuelles du locuteur jouent un rôle considérable pour le discours : faire ressentir une certaine émotion, éprouver de la sincérité par le destinataire d'une communication est plus facile à obtenir que par le discours verbal. Le plus souvent les téléspectateurs remarquent la différence entre les expressions et les traits des visages des hommes politiques qui sont en train de formuler leurs discours, ils sont capables d'observer clairement les expressions, les gestes soigneusement préparés,

soigneusement choisis pour déterminer une certaine attitude[4].

Les valences du langage non-verbal déterminent l'intégration des signes iconiques dans une interprétation pertinente de la situation de communication politique. En même temps, elles offrent une vision globale à caractère unificateur entre les structures de surface, les aspects visibles et les structures plus profondes, les aspects intérieurs, une vision qui se trouve dans un rapport de complémentarité du langage verbal.

III. Marques posturo-mimo-gestuelles dans la communication politique

L'étude des marques posturo-mimo-gestuelles dans la communication politique représente un sujet de recherche qui s'avère être un vaste territoire d'investigation sémiotique. Le corpus qu'on a choisi - pour illustrer toute une série de théories concernant les différents aspects de la communication non-verbale – est une émission télévisée (« Destinatia Cotroceni ») qui s'est déroulée pendant la campagne électorale de 2004 pour les présidentielles de Roumanie. On y retrouve tous les douze candidats pour la fonction suprême de l'Etat, des figures politiques plus ou moins connues à l'époque. Il y a aussi des différences entre les intervenants de ce débat télévisé à format fixe: l'âge, l'expérience politique, les régions géographiques où ils exercent leurs métiers etc. Tout au long des discussions,

[4] Les conseillers en communication y ont une fonction bien précise, ils interviennent dans la construction de l'image des candidats politiques afin d'offrir au public une identité modelée, façonnée, fabriquée qui correspond aux besoins des récepteurs. Le caractère momentané de cette identité n'est pas perceptible d'une manière évidente, il est masqué sous des images et des signes minutieusement préparés.

pendant quatre heures, toutes ces caractéristiques deviennent perceptibles d'une manière différente, ce qui met en évidence l'originalité discursive de chaque candidat.

Du point de vue discursif, étudier les caractéristiques de la communication non-verbale signifie faire référence aux interactions communicatives en tant que segment majeur de la sphère de l'investigation de tout acte de communication, phénomène extrêmement complexe et riche en significations par sa nature. Par rapport aux interactions communicatives orales et/ou écrites, les interactions communicatives non-verbales englobent les manifestations corporelles, les expressions du visage, les marques posturales etc.

En fait, le décodage des marques posturo-mimo-gestuelles vise la construction d'une autre image de l'identité des candidats, résultat d'un code de reconnaissance des conduites corporelles récurrentes et, implicitement, des transpositions métonymiques ou métaphoriques.

Les mouvements qui se produisent se trouvent en synchronie avec la production discursive, les deux formes d'expression sont intimement liées et constituent un système unique, elles agissent ensemble bien que leur mode de traitement soit très différent. Les gestes se différencient selon leur caractère, selon les sens qu'on peut y extraire tout en corrélant les réactions momentanées, spontanées, et les réactions recherchées, artificielles.

> *« Il y a deux types de gestes qu'on peut distinguer – les gestes « iconiques » et les gestes « métaphoriques ». Les premiers portent sur le caractère explicite du langage gestuel et les derniers sur son pouvoir de connotation et de dénotation. Malgré toute cette délimitation, on ne peut pas opposer totalement les gestes « iconiques » et les gestes « métaphoriques » puisque*

celui métaphorique a bien aussi une dimension iconique, sur le plan conceptuel. Le résultat de l'investigation profonde dans cette réalité posturo-mimo-gestuelle est donné par le pouvoir des gestes « métaphoriques » de transposer les attributs d'un domaine-source dans un autre domaine, le domaine-cible »[5].

Image et *parole*, ce sont des processus égaux et simultanés présents dans l'acte de communication. La modalité d'approche de ces aspects porte sur une réalité corporelle, une réalité fondée sur une complémentarité geste/signe. Les gestes sont les éléments constitutifs d'un seul système qui exprime ce que le locuteur désire à communiquer, mettant au jour une dimension iconique tout en montrant comment le discours, dans notre cas le discours politique, est beaucoup plus que des mots et des phrases.

Les chercheurs qui travaillent sur les langues gestuelles mettent en valeur la dimension complexe du décodage sémiotique du langage non-verbal. L'arbitraire, bien réel, connaît quand même ses limites subjectives, car, d'une part il y a toujours de la relativité dans l'analyse des signes et, d'autre part, il y a des postures qui peuvent être interprétées d'une manière standard, reconnue et généralement acceptée.

Pour offrir une image appliquée, réelle, des théories qui circulent autour de l'analyse des significations de la dimension corporelle de la parole, on fait appel aux études de la linguiste Danielle Bouvet, chercheur qui étudie depuis des années les marques de la communication non-verbale. Elle considère que le point de départ d'une telle analyse ne prend pas de sens que dans le contexte d'une production

[5] Sanda-Maria Ardeleanu; Ioana-Crina Coroi, 2002, **Analyse du discours. Eléments de théorie et pratique sur la discursivité**, Editura Universitatii Suceava, p. 68.

langagière précisément déterminée et qu'il y a beaucoup de marques qui «précisent et facilitent une certaine compréhension de ce qui est en train d'être dit, en mettant en lumière les opérations énonciatives et discursives sous-jacentes à la production des mots »[6].

L'image des hommes politiques dans le message télévisé est étroitement complété par leur gestualité. L'expressivité du visage ou du corps et leur mise en scène représentent une composante essentielle de la tenue d'un discours politique. Des regards détournés de la caméra, l'orientation de la tête, les gestes apparemment neutres ou non contrôlés, l'habillement sont quelques éléments de la mise en scène. Les gestes et la mimique faciale accompagnent la parole en permanence, ils représentent une deuxième voix qui se déploie dans une modalité visuelle. Les gestes font partie de la langue autant que les mots[7].

Lors de l'émission télévisée mentionnée, les locuteurs sont surpris dans diverses hypostases pendant leurs discours devant le public et devant les caméras. Les plus amples mouvements ont été ceux concernant les gestes effectués par les mains et les bras, en fonction de la visée des candidats à travers leurs messages.

Le positionnement au pupitre, pour répondre aux questions ou pour compléter les informations fournies aux téléspectateurs, suggère une certaine attitude qui offre quelques caractéristiques de la personne qui parle.

---

[6] Danielle Bouvet, 2001, **La dimension corporelle de la parole. Les marques posturo-mimo-gestuelles de la parole, leurs aspects métonymiques et métaphoriques, et leur rôle au cours d'un récit**, Peeters, Paris, p.140.

[7] Implicitement, le concept de *langue* devient limitatif et il doit être élargi pour y inclure l'image, l'instantané, le non-segmenté et le global de la communication.

Ainsi, le locuteur se trouve dans une position ferme, sûre, verticale (image no.1), qui marque un évident pouvoir de maîtriser le discours de soi-même. En revanche, il y a aussi un positionnement un peu plus détaché, appuyé sur les coudes pendant l'acte de communication (image no. 2), ce qui dénote une liberté de l'expression individuelle par rapport aux autres, une désinvolture qui devient la marque d'une volonté de paraître dégagé, sans être contraint par les circonstances, voire intimidé par le contexte politique. Il s'agit, en fait, d'une maîtrise de soi affichée afin de persuader les interlocuteurs qu'il n'est pas du tout nécessaire d'avoir une attitude rigide ou recherchée lorsque le locuteur (se) communique.

Image no.1

Image no. 2

Les yeux des locuteurs ont un grand pouvoir expressif, ils jouent, sans aucun doute, un rôle extrêmement important dans le processus de communication. Les attitudes de pensée sont souvent illustrées par la vue, sens essentiel par

lequel l'individu se situe dans un certain cadre énonciatif et élabore ses connaissances. Les mouvements des yeux peuvent fournir beaucoup d'informations lorsqu'ils établissent ou coupent le contact avec les interlocuteurs.

Image no. 3

Image no. 4

Image no. 5

En fait, il s'agit de la recherche non-déclarée d'une dimension phatique (les images no. 3 et no. 4 expriment une attitude des locuteurs qui essaient de communiquer directement avec les autres, tous attentifs au sujet). Fixer, indiquer, demander, même expliquer, ce sont des verbes qui caractérisent l'attitude des candidats. On pourrait même y ponctuer la transmission du message par un geste court de la main (image no.5) qui suggère une orientation des syntagmes vers le public, un double type de communication, le verbal étant tout à fait lié au non-verbal pour soutenir le discours.

Au sein d'énonciations on peut retrouver des regards qui ne visent pas le public pour un dialogue visuel accompagné par des mots. Le locuteur opère des déplacements de son regard vers des points fixes ou mobiles, il opère une quête mentale, visuelle lorsqu'il quitte-l'interlocuteur (image no. 6 et image no. 8). La scène sur laquelle les yeux se fixent soudain ou progressivement est représentée par un espace virtuel, dépourvu de connotations sémiotiques évidentes, un contexte discursif neutre qui permet au locuteur

de se regrouper, de repenser ses discours ou bien de se créer un refuge temporaire.

Le mouvement des sourcils (image no. 7) est interprétable seulement en relation avec un acte énonciatif particulier dont il est une composante indubitable. Ayant une base organique, cette expression a une utilisation en tant que geste relevant de l'activité langagière du locuteur qui devient le décodage d'un savoir inconscient. Il y a des connaissances codifiées, partagées parfois, par l'intermédiaire d'une liaison plus ou moins directe entre les communicateurs.

Image no. 6

Image no. 7

Image no. 8

Les différentes significations des mouvements présentés ne peuvent pas se deviner, elles sont données pendant l'acte de communication par un certain arbitraire du signe visuel. L'interlocuteur ne peut pas se rendre compte clairement de la manière arbitraire ou volontaire de ces manifestations.

L'ouverture des yeux est intimement liée au mouvement des paupières, ce qui marque l'éclosion d'une idée et / ou l'apparition d'un objet dans le champ virtuel de la scène discursive. Il se forge une métaphore d'une activité mentale à partir d'une activité visuelle (image no. 9). Le locuteur ouvre les yeux, augmente volontairement le champ de sa vision comme pour mieux percevoir certains aspects qu'on lui présente (image no.10). En effet « ouvrir les yeux » pour

« prendre conscience » marque une permutation métaphorique retrouvable à travers notre gestualité.

Image no. 9

Image no. 10

Les mouvements penchés du buste qui accompagnent parfois les mouvements de la tête marquent une orientation vers le locuteur (image no.11) pour mieux souligner une perspective individuelle, un certain point de vue discursif. Les positions de la main ou des mains qui accompagnent souvent la parole ont un code particulier. Sont-elles quand même totalement arbitraires ou bien sont-elles liées à une certaine motivation ? Cela dépend de la fonction qu'on leur assigne.

Toutes les trois images présentées au-dessous décrivent une expression très claire des locuteurs. Des gestes illustratifs, iconiques ou métaphoriques fournissent une expression parallèle au discours ou donnent une expression différente et complémentaire au contenu sémantique de la parole. Image de l'invisible, d'une abstraction, ces gestes entraînent des changements de la posture des locuteurs.

L'élévation des sourcils accompagne d'autres variations du visage (image no.13). Généralement, toutes les occurrences du mouvement de froncement des sourcils se situent

dans trois champs sémantiques représentés par les notions de *malaise*, d'*effort* et de *réflexion*. L'émotion exprimée d'une manière évidente, l'interrogation, l'exclamation, tous ces aspects de la variation du visage signifient une attention mentale particulière, une réflexion sur ce que l'autre a à communiquer.

Image no. 11

Image no. 12

Image no. 13

Les mouvements produits par le corps, par la tête au cours de la production discursive marquent l'association à un refus, à une opposition (par une rotation latérale ou par le rejet en arrière – image no.14) ou à une acceptation, un acquiescement (par l'inclinaison de haut en bas – image no.15). La rotation de la tête vers la gauche ou vers la droite peut accompagner un changement d'orientation du regard marquant, par métonymie, un geste de deixis.

Image no. 14

Image no. 15

Les subtilités du décodage des marques posturo-mimo-gestuelles offrent de la cohésion au discours politique. Et, bien qu'elles soient motivées, il n'y a pas quand même une uniformité de leurs réalisations, les différences étant perceptibles selon les identités politiques, selon les actants directement impliqués dans l'acte de communication.

IV. En guise de conclusion

Les mouvements du corps représentent une composante complexe d'un vaste système de communication, ils jouent un rôle fondamental dans la production discursive sans se limiter à être une simple illustration de la parole. Les marques posturo-mimo-gestuelles sont ancrées dans la faculté méta-linguistique du langage, tout infime posture concomitante à la production discursive relevant des sens de l'opération énonciative propre à chacune de ses occurrences.

L'analyse de ces marques fait souvent apparaître une autre présence, une autre identité du locuteur au sein de la situation de communication et, en dépit du fait qu'on considère que seule la langue peut parler d'elle-même, on doit admettre que tous les mouvements sont également des signes verbaux, des éléments constituants de la langue.

Enfin, on pourrait se demander alors si les représentations des corps et les images que celles-ci offrent renvoient à une identité cachée, véritable, inconsciente. Et, on finit par soutenir les remarques de Danielle Bouvet :

> *« Oui, nos corps sont des corps qui parlent. Comment saisir alors la parole dans toute sa réalité, si nous ne prenons en compte sa dimension corporelle ? C'est d'un corps parlant que notre parole d'un corps parlant que notre parole émerge, pour se donner et se recevoir dans un espace polysensoriel où entrent en jeu*

l'audition bien sûr, mais peut-être avant tout la vue et le mouvement, dans une interaction permanente et profonde entre tous les systèmes sensoriels concernés »[8].

Bibliographie

Amossy, Ruth (dir.), **Images de soi dans le discours. La construction de l'ethos**, Delachaux et Niestlé S.A., Lausanne (Switzerland)-Paris, 1999.

Ardeleanu, Sanda-Maria; Coroi, Ioana-Crina, **Analyse du discours. Eléments de théorie et pratique sur la discursivité**, Editura Universitatii Suceava, 2002.

Bouvet, Danielle, **La dimension corporelle de la parole. Les marques posturo-mimo-gestuelles de la parole, leurs aspects métonymiques et métaphoriques, et leur rôle au cours d'un récit**, Peeters, Paris, 2001.

Charaudeau, Patrick, **Le discours politique. Les masques du pouvoir**, Librairie Vuibert, Paris, 2005.

Fontanille, Jacques, **Sémiotique du visible. Des mondes de lumière**, PUF, Paris, 1995.

Haines, Rosemarie, **Televiziunea si reconfigurarea politicului. Studii de caz: alegerile prezidentiale din România din anii 1996 si 2000**, Polirom, Iasi, 2002.

Maarek, Philippe J., ***Le message télévisé a-t-il besoin du discours politique ?***, in « **Mots** » **– Les langages du politique**, no. 20, Paris, 1989.

Mouchon, Jean, ***Médiatisation de la communication politique et logiques structurantes***, in « **Mots** » **– Les langages du politique**, no. 20, Paris, 1989.

Sebeok, Thomas A., **Semnele: o introducere în semiotica**, Humanitas, Bucuresti, 2002.

[8] Danielle Bouvet, **op. cit**., p.148.

Construction de l'image de soi ou intermittence de l'énonciateur : un modèle d'analyse d'un discours politique dans *Paroles de président – Jacques Chirac (1995-2203) et le discours présidentiel sous la Ve République* par Damon Mayaffre (2004)

Vasile DOSPINESCU

Abstract: In Damon Mayaffre's book – a real model of objective analysis to its highest point – the data given by the computer and organized in tables, graphs and diagrams sustain lexical and grammatical descriptions, remarkably detailed, having at a starting point only a small number of words (generally around ten) which are either over–used or, on the contrary under-used in comparison to the average frequency in the corpus constituted by the discourses of five presidents (1958-2003). The lexicometric method and the computer-based analysis allow to select and measure in terms of size and figures and therefore to explore in a precise, systematic, objective and exhaustive way this enormous corpus standing for 816 discourses (1,544,505 words). Let us have an example : a word such as the adverb 'naturally' which occupies the first place in the list of Chirac's lexical particularities (with an over-using index of +23), as Mayaffre shows us, is the very argumentative basis in Chirac's discourse. Chirac cultivates the *ethos* but he enhances its efficiency by suggesting it and never by imposing it; in this way, his entire discourse tends to rebuild the image of a strong president. Our concept of the *speaker' intermittent presence in discourse* seems to find a convincing confirmation and illustration in the concept of *ethos*, while remaining, nevertheless, clearly distinct.

Dans son ouvrage, Damon Mayaffre nous donne une analyse du discours chiraquien tel qu'il se détache sur la toile de fond que représentent les particularités des discours des quatre autres présidents qui l'ont précédé. L'auteur se donne un protocole méthodologique rigoureux et respectueux d'une règle épistémologique – *ne rien dire qui ne soit démontré ou suscité par un constat chiffré* (p.177) – qui l'autorise à entreprendre une description linguistique fondée sur un traitement scientifique des faits de discours. Pareille description se propose « d'aller plus loin que l'analyse superficielle du journalisme politique » (p.113). Pour ce faire il utilise la logométrie et le traitement par ordinateur.

L'ordinateur, sans sympathie ni aversion pour l'auteur de ces discours, est seul capable de trier et de mesurer en termes d'ordre de grandeur et de chiffres, et donc d'explorer de façon précise, systématique, objective et, surtout, exhaustive, un vaste corpus représentant un volume de 816 discours (1.544.505 mots). On comprend donc que l'intuition, l'à-peu-près, la perception et l'appréciation impressionnistes sont inconnus de la machine qui « livre dans une stricte indifférence une description fine, ordonnée et exhaustive qui interpelle et questionne, sur les réalités linguistiques objectives du corpus » (p. 15). Les discours (texte brut, texte lemmatisé – les mots sous leur forme canonique –, codes grammaticaux – catégorie et/ou fonction grammaticales – et structures syntaxiques) sont traités au moyen du remarquable logiciel *Hyperbase* associé à l'étiqueteur *Cordial* (voir références p.16). *Hyperbase* a une première fonction documentaire exprimable dans une lecture rigoureuse des textes ainsi qu'une navigation orientée, au sens de méthodique à travers de vastes corpus tel celui qui réunit les discours des présidents français de 1962 à 2003 (de Gaulle, Pompidou, Giscard, Mitterrand et Chirac). Ainsi, avec la

lecture naturelle, *Hyperbase* permet l'indexation de chacun des mots, lemmes ou codes, d'aller d'un texte à l'autre, d'un paragraphe à l'autre à l'aide de tel trait linguistique auquel le chercheur s'intéresse, établir des listes de phrases contenant telle expression ou telle construction, retrouver telle association de mots dans tous les paragraphes du corpus. Cette première fonction documentaire est doublée d'une deuxième qui est statistique : elle permet de faire des calculs d'une grande complexité, tel par exemple le dénombrement de tous les traits linguistiques du texte pour ensuite établir le degré d'utilisation, en termes de sur- / sous-utilisation d'un mot, d'une expression ou d'un code grammatical (singulier / pluriel, détermination, caractérisation, complémentation, mode, temps, etc.). Ce degré d'utilisation est donc censé caractériser comparativement un passage d'un corpus à d'autres passages du même corpus ou par rapport à d'autres corpus. Cette description quantitative par l'ordinateur fournit des données que l'on peut traiter sous la forme de différentes représentations graphiques – tableaux, graphiques et figures – de leur distribution dans un corpus segmenté, du calcul de la distance entre les textes ou de l'analyse factorielle des correspondances ou des analyses arborées. Cela permet des analyses très pointues et partant édifiantes à partir, par exemple, d'une bonne dizaine de mots sur-utilisés et, respectivement, sous-utilisés par rapport à la fréquence moyenne de ces mêmes mots dans les différents discours du corpus. Ainsi peut-on comparer statistiquement les spécificités grammaticales (mots ou codes grammaticaux) de tel président par rapport à tous les autres : le graphique 1 (voir Annexe) nous indique la distribution des Noms dans le discours des cinq présidents français (Mayaffre, 2004 : 35), le graphique 2 nous donne la sur- / sous-utilisation des Verbes. La comparaison de ces deux

graphiques nous montre aisément une évolution contrastée chronologiquement et une césure très nette dans les six septennats présidentiels : les discours de de Gaulle, de Pompidou et Giscard sont carrément un discours nominal dans les décennies 1960 et 1970, tandis que ceux de Mitterrand 1, à partir des années 1980 qui marque la césure, de Mitterand 2 et de Chirac sont bien un discours verbal. Le tableau 3 (voir Annexe) donne les dix verbes les plus utilisés dans le discours présidentiel : si la hiérarchie des verbes utilisés (*être, avoir, pouvoir, dire, devoir, faire vouloir, falloir, savoir, prendre*, toujours les mêmes à une exception près : le verbe *aller* n'apparaît pas chez de Gaulle et Pompidou) ne diffère presque pas d'un président à l'autre, leur proportion dans le discours de chaque président est très variable. Ainsi le graphique 4 nous fait voir par exemple, pour le seul verbe *dire*, une évolution légère dans la hiérarchie des verbes les plus employés (5e rang chez de Gaulle, Pompidou, Giscard, 3e ou 4e rang chez Mitterrand 1 et 2 et chez Chirac) et une proportion nettement supérieure dans le discours de Mitterrand 1 et 2 et celui de Chirac. En moyenne, une fréquence du verbe *dire* (et des verbes énonciatifs *affirmer, croire, penser, répéter, répondre*, etc.) quasiment double chez ces deux derniers, doit être interprétée comme un changement rhétorico-politique majeur dans le discours présidentiel et, d'une manière générale, dans le discours politique d'après 1980. Le *dire* l'emporte sur le *dit*, ce qui signifie que le discours présidentiel devient un discours du *dire* politique, un discours sur le discours et sur le locuteur » (Mayaffre, 2004 : 39). Ou encore, ce changement veut, selon les formules inspirées de Mayaffre, dire «réflexivité discursive», «narcissisme métadiscursif», « autocentrage du locuteur sur lui-même en train de discourir (voir citation de Chirac p. 39). Cette croissance

spectaculaire des fréquences des verbes énonciatifs (Mitterand 1 et 2 utilise l'expression *je (vous) dis que*…deux fois plus que Pompidou et Giscard, Chirac le fait trois fois plus que de Gaulle !) se fait pour mettre en scène le locuteur et au détriment du temps accordé au *dit* : « au fil de la V République, le discours ne semble plus destiné à véhiculer un message (moins de contenu) mais seulement à organiser une médiation entre le président et les Français, à mettre en scène un président disant qu'il dit » (p. 40).

Un autre graphique très parlant est celui des six catégories les plus courantes et forcément les plus fréquentes, catégories organisées autour des deux mots principaux du discours, le nom qui s'adjoint déterminants et adjectifs et le verbe qui attire naturellement pronoms et adverbes (cf. les travaux de logométrie d'Etienne Brunet, 1981, *Le vocabulaire français de 1789 à nos jours*, Paris-Genève, Champion-Slatkine). Le graphique 5 (voir Annexe) montre la même césure dans les années 1980 entre le septennat de Giscard et le premier septennat de Mitterrand. Si de 1962 à 1980, de de Gaulle à Pompidou et Giscard, le nom avec ses déterminants et adjectifs sont sur-utilisés selon une courbe ascendante, avec le discours de Mitterrand 1 et 2 et de Chirac, c'est le verbe avec ses adjoints, pronoms et adverbes, qui est sur-utilisé, selon une courbe descendante de Mitterrand à Chirac. A l'intérieur du syntagme verbal, les pronoms sont sur-utilisés de façon spectaculaire chez Mitterrand et les adverbes (surtout de manière : « naturellement », « probablement », « également » », chez Chirac (écart de +12,5 par rapport à la norme)). C'est dire que le discours présidentiel, de nominal, donc descriptif, conceptuel, théorique et idéologique chez les trois premiers devient verbal, performatif, pragmatique, discours de l'agir politique (des modalités de l'agir) chez les derniers. Raréfaction des noms, des détermi-

nants et des adjectifs chez les seconds, multiplication des pronoms, des verbes et des adverbes chez les seconds définissent donc, dans une première approche globale, la tendance évolutive du discours politique français[1]. Mais ce même graphique 5 permet d'autres distinguos, et des plus subtils : Giscard utilise beaucoup plus de noms que de Gaulle et Pompidou, moins d'adjectifs que les deux autres, ce qui rime avec abstraction, conceptualisation et pédagogie. Mitterrand, lui, qui marque la rupture avec ses prédécesseurs, sur-utilisant le discours verbal, emploie cependant deux fois plus de pronoms que de verbes et d'adverbes (particulièrement : *je*, tous les 45 mots formulés, un environ toutes les deux phrases, *moi*, *je* apparaît 200 fois pour chacun des deux septennats au regard d'une dizaine de fois chez de Gaulle, Pompidou et Giscard) de sorte que son discours personnalise le discours-pouvoir jusqu'au culte de la personnalité, porte les marques linguistiques de la polémique nourrie par une tension forte *je / vous* (voir citations des deux corpus Mitterrand, dans Mayaffre, 2004 : 79) et se construit sur un système persuasif fondé sur l'argument[2] d'autorité (« moi, je vous dis / crois / pense que… ») tout opposé au faire didactique d'un Giscard qui, lui, sous-utilise le pronom.

L'analyse factorielle des correspondances (AFC) permet de vérifier, de confirmer des évaluations et des jugements,

[1] « Le centre de gravité des discours se trouve déplacé des finalités de la politique (les notions, les concepts, les idées, l'énoncé) vers les moyens de la politique (les mises en œuvre, l'action, l'énonciation). Le temps des théoriciens et des penseurs semble révolu, place aux communicants et aux gestionnaires » (Mayaffre, 2004 : 44).

[2] « L'argumentaire est pauvre. Il repose sur l'autorité du chef qui réclame une confiance personnelle aveugle. La force et la constance de la mise en avant de la personne du président finiront par l'emporter » (*ibid*., p. 82).

de valider des synthèses comme le montre si bien la figure 1 – *AFC des catégories grammaticales du discours présidentiel 1958-2002*, p. 45 (voir Annexe), où il est évident que le côté droit est occupé par les noms avec leurs déterminants et adjectifs qui illustrent le discours de de Gaulle, Pompidou et Giscard, tandis que le côté gauche, investi par les pronoms, les verbes et les adverbes, est illustré par le discours de Mitterrand 1 et 2 ainsi que, bien que dans une bien moindre mesure, par Chirac qui, lui, est attiré par l'intersection des deux axes qui évoquent le « centre de gravité de l'éloquence présidentielle ». A regarder de près et très attentivement les graphiques 1, 2, 4 (voir Annexe), on voit que Chirac ne fait pas d'excès dans l'utilisation d'aucune classe grammaticale par rapport à la norme. Par ailleurs, son discours est presque au centre du panorama retracé par l'AFC des discours présidentiels de la période 1962-2002, un discours où s'équilibrent le mieux les six classes grammaticales de part et d'autre de l'axe figurant la fréquence moyenne[3]. La seule sur-utilisation chez Chirac concerne la classe de l'adverbe.

Un autre aspect intéressant du livre de Mayaffre est la description, d'un point de vue statistique, du vocabulaire caractéristique de chacun des présidents, laquelle fait ressortir les spécificités lexicales dans un discours particulier par rapport à la norme définie, par l'utilisation moyenne d'un mot dans la totalité des discours présidentiels. La liste de mots n'est pas établie par l'analyste à partir de choix personnels ou d'*a priori*, mais sur la base de mots que le logiciel *Hyperbase* aura indiqués comme sur-utilisés et,

[3] « Certes, Chirac a un discours verbal ou plutôt adverbial, mais son discours constitue au fond une bonne moyenne de la rhétorique présidentielle, balancée entre le nominalisme gaullien, et le verbalisme mitterrandien, entre l'adjectival et le pronominal » (*ibid*., p. 46).

respectivement, sous-utilisés, usages qui caractérisent positivement ou négativement tel discours par rapport à tous les autres. Deux types de mots sont donnés par la liste du vocabulaire spécifique. Un premier type caractérisable comme un lexique conjoncturel, celui qui reflète une thématique particulière illustrant les événements produits pendant telle présidence. Le deuxième type, lui, constitue, au-delà des thématiques, ce que Mayaffre appelle « la chair lexicale des discours », qui habille en quelque sorte « le squelette permanent » qui articule chaque discours présidentiel, par exemple : « France », « pays », « Europe », et aussi « être », « avoir », « dire ». Certains, donc, de ces mots marquent le discours et constituent comme le « corps idéologico-linguistique propre » de la prose de chaque président. Ainsi *Hyperbase* a-t-il indiqué environ 100 mots caractéristiques pour chaque président, au total plus de 600 mots. De tels chiffres nourriraient une monographie pour chacun des présidents. Mayaffre se contente, dans son ouvrage, de retenir « les caractéristiques principales, les plus grossières – c'est-à-dire aussi les moins contestables » (p. 49) du discours des présidents qui ont précédé Chirac. De la sorte le discours de celui-ci sera mis en perspective par contraste avec le lexique de chacun d'eux. Le tableau 4 enregistre les 30 spécificités lexicales les plus fortes des présidents : les 15 positives, les mots les plus sur-utilisés et les 15 négatives, les mots les moins utilisés. Ainsi, pour illustrer d'un seul exemple ce que l'on peut tirer de ces données, dirons-nous que les trois premiers mots du lexique spécifique positif du président de Gaulle suffisent pour définir l'originalité de son discours : si « Algérie », le premier en place, relève de la conjoncture historico-politique, les deux autres, « peuple » et « État », sont les termes discriminants, qui font la chair du discours gaullien,

avec un écart positif considérable de +18 et +17 par rapport à la norme du discours présidentiel. Le seul terme «peuple», employé par de Gaulle cinq fois plus que chez Giscard ou chez Chirac (cf. Graphique 6 dans Annexe), trois fois plus que chez Pompidou ou chez les deux Mitterrand, fonctionne comme « l'estampille démocratique » du discours présidentiel. Le calcul de l'univers lexical du mot « peuple », pôle d'un réseau sémantique, établit la liste des mots qui lui sont statistiquement associés (dans une même phrase ou dans un même paragraphe) : « référendum », « institution », « constitution », « République », « élu », « mandat » et « souverain ». Ces mots parlent d'eux-mêmes et nous disent toute la vision institutionnelle de la France, qui fait du terme « peuple », à côté du mot « État », un des piliers de la république gaullienne : « deux termes surtout que l'ordinateur relève, entre tous, comme spécifiques de de Gaulle et qui synthétisent à eux seuls le gaullisme »[4].

Le vocabulaire spécifique, personnel, caractéristique, émergeant « autour de mots incontournables imposés par la langue politique française, autour d'une composition grammaticale toujours prégnante mais qui échappe sans doute en grande partie à la conscience des locuteurs » (p. 88), représente, à n'en pas douter, un choix linguistico-politique plus ou moins conscient qui définit la pensée et l'action de chacun des présidents. Par rapport à tous les autres, Chirac se caractérise par « son intermédiarité et sa pondération lexicale ». Son «discours médian », sa situation au centre des graphiques montrent qu'il ne tient pas à se singulariser à

[4] « …le génie gaullien se résume dans la *dialectique* entre ces deux mots. Le premier, « peuple », fait référence à la tradition de gauche révolutionnaire et républicaine, le second, « Etat », à la droite monarchiste et autoritaire ; les deux ensembles se confondent avec la nation pour en faire la synthèse historique » (*ibid*., p. 51).

travers ses choix lexicaux et grammaticaux : il utilise dans des proportions moyennes le « je » de Mitterrand, l'« Etat » de de Gaulle ; reste remarquée et remarquable la sur-utilisation d'« Euro » ou de « mondialisation », deux mots qui relèvent, à notre sens, du lexique conjoncturel, et aussi l'emploi répétitif d'adverbes, ces derniers étant des mots qui ne discriminent pas le discours chiraquien sur le plan de son contenu, mais plutôt sur celui de son énonciation.

Un seul exemple : un mot à l'air très innocent, simple tic de langage, « marotte linguistique », comme l'adverbe « naturellement » (cf. graphique 29 dans Annexe) occupant, avec un indice de sur-utilisation de +23, la première place dans la liste des spécificités lexicales de Chirac, nous montre Mayaffre, est le fondement même de l'argumentation dans le discours chiraquien en ce que, d'une part, cet adverbe engage, énonciativement parlant, un présupposé sur le locuteur qui veut donner une certaine image de soi, en lui permettant de « construire un ethos présidentiel (un président incontestable), parfois en dépit des réalités politiques » (p. 169) et, au niveau de l'énoncé, le même « naturellement » se charge d'affirmer, sans jamais l'expliciter, une idéologie alors que Chirac n'a jamais voulu montrer qu'il en avait une. Pour lui, les valeurs politiques, en tant que prémisses de la démonstration, n'ont pas besoin d'être exprimées puisque les deux sens de « naturellement » les font tenir de l'évidence et de la nature mêmes. Des trois termes – logos, pathos, ethos – formant la trilogie rhétorique aristotélicienne des moyens de preuve, Chirac cultive le dernier, l'ethos dont il augmente l'efficacité en le suggérant, sans jamais avoir l'air de l'imposer, et à l'aide duquel tout son discours s'emploie à reconstruire l'image d'un président affaibli et construire une personnalité forte, incontestable dans un discours manipulateur qui n'a plus la fonction de

convaincre par lui-même, par les contenus qu'il devrait exprimer, mais au travers et au nom de celui (ou de l'image fabriquée par celui) qui l'énonce. C'est ce qui explique que l'usage de «naturellement » est quatre fois supérieur à la fréquence moyenne dans le corpus des quatre autres présidents. L'adverbe le plus utilisé se bouscule dans la prose chiraquienne quand l'orateur est visité par un sentiment d'insécurité linguistique suscitée par des questions inattendues ou par des situations moins confortables, inhabituelles, ou encore quand il énonce avec superbe des propositions contradictoires parce que « les paradoxes du discours de Chirac s'affichent sous le sceau de l'évidence » (p.162). S'il est utilisé pour masquer des contradictions, pour concilier des contraires (« il affirme tout et son contraire, souffle le chaud et le froid, cultive l'antithétique jusqu'au paradoxal » p.161), la fonction la plus importante de « naturellement », clé du discours chiraquien, est de poser, dans la conscience de l'auditeur, comme indubitable, évident, et partant vrai, parce que « naturel », ce qui ne l'est pas. La rhétorique de « naturellement » s'explique par le besoin de crédibilité de l'énonciateur (qui, en l'occurrence, lui est déjà tout acquise par la fonction présidentielle). Cette crédibilité est bien, comme le dit Mayaffre, une variante de l'argument d'autorité, laquelle autorité n'a aucun besoin d'être exprimée, affirmée mais se laisse entendre comme admise de tous, au nom du bon sens partagé, conformément à une *doxa* préétablie (« des valeurs premières sont partagées entre le locuteur et l'allocutaire », p.170) qui flatte le bon sens de l'auditeur, qui aime en faire usage pour au moins montrer qu'il en a à discrétion, dans cette démarche de reconnaissance de l'autorité qui découle, « naturellement », de la nature

même des choses[5]. En outre, cette reconnaissance se fonde sur les implicites, les présuppositions et les sous-entendus suscités par ce même « naturellement » qui fonctionne comme liant discursif et comme lien phatique[6].

Notre concept d'intermittence de l'énonciateur didactique[7] semble trouver une confirmation et une illustration enrichissante dans celui de construction de l'ethos. Notre concept fait valoir les mécanismes, plus précisément les procédures discursives proprement didactiques que l'énonciateur convoque de manière intermittente, quand il "monte" à la surface de son discours – sans se montrer en se nommant, ou plutôt en mettant un masque – pour expliquer, définir, illustrer, exemplifier, démontrer, argumenter, etc. ce qu'il dit. L'ethos vient donc élargir et enrichir le concept d'intermittence de l'énonciateur qui va donc contenir aussi toutes les manœuvres et manipulations rhétoriques qui permettent de construire l'image de soi de l'énonciateur omniprésent, omniscient, communicateur impénitent, dévoué, désintéressé et généreux, détenteur d'une multitude de petites évidences qui ne font que construire et valider une vérité de bon sens, qui n'a pas besoin d'être argumentée, démontrée, prouvée.

Nous pourrions dire que le discours chiraquien est donc articulé, soutenu et structuré par la stratégie de l'inter-

[5] « Aussi l'auditoire ne saurait être convaincu par la teneur de la démonstration mais est renvoyé, en guise de preuve, à la personnalité inattaquable du locuteur ; personnalité que le discours a, justement, vocation à construire » (*ibid*., p.170).

[6] « Ce qui caractérise le mieux l'orateur Chirac est sa *posture rhétorique* et ce qui signe son discours sont les effets illocutoires qui font de chaque parole prononcée une action politique aux fins de construction d'une image présidentielle et de lien *quasi* charnel avec les Français » (*ibid*., p.185).

[7] Voir Dospinescu, V., 1998, ou bien Dospinescu, V., 2003.

mittence de l'énonciateur. Par rapport à l'intermittence de l'énonciateur didactique, préoccupé, de par son statut et ses fonctions, d'expliquer, d'expliciter son dit et son dire, la stratégie de l'énonciateur intermittent chez Chirac est l'objectif pragmatique suprême du discours[8] qu'il tient, le moyen de se dire lui-même, une façon spéculaire de projection du locuteur sur une surface discursive qui devient ainsi le miroir de son dire. La dimension locutoire, le dit, est surclassé par la dimension illocutoire, c'est-à-dire par ce que le locuteur Chirac fait en disant : il professe un éthos rhétorique à travers lequel il s'octroie une autorité politique en même temps qu'il établit et consolide un lien très fort avec le pays, avec les Français. Agir devient ainsi parler, toujours énoncer, sans répit, pour s'énoncer soi-même en locuteur en tant que tel, à travers un discours dynamisé au moyen de verbes comme « devoir » et « faire », surémployés (+13,5 et +13), indiquant "naturellement" ce qui doit être fait.

Il nous faut souligner que, pour nous, l'ethos c'est surtout la construction de l'image de soi en tant que « *paraître* » du locuteur[9] d'une part et, d'autre part, en tant que «être » de l'énonciation, du dire, tandis que l'intermittence de l'énonciateur, c'est la construction de l'« être » du discours proprement dit, de son contenu, de ce qui est dit, de l'énoncé. L'intermittence de l'énonciateur didactique, c'est le fait, pour un « je »-locuteur, d'énoncer au nom d'un « je »

[8] « L'*éthos* présidentiel apparaît à la fois le produit et la vocation du discours de Chirac, son objet et sa finalité » (Mayaffre, 2004 : 259).

[9] « Ce sont les traits de caractère que l'orateur doit montrer à l'auditoire (peu importe sa sincérité) pour faire bonne impression : ce sont *ses airs*. […] L'orateur énonce une information, et *en même temps* il dit : je suis ceci, je ne suis pas cela » (Barthes, cité par Maingueneau, 2005 : 80).

énonciateur générique, le « moi » en tant qu'enseignant. L'ethos porte sur la forme du dire pour construire l'image de soi du locuteur en tant qu'instanciation, actualisation de l'énonciateur dans un ici-et-maintenant ineffable, irrépétable, il construit une image de la personnalité du locuteur, à travers toutes les catégories grammaticales performatives[10]. (La stratégie discursive de) l'intermittence porte sur le dit, plus précisément sur la forme du dit que l'énonciateur est tenu d'expliciter (cf. les procédures discursives didactiques, que tout type de discours est censé exploiter – parfois à outrance – pour maintenir l'intercompréhension). Dans le discours didactique, cette intermittence est une stratégie discursive qui caractérise de manière spécifique la communication des savoirs, elle fait partie des « obligations de service » du locuteur – l'enseignant – qui en use pour rendre efficace et efficiente la transmission de l'objet de savoir à l'allocutaire. Alors que la stratégie de l'intermittence de l'énonciateur est en quelque sorte étalée, montrée dans l'énoncé, parfois même de façon insistante, parce qu'elle concerne la forme du dit, l'ethos, lui, suggère avec discrétion pour imposer, sans en avoir l'air[11], une vision du monde, un point de vue du locuteur parce que l'énonciation selon l'ethos porte sur la manière de dire : « A chaque fois, en effet, l'énonciation établit avec le lecteur *un mode de communication qui est censé participer du monde évoqué par le texte* » (Maingueneau, 2005 : 109).

[10] Cette image est bien « l'apparence que lui confèrent le débit, l'intonation, chaleureuse ou sévère, le choix des mots, des arguments… » (Ducrot, cité par Maingueneau, 2005 : 80).

[11] « L'efficacité de cet ethos tient donc au fait qu'il enveloppe en quelque sorte l'énonciation sans être explicite dans l'énoncé » (Maingueneau, 2005 :80).

Dans les élections de la jeune démocratie roumaine, l'image de soi que construit le discours est infiniment plus importante que la proposition et le débat d'idées, de projets et de plates-formes politiques. L'ethos y est pour beaucoup dans la construction de l'image de l'homme politique de chez nous à travers surtout ses discours télévisuels qui constituent le type de communication le plus répandu et le plus prisé par le public roumain. Ce type de communication semble déterminer au plus haut degré le choix de l'électeur roumain. C'est le paraître du locuteur qui l'emporte sur l'être du discours.

Le livre de Damon Mayaffre peut servir de modèle d'analyse du discours politique aux présidentielles de 2004 en Roumanie, inspirer des approches méthodologiques rigoureuses et objectives, enfin offrir plein de suggestions et de pistes de recherche.

Bibliographie

Dospinescu, V., 1998 : **Semiotica si discurs didactic**, col. *Filosofie si Educatie*, Editura Didactica si Pedagogica, Bucuresti, pp. 85-98.

Dospinescu, V., 2003 : ***De la présence intermittente de l'enseignant dans les documents didactiques***, in **"Probleme de lingvistica generala si romanica"**, Vol. I, Chisinau, pp. 279-286).

Maingueneau, Dominique, 2005, **Analyser les textes de communication**, Lettres sup., Paris, Armand Colin.

Mayaffre, Damon, 2004, **Paroles de président – Jacques Chirac (1995-2203) et le discours présidentiel sous la Ve République**, Paris, Honoré Champion.

ANNEXES

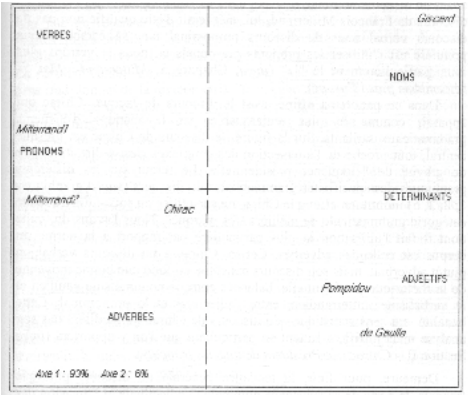
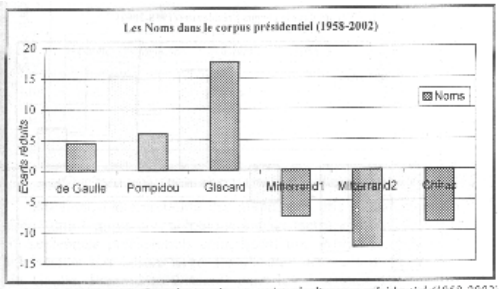
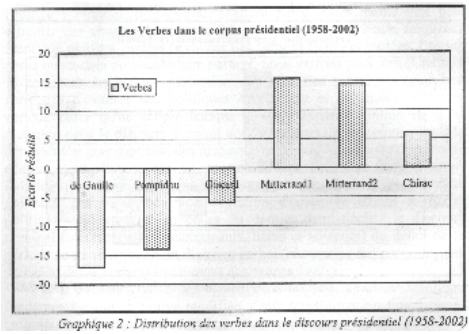


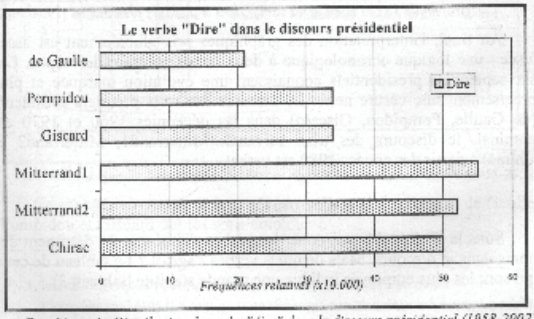
Figure 1 : AFC des catégories grammaticales du discours présidentiel (1958-2002)



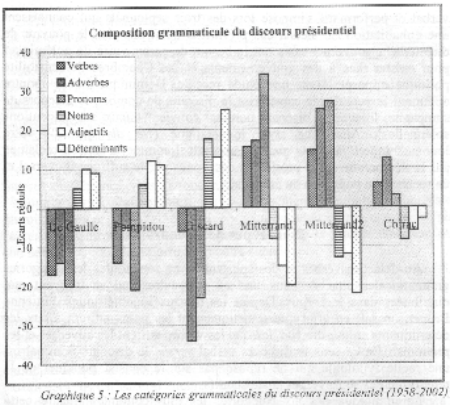
Graphique 1 : Distribution des noms dans le discours présidentiel (1958-2002)



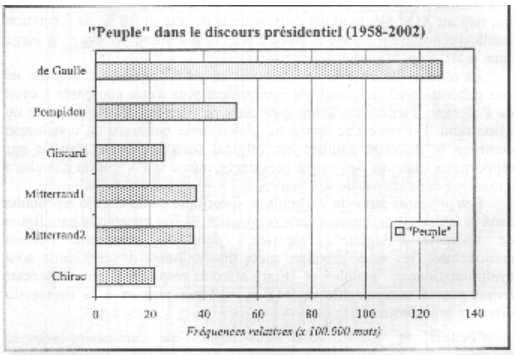
Graphique 2 : Distribution des verbes dans le discours présidentiel (1958-2002)



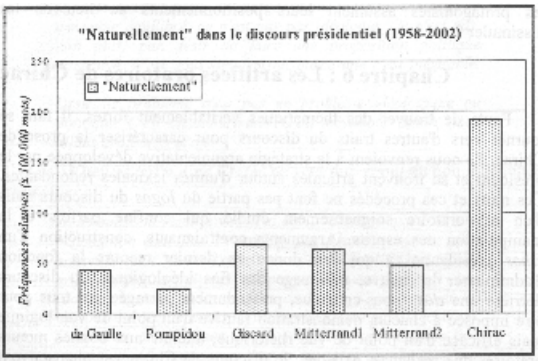
Graphique 4 : Distribution du verbe "dire" dans le discours présidentiel (1958-2002)



Graphique 5 : Les catégories grammaticales du discours présidentiel (1958-2002)



Graphique 6 : "Peuple" dans le discours présidentiel (1958-2002)



Graphique 29 : "Naturellement" dans le discours présidentiel (1958-2002)

	de Gaulle	Pompidou	Giscard	Mitterrand1	Mitterrand2	Chirac
1er verbe	Etre	Etre	Etre	Etre	Etre	Etre
2e verbe	Avoir	Avoir	Avoir	Avoir	Avoir	Avoir
3e verbe	Faire	Pouvoir	Faire	Dire	Faire	Faire
4e verbe	Pouvoir	Faire	Pouvoir	Faire	Dire	Dire
5e verbe	Dire	Dire	Dire	Pouvoir	Pouvoir	Pouvoir
6e verbe	Devoir	Devoir	Falloir	Falloir	Falloir	Falloir
7e verbe	Vouloir	Vouloir	Devoir	Vouloir	Vouloir	Devoir
8e verbe	Falloir	Falloir	Savoir	Aller	Aller	Vouloir
9e verbe	Savoir	Croire	Aller	Devoir	Savoir	Aller
10e verbe	Prendre	Savoir	Prendre	Savoir	Devoir	Savoir

Tableau 3 : Les verbes les plus utilisés dans le discours présidentiel (1958-2002)

de Gaulle		Pompidou		Giscard		Mitterrand1		Mitterrand2		Chirac	
+	-	+	-	+	-	+	-	+	-	+	-
Algérie (+31)	Je (-37)	de Gaulle (+43)	Je (-18)	Actuel (+30)	Moi (-12)	Je (+33)	Economique (-12)	Je (+38)	Nous (-12)	Naturellement (+23)	Actuel (-11)
Peuple (+21)	Pas (adv.) (-24)	Parisien (+42)	Avoir (v.) (-15)	Situation (+24)	Vouloir (-12)	Monsieur (+19)	Algérie (-9)	Pas (adv.) (+24)	Action (-10)	Aujourd'hui (+22)	Soviétique (-11)
Algérien (adj) (+18)	Avoir (v.) (-22)	Civilisation (+12)	Etre (v.) (-13)	Heure (+21)	Nation (-11)	Tchad (+16)	Activité (-9)	Moi (+22)	Concerner (-10)	Jeune (+20)	Français (adj.) (-10)
État (+17)	Vous (-18)	Monétaire (+11)	Falloir (-12)	Problème (+20)	Je (-11)	Moi (+15)	Etat (-8)	Maastricht (+21)	Activité (-9)	Notamment (+20)	Moi (-9)
Régime (+16)	Dire (-15)	Jeunesse (+11)	Faire (-9)	Energie (+20)	Peuple (-10)	Penser (+14)	Européen (adj) (-8)	Ne (+20)	Problème (-9)	Euro (+20)	Nucléaire (-9)
Univers (+15)	Etre (v.) (-16)	Coopération (+10)	Moi (-8)	Événement (+18)	Gens (-9)	Pas (adv.) (+14)	Développement (-8)	Avoir (v.) (+16)	Niveau (-9)	Evoquer (+19)	Question (-9)
Nation (+15)	Ne (-14)	Napoléon (+10)	Pas (adv.) (-8)	Indiquer (+17)	Europe (-9)	Dire (+13)	Problème (-8)	Gorbatchev (+15)	Emploi (-9)	Démocratie (+18)	Communauté (-8)
Atomique (+14)	Falloir (-12)	Autoroute (+10)	Débat (-9)	Question (+17)	Tire (-8)	Chaîne (+11)	Action (-8)	Europe (+14)	Effort (-8)	Mondialisation (+18)	Guerre (-9)
Condition (+14)	Problème (-11)	Conception (+9)	Nucléaire (-7)	Fonction (+15)	Activer (-8)	Tiers monde (+11)	Coopération (-8)	Traité (+14)	Français (Adj.) (-8)	Réforme (+14)	Peuple (-8)
Totalitaire (+14)	Penser (-10)	Poète (+9)	Emploi (-7)	Emploi (+15)	Représenter (-7)	Vous (+11)	Solution (-7)	Socialiste (adj.) (+13)	Energie (-8)	Devoir (v.) (+14)	Politique (n.) (-8)
Présent (+12)	Moi (-9)	Bonheur (+9)	Majorité (-7)	Français (adj.) (+14)	Devoir (n.) (-7)	Pershing (+11)	Progrès (-7)	Frontière (+12)	Actuel (-8)	Petit (+13)	Economique (-7)
Coopération (+12)	Important (-9)	Individu (+9)	Démocratie (-6)	Programme (+14)	Intérêt (-7)	Nelle Calédo. (+10)	Monde (-7)	Droit (n.) (+10)	Entreprise (-8)	Essai (+13)	République (-7)
Accomplir (+12)	Emploi (-8)	Nixon (+8)	Coûtage (-6)	Pétrole (+14)	Argent (-7)	Nationalisation (+10)	Réforme (-7)	Aimer (+10)	Développement (-8)	Faire (+13)	Attitude (-7)
Soviet (+11)	Société (-8)	Poésie (+8)	Parti (-6)	Niveau (+14)	Guerre (-7)	Nationaliser (+10)	Régime (-7)	Penser (+10)	Région (-8)	Permettre (+13)	France (-7)

Tableau 4 : Principales spécificités lexicales des présidents (1958-2002)

Le profil politique de C. V. Tudor lors des élections présidentielles de 2004

Corina IFTIMIA

Abstract: In this paper, we intend to analyse the argumentative dimension of Corneliu Vadim Tudor's campaign discourse during the 2004 electoral presidential campaign, which will enable us to draw his political profile. The corpus of this analysis consists of extracts from the candidate's discourse / speech turns during a meeting with his electorate (transmitted by the OTV channel) and during two campaign TV shows *Destination Cotroceni* and *The Presidents' Night.* The first corpus presents the advantage of giving the candidate the opportunity to organise his discourse rather freely, which is not the case with the other shows chosen because they have a fix and constraining structure. At the end of this analysis, we hope to be able to reveal a few characteristics of the candidate's profile through his discourse in different communication contexts.

La complexité du corpus de textes qui fait l'objet de cette étude nous rend difficile le choix d'un positionnement théorique bien défini. Nous avons opté pour une analyse de la dimension argumentative du discours électoral du candidat, en ciblant sur les types d'arguments auxquels il a recours dans le but de convaincre les électeurs. Une telle étude relève aussi de la pragmatique : les actes de langage, les présupposés, les implicites, la mimo-gestuelle. Ce dernier aspect est important dans la mesure où il rend compte du comportement du candidat, la manière dont il

prend en charge son propre discours, sa réaction devant le discours de l'autre lors des échanges discursifs.

Le point de départ de notre analyse est le discours électoral inaugural du candidat, prononcé devant ses électeurs. Cette première rencontre qui ouvre la campagne électorale du chef du Parti Romania Mare est importante parce qu'elle permet de situer le candidat dans le contexte politique national, de cerner sa future stratégie discursive pendant la campagne, de définir l'horizon d'attente du public et d'esquisser son profil. Les exemples qui illustreront certaines affirmations seront tirés de l'ensemble du corpus.

Le contexte situationnel de ce premier discours peut être saisi à partir des indices audio-visuels du document consulté. La réunion électorale se déroule à Bucarest, sur une place publique. C.V. Tudor se présente devant une assemblée apparemment assez nombreuse, si l'on doit se fier à la perspective panoramique montrée par la caméra. Le type d'échange serait de type monolocutif, si l'on considère qu'il y a un seul locuteur qui s'adresse à un auditoire. En même temps, il faut tenir compte de l'interaction discursive qui veut que la parole de l'énonciateur lui revienne approuvée par les exclamations, les mimiques, les regards du co-énonciateur[1]. Les hourras, le nom du candidat, les devises ou le nom du parti scandés par la foule, les applaudissements, sont autant de preuves du climat de connivence dans lequel est prononcé le discours. Le locuteur et l'auditoire se trouvent donc en permanente interaction. En ce qui concerne le rapport entre les participants à cet acte de communication, il est évident que le candidat se situe en position de supériorité face à son public, autant du point de

[1] Dominique Maingueneau, **Pragmatique pour le discours littéraire**, Nathan Université, Paris, 2001, p.17.

vue spatial (il se trouve sur une estrade, au centre, position privilégiée qui assure la visibilité du candidat) qu'idéologique et politique. Le candidat parlera *du haut* de sa fonction de chef et promoteur de l'idéologie du PRM qui aspire à la première fonction dans l'Etat. Le discours C.V.Tudor se légitime donc des institutions énumérées et, inversement, ce sont ces institutions qui détermineront le contenu de son discours. En ce sens, ce n'est peut-être pas la place ici de présenter en détail l'idéologie du PRM, idéologie connue du public roumain. C'est pourquoi nous nous contenterons de la résumer en paraphrasant C.V.Tudor : România Mare (la Grande Roumanie) n'est pas un simple agencement hasardeux de voyelles et consonnes, cela signifie la Roumanie avec la Bessarabie et la Bucovine, dans une Europe unie[2]. Ces propos nous permettent de poser que le discours du candidat PRM se définit d'abord par une forte *idéologie nationaliste.*

Devant les adeptes et les sympathisants de cette idéologie, les potentiels électeurs présents à la réunion, en occurrence, C.V.Tudor n'a pas besoin de se livrer à une longue préparation de son auditoire : il y a déjà un horizon d'attente. Les *arguments de cadrage* tiennent en une seule phrase : « Voilà que nous commençons, nous aussi, notre campagne électorale. Un âge nouveau commence dans la vie ! ».

Dès l'entrée du jeu, le candidat se présente devant ses électeurs comme un facteur du renouveau. Son assertion vaut une promesse pour le cas où il serait élu Président de la Roumanie. Evidemment, le *promissif* est l'acte de langage favori de tous les candidats lors des élections. C'est le contexte

[2] La réponse de C.V.Tudor à la question concernant la politique externe lors du débat télévisé « La soirée des présidents » sur la chaîne Antena 1.

historique et politique roumain d'après la chute du régime Ceausescu qui fait de cette promesse un argument de poids à valeur de prophétie pour l'électorat concerné. Nous pouvons nommer au moins deux de ces contextes historiques et politiques roumains évoqués par ce syntagme. Paradoxalement, c'est d'abord Ceausescu à l'avoir utilisée en premier. « L'âge nouveau » n'était qu'un autre appellatif, à côté de « l'âge d'or », pour désigner le socialisme et le communisme, construit par et pour *l'homme nouveau.* Un autre contexte que ce syntagme rappelle, c'est la campagne électorale de 1996, menée par le candidat démocrate de centre-droite Emil Constantinescu, construite autour de l'impératif du *changement*, mot qui s'inscrit dans la même aura lexicale du renouveau. La victoire de Constantinescu a prouvé l'efficacité de cet argument chez les Roumains qui s'étaient vus gouvernés pendant les six années précédentes par les mêmes communistes. Utilisé tantôt par la gauche, tantôt par la droite, la formule n'a rien perdu de sa force de persuasion.

Après ce préambule, le candidat présente sa propre stratégie de campagne à laquelle il restera fidèle, comme le prouve toutes ses interventions publiques durant toute cette période. Il s'agit d'une ***campagne négative*** qui vise moins à faire valoir ses propres mérites, en abaissant ses contre-candidats, en grossissant leurs défauts jusqu'à la caricature. En termes plus précis, C.V.Tudor essaye de valoriser sa *face positive* en exerçant une menace constante contre le territoire d'autrui, contre la face positive de l'autre. Il transgresse cette loi du discours liée au comportement social qui prescrit de ménager la face positive et le territoire d'autrui et, en même temps, de ménager sa propre face positive et son territoire. Le but de cette stratégie discursive est de faire perdre la face à ses adversaires, et de se construire soi-même sur la négation de l'autre. Pour ce faire,

le locuteur a recours aux menaces, aux allusions malveillantes, aux accusations, à l'insulte, à l'ironie, à l'invective. En cela, durant les présidentielles de 2004, C. V. Tudor a conservé la même stratégie de communication qu'il a eue depuis qu'il s'est lancé sur la scène politique roumaine, en culminant avec les présidentielles de 2000. Cette campagne négative s'appuie sur des **arguments liés à l'*èthos* et au *pathos***. La crédibilité du candidat s'étaye sur la mise en scène des qualités morales dont ses adversaires seraient dépourvus et que, implicitement, il possède. Une affirmation du genre : « Moi, j'ai prouvé que je suis l'unique chef de parti qui tienne vraiment sa parole. » implique « Les autres chefs de parti sont des menteurs. » Nous allons montrer à l'aide de quelques exemples l'image que le locuteur se construit de lui-même à travers son discours.

– ***Le dénonciateur :*** « J'ai hâte de me présenter aux débats télévisés avec Nastase[3] et Basescu[4] (les principaux adversaires de Corneliu Vadim Tudor – n.n.). J'ai tant de documents concernant leurs brigandages et je les présenterai avec une telle force de persuasion, que les deux iront se réfugier dans la cabine de maquillage de la chaîne de télévision ou ils se rendront au premier commissariat de police ! »

– ***Le justicier*** (implacable, décidé à combattre la corruption ou clément, selon les circonstances) : « En 48 heures je liquiderai la mafia et je mettrai en prison, conformément à la loi, les gros requins qui ont dévalisé le pays. » ; « D'après le rapport de la Banque Mondiale sur la corruption en Roumanie, si on maintenait la corruption dans les limites admises par les pays de l'ouest, à 3%, le niveau de vie

[3] Premier Ministre en fonction à cette date et candidat de la part du PSD (Parti Social Démocrate).

[4] Le Maire Général de la Capitale, candidat de la part du PD (Parti Démocrate).

augmenterait 4 fois[5]. Voilà pourquoi on a besoin d'un *justicier*. Je vous l'aurai dit et je le répèterai : en 48 heures après mon installation au pouvoir, je liquiderai la mafia. On me demande : « – Vraiment, en 48 heures ? – Non, j'ai exagéré, en 24 heures je mettrai les voleurs en prison, et qu'on se le tienne pour dit ! » ou bien : « En honneur de la grande fête de la chrétienté qui est le Noël, je vais gracier par de décrets individuels ceux qui se sont rendus coupables de délits mineurs commis par désespoir, par faim ou parce qu'on ne leur a donné aucune chance de s'intégrer dans le travail et dans la société. » Cette dernière partie compte aussi pour un ***argument ad populum* .** Elle invite également à une lecture intertextuelle : Le candidat s'adresse ici, « hugolien », aux Jean Valjean du pays. Nous reviendrons là-dessus dans la section consacrée à ce type d'argument. Notons au passage que ce justicier a échappé à la justice plus d'une fois par le chantage, l'intimidation ou d'autres moyens répréhensibles.

– Le politicien honnête, incorruptible : «…moi, personne ne me tient, personne ne me fait chanter, comme on a fait chanter Emil Constantinescu, maudit soit son nom, et Ion Iliescu, de même. » Le candidat donne cette image positive de soi-même en *accusant* de corruption l'ex président et le président en fonction. (Nous précisons que tous les deux se trouvent dans l'impossibilité de se défendre, car absents du débat. A la question posée par Nastase : « Si messieurs Constantinescu et Iliescu ne sont pas présent, qui répondra à tout cela ? », C.V. Tudor rétorque : « Ils répondront du point de vue pénal ! »). Par opposition, C.V.Tudor se considère le seul homme politique moral : «A part moi et du PRM, personne

[5] C'est l'un des arguments forts anti-corruption : le candidat le fait valoir à chacune de ses interventions télévisées.

n'a l'autorité morale d'ouvrir la bouche dans la politique roumaine.», ce qui implique que tous les autres politiciens roumains sont immoraux. Cette valeur morale légitime son discours politique et lui confère l'autorité. Il enchaîne avec l'affirmation suivante : « Il n'y a que nous qui n'avons pas participé au gouvernement. Il est temps que nous montrions ce que nous pouvons faire.» Ce dernier argument s'inscrit dans la logique du renouveau, comme nous l'avons déjà montré. Il n'en est pas moins vrai qu'il montre la faille de sa construction argumentative. Comme le montre Tom Gallegher[6], dans les années 90 (ajoutons les années 2000) le PRM a été presque toujours en opposition, et alors, en 2004 tout comme en 2000, il lui a été facile de s'exonérer de toute responsabilité pour le gouvernement désastreux de la Roumanie et de poser en représentants de la morale.

– L'homme énergique et déterminé : « Je suis *déchaîné comme un ouragan* ! J'ai brisé les chaînes ! » A cet énoncé émis d'une voix puissante, répond l'acclamation d'une foule tout aussi déchaîné, preuve que cette attitude offensive répond à l'attente de l'électorat concerné.

Nous voulons mentionner ici une autre attitude qui tient toujours de l'èthos et qui contribue à rendre manifeste le tempérament ou des traits de caractère de l'énonciateur : « Je ne veux pas être sympathique à personne. Ni poli, pour l'amour des arrangements. J'aime croire que je suis un homme civilisé, mais cet état de concorde tiède convient à merveille aux truands. » Le fait de donner une image antipathique de soi paraît un paradoxe dans la logique de l'èthos : le locuteur est censé se mettre dans une lumière favorable à travers son discours et faire sortir ses meilleures

[6] Tom Gallagher, **Furtul unei natiuni. România de la comunism încoace**, Bucuresti, Humanitas, 2004; traduit de l'anglais par Mihai Elin, Delia Razdolescu, Horia Barna.

qualités. Or, le candidat place les qualités d'homme civilisé, de personne sympathique et coopérante dans le contexte d'une atmosphère politique corrompue où elles se transforment en défauts. Les débats télévisés ultérieurs ont montré que le candidat a suivi cette stratégie discursive, en adoptant une attitude contestataire et offensive. Sa stratégie n'a pas du tout changé. Il a tenté de recréer le scénario des débats électoraux télévisés de 1996 et 2000 lorsqu'il a transformé la campagne électorale sur les plateaux de télévision en campagne de guerre. Ses contre-candidats sont devenus les cibles d'une attaque soutenue jusqu'à leur annihilation. Evidemment, cette tactique s'est avérée désastreuse en 2000 (la victoire de Ion Iliescu dans le deuxième tour), ce qui n'a pas empêché Vadim de la réitérer. En 2004, autant les modérateurs que les autres candidats ont réussi de lui tenir tête, en gardant les émissions dans leur format préétabli.

– L'homme fort : « Tous les sondages d'opinion **réels** montrent que les Roumains exigent un homme à la main de fer, un homme fort, et ce sera moi. » Ceci est également un ***argument d'autorité*** : le candidat se construit une image qui correspond aux exigences des Roumains, cette vox populi qui aura le dernier mot aux élections. Le qualificatif évaluatif *réel* a comme fonction de renforcer l'objectivité de cet énoncé. Pourtant, ce qualificatif n'a aucune valeur objective dans le contexte des réactions purement subjectives du candidat devant les résultats des sondages d'opinion ou des élections : les résultats favorables sont traités de *réels* et les échecs électoraux, de *faux grossiers*, *fraude*, *vol.*

– Le défenseur de la morale sociale et de la valeur familiale : « je vais instaurer un nouvel ordre moral en Roumanie ».

« Moi, j'ai un vrai culte pour la famille. Malheureusement, les notions sur la famille et sur la morale commencent

à se dégrader en Roumanie, parce que les Roumains n'ont plus d'instances morales vers lesquelles ils puissent regarder. » Dans le chapitre consacré à C.V. Tudor et à son parti, Tom Gallegher parle de la confiance illimitée de Vadim en tous les membres de sa famille impliqués dans la gestion financière du parti, et qui lui doivent la prospérité. L'analyste conclut : « La formation de Vadim a quelque chose des caractéristiques d'une affaire familiale. Si Vadim accède au pouvoir, il n'est pas illogique de supposer que son régime acquerra très vite le caractère du népotisme qui a rendu notoire le régime de Ceausescu. »[7]

– Le défenseur de la religion : « Les anciens présidents ? Des hommes sans Dieu. (…) Il est temps qu'à la présidence de la Roumanie vienne un homme qui croit à la Bible et en Dieu. » Nous avons fait exprès de laisser pour la fin cet argument d'ordre religieux. Il est moins mis en avant par notre candidat, à la différence des élections de 2000, par exemple, où il se donnait l'image d'un farouche défenseur de la religion du peuple. En effet, C.V. Tudor ne fait pas partie de l'Eglise Orthodoxe, majoritaire dans ce pays, étant de confession baptiste, détail que la presse a dévoilé au public en 2000, lors d'un vrai matraquage médiatique juste avant le deuxième tour.

Nous sommes loin d'avoir épuisé les arguments liés à l'èthos. Ils constituent la composante argumentative dominante de son discours. Ils participent tous de cette image préconstruite que le candidat entend préserver face à son électorat. Il est évident que Vadim Tudor centre son discours sur soi-même, par le biais de la négation des qualités de l'autre. La conclusion que nous pouvons en dégager, en rapport avec le sujet de cette étude, est que le candidat met en avant

[7] Tom Gallegher, **op. cit.**, p. 335.

son ego au détriment et contre la personnalité d'autrui – ses contre-candidats en occurrence. Evidemment, son attitude de justicier, de leader autoritaire et intransigeant, sa vocation déclarée pour les valeurs collectives partagées (la religion, la famille), répond aux attentes d'un segment important de la population auquel ce discours est destiné: les ouvriers et les paysans, les prisonniers victimes des injustices sociales, les étudiants. Les destinataires de son discours sont d'ailleurs nommés à travers les points du programme résumé en 10 points pendant la réunion électorale.

Nos exemples ont été accompagnés de quelques commentaires dans le but de montrer le décalage entre l'image positive que le candidat donne de lui-même à travers son discours et la réalité.

1. Les arguments liés au *pathos*

Si avec l'*èthos* c'est l'énonciateur qui est pris en compte, avec le pathos c'est le récepteur. Les arguments liés au pathos sont d'ordre purement affectif : ils sont destinés à faire naître chez l'auditoire des émotions, des passions. Ils doivent être adaptés à la psychologie du public concerné. L'art du locuteur consiste à savoir exalter, à maîtriser ou à calmer des sentiments tels que la colère, la pitié, la haine, la crainte etc., selon ses intentions : séduire, subjuguer, confondre, influencer, faire agir pour son compte. En ce sens, ces types d'arguments ne sont pas sans rapport avec la manipulation. Le pathos est lié à l'*èthos*, avec lequel il se trouve dans une relation de cause à effet. Cette campagne fortement négative a comme but de faire adhérer le destinataire aux valeurs promues par le locuteur et, réciproquement, de susciter ou d'exalter de fortes émotions négatives devant les défauts des autres candidats. Tom Gallegher remarque avec justesse que ce type de discours naît et prolifère dans

une période de crise du système démocratique, économique, social, insoutenable pour la majorité. A travers son discours, Vadim Tudor exaspère la colère, le mécontentement, la méfiance du peuple dans les institutions de l'Etat.

2. Les arguments *ad populum*

Liés au pathos, ils visent à émouvoir le « bon peuple » Dans le discours de Vadim Tudor ils sont repérables d'abord dans le programme de mesures qu'il compte prendre dès sa nomination dans la fonction de président. En absence d'un programme cohérent à long terme (selon l'opinion des spécialistes), le candidat présente un programme à brève échéance (48 heures), avec des solutions-miracle, sans aucun sens de la réalité économique roumaine, destiné à élever le niveau de vie des Roumains des couches les plus défavorisées. Ce sont des ***arguments populistes*** à portée économique et sociale, comme dans les exemples ci-dessous :

« Je vais liquider les grosses fortunes réalisées par fraude et je créerai un fond national d'aide immédiate pour l'achat de médicaments et nourriture pour les citoyens **les plus pauvres**. » (souligné par nous);

« Je vais effacer immédiatement les dettes des charges contractées par **les plus pauvres** des Roumains. » (souligné par nous);

« Moi, je suis fils de paysan, j'ai grandi dans la cour de l'usine Vulcan, *je me suis toujours enorgueilli de mon origine ouvrière* ».

Et, dans le même esprit, Vadim déplore le sort des ouvriers restés sans travail à cause de la ruine de l'industrie lourde. Le public cible de ces arguments est ***le peuple d'ouvrier et de paysans*** d'où se recrute la majeure partie de l'électorat du PRM. Dans leur ensemble, les mesures préconisées par Vadim Tudor pour le peuple, annoncent le retour à la politique

sociale et économique de ***l'extrême gauche*** (le communisme): la nationalisation des entreprises (argument: privatisation frauduleuse), la confiscation immédiate des fortunes (argument: ce sont des fortunes illicites) et leur restitution à l'Etat ou leur redistribution au peuple sous la forme d'aides sociales.

Nous citerons un dernier exemple qui a la valeur d'un contre-argument destiné à contrecarré une éventuelle accusation de populisme :

« A ceux qui diront que c'est la corne de l'abondance populiste qui déborde, je répondrai que ce n'est pas la corne de l'abondance populiste qui déborde, mais ce sont les robinets du pillage qui se ferment. »

Ici, le « mais » a la valeur d'un connecteur contre-argumentatif[8], marqueur d'un argument fort. (Nous développerons l'étude des connecteurs argumentatifs dans la dernière partie de cette analyse).

Nous avons identifié également des arguments populistes d'ordre *religieux* et *ethnique*, parmi lesquels il y en a un qui mérite une attention spéciale :

« Ce sont des gens [les conseillers de campagne italiens et juifs] avec lesquels je ferai la joie du peuple roumain en apportant à Bucarest le suaire de Torino, qui porte les traces du Sauveur Jésus Christ. C'est la moindre des choses que je puisse faire pour le peuple pour lequel je donnerais ma vie. »

Ce que nous venons de citer est la dernière partie de la réponse du candidat à une question incommode : « Suite à la collaboration avec Ayad Arad, vous avez changé votre stratégie de communication en public. Si vous devenez président, vous continuerez à changer votre attitude en fonction des conseils de vos conseillers étrangers ? » Dans cette question-

[8] Jean-Michel Adam, **La linguistique textuelle. Introduction à l'analyse textuelle du discours**, Armand Colin, Paris, 2005, p.124.

piège, le modérateur laisse entendre que le candidat a modifié son discours antisémite et xénophobe[9] dans des circonstances qui l'arrangent en l'accusant, indirectement, d'opportunisme, insinuation grave pour un candidat qui se prétend fidèle à ses principes, quitte à être blâmé par l'opinion nationale et internationale.

D'incommode, la question devient confortable pour le candidat et c'est là qu'il montre son talent rhétorique incontestable, en usant d'une suite d'arguments en cascade. D'abord, il réfute l'accusation de xénophobie : « Nous ne sommes pas xénophobes, nous sommes contre les canailles » ; ensuite, il met en avant un ***argument d'autorité*** tiré de l'Ancien Testament pour montrer le bien fondé du choix d'un conseiller de campagne juif : « Le fameux Joseph, fils de Jacob, qui est devenu le premier ministre du Pharaon » et il conclut par l'argument populiste d'ordre religieux que nous venons de citer. Cela donnerait: «Si tant est que j'aie changé de discours politique, je l'ai fait dans l'intérêt du peuple roumain pour lequel je donnerais ma vie. » (L'analyste est en droit de se demander si le fait de prendre comme modèle le Pharaon ne rendrait-il pas compte des ambitions pharaoniques du candidat qui imiterait en cela le modèle de Ceausescu…).

Dans le même esprit, nous incluons dans la catégorie d'arguments populistes ceux qui jouent ***la carte ethnique***. Même si à l'occasion de ces élections le candidat a mis une sourdine à ses propos antisémites et xénophobes, son discours n'en conserve pas moins les traces, ne serait-ce que par *l'exaltation du sentiment national.* Lorsqu'il parle en public, il s'adresse à l'auditoire par: « Frères roumains », « mes chers Roumains » ou « frères » tout court, formule réductible à

[9] Jusqu'aux élections de 2004, le PRM a mené une forte campagne antisémite et xénophobe (surtout contre les minorités hongroise et tzigane).

l'ethnie roumaine, majoritaire, sans doute, mais qui laisse en dehors les minorités. Vadim Tudor parle au nom de *l'intérêt nationa*l, de la *dignité nationale*, du *spécifique national*, syntagmes qui n'auraient rien de blâmable s'ils n'étaient pas employés d'une manière agressive contre les autres ethnies habitant en Roumanie, surtout contre les Hongrois. La guerre du PRM contre UDMR (Union Démocratique Magyare de Roumanie) date depuis la naissance du PRM. Toujours fidèle à son image de guerrier contre *le danger hongrois*, Vadim Tudor attaque verbalement la modératrice de l'émission où il est invité, à cause de son nom hongrois. Au cours de la même émission, il insiste à ce que l'UDMR soit mise hors la loi (requête qu'il a formulée en maintes occasions). Par cette démarche, il conteste la légitimité-même du discours du candidat UDMR aux présidentielles, Marco Bella. Lors de l'affrontement avec celui-ci, Vadim Tudor fait vibrer la «la corde sensible» des Roumains, en donnant un trémolo pathétique à sa voix: « Il y a des zones où on ne peut pas acheter du pain si on ne parle pas hongrois. C'est ça le drame en Transylvanie!».

L'exacerbation du sentiment national contre les autres ethnies a fait que l'opinion publique internationale a qualifié le discours de Corneliu Vadim Tudor d'extrémiste et de fasciste. Il est vrai que, pour une raison ou une autre, en 2004 il a éliminé de son discours les propos virulents antisémites. On aurait du mal à discerner s'il s'agit d'une vraie conversion philo sémite ou une de circonstance, dictée par l'impératif de la victoire des élections, conformément au principe « le but excuse les moyens »: « en 2002, Ayad Arad a dirigé avec succès la campagne électorale du Premier Ministre de l'Israël, Ariel Sharon. »[10]

[10] Tom Gallagher, **op. cit.**, p. 342.

3. Les arguments liés au logos

Ce type d'arguments est centré sur le message. Dans cette section nous allons nous occuper effectivement des moyes de réalisation discursive.

Nous avons remarqué la prédilection du locuteur pour les ***arguments analogique.***

Pour illustrer son discours, le locuteur a recours à la métaphore, à la comparaison, aux expressions imagées typiquement roumaines, à l'étymologie. En voilà quelques exemples : la Roumanie est «le mouton galeux de l'Europe»; les paysans appelaient la capitale « le village du Voïvode » (rom. *satul lui Voda*) ; les anciens présidents ont conduit la Roumanie *cu oistea-n gard* – expression qui se traduit textuellement par «mener le chariot la flèche dans la palissade » et qui veut dire « mener à la catastrophe » ou bien, ils ont dirigé le pays *bezmetic*: « *Bezmetic* vient de l'ukrainien *bez* (sans) et *matoc* (reine des abeilles). Donc, comme une ruche sans reine. » ; le projet avec l'Europe est un projet lumineux dans un monde où règne l'obscurité; la Constitution de la Roumanie a été faite *comme un ho-hisse ! de Bumbesti-Livezeni* – allusion au cri d'encouragement des ouvriers qui ont construit la chaussée de Bumbesti à Livezeni à travers la montagne ; « En 2000 j'ai été volé comme dans un bois » – allusion à son échec électoral qu'il met sous le compte d'une fraude de grande proportion.

4. Les marqueurs de connexion argumentative

Jean-Michel Adam identifie des *connecteurs proprement dits*, des *organisateurs et marqueurs textuels* et des *marqueurs de prise en charge énonciative*.

Nous nous arrêterons seulement sur les connecteurs proprement dits et sur les marqueurs de prise en charge énonciative.

– ***Les connecteurs proprement dits*** ont la fonction d'assurer la cohérence et la cohésion textuelle dans un enchaînement argumentatif logique. Nous avons pourtant constaté un phénomène étrange dans le discours vadimiste : au lieu d'assurer la cohérence discursive, les connecteurs argumentatif la pulvérisent. Nous citons à titre d'exemple la réponse du candidat à la question « En situation de crise majeure, quels sont les trois premiers leaders internationaux auxquels vous vous appuieriez ? ».

« Je ferai appel, pour des consultations ! au président G. Bush, en faisant appel à sa fibre chrétienne ***parce qu***'il est un président profondément chrétien et ***si*** nous aimons l'Amérique profonde, ***alors*** nous devons l'aider pour qu'elle ne commette pas d'erreur. » Ici, *parce que* doit avoir valeur de justification et d'explication du choix du locuteur. Or ici, il justifie plutôt « la fibre chrétienne » de Bush que la raison du choix. La conjonction de coordination ***et*** enchaîne avec le ***si***, connecteur argumentatif marqueur de conclusion, dans la structure ***si***…, ***alors***… La logique interne de cette phrase est indéniable : Si nous aimons l'Amérique, alors nous devons l'aider. Ce qui est illogique, c'est l'argument qui expliquerait le choix du locuteur dans un contexte situationnel on ne peut plus précis. Cela donne : « En cas de crise je ferais appel à Bush (…) parce que si nous aimons l'Amérique, nous devons l'aider pour qu'elle ne commette pas d'erreur. » Nous pouvons mettre ces incohérences sur le compte de l'élan oratoire du locuteur qui, emporté par le flot de ses paroles, perd de vue la charpente de son édifice argumentatif. En voilà un deuxième exemple où le discours du locuteur se transforme en galimatias : enchevêtrement thématique, polyphonie discursive qui tourne à la cacophonie, connecteurs argumentatifs dans un enchaînement illogique :

Etre un bon Roumain signifie «Aimer son pays, n'opprimer personne, être chrétien et au besoin, donner sa vie pour son pays ***parce que*** ce n'est pas par hasard que Dieu a crée les patries et les peuples, Il agit sur l'espèce humaine à travers les patries et les peuples. ***C'est pourquoi*** le Général de Gaule disait : « Je crois à une Europe des patries et des peuples ***et*** nous (?) aimons le peuple roumain et nous ne renoncerons jamais à notre fierté et dignité de Roumains. »

Nous admettons que pour la première partie de cette réponse, il est assez facile de reconstituer le raisonnement du locuteur. ***Parce que*** introduit un argument d'autorité (Dieu) qui justifie l'amour du pays. En revanche, on voit mal le rapport de la partie introduite par ***C'est pourquoi*** et ce qui précède. Nous croyons que nous sommes devant un emploi parasite du connecteur qui justement, a été vidé de sa fonction. L'incohérence de la suite *(et nous aimons le peuple roumain)* s'explique d'abord par l'emploi du ***et*** à valeur narrative, peut-être, mais très mal à propos, et par l'absence de pause dans le discours que nous aurions marqué graphiquement par le point. Toutes ses erreurs dans l'expression d'une idée, dans l'exposition argumentative cohérente qui avoisinent le délire verbal, montrent le profil d'un locuteur peu capable de maîtriser son propre discours.

– Les marqueurs de prise en charge énonciative. Ils sont assez nombreux dans le discours de Vadim Tudor. Nous en avons sélecté deux seulement :

« *Selon* le rapport de la Banque Mondiale sur la corruption en Roumanie… » Ici, *selon* remplit la fonction de *marqueur de source du savoir*.[11]

« Mihai Eminescu *disait* : « Nous sommes roumains et punctum. » »

[11] Jean-Michel Adam, **op. cit.**, p.122.

Les marqueurs de prise en charge énonciative introduisent des *arguments d'autorité.*

A la fin de l'analyse de la composante argumentative du discours électoral de Corneliu Vadim Tudor, nous sommes en mesure d'en discerner les traits principaux, même si nous n'avons par rempli tout le programme annoncé au début. Par exemple, nous n'avons pas donné une analyse détaillée des interventions du candidat lors des émissions électorales télévisées, même si nos exemples ont été tirés de tout le corpus étudié. Cela nous aurait permis de prendre en compte la posture mimo-gestuelle du candidat, son comportement sur un plateaux etc. Nous espérons pourtant d'avoir convaincu le lecteur qu'il s'agit là d'un discours populiste par excellence, démagogique, comme le montre l'abondance des arguments liés à l'*èthos* et au *pathos* (arguments qui se sont avérés faux dès que nous les avons recadrés dans leur contexte réel), et fortement nationaliste.

Les résultats des élections de 2004 ont prouvé que, malgré sa stratégie, le discours de Vadim a beaucoup perdu de sa force de persuasion, par rapport aux élections de 2000. Il est fort possible que cette perte d'efficacité soit liée à la perte de la crédibilité du candidat. Il est également possible que les Roumains soient maintenant plus sensibles à un discours de tolérance promu par les médias, en vue de l'intégration prochaine de la Roumanie dans l'Union Européenne, plutôt qu'à l'*èthos* et au *pathos* de la démesure.

Bibliographie

Jean-Michel Adam, 2005, **La linguistique textuelle. Introduction à l'analyse textuelle des discours**, Paris, Armand Colin.

Sanda-Maria Ardeleanu et Ioana-Crina Coroi, 2002, **Analyse du discours. Elements de théorie et pratique sur la discursivité**, Editura Universitatii Suceava.

Tom Gallagher, 2004, **Furtul unei natiuni. România de la comunism încoace**, Bucuresti, Humanitas.

Dominique Maingueneau, 2001**, Pragmatique pour le discours littéraire**, Paris, Nathan Université.

Political talk: wearing a face or a mask?

Daniela LINGURARU

Résumé: L'article présente le passage en revue des marques modales qui jalonnent le discourse politique des candidates Traian Basescu et Adrian Nastase lors de la campagne présidentielle de 2004. Le corpus est essentiellement constitué des discourse politiques présents dans l'émission televisée *Seara presedintilor – Le Soirée des presidents* (chaîne Antena 1, novembre 2004), et il est complété de quelques fragments de discourse ou déclarations du candidat à la présidence de USA, George W. Bush. L'analyse a surtout en vue de mettre en évidence les clichés linguistiques qui placent les candidates sur le territoire linguistico-pragmatique de la politesse positive ou négative.

'Politics is talk'.
(Bell, 1975)

'A discourse is a thematically and ideologically structured, self-referring progression of communications (messages, texts) circulating within a definable community of communicators and receivers over a specified period of time.' (Biocca, p. 46). The boundaries of the discourse are commonly defined by the community of speakers (thus, we can speak about a 'discourse of medical experts') or by the dominant themes or preoccupations that characterize the discourse (e. g. the 'discourse of science', the 'discourse of politics' etc.)

Discourses are the exercise of power. 2004, a year which proved as fatidical as George Orwell's 1984 on a

world-wide scale and in more than one way, remains inscribed in the memory of the Romanian society as a period of political effervescence and turmoil, a period in which DISCOURSE could not be but political. Fortunately or not, LANGUAGE has become the main weapon that political opponents use against one another in their political duel. Any political campaign can be quite easily reduced to a mere battle of words.

The present article deals with the 'battle of words' that took place in a TV show entitled *Seara presedintilor* organized by Antena 1 on the eve of the presidential elections, which brought together four of the candidates who ran for presidency: Traian Basescu (D.A. = PNL + PD), Marko Bela (UDMR), Adrian Nastase (PSD) and Corneliu Vadim Tudor (PRM), with the main focus on Traian Basescu's political discourse (which, surprisingly, proved to have an efficient perlocutionary effect) as opposed to Adrian Nastase's discourse (inefficient perlocutionary effect) and compared to G. W. Bush's discourse (only a few weeks before the above-mentioned show, G. Bush had been re-elected: auspicious 'American' perlocutionary effect). Paradoxically, in a political campaign, persuasion could be considered part of the hidden agenda and still it is known and thoroughly exploited by each of the candidates.

Presidential candidates use language (more or less masterfully) in order to persuade the audience to vote them. Apparently, what makes a political speech efficient from this point of view is a meaningful, relevant message. Nevertheless, not only the content, but also the form can be decisive, especially in the case of a TV show with such a format as *Seara presedintilor*. The four candidates were supposed to take turns and answer a series of questions or comment on a series of statements in one-minute or two-

minute sessions. These rather limiting conditions for self-expression proved to be a wonderful opportunity for the moderator (Gabriela Vrânceanu-Firea) to unveil the 'politeness phenomena' by making the four candidates display their 'faces'.

All normal adult members of society have, and recognize that other members have, what is known as FACE (a term borrowed from the English folk usage). 'Face' is defined as the public self-image that every member wants to claim for himself. Traditionally, there are two related types: *positive face* (the positive consistent self-image or 'personality' – including the desire that this self-image be appreciated and approved of – claimed by interactants) and *negative face* (the basic claim to territories, personal preserves, rights to non-distraction, i. e. to 'freedom of action and freedom from imposition' (Brown and Levinson, q. in Partington, p. 125). Broadly speaking, *negative face* is the desire to be left in peace to 'mind your own business', while *negative politeness* is attention paid by others and yourself to such a desire. Also, an interesting semantic contradistinction between the two types of politeness is that *negative politeness* has in view the litotization of rude demeanor, *positive politeness* contributes to the hyberbolization of polite behavior. Although it is generally acknowledged that the precise characteristics and delimitations of both types of face will differ from culture to culture and from a type of intercourse to another, 'face' remains a universal phenomenon, 'consequence of the need for the human animal to cohabit with other similar animals in society and to cooperate with them in order to protect and pursue its interests' (Partington, p. 125).

In any kind of encounter that supposes social interaction, and all the more in a carefully thought-out and strategically staged political debate, 'faces' become extremely vulnerable.

The linguistic exchanges that take place in *Seara presedintilor* are a permanent negotiation of 'faces' and a permanent threat to either or both the speaker's and hearer's 'face'. In this particular situation, each of the four candidates is, in turn, in a vulnerable position. The flow of information being asymmetrical, each of the participants risks his own 'face' the very moment he takes the floor. The questions coming from the moderator, no matter how simple or unexpected, represent a direct attack on the interviewee's negative 'face' and, therefore, meet with various responses. Even though a TV show with such a format supposes a convention accepted beforehand (if not implicitly) by the participants – that of being publicly questioned on a certain topic and therefore defusing temporarily their negative 'face', not all the candidates put up with the pressure very well (C. V. Tudor, for instance, constantly refuses to answer the questions, accusing Antena 1 of conspiracy).

Basescu's syle of speaking stance is sprinkled with *thinking and speaking verbs* and enumerations. At the very core of his speech lies the anaphoric parallelism. The overall impression is that of a balanced discourse which relies haevily on a limited number of landmarks or key-words and expressions such as: SIGURANTA NATIONALA, GUVERNARE DEZASTRUOASA, ADERARE, SEMNIFICATIV etc. Basescu uses a fairly simple vocabulary, adjusted to the target he addresses, much less colorful than that of his opponents, almost bland if compared to to C. V. Tudor, for instance. By means of enumerations, he tries to reveal various facets of the ideas he states in order to persuade his listeners, not so much of the complexity of his ideas but of their importance, truthfulness and propriety. Furthermore, parallelisms are always at hand whenever he intends to

stress on a particular set of ideas or when he directly attacks Adrian Nastase. He also often makes use of *thinking and speaking verbs* and *hedges.*

Broadly speaking, hedges are supposed to either strengthen or soften the modality of an utterance. In Basescu's case, hedges are very rarely an expression of modesty or an attempt to avoid arrogance. Far from expressing mitigation and understatement, those hedges function like an extra-politeness technique which proves to be extremely useful in particularly 'face-threatening'questioner turns, as well as a tactic to impose his positive 'face' to the listeners: CRED, DUPA PAREREA MEA / NOASTRA, ÎN OPINIA MEA / NOASTRA, VA POT SPUNE, VA VOI SPUNE, VREAU SA STITI, O SPUN CU TOATA CONVINGEREA, O SPUN FARA NICI O RETINERE etc.

Significantly, a macrostructural analysis of G. W. Bush's political discourse during the 2004 electoral campaign reveals the same propensity to use syntactic parallelisms and thinking verbs, along with strong deontic modals. The major difference between the two political discourses lies in the formulation of *ad hominem* arguments (attacking a specific candidate or party). Basescu's attacks are blunt, direct, most often bringing about a boomerang or backlash effect, whereas Bush's attacks are much less incisive, full of indicators of verbal restraint, euphemisms, understatement or periphrasis. He makes constant use of *ad hominem* arguments to directly question the opposition candidate's fitness for office.

While ruthlessly attacking his political adversary, Basescu shrewdly seeks for the complicity of his audience and that of the moderator in order to preserve his face. He repeatedly attempts to blandish and conciliate the press by means of playful compliments, not forgetting though that a politician is concerned primarily with getting his message across.

Mention must also be made of another strategy (conscious or not): the so-called *'possessive' psychology* (psihologia adjectivului posesiv) – a great number of AL NOSTRU, A NOASTRA, even or mostly when unnecessary.

While violating Grice's maxim of quantity, Basescu remains loyal to that of relation, permanently refiguring his face to avoid suffering the enormous symbolic defeat which would be losing his 'face'.

BASESCU	**BUSH**
• "Iar în aceste zile aflam ca s-a dat o ordonanta de urgenta prin care mafia din Bacau este scutita de plata a 18 000 de miliarde, inclusiv contributiile la fondurile sociale: fond de pensii, fond de sanatate, lucru care, ***dupa parerea noastra***, încalca foarte grav principiile de *aderare* la Uniunea Europeana. *Semnificativ* este ca aceasta ordonanta este semnata numai de premierul Adrian Nastase."	• 'I ***believe strongly*** in a teacher protection act.' (Final debate, 2000)
• "Este, ***cred***, un semnal apropo de constitutia... de proiectul de Constitutie a Uniunii Europene." ⇒ the hedge 'cred' betrays a certain degree of insecurity, especially when compared to Bush's 'believe'	• 'I ***believe*** that freedom is the deepest need of every human soul.' (Press Conference, White House, Tuesday, April 13, 2004)
• "De fapt, acesti bani s-au împartit, si ***o spun fara nici o retinere***, cu cei care le-au dat facilitatea."	

• "Esential, ***în opinia mea***, este sa schimbam modelul de presedinte pe care ni l-a creat Ion Iliescu, dar si Emil Constantinescu, prin ne-implicare."	
• "***Vreau sa stiti*** ca nu a fost o guvernare dezastruoasa."	
• "Marea performanta a PSD-ului este, ***cred***, ca ne-a condus pe ultimul loc." ⇒ direct attack	• 'I ***believe*** that God has planted in every human heart the desire to live in freedom.' (State of the Union Address, 2003) • '***My opponent*** gives in to more powerful interests.' • '***The other side*** believes it's OK to spend more than the surplus.' (NBC, 30. 10. 2000) ⇒ attack softened by euphemisms (Bush does employ negative words but his vocabulary is by no means aggressive when he refers to his political opponents)
• "O sa ***raspund precis*** la întrebare."	
• "Va pot spune ca în momentul de fata eu ***apreciez*** coruptia ca fiind un element care-ncepe sa afecteze *siguranta nationala*."	

• *"**Un bun român este un om care**-si iubeste poporul lui.* ***Un bun român este un om care**-si respecta simbolurile nationale si traditiile.* ***Un bun român este un om care** trateaza egal pe toti cetatenii români, indiferent de nationalitate, fie ca sunt unguri, tigani, ucraineni, cehi, slovaci, italieni.* ***Un bun român este un om care** are grija sa-si tina aproape diaspora, este România de peste mari si tari.* ***A fi bun român** înseamna sa respecti legile tarii tale."* ⇒ anaphoric parallelism	• '***Let's help families** pay for child care, health care and long term care.* ***Let's make up to** $10,000 of college tuition tax deductible.* ***Let's offer families** a new, tax-free way to save and build...'* • '***This administration** had its moments.* ***This administration** had its chance.* *And still **this administration** continues on the same old path.'* • '***We know that** dictators are quick to choose aggression, while free nations strive to resolve differences in peace.* ***We know that** oppressive governments support terror, while free governments fight the terrorists in their midst.* ***We know that** free peoples embrace progress and life, instead of becoming the recruits for murderous ideologies.' (Accepting candidacy, 2000)* ⇒ anaphoric parallelism

Adrian Nastase's response to the same 'face-threatening' situations consists in answers that lack cohesion and are full of repetitions whose role is not to stress upon a certain idea that would otherwise pass unnoticed by the listeners but to approximately fill a lexical gap. This overlexicalization is unfortunately doubled by an overdose of amplifiers and boosters, such as: DEOSEBIT DE sau EXTRAORDINAR DE, and of a series of adverbs meant to

emphasize a certain self-assurance: FARA-NDOIALA (5 times), ÎN MOD CATEGORIC (4 times), SIGUR (2 times), CU SIGURANTA (2 times), FIRESTE (2 times). Along with these hedges which are meant to enhance an impression of confidence and of being in charge but instead tone down the illocutionary force of the utterance by expressing a notion of imprecision and unvarying qualification, one may also notice the recurrent, almost obsessive use of meaningless verbal tags, such as: DE ASEMENEA, DIN ACEST PUNCT DE VEDERE, or words belonging to the semantic sphere of POWER (PUTERE, PUTERNIC) or KNOWLEDGE (SA CUNOASTEM, CUNOASTERE etc.). In his case, hedges are no longer meant to hyperbolize, as in Traian Basescu's electoral speech; not even to outline a cosy space for manoeuvre between categorical YES and NO; rather to fill a major semantic and ideatical gap.

The basic flaw in the following speech, for instance, apart from inconsistency, lack of substance and redundancy, is that the promise of a good oratorical start is never fulfiled. In general, Adrian Nastase uses effective devices of *captatio benevolentiae*, usually finding the appropriate introductory words to draw attention (the noun phrases in the so-called *nominative of address*), just like Bush does, but afterwards his message gets thinner and thinner, and the seductive function of this rhetorical strategy shrinks back to the statute of a mere linguistic cliché.

NASTASE	**BUSH**
- "Dragi prieteni si dragi cetateni!"	- 'Dear friends and fellow citizens!'
- "Stimati concetateni!"	- 'My fellow citizens!'
- "Dragi compatrioti!"	- 'My fellow-countrymen!'

– "Primul presedinte al României europene *va trebui sa cunoasca* ***în mod categoric*** si legile europene. Va fi ***deosebit de important*** *sa cunoastem* nu doar Constitutia României, *va trebui sa cunoastem* ce anume ne va oferi si ce ne va cere viitoarea Constitutie a Europei. ***Din acest punct de vedere***, Tratatul Constitutional semnat de curând aduce modificari ***deosebite*** pe care va trebui *sa le cunoastem*, *va trebui* sa le folosim. Personalitatea juridica a Uniunii Europene ne va permite ***în mod categoric*** sa reprezentam în lumea de asazi o *mare putere* economica, o *mare putere* politica. Modificarile sunt ***deosebite*** atât în ceea ce priveste sistemul de vot, în ceea ce priveste faptul ca va exista un presedinte practic permanent al Uniunii Europene. Competentele vor fi unele competente exclusive si în care numai Uniunea Europeana va actiona. Vor fi competente protejate si ***de asemenea*** unele dintre zonele în care interesele noastre proprii vor trebui sa fie aduse mai *puternic* în aceasta colaborare. ***Din acest punct de vedere***, (..) ne angajam sa rezolvam cât mai bine posibil aceasta coordonare a intereselor noastre. Este ***foarte important*** viitorul României. ***De asemenea***, este ***deosebit de important*** sa întelegem ca relatiile noastre cu tarile europene vor conta enorm în cadrul economiei globalizate."

– "Presedintele României are un rol ***deosebit de important***. Eu voi fi un presedinte ***puternic*** pentru o România ***puternica***".

– "***Din acest punct de vedere***, experienta mea de vicepresedinte a CSAT-ului îmi arata ca presedintele are un rol ***deosebit de important***. Presedintele actual al României a avut si are un rol ***deosebit***."

If Basescu and Bush have in common the same propensity to 'slice' the discourse in meaningful, though redundant pieces of information, one might notice that Nastase's and Bush's discourses share the same obstinacy to tackle everything and nothing, thus illustrating Pierre Dac's paradoxical assertion in "L'os à moille" according to which a good political discourse needn't speak about anything in particular, and still it must leave the impression that it says it all.

Eight reactive responses have been enumerated (Copeland and Cartee, p. 221), by which a candidate hopes to weaken or destroy the effectiveness of the opposition's attacks: silence, confession / redemption, sanctimonious admission, denial / campaign attack, counterattack, refutation, obfuscation and counterimaging. Of these, Traian Basescu resorted mostly to counterattack, denial and refutation, while Adrian Nastase used obfuscation and confession. Apparently, not a very good strategy to preserve one's 'face'.

Bibliography

Biocca, F., **Television and Political Advertising**, vol. 2, Lawrence Erlbaum Associates, Hillsdale, 1991.

Brown, P., Levinson, S., **Politeness: Some Universals in Language Usage**, Cambridge University Press, 1987.

Copeland, G., Cartee, K., **The Negative Political Advertising: Coming of Age**, Lawrence Erlbaum Associates, Hillsdale, 1991.

Partington, A., **The Linguistics of Political Argument: The Spin-Doctor and the Wolf-Pack at the White House**, Routledge, New York, 2002.

Political talk: wearing a face or a mask?

Daniela LINGURARU

Résumé: L'article présente le passage en revue des marques modales qui jalonnent le discourse politique des candidates Traian Basescu et Adrian Nastase lors de la campagne présidentielle de 2004. Le corpus est essentiellement constitué des discourse politiques présents dans l'émission televisée *Seara presedintilor – Le Soirée des presidents* (chaîne Antena 1, novembre 2004), et il est complété de quelques fragments de discourse ou déclarations du candidat à la présidence de USA, George W. Bush. L'analyse a surtout en vue de mettre en évidence les clichés linguistiques qui placent les candidates sur le territoire linguistico-pragmatique de la politesse positive ou négative.

'Politics is talk'.
(Bell, 1975)

'A discourse is a thematically and ideologically structured, self-referring progression of communications (messages, texts) circulating within a definable community of communicators and receivers over a specified period of time.' (Biocca, p. 46). The boundaries of the discourse are commonly defined by the community of speakers (thus, we can speak about a 'discourse of medical experts') or by the dominant themes or preoccupations that characterize the discourse (e. g. the 'discourse of science', the 'discourse of politics' etc.)

Discourses are the exercise of power. 2004, a year which proved as fatidical as George Orwell's 1984 on a

world-wide scale and in more than one way, remains inscribed in the memory of the Romanian society as a period of political effervescence and turmoil, a period in which DISCOURSE could not be but political. Fortunately or not, LANGUAGE has become the main weapon that political opponents use against one another in their political duel. Any political campaign can be quite easily reduced to a mere battle of words.

The present article deals with the 'battle of words' that took place in a TV show entitled *Seara presedintilor* organized by Antena 1 on the eve of the presidential elections, which brought together four of the candidates who ran for presidency: Traian Basescu (D.A. = PNL + PD), Marko Bela (UDMR), Adrian Nastase (PSD) and Corneliu Vadim Tudor (PRM), with the main focus on Traian Basescu's political discourse (which, surprisingly, proved to have an efficient perlocutionary effect) as opposed to Adrian Nastase's discourse (inefficient perlocutionary effect) and compared to G. W. Bush's discourse (only a few weeks before the above-mentioned show, G. Bush had been re-elected: auspicious 'American' perlocutionary effect). Paradoxically, in a political campaign, persuasion could be considered part of the hidden agenda and still it is known and thoroughly exploited by each of the candidates.

Presidential candidates use language (more or less masterfully) in order to persuade the audience to vote them. Apparently, what makes a political speech efficient from this point of view is a meaningful, relevant message. Nevertheless, not only the content, but also the form can be decisive, especially in the case of a TV show with such a format as *Seara presedintilor*. The four candidates were supposed to take turns and answer a series of questions or comment on a series of statements in one-minute or two-

minute sessions. These rather limiting conditions for self-expression proved to be a wonderful opportunity for the moderator (Gabriela Vrânceanu-Firea) to unveil the 'politeness phenomena' by making the four candidates display their 'faces'.

All normal adult members of society have, and recognize that other members have, what is known as FACE (a term borrowed from the English folk usage). 'Face' is defined as the public self-image that every member wants to claim for himself. Traditionally, there are two related types: *positive face* (the positive consistent self-image or 'personality' – including the desire that this self-image be appreciated and approved of – claimed by interactants) and *negative face* (the basic claim to territories, personal preserves, rights to non-distraction, i. e. to 'freedom of action and freedom from imposition' (Brown and Levinson, q. in Partington, p. 125). Broadly speaking, *negative face* is the desire to be left in peace to 'mind your own business', while *negative politeness* is attention paid by others and yourself to such a desire. Also, an interesting semantic contradistinction between the two types of politeness is that *negative politeness* has in view the litotization of rude demeanor, *positive politeness* contributes to the hyberbolization of polite behavior. Although it is generally acknowledged that the precise characteristics and delimitations of both types of face will differ from culture to culture and from a type of intercourse to another, 'face' remains a universal phenomenon, 'consequence of the need for the human animal to cohabit with other similar animals in society and to cooperate with them in order to protect and pursue its interests' (Partington, p. 125).

In any kind of encounter that supposes social interaction, and all the more in a carefully thought-out and strategically staged political debate, 'faces' become extremely vulnerable.

The linguistic exchanges that take place in *Seara presedintilor* are a permanent negotiation of 'faces' and a permanent threat to either or both the speaker's and hearer's 'face'. In this particular situation, each of the four candidates is, in turn, in a vulnerable position. The flow of information being asymmetrical, each of the participants risks his own 'face' the very moment he takes the floor. The questions coming from the moderator, no matter how simple or unexpected, represent a direct attack on the interviewee's negative 'face' and, therefore, meet with various responses. Even though a TV show with such a format supposes a convention accepted beforehand (if not implicitly) by the participants – that of being publicly questioned on a certain topic and therefore defusing temporarily their negative 'face', not all the candidates put up with the pressure very well (C. V. Tudor, for instance, constantly refuses to answer the questions, accusing Antena 1 of conspiracy).

Basescu's syle of speaking stance is sprinkled with *thinking and speaking verbs* and enumerations. At the very core of his speech lies the anaphoric parallelism. The overall impression is that of a balanced discourse which relies haevily on a limited number of landmarks or key-words and expressions such as: SIGURANTA NATIONALA, GUVERNARE DEZASTRUOASA, ADERARE, SEMNIFICATIV etc. Basescu uses a fairly simple vocabulary, adjusted to the target he addresses, much less colorful than that of his opponents, almost bland if compared to to C. V. Tudor, for instance. By means of enumerations, he tries to reveal various facets of the ideas he states in order to persuade his listeners, not so much of the complexity of his ideas but of their importance, truthfulness and propriety. Furthermore, parallelisms are always at hand whenever he intends to

stress on a particular set of ideas or when he directly attacks Adrian Nastase. He also often makes use of *thinking and speaking verbs* and *hedges.*

Broadly speaking, hedges are supposed to either strengthen or soften the modality of an utterance. In Basescu's case, hedges are very rarely an expression of modesty or an attempt to avoid arrogance. Far from expressing mitigation and understatement, those hedges function like an extra-politeness technique which proves to be extremely useful in particularly 'face-threatening'questioner turns, as well as a tactic to impose his positive 'face' to the listeners: CRED, DUPA PAREREA MEA / NOASTRA, ÎN OPINIA MEA / NOASTRA, VA POT SPUNE, VA VOI SPUNE, VREAU SA STITI, O SPUN CU TOATA CONVINGEREA, O SPUN FARA NICI O RETINERE etc.

Significantly, a macrostructural analysis of G. W. Bush's political discourse during the 2004 electoral campaign reveals the same propensity to use syntactic parallelisms and thinking verbs, along with strong deontic modals. The major difference between the two political discourses lies in the formulation of *ad hominem* arguments (attacking a specific candidate or party). Basescu's attacks are blunt, direct, most often bringing about a boomerang or backlash effect, whereas Bush's attacks are much less incisive, full of indicators of verbal restraint, euphemisms, understatement or periphrasis. He makes constant use of *ad hominem* arguments to directly question the opposition candidate's fitness for office.

While ruthlessly attacking his political adversary, Basescu shrewdly seeks for the complicity of his audience and that of the moderator in order to preserve his face. He repeatedly attempts to blandish and conciliate the press by means of playful compliments, not forgetting though that a politician is concerned primarily with getting his message across.

Mention must also be made of another strategy (conscious or not): the so-called *'possessive' psychology* (psihologia adjectivului posesiv) – a great number of AL NOSTRU, A NOASTRA, even or mostly when unnecessary.

While violating Grice's maxim of quantity, Basescu remains loyal to that of relation, permanently refiguring his face to avoid suffering the enormous symbolic defeat which would be losing his 'face'.

BASESCU	**BUSH**
• "Iar în aceste zile aflam ca s-a dat o ordonanta de urgenta prin care mafia din Bacau este scutita de plata a 18 000 de miliarde, inclusiv contributiile la fondurile sociale: fond de pensii, fond de sanatate, lucru care, ***dupa parerea noastra***, încalca foarte grav principiile de *aderare* la Uniunea Europeana. *Semnificativ* este ca aceasta ordonanta este semnata numai de premierul Adrian Nastase."	• 'I ***believe strongly*** in a teacher protection act.' (Final debate, 2000)
• "Este, ***cred***, un semnal apropo de constitutia... de proiectul de Constitutie a Uniunii Europene." ⇒ the hedge 'cred' betrays a certain degree of insecurity, especially when compared to Bush's 'believe'	• 'I ***believe*** that freedom is the deepest need of every human soul.' (Press Conference, White House, Tuesday, April 13, 2004)
• "De fapt, acesti bani s-au împartit, si ***o spun fara nici o retinere***, cu cei care le-au dat facilitatea."	

• "Esential, ***în opinia mea***, este sa schimbam modelul de presedinte pe care ni l-a creat Ion Iliescu, dar si Emil Constantinescu, prin ne-implicare."	
• "***Vreau sa stiti*** ca nu a fost o guvernare dezastruoasa."	
• "Marea performanta a PSD-ului este, ***cred***, ca ne-a condus pe ultimul loc." ⇒ direct attack	• 'I ***believe*** that God has planted in every human heart the desire to live in freedom.' (State of the Union Address, 2003) • '***My opponent*** gives in to more powerful interests.' • '***The other side*** believes it's OK to spend more than the surplus.' (NBC, 30. 10. 2000) ⇒ attack softened by euphemisms (Bush does employ negative words but his vocabulary is by no means aggressive when he refers to his political opponents)
• "O sa ***raspund precis*** la întrebare."	
• "Va pot spune ca în momentul de fata eu ***apreciez*** coruptia ca fiind un element care-ncepe sa afecteze *siguranta nationala*."	

• *"**Un bun român este un om care**-si iubeste poporul lui.* ***Un bun român este un om care**-si respecta simbolurile nationale si traditiile.* ***Un bun român este un om care** trateaza egal pe toti cetatenii români, indiferent de nationalitate, fie ca sunt unguri, tigani, ucraineni, cehi, slovaci, italieni.* ***Un bun român este un om care** are grija sa-si tina aproape diaspora, este România de peste mari si tari.* ***A fi bun român** înseamna sa respecti legile tarii tale."* ⇒ anaphoric parallelism	• '***Let's help families** pay for child care, health care and long term care.* ***Let's make up to** $10,000 of college tuition tax deductible.* ***Let's offer families** a new, tax-free way to save and build...'* • '***This administration** had its moments.* ***This administration** had its chance.* *And still **this administration** continues on the same old path.'* • '***We know that** dictators are quick to choose aggression, while free nations strive to resolve differences in peace.* ***We know that** oppressive governments support terror, while free governments fight the terrorists in their midst.* ***We know that** free peoples embrace progress and life, instead of becoming the recruits for murderous ideologies.' (Accepting candidacy, 2000)* ⇒ anaphoric parallelism

Adrian Nastase's response to the same 'face-threatening' situations consists in answers that lack cohesion and are full of repetitions whose role is not to stress upon a certain idea that would otherwise pass unnoticed by the listeners but to approximately fill a lexical gap. This overlexicalization is unfortunately doubled by an overdose of amplifiers and boosters, such as: DEOSEBIT DE sau EXTRAORDINAR DE, and of a series of adverbs meant to

emphasize a certain self-assurance: FARA-NDOIALA (5 times), ÎN MOD CATEGORIC (4 times), SIGUR (2 times), CU SIGURANTA (2 times), FIRESTE (2 times). Along with these hedges which are meant to enhance an impression of confidence and of being in charge but instead tone down the illocutionary force of the utterance by expressing a notion of imprecision and unvarying qualification, one may also notice the recurrent, almost obsessive use of meaningless verbal tags, such as: DE ASEMENEA, DIN ACEST PUNCT DE VEDERE, or words belonging to the semantic sphere of POWER (PUTERE, PUTERNIC) or KNOWLEDGE (SA CUNOASTEM, CUNOASTERE etc.). In his case, hedges are no longer meant to hyperbolize, as in Traian Basescu's electoral speech; not even to outline a cosy space for manoeuvre between categorical YES and NO; rather to fill a major semantic and ideatical gap.

The basic flaw in the following speech, for instance, apart from inconsistency, lack of substance and redundancy, is that the promise of a good oratorical start is never fulfiled. In general, Adrian Nastase uses effective devices of *captatio benevolentiae*, usually finding the appropriate introductory words to draw attention (the noun phrases in the so-called *nominative of address*), just like Bush does, but afterwards his message gets thinner and thinner, and the seductive function of this rhetorical strategy shrinks back to the statute of a mere linguistic cliché.

NASTASE	**BUSH**
- "Dragi prieteni si dragi cetateni!"	- 'Dear friends and fellow citizens!'
- "Stimati concetateni!"	- 'My fellow citizens!'
- "Dragi compatrioti!"	- 'My fellow-countrymen!'

– "Primul presedinte al României europene *va trebui sa cunoasca* ***în mod categoric*** si legile europene. Va fi ***deosebit de important*** *sa cunoastem* nu doar Constitutia României, *va trebui sa cunoastem* ce anume ne va oferi si ce ne va cere viitoarea Constitutie a Europei. ***Din acest punct de vedere***, Tratatul Constitutional semnat de curând aduce modificari ***deosebite*** pe care va trebui *sa le cunoastem*, *va trebui* sa le folosim. Personalitatea juridica a Uniunii Europene ne va permite ***în mod categoric*** sa reprezentam în lumea de asazi o *mare putere* economica, o *mare putere* politica. Modificarile sunt ***deosebite*** atât în ceea ce priveste sistemul de vot, în ceea ce priveste faptul ca va exista un presedinte practic permanent al Uniunii Europene. Competentele vor fi unele competente exclusive si în care numai Uniunea Europeana va actiona. Vor fi competente protejate si ***de asemenea*** unele dintre zonele în care interesele noastre proprii vor trebui sa fie aduse mai *puternic* în aceasta colaborare. ***Din acest punct de vedere***, (..) ne angajam sa rezolvam cât mai bine posibil aceasta coordonare a intereselor noastre. Este ***foarte important*** viitorul României. ***De asemenea***, este ***deosebit de important*** sa întelegem ca relatiile noastre cu tarile europene vor conta enorm în cadrul economiei globalizate."

– "Presedintele României are un rol ***deosebit de important***. Eu voi fi un presedinte ***puternic*** pentru o România ***puternica***".

– "***Din acest punct de vedere***, experienta mea de vicepresedinte a CSAT-ului îmi arata ca presedintele are un rol ***deosebit de important***. Presedintele actual al României a avut si are un rol ***deosebit***."

If Basescu and Bush have in common the same propensity to 'slice' the discourse in meaningful, though redundant pieces of information, one might notice that Nastase's and Bush's discourses share the same obstinacy to tackle everything and nothing, thus illustrating Pierre Dac's paradoxical assertion in "L'os à moille" according to which a good political discourse needn't speak about anything in particular, and still it must leave the impression that it says it all.

Eight reactive responses have been enumerated (Copeland and Cartee, p. 221), by which a candidate hopes to weaken or destroy the effectiveness of the opposition's attacks: silence, confession / redemption, sanctimonious admission, denial / campaign attack, counterattack, refutation, obfuscation and counterimaging. Of these, Traian Basescu resorted mostly to counterattack, denial and refutation, while Adrian Nastase used obfuscation and confession. Apparently, not a very good strategy to preserve one's 'face'.

Bibliography

Biocca, F., **Television and Political Advertising**, vol. 2, Lawrence Erlbaum Associates, Hillsdale, 1991.

Brown, P., Levinson, S., **Politeness: Some Universals in Language Usage**, Cambridge University Press, 1987.

Copeland, G., Cartee, K., **The Negative Political Advertising: Coming of Age**, Lawrence Erlbaum Associates, Hillsdale, 1991.

Partington, A., **The Linguistics of Political Argument: The Spin-Doctor and the Wolf-Pack at the White House**, Routledge, New York, 2002.

Les enjeux d'un type de discours pour l'ethos d'un homme politique

Nicoleta Loredana MOROSAN

Abstract: This article sets for itself to outline the profile of a politician, Mircea Geoana, as it comes into being during a TV show in an election campaign. The configuration of his political image has two constituents, which represent two important stages in the internal economy of the show. On the one hand, it comes out by means of the retrospective view brought up by one of the moderators when referring to the label commonly attached to the speech of the diplomat Mircea Geoana – a label that precedes the live moments that are about to unfold in front of the TV viewers ; on the other hand, his personality will disclose itself live, all throughout his speech during the show, confirming or denying the initially mentioned appreciation on the part of the electorate.

Termed as "stark, formal, diplomatic", the discursive identity of the former diplomat Geoana is envisaged as defining for his political identity. Thus, his parliamentary candidature is perceived by the electorate as going against his identity of diplomat.

Are we in the presence of a discourse that betrays a devide between one's vocation and one's candidature ?

Il est assez courant que, pendant les émissions télévisées lors d'une campagne électorale, les téléspectateurs suivent les candidats souhaitant occuper une certaine place à l'avènement de la nouvelle configuration politique, présenter leur programme, leur plate-forme électorale. Ainsi l'émission, genre de discours institué routinier, devient-elle

orientée (du point de vue fonctionnel de l'activité langagière qu'elle occasionne), vers le pôle référentiel de l'acte communicationnel engendré et entretenu par les sujets parlants[1] – candidats. A ce sens, la fonction du sujet parlant qui a le statut de « modérateur » sera, en grande mesure, de permettre le déploiement de la fonction référentielle du langage du candidat.

Il est plutôt rare que les émissions revêtent une allure foncièrement métalinguistique, portant, voire reposant, sur l'analyse de l'ethos prédiscursif des candidats en question. C'est pourtant le cas de l'émission à invité unique «Tu decizi» (« La décision t'appartient »), présentée sur la chaîne « Realitatea », lors des élections présidentielles de 2004. Le candidat invité a été Mircea Geoana, ministre des Affaire Etrangères en date, potentiel premier ministre dans le cas où le parti qu'il représentait aurait gagné les élections.

L'émission, scène générique déployée autour d'une réflexion sur l'ethos du candidat, prend toute sa consistance justement dans la théorisation effectuée par le modérateur au sujet du discours de l'invité. Nous serons, donc, des deux côtés, en présence d'un discours institutionnalisé; il renverra au rôle assumé autant par le candidat – en tant que représentant d'un certain parti politique, que par le modérateur – dans le discours duquel se montrera en filigrane une autre instance, l'électorat. Sur l'initiative du modérateur, le langage du candidat devient une langue-objet, entendue au sens de

[1] Nous observons ici la distinction opérée par O. Ducrot entre le *sujet parlant* d'un énoncé, vu comme l' « auteur empirique de l'énoncé, son producteur », le *locuteur* envisagé comme « un être qui, dans le sens même de son énoncé, est présenté comme son responsable » et l'énonciateur qui décide du point de vue d'où « les événements sont présentés ». Oswald Ducrot, 1984, **Le dire et le dit**, Paris, Minuit, p.194, 193, 208.

« langage qui est objet d'étude, par opposition au *méta-langage* qui est instrument d'étude »[2] ; à première vue, ce traitement « de haut » du langage du candidat empiète sur son statut de langue-objet, syntagme pris dans l'acception de « langue qui désigne les objets du monde »[3]. A force de se pencher sur les signifiés langagiers, on peut courrir le risque d'éluder les signifiés mondains du langage d'un locuteur (en l'occurrence, l'agenda politique pour un sujet empirique qui vise le fauteuil de premier-ministre de l'Etat).

La toute première question lancée par le modérateur pour démarrer l'émission représente en fait une invite à l'adresse du candidat pour remettre en cause son ethos : « Nous avons constaté que vous avez toujours le même langage diplomatique, sec, protocolaire, qui ne convient pas au combat politique. […] Avez-vous la force de changer de langage, voulez-vous ou ne voulez-vous pas le faire ? […] Considérez-vous votre langage comme approprié à votre fonction dans le parti PSD ? » Et la question qui porte sur la composante langagière de la personnalité[4] du candidat sera reformulée à plusieurs reprises durant l'émission : « Quand allez-vous changer de langage ? Quand allez-vous devenir un combattant sur la scène politique ? Aujourd'hui, ce soir, pendant cette campagne, à l'avenir ? »

---

[2] Josette Rey-Debove, 1997 (rééd.), **Le métalangage**, Armand Colin, Paris, p.15.

[3] Le métalangage est identifié par Tarski (1944) comme un langage second par rapport à un langage premier, envisagé comme « langage objet » : « le langage dans lequel nous parlons du premier langage et avec les termes duquel nous voulons construire la définition de la vérité pour le premier langage », Tarski cité dans op. cit., p.13.

[4] Etant donné que *l'ethos* est une notion à part entière discursive, nous faisons appel au terme de *personnalité* pour sous-entendre l'image du sujet parlant qui inclut aussi ses attributs extérieurs à la parole.

Par le recours à la modalité interrogative, le modérateur met en scène, selon les termes de C. Kerbrat - Orecchioni[5], une réalisation indirecte conventionnelle d'un acte illocutoire directif, censé « faire faire des choses à autrui »[6]. De par leur position inaugurale dans la scénographie de l'émission, ces interrogations qui valent pour des tentatives pressantes de la part du modérateur pour influer sur son interlocuteur, relevant du langage métalinguistique, se douent d'une importance particulière. La scénographie de cette scène d'énonciation, dispositif de la parole qui « engendre le discours »[7] tout en émergeant de ce discours-même, se pose en fait en une remise en question de l'ethos de l'énonciateur Mircea Geoana. Aussi sapera-t-elle, dans un premier temps, la légitimité de l'image que celui-ci s'est faite sur le *rôle* qu'il devait assumer par rapport à son parti, image que, par la suite, il s'était proposé de faire passer, à travers son discours, aux électeurs. La composante langagière de sa personnalité devient, dans le jugement évaluatif de dépréciation du modérateur, symptomatique pour une faille dans son identité politique ; pour l'électorat, elle trahit un tiraillement entre une vocation refoulée de diplomate[8] et une appartenance feinte à un parti politique qui, en fait, n'est pas loin de narguer Mircea Geoana en tant que sujet empirique : « Malgré tous vos efforts, pour nous, vous restez un diplo-

[5] Catherine Kerbrat-Orecchioni, 2001, **Les actes de langage dans le discours**, Nathan, Paris, p. 39.

[6] J. R. Searle cité dans Catherine Kerbrat-Orecchioni, **op. cit.**, p. 20.

[7] Charaudeau, Patrick; Maingueneau, Dominique, 2002, **Dictionnaire d'analyse du discours**, Seuil, Paris, p. 516.

[8] Avant de devenir membre du Parti Socialiste Démocrate, Mircea Geoana avait embrassé une carrière de diplomate, étant l'ambassadeur de la Roumanie aux Etats Unis.

mate. », « Vous n'êtes qu'une façade pour PSD », statue le modérateur à plusieurs moments de l'émission.

Lors de l'acte d'énonciation où il sanctionne le langage du candidat comme « diplomate, sec, protocolaire », le modérateur s'institue – à travers l'emploi du déictique personnel, première personne du pluriel *nous* –, en porte-parole de l'électorat, devenant, de la sorte, un locuteur collectif[9] qui s'avoue explicitement comme « source évaluative de l'assertion »[10] : « nous avons constaté », « à notre avis », « loin de nous de vous imposer un modèle », « malgré vos efforts, pour nous vous restez un diplomate ».

Mais *a priori* le modérateur n'est pas le seul locuteur collectif dans cette situation de communication ; son interlocuteur est présent à cette émission en tant que représentant de l'idéologie du parti dont il est membre. Nous nous trouvons donc en présence de deux binômes : le modérateur – représentant des attentes de l'électorat et le candidat Geoana – représentant de l'idéologie du Parti Socialiste Démocrate.

Dans la situation d'énonciation où le modérateur s'affirme en tant qu'énonciateur au moyen d'un acte illocutoire asssertif[11] (orientant, nous rappelons, « le point de vue d'où

[9] Selon l'Ecole française d'analyse du discours, la notion de *locuteur collectif* réfère « aux auteurs des discours émanant de partis, syndicats ou autres groupes organisés » posés comme représentatifs pour les groupes en question (**op. cit.** p. 352).

[10] Catherine Kerbrat-Orecchioni, rééd 2002, **L'énonciation**, Armand Colin, Paris, p. 80.

[11] Les actes illocutoires assertifs ont pour but « d'engager la responsabilité du locuteur (à des degrés divers) sur l'existence d'un état de choses, sur la vérité de la proposition exprimée ; leur direction d'adjustement va des mots au monde. » Catherine Kerbrat-Orecchioni, 2001, **Les actes de langage dans le discours**, Nathan, Paris, p. 20. En l'occurrence, le recours à cette acte de la part du modérateur renchérit la

les évènements sont présentés »),- autonymique à travers le pluriel de la première personne du pluriel «nous » (« Nous avons constaté que vous avez toujours le même langage diplomate, sec, protocolaire, qui ne convient pas au combat politique.), il arrête, dans un premier temps, l'existence pure et simple des deux binômes sus-mentionnés : *nous* et *vous*. Mais une opposition d'homogénéité s'y dresse aussitôt, une opposition en termes de l'état du lien que le modérateur – énonciateur pose comme sous-tendant les deux binômes à l'intérieur. Si le modérateur, lors de son énonciation, se présente comme remplissant avec succès sa tâche de locuteur collectif – il est la voix qui synthétise par son assertion l'avis de l'électorat –, Geoana, l'allocutaire, est décrié, par là-même, pour son langage qui semble trahir un grave manquement au rôle qu'il est censé jouer au sein du PSD.

L'enjeu, pour la part du modérateur, de cette approche métalinguistique de l'ethos du candidat s'avère résider dans l'intention de confronter l'image que l'homme politique a de lui-même – en tant que représentant du PSD –, à la perception de son identité discursive pour la part des téléspectateurs ; cela faisant, le modérateur accuse un clivage manifeste : « Après la défaite aux élections pour la mairie de Bucarest, vous avez affirmé que vous vous étiez retrouvé avec des cicatrices, que vous aviez reçu le baptême […] A notre avis, cela n'a pas eu lieu. »

Cette confrontation se constitue dans une situation de communication[12] qui met face à face l'ethos préalable (ou

délégation du modérateur en tant que locuteur collectif pour la part de l'électorat.

[12] Nous envisageons la « situation de communication » dans l'opposition «situation de communication » / « situation d'énonciation » où, par rapport au deuxième terme à caractère abstrait qui se définit comme système de « trois positions fondamentales d'*énonciateur*, de *co-énon-*

prédiscursif) du candidat, « image préexistante du locuteur »[13], celle que l'électorat paraît s'être construite suite à la prestation discursive de Geoana lors d'une campagne électorale antérieure (où il avait postulé pour la fonction de maire de la capitale) et l'image préconstruite que entretient l'électorat à propos du « comment » devrait être un représentant du Parti Social Démocrate : « dans le domaine politique […] les énonciateurs, qui occupent constamment la scène médiatique, sont associés à un ethos que chaque énonciation peut confirmer ou infirmer »[14]. L'ethos préalable acquiert un pareil poids dans cette situation de communication, que l'acte de l'énonciation en train de se produire s'en trouve conditionné et régi. Ainsi l'image de Geoana apparaît-elle comme une image figée, développée le long temps dans l'esprit de l'électorat, et dont le candidat n'arrive pas à se départir. Par conséquent, les trois termes à valeur axiologique "le même langage *diplomatique*, *sec*, *protocolaire*"

ciateur et de *non-personne* » (cf. Maingueneau, Dominique, 2004, **Le discours littéraire, Paratopie et Scène d'énonciation**, Armand Colin, Paris, p.190), la « situation de communication » devient « socialement descriptible », y œuvrant « l'identité des partenaires et la place qu'ils occupent dans l'échange (en termes psychosociaux) », en l'occurrence, un candidat politique et un modérateur, « la finalité qui les relie (en termes de visées) », en l'occurrence, une occasion pour le candidat de se faire connaître par l'électorat, « le propos qui peut être convoqué (en termes de macro-thème, celui, global, qui est l'objet de l'échange », en l'occurrence, la remise en cause de l'identité politique du candidat, et « les circonstances dans lesquelles elle se réalise (en termes de données matérielles qui interviennent dans l'échange) », en l'occurrence, le cadre institutionnel d'une émission de télévision qui se déroule selon le schéma : question de la part du modérateur, réponse de la part du candidat. (Patrick Charaudeau; Dominique Maingueneau, **op. cit.**, p. 535).

[13] Ruth Amossy (sous la direction de), 1999, **Images de soi dans le discours**, Delachaux et Niestlé S.A., Lausanne - Paris, p.154.

[14] Ruth Amossy, **op. cit.**, p.78.

s'instituent dans une étiquette langagière communément accolée au diplomate qui le présente comme constant à lui-même, mais enfreignant les règles imposées par l'univers d'attente de l'électorat.

La cause qui donne lieu à cet affrontement consiste dans la pratique du stéréotypage, « opération qui consiste à penser le réel à travers une représentation culturelle préexistante, un schème collectif figé. Un individu concret est ainsi perçu et évalué en fonction du modèle préconstruit que diffuse la communauté de la catégorie dans laquelle elle le range. »[15]. C'est en raison du stéréotypage qui impose des « modes de raisonnement propres à un groupe »[16], qu'il est loisible à un modérateur de se légitimer au moment où il s'érige en porte-parole de l'électorat, tandis que l'ethos d'un politicien peut contrer les espérances et/ou certitudes de l'électorat (qui, en règle générale, vote aussi, à travers lui, un parti politique).

A l'égard de l'électorat, il y a donc rupture au sein de la désignation « le candidat PSD Mircea Geoana » : l'univers d'attente concernant le candidat idéal - représentant du PSD et l'ethos préalable du candidat Geoana ne se recoupent point, d'où matière de confrontation. L'entrechoquement a lieu, dans un premier temps, au niveau de la représentation langagière que l'électorat s'est faite par rapport au candidat, « langage diplomate, sec, protocolaire », mais dans un deuxième temps, ce langage est perçu de même comme laissant entendre des caractéristiques qui se prolongent au niveau factuel. Dans la logique du modérateur – locuteur collectif, l'homme politique n'arrive pas à s'approprier le langage propre au combat politique, et par conséquent, puisqu'il

[15] Ruth Amossy, **op. cit.**, p.135.
[16] Idem.

n'est pas dans le « dire » requis, il ne peut pas, non plus, être dans le « faire » convenable.

De ce fait, les attentes heurtées, érigées en norme, à travers la voix du modérateur, vont dénicher et dénoncer en fait dans cette configuration langagière, qui leur est étrangère, une identité autre que celle avancée et prônée par Geoana. Ainsi est-il que les traits qui reviennent à son identité langagière sont envisagés par le modérateur comme définitoires et révélateurs pour une identité diplomatique refoulée. De cette manière, le langage est appréhendé comme le lieu où devient manifeste une incongruité essentielle, emblématique pour sa personnalité politique, et qui, intime le modérateur, ne saurait plus durer ; d'où l'urgence du changement posée par le modérateur au moyen d'un but illlocutoire fortement marqué dans l'acte directif accompli par ses énonciations le long de l'émission : « Avez-vous la force de changer de langage, voulez-vous ou ne voulez-vous pas le faire ? […] Considérez-vous votre langage comme approprié à votre fonction dans le parti PSD ? » « Quand allez-vous changer de langage ? Quand allez-vous devenir un combattant sur la scène politique ? Aujourd'hui, ce soir, pendant cette campagne, à l'avenir ? » Les déictiques temporels énoncés selon une échelle graduelle témoignent autant de l'écart entre l'image stéréotypée de l'électorat et l'ethos prédiscursif et discursif du candidat que de la nécessité d'y remédier sans délai. Les trois questions posées d'affilée impliquent, à leur tour, un glissement au niveau de l'interprétation de la nature du « changement », de la structure de surface vers la structure de profondeur, dans le cas du premier énoncé : le syntagme « devenir un combattant », renvoyant à une image mondaine, posé à la suite de «changer de langage », mise en demeure de modifier son ethos,

éclaire d'un jour nouveau l'injonction métalinguistique. Il ne s'agit pas de changer uniquement de techniques discursives.

Cette prise en charge du langage du candidat par le modérateur se fait en vue d'une régulation de ce qui apparaît comme une divergence par rapport à une norme du langage d'un candidat PSD. La norme se dévoile en deux volets lors de l'activité énonciative du modérateur dans la fonction métalinguistique de la langue, à travers des termes métalinguistiques autonymes « langage » et « approche », des noms d'unité, *signes de multisigne* « dont le signifiant et le signifié sont des variables solidaires. » [17]

D'une part, la norme se construit dans les antonymes des mots neutres : « langage *sec*, *protocolaire*, *diplomatique*». D'autre part, elle est présentée explicitement, toujours à travers de mots neutres: « approche *tranchante*, *dure* », mais cette fois-ci par l'intermédiaire d'un acte illocutoire assertif, bien que le modérateur feigne de ne pas suivre forcément un but perlocutoire: «…or nous venons de constater que pour le combat politique il faut un autre type d'approche : tranchante, dure. Loin de nous de vous imposer un modèle, mais il faut qu'il y ait ce type d'approche.». La norme langagière s'avère receler une norme transphrastique, le terme « approche » signifiant au-delà de la manière dont le sujet parlant s'approprie la langue, l'appropriation d'un certain comportement.

Bibliographie

Ruth Amossy (sous la direction de), **Images de soi dans le discours**, Delachaux et Niestlé S.A., Lausanne – Paris, 1999.

Patrick Charaudeau; Dominique Maingueneau, **Dictionnaire d'analyse du discours**, Seuil, Paris, 2002.

[17] Josette Rey-Debove, **op. cit.**, p. 36.

Josette Rey-Debove, **Le métalangage**, Armand Colin, Paris, 1997 (rééd.).

Oswald Ducrot, **Le dire et le dit**, Paris, Minuit, 1984.

Catherine Kerbrat-Orecchioni, **Les actes de langage dans le discours**, Nathan, Paris, 2001.

Catherine Kerbrat-Orecchioni, **L'énonciation**, Armand Colin, Paris, 2002.

Dominique Maingueneau, **Analyser les textes de communication**, Dunaud, Paris, 1998.

Dominique Maingueneau, **Le discours littéraire, Paratopie et Scène d'énonciation**, Armand Colin, Paris, 2004.

Preliminarii
la o analiza a textului / discursului

Rodica NAGY

Résumé: L'article propose une syntèse théorique de l'évolution du concept texte-discours, pour affirmer que l'approche du discours suppose aussi une investigation du texte correspondent, tout comme l'analyse linguistique du discours ne représente qu'une hypostase dans le champ des méthodes utilisées par les sciences du langage.

În definirea textului, concept-pivot în stiintele limbii si în cercetarea literaturii începînd cu anii '60-'70 ai secolului trecut (M. A. K. Halliday, H. Plett, T. A. van Dijk), se întîmpina serioase dificultati care decurg din eterogenitatea perspectivelor si metodelor utilizate în identificare, pe de o parte, si, pe de alta parte, din concurenta creata de alti termeni hipo/hiperonimici: *discurs*, *opera literara*, *scriere*, *limba* etc. Ofensiva studiilor de tip structuralist a dus la conturarea unor departajari capabile sa puna în lumina relatiile dintre semnele lingvistice, instaurate într-o limba, acordînd prioritate abordarii formaliste si ocupîndu-se marginal de continut; F. de Saussure ignora, de altfel, ideea de unitate superioara frazei, fraza însasi fiind atribuita vorbirii si nu limbii. În naratologia de inspiratie structuralista, reprezentata de exemplu de T. Todorov, textul ca obiect de studiu este investigat printr-o metoda analitica ce evidentiaza

laturile sale verbale, sintactice si semantice, cu alte cuvinte, conditiile *producerii* textuale care se oglindesc în totalitatea elementelor specific lingvistice (fonologice, morfologice), relatiile dintre unitatile textuale si produsul complex al continutului lor semantic. Daca textul se circumscrie limbii, se poate admite, dupa opinia lui H. Plett, ca, din punct de vedere semiotic, textul este un *supra-semn* (*macro-semn* la E. Coseriu) lingvistic, bazat pe conventie sociala si pe arbitrarietate manifestata prin semnificanti, semnificatii si referenti diferiti, o unitate functionala de tip comunicativ.

În viziune poststucturalista, problematica definirii textului se extinde prin antrenarea unor parametri suplimentari în descrierea functionarii si producerii textului, în sensul ca intereseaza mai ales relatiile acestuia cu cadrele sale – societate, istorie, institutii, putere etc. – si cu efectele pe care le dezvolta, prin intermediul unor coduri concepute ca forme impuse de limbaj realitatii, capabile sa prescrie si sa impuna un mod stereotip de interpretare a acesteia, în acord cu exigentele determinismului social si cultural.

O prima acceptie a termenului text ar trebui sa clarifice identitatea unitatii functional-comunicative în raport cu suportul material al obiectului-text, cu alte cuvinte o precizare preliminara de tip ontologic impune ca sensul sau restrîns sa se limiteze la *scriere* (*écriture*), înteleasa ca rezultat al creatiei individuale ori colective, care îi asigura un anumit grad de stabilitate, de fixitate si o delimitare spatio-temporala (manuscris, scriere tiparita etc.). Însa nu tot ceea ce este scris poate fi considerat *text*, daca nu raspunde rigorilor textuale pe care le impun rezultatele cercetarii, încît se propune o discutie preliminara despre disjunctia text – nontext, pe de o parte, iar, pe de alta parte, se admite ca în cazul comunicarii orale, produsul enuntarii constituie de asemenea un text (*text-discurs*), înregistrat si transcris în

vederea unui tratament analitic adecvat (texte dialectale, corpusuri de limba vorbita). În sens larg, textul este un cuvînt, o propozitie, o poezie, un roman, o piesa de teatru, un anunt, un articol stiintific etc. Mai mult, se apreciaza ca si limbajele non-verbale sînt concretizabile în texte filmice, muzicale sau picturale, domeniul de functionare depasind cadrul lingvistic, astfel încît, daca «inscriptia», în general, înseamna text, existenta însasi poate fi considerata o suma de inscriptii, un text.

Textul-obiect, în calitate de rezultat si de sursa a cunoasterii, conservînd tot ceea ce s-a scris într-o limba sau în mai multe limbi în succesiune cronologica, obiectiva, revendicîndu-se în sine de la o anumita traditie si exemplaritate, în comunicare intertextuala, genereaza, în abordarile noi, aprofundari complexe, focalizate pe traseul determinarii mecanismelor procesului de comunicare / cunoastere care fundamenteaza producerea, dar si receptarea de sensuri. Se admite, în general, ca textul se caracterizeaza printr-o coordonata *constanta* – fixitatea, ca atribut al expresiei finite (editie definitiva, opera completa) si una *variabila*, la nivelul sensului, deci la polul receptarii, dar variabilitatea sensului este imanenta procesului de creatie: „un text este un produs al carui destin interpretativ trebuie sa faca parte din propriul sau mecanism generativ”[1]. Abordarea din perspectiva semiotica a textului a presupus trei directii de investigare, distribuite la cele trei niveluri ale semiozei: sintactic, semantic si pragmatic.

Ipostaza *sintactica* a textului are drept premisa ideea ca obiectul-text este un construct abstract, în care intereseaza modul de functionare a unui sistem relational imanent, independent de conditiile extralingvistice si de factorii

[1] Umberto Eco, 1991, p.75.

implicati în producere sau în receptare si, în mare masura, în absenta raportarii la referent si, nu în ultima instanta, la adevar. Ca atare, singura proprietate capabila sa asigure calitatea de text unei secvente transfrastice de semne este concretizata în sistemul de raporturi similare celor care permit functionarea unei propozitii sau fraze, proprietate numita *coeziune* (*coerenta sintactica*), manifestata prin acord, rectiune, ordine discursiva, dar si prin fenomene care transgreseaza nivelul sintactic propriu-zis – izotopie, anafora, continuitate presupozitionala, recurenta, paralelism, parafraza, proforme, elipsa, consecutia timpurilor, intonatie etc. Nici din perspectiva generativ-transformationala nu se poate postula o autonomie conceptuala pentru text, întrucît majoritatea fenomenelor pe care le pune în evidenta un proces generativ de texte corect formate constituie, în egala masura, apanajul functionarii propozitiei si frazei, identitatea si validitatea regulilor fiind verificabile la nivelul imediat inferior textului. Mai mult, în abordarea generativista se ajunge la rezultate similare viziunii formalizate, atunci cînd se apreciaza ca modelul generativ al frazei este identic ori asemanator celui care produce *megafraze* (texte), derivate prin operatii gramaticale recursive. Se poate remarca, însa, ca o gramatica a textului nu este posibila în afara stabilirii unui cadru si a unor determinari care sa valorizeze vectorul *sens* în relatie cu celelalte categorii specifice textualizarii. În realitate, o viziune strict formalizata asupra textului ramîne un deziderat teoretic, caci cei care o promoveaza, atunci cînd vorbesc despre *coeziune*, depasesc nivelul gramatical al investigatiei, factorul semantic fiind antrenat implicit sau explicit în criteriile aplicate (de altminteri, nivelul sintactic nu poate fi definit, delimitat si analizat prin exilarea desemnarii, semnificatiei si sensului). Ca atare, glisarea spre palierul semantic al cercetarii se

probeaza si la nivel terminologic, prin confuzia dintre *coeziune* si *coerenta*, ultimul termen fiind initial rezervat pentru desemnarea celeilalte dimensiuni a textului, semantica (la E. Vasiliu, „coerenta“ este un concept pragmatic[2]). De exemplu, la Beaugrand si Dressler coerenta nu are numai acceptia de proprietate semantico-cognitiva a textului, materializata în relatii de cauzalitate, de referinta, de timp etc., ci semnifica si mijlocul sintactic de constituire a sensului.

Cele mai multe cercetari converg spre admiterea ipotezei ca stiinta textului trebuie sa conceapa obiectul de studiu ca o constructie bidimensionala, în care *coeziunea* este coordonata structurala, iar *coerenta* – atributul semantic, caci textul este o constelatie a carei lume devine reala prin continuitatea si finalitatea a sensului. *Coerenta*, ca proprietate semantica, asigura modul de organizare a universului textual prin intermediul progresiei semantice, sustinute prin relatii de cauzalitate, finalitate, analogie (*NDESL*, p. 390). Succesiunea de secvente *tema-rema* genereaza diverse tipuri de progresii semantice (lineara simpla, cu tema constanta, cu teme derivate, dezvoltarea unei reme divizate); totusi, dificultatea stabilirii obiective a esentei si departajarii celor doua tipuri de factori ai coerentei conduce la impas în cercetarea textului (vezi si obiectiile lui H. Plett la «teoria perspectivei functionale a propozitiei»[3]). În acelasi timp, coerenta este considerata deopotriva si produsul unei activitati hermeneutice, caci cel care realizeaza interpretarea pleaca de la premisa ca unui text trebuie sa i se confere aprioric un sens, orice text avînd o intentie, o finalitate[4]. Eugen Coseriu, respingînd în mod justificat pretentia grama-

[2] E. Vasiliu, 1990, p. 146.
[3] H. Plett, 1975, p. 69.
[4] J.-M. Adam, 1997, p. 22.

ticilor transfrastice de a fi simultan parti ale gramaticilor unor limbi si stiinte ale textului în general, propune o lingvistica a textului conceputa în termenii sintaxei functionale si ai lingvisicii integrale, textul *fiind un nivel de structurare al unei limbi*, nenecesar, dar empiric posibil si universal, constituit pe baza a celor patru operatii, amintite mai sus: *super/hiperordonarea/hipertaxa*, adica posibilitatea ca unitatile inferioare sa se integreze într-un nivel functional imediat superior, *sub/hipoordonarea* (*hipotaxa*), operatie opusa hipertaxei, adica posibilitatea ca unitatile superioare, în calitate de substitute sa se integreze într-un nivel inferior, *coordonarea* (*parataxa*) – posibilitatea ca unitatile de la acelasi nivel sa fie legate între ele, si *substitutia* (*antitaxa*) – posibilitatea ca o unitate a unui nivel sa fie înlocuita printr-o proforma, prin intermediul anaforei, cataforei, epiforei (Coseriu, *Principii*, p.61). Pe de alta parte, atunci cînd se refera la limbajul poetic, Coseriu aduce în discutie functiile de reprezentare si de evocare pe care le actualizeaza textul, în calitate de relatii permanente ale semnului; se poate deduce ca accentul pus pe interpretare deplaseaza sfera de interes a cercetarilor de la stabilirea mecanismelor de structurare, de producere a unor unitati functionale, concrete (texte), la recompunerea unor virtualitati imanente ori inedite, inefabile, în esenta (sensurile semantic, pragmatic ale textului): „în masura în care sensul, în interiorul textului se exprima nu numai lingvistic, ci si extralingvistic – ceea ce se întîmpla în mare masura cu aceasta lingvistica a textului, pe care o consideram cea adevarata si adecvata, trebuie sa treaca dincolo de sfera lingvistica” (Coseriu, *Sincronia*, p.182-183).

Investigarea dimensiunii pragmatice a textului a dus la identificarea functiilor textului derivate din depasirea cadrului lingvistic si integrarea sa în procesul mai larg al comu-

nicarii, în care sînt antrenate situatia, contextul, participantii, adica factorii care stau la baza generarii unui sens dinamic, viu, în actiune: „textul este un enunt în interiorul uni context comunicativ, realizat ca forma orala sau scrisa, constituit dintr-un cuvînt sau dintr-o secventa mai ampla de unitati" (*DSL*, p. 508-509). Factorii care asigura textualizarea din perspectiva semantico-pragmatica ar trebui admisi ca fiind *intentionalitatea* – atitudinea celui care produce textul, *situationalitatea* – relevanta unui text într-o situatie data, *intertextualitatea* – relatiile existente între un text si alte texte, anterioare si *informativitatea* – informatia transmisa si cantitatea ei.

Se observa, asadar, ca prin luarea în considerare a atributelor enuntarii se instituie o contaminare a conceptului de *text* cu cel de *discurs*, operîndu-se de cele mai multe ori indistinct cu oricare dintre cei doi termeni considerati sinonimi sau apelîndu-se la o solutie de compromis prin acceptarea complexului terminologic **text-discurs**, care pune în lumina ipostazele complementare ale obiectului abordat din perspective diferite (Carmen Vlad, *Textul*). La Eugen Coseriu se mentine o minima departajare între cele doua categorii, *discursul* fiind definit ca *act lingvistic individual*, iar textul fiind conceput ca produsul actului respectiv, obtinut prin interventia competentei expresive a locutorului (Eugen Coseriu, *Lectii*, p. 236-237), opinie pe care ne-o însusim.

Analiza modului de producere si de structurare a textului/ discursului conduce la generalizari menite sa ofere reperele «bunei formari» a unei unitati lingvistice dotate cu un sens global purtator al intentiei locutorului, sa traseze conditiile pe care trebuie sa le îndeplineasca o secventa comunicativa cu o destinatie precisa, mai ales cea care particularizeaza discursul institutionalizat (textele non-

fictionale, utilitare, precum cererea, scrisoarea oficiala etc.), cu alte cuvinte, sa faciliteze accesul la functiile cu care textul este învestit de autor.

Definirea textului ar trebui sa tina seama de faptul ca o limba se divide în paliere care se caracterizeaza prin trasaturi distincte, care se conserva în tipurile de texte corespunzatoare. Prin urmare, textele realizate la nivelul limbii literare (si pe care le are în vedere cu predilectie teoria, analiza si hermeneutica textuala) sînt texte cu valoare culturala care se structureaza pe baza trasaturilor generale ale limbii functionale si se refera la acelasi grup de realitati, avînd aceeasi raportare a limbii fata de realitate si fata de utilizatori. Particularitatile lexicale, fonetice, morfologice, sintactice se organizeaza în maniere diverse de exprimare, corespunzatoare unor domenii socioculturale, reflectînd modul de functionare a limbii în raport cu un anumit spatiu ontologic (al realitatilor) si cognitiv (al modului cum se realizeaza cunoasterea realitatilor). Tipurile de discurs/text particulare constituie reflexul, la nivelul vorbirii, al tipurilor de limbaje specializate care individualizeaza stilurile functionale de la nivelul limbii. Cu alte cuvinte, o taxonomie a textelor ar fi posibila în cadrul disciplinei *stilistice* a limbii, în sensul ca forma abstracta a tipurilor de discurs/text se reflecta în limbajele de specialitate care întrunesc trasaturile tipologice si se realizeaza concret în granitele normei si sistemului limbii, ale normei legiferate si ale libertatii lingvistice, admitînduse astfel existenta textelor religioase (biblice, teologice, liturgice etc.), stiintifice (descriptive, demonstrative, cu varianta didactica), tehnice, beletristice (artistice sau «literare»).

În privinta statutului unui text-discurs în raport cu functiile pe care le detin diversele sale tipuri, împlicînd grade specifice de subiectivitate, amintim opinia autorizata a

lui M. Foucault (1998, p.15) asupra producerii discursurilor si diferentierii lor în conformitate cu fiecare societate în care operatia de generare este „controlata, selectata, organizata si redistribuita prin intermediul unor proceduri care au rolul de a determina pericolele, de a stapîni evenimentul aleator“, supusa asadar unor tipuri de constrîngeri, interne sau externe, de interdictii. Textul este limba si devine actional prin vorbire, datorita trasaturilor esentiale ale limbajului pe care le poseda, semanticitate, alteritate, creativitate, istoricitate si exterioritate, în termeni coserieni. În aceeasi viziune, textul constituie un obiect cultural, în opozitie cu obiectele logicformale si cele naturale, creat prin activitatea spiritului uman, a carui esenta se afla în constiinta noastra, dar care poate capata substanta, ca si cele naturale; aici însa „substanta este aleasa, determinata de forma pîna în cele mai mici detalii“. (Coseriu, *Prelegeri*, p. 23).

Regulile dupa care se constituie un text tin atît de o clasa de norme ale limbii în general, cît si de conformitatea cu expectatia vorbitorilor, definita ca „atitudine a unui colectiv de vorbitori standard de comunicare exprimata prin faptul ca anumite alaturari de propozitii sînt considerate asteptate, iar altele mai putin asteptate sau neasteptate“ (E. Vasiliu, *Introducere*, p.116).

Identificarea tipurilor de texte se realizeaza prin apelul la parametri eterogeni, externi si interni care integreaza functia, finalitatea pragmatica, marcile lingvisitice prin care se atinge scopul ales, traditia unor texte, ajungîndu-se la inventare neomogene care înglobeaza discursurile descriptiv / narativ / argumentativ / explicativ etc. (categorii interne) si speciile textuale particulare de tipul scrisoare oficiala, discurs electoral, poem, sonet (categorii externe, consacrate prin practicile culturale ale unei societati), într-o maniera reductionista care privilegiaza palierul cult al limbii, în

general. De fapt, cele mai multe cerecetari pleaca de la investigarea textului scris, initial de la textul sacru sau sacralizat prin scris, apropriat de cultura majora, în intentia de a descoperi modele structural-semantice si pragmatice care sa propuna si interpretari ale respectivelor modele, încît printr-o amalgamare a planurilor si metodelor se ajunge uneori la confuzia dintre moduri de enuntare si genuri sau specii (ditirambul tine de naratiunea pura, epopeea de naratiunea mixta, tragedia si comedia de imitatia dramatica), în ultima instanta, între tipurile de texte aferente. G. Genette remarca faptul ca în istoria generica se identifica etape în care liricul, epicul si dramaticul nu sînt numai simple moduri de enuntare, ci adevarate genuri, dupa modelul propus de filozofia hegeliana, în care se îmbina o lume epica, definita de un tip anume de agregare sociala si de raporturi umane, un continut liric (subiectul individual) si un mediu dramatic, alcatuit din conflicte si din ciocniri. Plecînd de la asumptia ca genurile sînt niste categorii propriu-zis literare, estetice, iar modurile niste categorii care apartin pragmaticii lingvistice, textele sînt clasificabile dupa criteriul istoric si cultural, ca tinînd de arhigenurile liric, epic si dramatic, si actualizabile în trei moduri de enuntare – naratiunea pura, naratiunea mixta, imitatia dramatica –, dar o asemenea taxonomie nu face decît sa determine ipoteze si problematizari suplimentare, atunci cînd, de exemplu, textul povestire (*récit*) este considerat mod, iar romanul gen, chiar daca transgresarea genurilor si modurilor este habituala.

În orientarile de tip cognitivist (J.-M. Adam), care propun modele de analiza modulara, se considera îndreptatita identificarea secventelor prototipice narative, descriptive, argumentative, explicative si dialogice (instructive, procedurale etc.), constituite pe baza unor reguli compozitionale de tip sevential, demers destul de dificil datorita constatarii

faptului ca într-o tipologie textuala globala este aproape imposibil de aplicat o grila unica secventelor textuale eterogene; totusi, se poate aprecia ca exista o dominanta textuala supraordonata la care tind secventele microtextuale inclusive aditionate sau inserate ierarhic, macrotextul fiind diagnosticat în ansamblu ca narativ ori descriptiv. Practica interpretativa demonstreaza însa mai degraba o eterogenitate sau o cvasieterogenitate a textelor, întrucît secventele descriptive si dialogice se transforma uneori în solutii de continuitate în textele narative, astfel încît este admisibila ideea ca toate speciile, genurile si subgenurile sînt clase empirice, stabilite prin observarea datului istoric sau prin extrapolare, pornind de la acest dat, iar departajarile lor decurg din necesitati metodologice. Stabilirea unei tipologii a textelor ar putea avea în vedere si optica lingvisticii integrale coseriene, dupa care categoriile de texte se stabilesc prin apelul la functia textuala, în calitate de categorie a sensului si la modalitatile (procedeele) prin care aceasta functie este realizabila. Cert este ca rezultatele obtinute în stiintele textului au dus la stabilirea unui adevar incontestabil: nu se poate atribui aprioric unei unitati inferioare textului (propozitie/fraza) calitatea narativitatii, descriptivului etc., ci numai prin raportare la globalitatea configurarii textuale, întrucît lipsesc marcile textuale specifice care genereaza un sens si-i atribuie o functie.

Prin urmare, în conformitate cu directia de cercetare promovata de poetica, în filiatie cu retorica clasica, dar mai ales prin prisma achizitiilor lingvisticii cognitiviste, un text este o naratiune daca se individualizeaza prin temporalitate minimala (dupa care evenimentele se desfasoara succesiv), unitate tematica centrata în jurul unui actor-subiect, de regula antropomorf, unitate de actiune, concentrata în transormarea unei situatii initiale într-o stare finala (ca mod

dinamic si tensional de instaurare a unui dezechilibru - «punerea în intriga»), ordine cauzala, previzibila, transparenta (suicidul lui Werther), ordine acauzala, incalculabila (suicidul Annei Karenina). Simpla aditionare de secvente prin care se succed actiuni, din care intriga este exclusa, nu conduce la realizarea unui text narativ, orice text literar construind o lume, a carei logica interna trebuie sa se supuna unui traseu al intrigii (J.- M. Adam, 1997, p. 56). În alti termeni, discursul/textul narativ este produsul unei constructii textuale (dupa canonul structural) si al unei orientari pragmatice (în canonul interactiunii comunicative), articulate de cele trei tipuri de mimesis, dupa P. Ricoeur (1999), si anume, 1) planul prefigurarii, al cunoasterii comune de care dispune autorul si naratorul, 2) planul succesiunii si al configurarii si 3) planul reconfigurarii (la polul receptarii) la nivelul lecturii.

În schimb, textul descriptiv, alcatuit din secventele unei enumerari, în contrast cu cel narativ, nu comporta ordine, nici limite si pare supus capriciilor autorului. Pe de alta parte, daca textul narativ presupune o centrare tematica asupra unui subiect animat, secventa descriptiva dispune de tendinta de deperso-nalizare, decurgînd din raportarea la un univers inanimat (J.-M. Adam, 1997, 79). Taxonomia textelor descriptive se revendica de la traditia retoricii, speciile acestor texte fiind delimitate în functie de criteriul referential (topografia, cronografia, prozopografia, etopeea, portretul, paralela, tabloul). Producerea textului descriptiv se bazeaza, în aceeasi viziune, pe efectuarea a patru operatii: ancoraj referential, prin intermediul unei teme, aspectualizare, punerea în relatie si expansiunea prin subtematizare. Textul dialogic, conversational, a facut obiectul cercetarilor pragmatice, de analiza conversationala, pe de o parte, antrenînd în sfera de investigatie si palierul oral al limbii,

mai mult sau mai putin ignorat de teoriile textuale, iar, pe de alta parte, a pus problema raportului dintre conversatia reala, ca proces empiric, si imitatia acesteia, reprezentarea ei în forma artistica la nivelul unui gen (dramatic) sau al unei specii (roman în care se insereaza secvente dialogice). Se admite ca un text dialogic este o structura ierarhizata de secvente numite curent *schimburi*, *secvente fatice*, de deschidere sau de închidere, si *secvente tranzactionale*, constituind corpul interactiunii. (J.-M. Adam, 1997, 154), în care, din punctul de vedere al continutului nu exista restrictii tematice, dar la al carei sens contribuie decisiv mijloacele non-verbale; în plus, se poate constata ca daca la nivelului textului scris continuitatea este dominanta structural-semantica, la nivelul textului oral, discontinuitatea structurala (anacolutul) si chiar semantica se instituie în norma specifica. Perspectiva sociologizanta privilegiaza urmarirea strategiilor conversationale, ca modalitati de actiune si interactiune sociala, în vederea prescrierii unor reguli care sa eficientizeze comunicarea.

Preocuparile mai noi ale filozofiei limbajului, ale sociolingvisticii, pragmaticii sau ale antropologiei, converg catre descoperirea mecanismelor de structurare a unor texte si catre hermeneutica acestora din perspectiva efectelor de putere, de control, de rezistenta sau de libertate, pe care le pot determina faptele de limba, în continuarea unor ipoteze lansate de teoreticienii actelor de vorbire. Intereseaza mai putin astazi descrierea, analiza, interpretarea, compararea unor texte poetice ale aceluiasi autor, de exemplu, în vederea stabilirii unor tipologii sau a unor trasaturi ale textului-opera, printr-o critica genetica a starilor textuale, realizata de poetica, tot asa cum nu mai are un foarte mare succes restabilirea unui text original pe baza unor stari textuale eterogene din punct de vedere editorial, în buna

traditie filologica. În masura în care un text/discurs marcheaza diferente si instituie identitati, el este conceput astazi ca un sistem coerent de relatii cauza-efect, adecvat unor exigente care stipuleaza diminuarea tehnologica a tot ceea ce este ineficient, fiind un obiect „integrat într-o economie postmoderna de producere si de consum“ (Makaryk, 1993, p. 641) sau un instrument capabil sa asigure dominarea ori coercitia. În aceasta viziune, care declan-seaza, de altfel, initierea unei noi directii numite *analiza discursului*, ne putem întreba în ce ar consta noua disciplina, care ar fi mai precis obiectul sau de studiu si cum s-ar putea trasa reperele finalitatii unui asemenea studiu. Din punctul nostru de vedere, discursul privit ca act individual (lingvistic, dar implicînd contextul nonlingvistic) nu poate fi supus unei analize, daca nu se recurge la ipostaza sa complementara, textul, ca rezultat al actului de vorbire. Desigur ca cei care-si propun sa investigheze un text-discurs au în vedere nu numai obiectul lingvistic material, din perspective multiple ((socio)lingvistica, pragmatica, antropologica, istorica etc.), ci si modul în care contextele (idiomatic, verbal si extra-verbal[5]) lasa urme în constituirea faptului de limba sau contribuie la producerea sensului prin potentarea unor virtualitati. Daca examinam lucrarile recente de analiza discursului[6] constatam ca acestea reunesc rezultatele unor investigatii ale *textelor* prin prisma unor metode si a unor teorii multidisciplinare, care contribuie la instituirea unor perspective noi de cercetare a fenomenului comunicarii (interctiuni verbale, acte de vorbire, strategii conversationale etc.). Pe de alta parte, nu credem ca finalitatea acestei asa-numite discipline noi ar fi net distincta de finalitate retoricii,

[5] Coseriu, 2004, p. 320.

[6] A se vedea, de exemplu, pentru spatiul românesc, Daniela Roventa-Frumusani, **Analiza discursului**.

în sensul ca ea poate furniza unele date despre modul de realizare a unui text bine format, tot asa cum n-ar trebui sa negam afinitatile sale cu hermeneutica, daca presupunem ca, în ultima instanta, ne preocupa si maniera de sistematizare a interpretarilor posibile. Cercetînd modelele de analiza a discursului oferite de specialistii straini (francezi), constatam de fapt, asa cum remarca Jean Guilhaumou[7], ca aceasta disciplina, aparuta ca reflex al materialismului marxist, în anii 60, îsi propune initial sa descopere sau sa impuna modele de texte ideologice/ideologizante; putem remarca însa ca mai tîrziu se opereaza cu criterii *vechi* în departajarea tipurilor de discurs/text (criteriul tematic, de exemplu) ori se caracterizeaza diferite tipuri de limbaje în cadrul stilurilor functionale (chiar daca nu se face apel la aceasta sintagma terminologica)[8]. Ca atare, în ultima instanta, investigatia proprie demersului analitic ori integrativ este prioritar *lingvistica*, la care se recomanda asocierea unor perspective ce valideaza importanta cadrului politic, institutional, de producere a actului individual; ceea ce îi surpinde însa pe cei deprinsi cu rigoarea epistemica este faptul ca s-ar putea crea prin interdiscurs un liant între discursuri, supuse ulterior analizei, discursuri aparent incompatibile sau, în orice caz, fara conexiuni prestabilite[9]. În ce ar consta finalitatea constituirii si investigarii unor asemenea corpusuri, dincolo de antrenarea laborioasa a metodelor operante în

[7] ***Où va l'analyse de discours ? Autour de la notion de formation discursive***, în **"Marges linguistiques"**, nr. 9, mai 2005.

[8] Cf. Dominique Maingueneau, ***Analyse du discours et ses frontières***, în **"Marges linguistiques"**, nr. 9, mai 2005.

[9] De altfel, Coseriu remarca pe buna dreptate ca „nici o stiinta nu se poate întemeia pe conceptul de «produs lingvistic», luat în consideratie în mod nesistematic, al carui domeniu apartine, mai degraba, operatiei prealabile de culegere a materialului" (2004, p. 55).

stiinta lingvistica ori în alte stiinte, ca exercitiu hermeneutic pur si gratuit?

Nu putem încheia fara sa aratam ca daca ne propunem o analiza a discursului în calitate de specialisti în lingvistica, atunci trebuie sa investigam textul, ca produs al actului discursiv, fie ca este scris, fie ca este transcris dupa o înregistrare/ancheta a discursului oral (mediatic ori nemediatic), ca o concretizare a vorbirii într-un stil/registru al limbii literare sau în cadrul unui limbaj al ipostazei populare ori familiare; o investigatie lingvistica nu exclude, în mod evident, stabilirea unor tipologii ori a unor trasaturi de ordin tematic. S-ar putea astfel continua cu succes, printr-o lingvistica a discursului/textului, cercetarea faptelor care tin mai ales de oralitate sau care evidentiaza trasaturile textualitatii (fenomenul polifoniei, al conectorilor textuali etc.). Dar nici un tip de analiza nu poate avea privilegiul de a constitui în sine o disciplina particulara, deoarece sînt posibile diverse maniere investigative, conturate deja prin curentele si directiile noi de cercetare, realizate din unghiuri multiple, astfel încît orice analiza a discursului reprezinta o optiune metodologica sui generis, nu analiza în genaral si nici o stiinta de sine statatoare.

Bibliografie

Adam, Jean-Michel, **Les textes: types et prototypes. Récit, description, argumentation, explication et dialogue**, Nathan, 1997.

Beaugrand, R. de; Dressler, W., **Introduction to Text Linguistics**, Londra-New York, Longman, 1981.

Bidu-Vrânceanu, Angela; Calarasu, Cristina; Ionescu Ruxandoiu, Liliana; Mancas, Mihaela; Pana Dindelegan, Gabriela, [*DSL*] **Dictionar General de Stiinte. Stiinte ale Limbii**, Editura Stiintifica, Bucuresti, 1997.

Coseriu, E., [Coseriu, *Text*], **Textlinguistik. Eine Einführung**, Herans-gegeben und bearbeitet von Jorn Albrecht, Franke Verlag, Tübingen und Basel, 1994.

Coseriu, E., [Coseriu, *Lectii*], **Lectii de lingvistica generala**, Editura ARC, Chisinau, 2000.

Coseriu, E., [Coseriu, *Teoria*], **Teoria limbajului si lingvistica generala. Cinci studii**, Editie în limba româna de Nicolae Saramandu, Editura Enciclopedica, Bucuresti, 2004.

Coseriu Eugen, **Linguistíca del testo**, Introduzione a una ermeneutica del senso, Edizione italiana a cura de Donatella Cesare, La nuova Italiana Scientifica, Roma, 1997.

Ducrot, O., Schaeffer, J. M., [*NDESL*], **Noul Dictionar Enciclopedic al Stiintelor Limbajului**, Editura Babel, 1996.

Eco, Umberto, **Lector in fabula**, Editura Univers, Bucuresti, 1991.

Foucault, M. **Ordinea discursului. Un discurs despre discurs**, Eurosong & Book, Bucuresti, 1998.

Genette, Gérard, **Introducere în arhitext. Fictiune si dictiune**, Editura Univers, Bucuresti, 1994.

Guilhaumou, Jean, ***Où va l'analyse de discours ? Autour de la notion de formation discursive***, în **"Marges linguistiques"**, nr. 9, mai 2005.

Halliday, Michael, A. K., Hasan, R., **Cohesion in English**, Longman, London, 1976.

Makaryk, Irena, R. (ed.), **Encyclopedia of Contemporary Literary Theory**, University of Toronto Press, 1993.

Maingueneau, Dominique, ***Analyse du discours et ses frontières***, în **"Marges linguistiques"**, nr. 9, mai 2005.

Plett, Heinrich F., **Stiinta textului si analiza de text**, Editura Univers, Bucuresti, 1975.

Ricoeur, P., **De la text la actiune. Eseuri de hermeneutica,** II, Editura Echinox, Cluj, 1999.

Roventa-Frumusani, Daniela, **Analiza discursului. Ipoteze si ipostaze**, Editura Tritonic, Bucuresti, 2004.

Vlad, Carmen, [Carmen Vlad, *Textul*], **Textul aisberg**, Casa Cartii de Stiinta, Cluj, 2000.

Vasiliu, Emanuel, **Introducere în teoria textului**, Editura Stiintifica si Enciclopedica, Bucuresti, 1990.

* * * **"Marges linguistiques"**, nr. 9, mai 2005, http://www.marges-linguistiques.com.

Construction de l'image présidentielle dans la campagne électorale 2004. Etude de cas: *Destinatia Cotroceni*, TVR1

Mariana SOVEA

Abstract: This studiu attempts to observe the diverse discursive procedures which the candidates running for president use in order to build themselves favourable self images and legitimize their access to power. The analysis has its starting point the candidates' discourses presented in the TV show *Destination Cotroceni*, and emphasizes certain discursive parameters specific rather to the populist discourse. This type of discourse may include specific themes such as belief in God, the cult of family and of the people. One also may question the success of the construction of a credible image, since it is broadcasted in a TV-show that is on the entertainment side, one that confiscates the electoral rhetoric and the action range of the candidates.

Dans le contexte électoral roumain, caractérisé par l'existence d'un grand nombre de partis, mais d'un petit nombre de partisans stables (et par conséquent d'un attachement politique réduit), l'image que donne de lui le candidat pendant la campagne électorale joue un rôle décisif et souvent, plus que son programme électoral ou sa couleur politique, c'est elle qui détermine le choix final des électeurs. La construction de cette image passe, avant tout, par le discours qui représente un des plus importants instruments que les candidats ont à leur disposition pour accéder

au pouvoir et pour légitimer cet accès au pouvoir. Pendant la campagne électorale, les candidats utilisent ainsi toute une série d'activités discursives destinées à faire connaître à l'électorat roumain les faits qui pourraient justifier leur candidature à la plus haute fonction de l'état : interviews, clips et affiches publicitaires, monologues télévisés, etc. Ces activités discursives contribuent à une meilleure visibilité du candidat, mais elles peuvent avoir aussi en vue une publicité négative à l'adresse des adversaires.

Une caractéristique importante des campagnes présidentielles roumaines est représentée par le nombre réduit de confrontations ouvertes entre journalistes et candidats ou entre les candidats et leurs adversaires. En général, la télévision publique de même que la plupart des chaînes privées offrent une image positive et réconfortante du parti au pouvoir et de son candidat, au détriment des partis d'opposition, beaucoup moins visibles. Tout événement médiatique qui pourrait nuire à cette image positive est soigneusement évité, ce qui explique d'ailleurs pourquoi le monologue politique a représenté (à côté de la publicité électorale de plus en plus commerciale) la « pratique dominante de médiatisation » (Camelia Beciu, 2002, p.137) utilisée par les candidats. Il ne faut oublier aussi la mobilisation de tout un «entourage symbolique» constitué de personnalités publiques extrêmement populaires (acteurs, chanteurs, sportifs, etc.) témoignant de la justesse de la doctrine du candidat préféré, de son intégrité morale, etc.

La campagne électorale de 2004 reproduit, en grandes lignes, le scénario des campagnes présidentielles précédentes, et en particulier de la campagne de 2000 : prédominance du monologue électoral, publicité électorale agressive et commerciale, avantage de visibilité pour le parti au pouvoir, mise en évidence de l'entourage symbolique mais aussi de

l'équipe travaillant pour la campagne électorale, peu de situations conflictuelles et de confrontations directes.

Dans ce contexte, l'émission *Destinatia Cotroceni* reste un repère important, car la seule émission télévisée qui a permis la rencontre de tous les candidats. Organisée par la télévision publique, l'émission a placé les candidats dans un régime de médiatisation très restrictif, conçu sous la forme d'une «interaction» didactique. Les principales contraintes ont été représentées par l'intervalle de temps extrêmement réduit accordé à chaque intervention des candidats (de 30 secondes à 2 minutes 30). Les réponses des candidats ont été strictement chronométrées et le droit de réplique rapporté à la fin de l'émission – ce qui a limité au minimum les interactions entre les candidats (fait vivement contesté par C. V. Tudor, le représentant du partie « La Grande Roumanie » [1]).

L'émission a été dirigée par trois animateurs qui ont joué ce que Charaudeau (1997, p. 49) appelle «le rôle de sablier » : ils se sont contentés de présenter les thèmes, de répartir et de rappeler les temps de parole, ne s'autorisant aucune question de relance, hors celles de déclanchement – le rôle des animateurs a été limité à celui de « comptable du temps qui passe et de l'utilisation qu'en fait chaque protagoniste » (idem, p. 50).

Divisé en sept parties de longueur inégale, l'émission a ressemblé en certains points à un jeu télévisé par lequel on testait les connaissances et la vitesse de réaction des candidats. D'autre part, l'émission a compris trois séquences qui n'avaient aucune relevance pour la présentation des candidats : un reportage sur les élections présidentielles de 1992, 1996 et 2000, un reportage sur les conditions que les

[1] « Ce qui se passe ici, c'est un jeu d'enfants, une mascarade… mademoiselle, laissez-moi parler […] Nous ne sommes pas devant l'inquisition espagnole… »

citoyens doivent remplir pour pouvoir voter correctement ainsi que sur les étapes qu'ils doivent suivre dans ce but, une présentation de l'arrivée des candidats et des préparatifs ayant lieu dans les coulisses, avant leur entrée dans le studio.

Les parties suivantes ont concerné directement les 12 candidats : présentation d'une carte de visite (rédigée par les réalisateurs de l'émission et lue par un animateur), discours adressé à un segment particulier de la population (jeunes mamans, agriculteurs, etc.), présentation personnalisée du candidat (à l'aide de documents extraits de l'archive personnelle), réponses à des questions sur la législation du pays, réponses collectives (avec un membre de l'équipe du candidat) à des questions plus ou moins personnelles.

Dans ces conditions très restrictives, qui annulaient presque toute interaction entre les candidats et qui limitaient leurs prises de paroles à des sujets ponctuels et souvent dépourvus d'importance, la construction d'une image valorisante a constitué un véritable défi pour la plupart des candidats (surtout pour ceux qui ont été moins visibles dans les médias pendant la campagne électorale).

Notre travail se propose d'analyser les procédés discursifs que les candidats ont choisi d'utiliser afin de se mettre en valeur. Pour ce faire, nous avons sélectionné un fragment particulier de l'émission, à savoir la présentation personnalisée des candidats. Ce segment télévisé offre plus de liberté aux candidats que les autres parties de l'émission, il n'y a pas de sujets imposés et les locuteurs candidats ont le libre choix des images à présenter et des commentaires à faire.

La qualité et la complexité des matériels diffèrent d'un candidat à l'autre : il y en a qui sont très travaillés, de vrais clips publicitaires et d'autres plus simples, constitués de

quelques photos ou images brutes. Chacune de ses images essaient pourtant de surprendre les traits définitoires du candidat, de l'associer à une image représentative (quoique parfois stéréotypée) : ainsi Petre Roman joue toujours la carte de la Révolution, il se présente comme « l'homme de la Révolution », Gigi Becali s'identifie à l'homme riche qui fait des actes charitables, Ovidiu Tudorici au jeune moldave qui a réussi à être élu maire par ses propres forces, Marko Bela se présente comme un intellectuel, qui aime la culture (et, fait paradoxal, déteste les politiciens), etc. D'autres candidats, comme Adrian Nastase, Traian Basescu ou Corneliu Vadim Tudor font voir une image plus complexe, où se mêlent des éléments de la vie publique et de la vie privée.

Quel que soit le candidat, on observe pourtant que la construction de son image passe par l'emploi de quelques thèmes spécifiques au discours populiste comme la valorisation de la croyance religieuse du peuple roumain, la valorisation de la famille et de la tradition, l'éloge du peuple et de ses valeurs traditionnelles, etc.

Le thème de la croyance religieuse du candidat est ainsi un des thèmes les plus fréquents et il est rencontré dans presque toutes les présentations des candidats : à une exception ou deux, tous les candidats font voir des images où ils participent à la messe ou à d'autres événements religieux. Le discours qui accompagne ces images est aussi édificateur :

Adrian Nastase : *« […] ce sont des images qui nous montrent que nous devons avoir la foi en Dieu et qu'à l'aide de l'Eglise nous réussirons. »*

George Becali : *« Si vous deviez filmer les églises que j'ai fondées, vous devriez aller dans des centaines d'églises.*

J'ai beaucoup investi dans ces églises parce que je considère que c'est Dieu qui m'a donné cette fortune et j'ai un devoir saint envers cette terre […]»

Alexandru Raj Tunaru : *« Je suis dans une des quatre églises à la messe desquelles j'ai participé dimanche […] »*

Marian Petre Milut : *« Nous sommes à la consécration du monastère Libertatea […] dont je suis le fondateur, c'est le moment de la remise de la croix patriarcale… J'ai eu le privilège de participer à la liturgie […]. »*

Aurel Radulescu : *« C'est une photo où je suis avec ma femme, licencié en théologie […], nous prions Dieu de sauver le peuple roumain […]. »*

Gheorghe Ciuhandu : *« C'est une image prise lors de l'office divin célébré dans la nuit de Pâques, en 1999, quand on a mis en marche l'illumination de la cathédrale métropolitaine de Timisoara […]. »*

Petre Roman: *«Ici c'est ma rencontre avec le Pape […]»*

On observe que les formes de la valorisation de la croyance religieuse sont multiples : participations aux fêtes de l'orthodoxie (Noël, Pâques), à des événements à caractère religieux (construction d'églises ou de monastères, inauguration d'autres établissements à caractère religieux), présence des leaders politiques dans la compagnie des hiérarques de l'Eglise Orthodoxe Roumaine, etc. Ce comportement discursif s'explique par le côté émotionnel de la participation religieuse : chaque candidat s'adresse à la sensibilité des électeurs, tout en se forgeant une image de bon

chrétien, qui fréquente l'église et, implicitement, qui respecte les valeurs promues par l'orthodoxie. D'autre part, la présence dans la vie religieuse quotidienne « crée l'impression que les hommes politiques sont des hommes comme les autres, qui participent à la vie quotidienne à côté de tous, et qui ont les mêmes problèmes, les mêmes difficultés […] » (Salavastru, 2002, p.7).

Un deuxième thème que les candidats utilisent souvent dans la construction de leur image est celui de la famille et de ses valeurs traditionnelles : tous les clips diffusés pendant la campagne électorale ont présenté des images avec le candidat entouré par les membres de sa famille. Dans le fragment d'émission que nous avons analysé tous les candidats évoquent de nouveau leurs familles ; mais tandis que pour certains candidats (Petre Roman, Ovidiu Tudorici, Marian Petre Milut) ce côté privé, intime est rejeté en place seconde, pour d'autres (Corneliu Vadim Tudor, par exemple) elle occupe une place privilégiée.

Corneliu Vadim Tudor : *«Je suis avec mes filles et avec ma femme, j'a un vrai culte pour la famille… malheureusement, les notions de famille et de morale commencent à se dégrader en Roumanie […]»*

Gheorghe Ciuhandu : *« Ici je suis avec ma famille, mon fils… Ma femme est licenciée en physique, mon fils est architecte. J'aime la famille et je crois que j'ai une obligation morale envers ma famille précédente, mais aussi envers ma famille actuelle. »*

Aurel Radulescu : *« C'est une photo où je suis avec ma femme […], ensuite c'est ma mère qui a 70 ans […] »*

Gheorghe Dinu : *« Ma femme, Elena Dinu, biologiste et chercheur à la Mer Noire, […], mon père de 80 ans, ma fille qui est avocat, moi à la tombe de ma mère, qu'elle repose en paix […].*

Traian Basescu : *« Par la suite, c'est Traian Basescu en famille, une de mes filles, Ioana, est ici… »*

On observe que le thème de la valorisation personnelle à travers la famille peut revêtir des formes différentes : la réalisation professionnelle des enfants, par exemple, est considérée comme un succès personnel (on a su bien élever son enfant) ; les parents âgés qu'on exhibe au public peuvent indiquer, indirectement, le respect envers les valeurs de la famille, etc. Parfois la présentation de la famille permet aux candidats d'aborder d'autres thèmes importants, comme le thème religieux déjà présenté ou le thème de l'histoire nationale (utilisé afin de souligner l'appartenance à l'histoire, l'enracinement personnel).

Alexandru Raj Tunaru : *« Mes parents sont morts quand j'avais 25 ans et j'ai réussi très rarement à mettre un cierge sur leur tombe […] »*

Gheorghe Ciuhandu : *« Ici c'est mon grand-père […], il a été membre d'honneur de l'Académie Roumaine et membre dans le Parlement de la Roumanie, il a participé, le 1 décembre 1918 à la Grande Union […] »*

L'emploi des deux thèmes présentés (la religion et la famille), des aspects liés à la vie privée, en général, servent à faire disparaître (ou plutôt à faire oublier) la distance qui existe entre le candidat et les électeurs. Ces détails intimes

placent le candidat au milieu du public cible qu'il essaie justement de séduire et de convaincre en même temps.

Dans certains cas, le candidat conteste son statut même de locuteur et rappelle au public qu'il peut changer à tout instant de rôle pour devenir un interlocuteur attentif et disponible :

Traian Basescu : *Traian Basescu parmi les gens, c'est l'endroit où je me sens plus à l'aise qu'au bureau, l'endroit où l'on peut apprendre ce qu'ils pensent, ce qu'ils disent… »*

Adrian Nastase : *« […] j'ai rencontré des gens extraordinaires, beaucoup de jeunes, j'ai rencontré des retraités… j'ai été content d'apprendre d'eux, d'apprendre ce qu'ils pensent qu'on doit faire à l'avenir […] »*

Ovidiu Tudorici : *« […] dans les discussions avec les gens… comme vous voyez, on est allé de porte en porte, […] nous leur avons dit qu'on […] les écouterait quand ils nous poseraient des questions […] »*

La présentation des candidats dans la foule, dans le contact direct avec les électeurs, joue un double rôle : le candidat montre qu'il sait écouter l'autre, qu'il est attentif à ses problèmes et en même temps il prouve aux électeurs indécis qu'il bénéficie déjà de l'adhésion d'un grand nombre de gens, donc il est parfaitement crédible.

D'autre part, l'excès de détails privés risque de faire déraper le discours dans du dérisoire, voir même du comique et obtenir l'effet inverse :

Gheorghe Dinu : *« Je suis avec mon chien, les hommes forts ont des gens forts […] le mariage de ma fille […], toujours au mariage de ma fille, on doit s'amuser aussi. »*

Aurel Radulescu : *« […] ma mère qui a une pension de 20 millions, que je souhaite à tous les retraités. »*

Il est évident que les thèmes et les procédés discursifs employés par les candidats afin de se forger une image positive qui légitimerait leur accès au pouvoir sont beaucoup plus nombreux. Dans notre analyse nous avons identifié seulement les plus fréquents. On pourrait en ajouter facilement d'autres : le thème de l'histoire nationale, thème populiste par excellence, est souvent utilisé par le leader du parti *La Grande Roumanie*, Vadim Tudor ; le thème de la situation difficile des différentes catégories de la population est un autre thème dont les leaders des différents partis profitent pleinement pour critiquer le pouvoir et pour se mettre en évidence. Mais ces thèmes sont assez peu développés dans le fragment analysé, c'est pourquoi nous ne les avons pas présentés plus en détail.

La prise en charge discursive se fait autour d'un « je » toujours mis en avant, ainsi que d'autres pronoms personnels déclinés sous la forme d'un « avec moi, mon pays, mes compatriotes…». On observe pourtant des cas (Vadim Tudor, Gheorghe Dinu, Traian Basescu) où le candidat utilise la troisième personne en parlant de lui-même – procédé utilisé afin de mettre en scène son propre personnage et de théâtraliser ses actes.

Pour conclure, on peut dire que l'émission analysée, par ses restrictions temporelles et par l'absence de confrontation directe, n'a pas permis aux candidats d'ajouter des éléments nouveaux à l'image qu'ils avaient déjà construite pendant la campagne électorale. Les procédés discursifs utilisés sont restés les mêmes, à savoir : utilisation de thèmes «porteurs» appartenant souvent au discours populiste, mise en scène d'un personnage qui se veut unique et en même temps

identique au public électeur, utilisation massive d'une sémantique à forte charge affective, qui par analogie remplace facilement la démonstration de la logique formelle.

Dans la construction de leur image, les candidats n'ont pu que renforcer certains traits qui y étaient déjà. C'est pourquoi nous pensons que leur discours dans le cadre de l'émission analysée n'a pas réussi à gagner de nouveaux adeptes : tout au plus il a réussi à réconforter les adeptes que le candidat avait déjà.

Bibliographie

Beciu, Camelia, **Comunicarea politica**, Editura comunicare.ro, Bucuresti, 2002.

Charaudeau, Patrick; Ghiglione, Rodolphe, **La parole confisquée, un genre télévisuel: le talk show**, Dunod, Paris, 1997,

Maingueneau, Dominique, **Analyser les textes de communication**, Nathan, Paris, 2000.

Salavastru, Constantin, ***Thèmes néo-populistes dans le discours politique roumain: quand les leaders disent ce que l'auditoire voudrait entendre,*** in **« Les C@hiers de psychologie politique »**, Revue interactive d'information et de dialogue, No. 2, octobre 2002, Université de Caen (France), http://a.dorna.free.fr/CadresIntro.htm.

Un modèle de stratégie conversationnelle dans le débat électoral télévisé: *Destination Cotroceni*

Cristina STANCIU

Abstract: Ever since the Revolution that took place in 1989, the strategies and tools of investigation in the field of the media have undergone a process of modernization, whose main purpose lies in the organization of the information in an explicit and objective manner, in view of facilitating the delivery of the message to a particular target. This tendency of modernization is apparent in the conception of the electoral talk-shows, where the protagonists' management of the situation is decisive for the subsequent number of votes in their favour.

This paper constitutes a record of the peculiarities characterizing this new type of TV programme, highlighting the consequences of its structural constraints and the way they are reflected in the reality of the discourse.

Dans les émissions à caractère électoral, diffusées sur les chaînes de télévision roumaines, dans la période novembre-décembre 2004, une tendance de remaniement devient de plus en plus visible, au niveau du contenu et de la structure; cela peut être traduit, premièrement, par un processus de maturation, non pas de la classe politique roumaine mais de la manière de concevoir et de mettre en pratique nombre de projets, de stratégies et de programmes

européens en la matière, en faisant résulter des formats modernes qui s'imposent, avec succès, dans le paysage des médias autochtones. En consultant le site-ul http://www.tvr.ro, au chapitre ***Le Rapport 2004*** concernant l'activité de rédaction de la Société de radio-télévision, SRTV, il y en a une confirmation officielle : « *L'Année 2004 a représenté le début de l'activité de la Rédaction des Programmes d' Intégration Européenne et Reporters Spéciaux. C'était une année de consolidation éditoriale, l'année des lancements des projets, de l'étude du marché pour trouver des opportunités de développement. Pour répondre au besoin d'idées et d'expertises, on a constitué un groupe de Soutien de la Rédaction des Programmes d' Intégration Européenne et Reporters Spéciaux réunissant des* ***membres de la societé civile, de l'administration centrale et du milieu universitaire****. Le but de la réunion de ce groupe était de fournir des idées et des suggestions concernant les moyens de transmettre les valeurs européennes et la thématique de l'intégration, en général.* »[1]

La présente étude propose la notation des particularités de ces stratégies d'amélioration de ces nouveaux formats d'émissions et le repérage, à l'aide des outils de la pragmatique, de l'analyse conversationnelle et de l'analyse du discours, des conséquences que ces contraintes d'ordre structural imposent dans la matérialité discursive intrinsèque.

À la différence des campagnes électorales antérieures, lors desquelles sur les chaînes de télévision roumaines prédominaient les confrontations directes, ouvertes, de type « arène » entre les candidats, les monologues ou les clips publicitaires, en 2004 les candidats se sont retrouvés à l'intérieur d'un système avec des règles bien établies, système qui, d'une vision synthètique, correspondrait « aux règles de la démocratie ».

Un très bon exemple, dans ce sens là, nous offre l'émission ***Destination Cotroceni,*** diffusée en direct, pendant une durée de quatre heures, sur la chaîne de télévision publique, vendredi, le 26 novembre 2004, à partir de 20 heures. **Le cadre participatif** est organisé en lignes symetriques dans la perspective **temps-espace** (on a prévu un laps de temps alloué à chaque candidat en partie), de la **thématique** (l'émission est structurée par sept tronçons thématiques) ou des **rôles interlocutifs**, trois modérateurs, responsables de la gestion d'ensemble dans la coordination de l'interaction des douze candidats aux présidentielles. Ces protagonistes sont, à quelques exceptions près, les seuls en mesure d'assurer, tour à tour, les fonctions d' *émetteur / récepteur* de la communication télévisée, conformément au modèle question-réponse d'une grille préétablie. Toujours sous le signe de la symetrie, se positionne le segment représenté par les participants collatéraux des discussions, les *bystanders* (dans l'acception de Goffman)[2], un groupe de neuf **spectateurs** pour chaque candidat. Pourtant ils ont, dans le cadre de l'interaction, un statut plus complexe que celui de simples témoins, par leur implication affective dans le soutien du candidat de leur propre parti, et par l'intervention d'un porte-parole, choisi par eux-mêmes. Plus intéressant encore c'est le statut de l'interlocuteur «*ratifié* », à qui, modérateurs et candidats s'adressent, *de facto* : le **téléspectateur**. On peut lui attribuer deux traits essentiels: la *pseudo-présence* et l'*hétérogénéité* : en dépit de son absence du contexte circonstanciel, il représente pourtant un élément clé du contexte communicatif, étant dans la position de celui qui va mettre à l'amende, ou qui va créditer par vote, finalement, la performativité des actes de langage accomplis par l'**énonciateur-candidat**. D'autre part, le dernier va choisir, implicitement ou explicitement, dans et par son discours, un

public-cible à qui il s'adresse presque exclusivement, pour satisfaire à leur horizon d'attente du point de vue idéologique. La connaissance du segment constitué par le public-cible, avec sa stratification socio-culturelle, représente un but en soi pour la définition des principes de fonctionnalité et d'efficacité du discours dont chaque énonciateur est responsable (soit-il candidat et/ou appareil de parti responsable de l'élaboration de la plate-forme programme). De l'autre côté, au fur et à mesure que le **modérateur principal** énonce son questionnaire et, en général, toutes les interventions qui s'imposent de sa part, on peut délimiter derrière sa parole l'existence d'une suite d'autres instances énonciatives qui se retrouvent l'identité soit dans les particularités thématiques des discours de l'autorité de la **société civile** (ex. des questions concernant le milieu rural, les émigrants roumains, la vie estudiantine, etc), l'**autorité des institutions européennes** (la corruption, l'extrémisme, le problème des minorités), l'**autorité des institutions de l'état de droit** (par l'obligativité de remplir un questionnaire ciblé sur la Constitution), l'**autorité du comité rédactionnel de l'émission,** qui a établi la configuration interlocutive par la définition des règles connues au préalable (deux semaines avant) par les candidats / le staff de parti.

La suite des événements dont l'ensemble constitue le texte de cette émission est complétée par l'insertion d'autres types de systèmes sémiotiques (films, photos, affiches électorales, etc) qui actualisent une constellation de nouveaux contextes adjacents au contexte principal. À cela on peut ajouter la perspective d'un axe relationnel entre les interlocuteurs, et surtout entre les contracandidats, avec la préexistence **des données externes** du contexte présuppositionnel que ceux-ci detiennent ou **des données internes**, que l'on crée au fur et à mesure de l'échange verbal. Il faut noter que

les adresses directes entre les contre-candidats sont totalement défendus par la règle du jeu, le droit à la replique étant réservé à la fin de l'émission. Ainsi, retrouve-t-on un détour dans le caractère des actes de langage accomplis, « de menace » autant pour la « face positive » pour chaque candidat en partie (parce qu'il veut être reconnu ou apprécié) que pour sa « face negative» (par le besoin de défendre le territoire personnel)[3], l'intervention réparatrice étant effectivement contrôlée par les médiateurs.

Ainsi, le modèle électoral que l'on nous propose dans cette émission se constitue-t-il en un genre particulier d'interaction ou les énonciateurs-candidats sont confrontés aussi bien à leurs adversaires qu'à leur propre discours scindé entre spontanéité et scénario annoncé. Les conséquences de ces contraintes d'ordre structural imposent des traces spécifiques dans la matérialité discursive intrinsèque. Reste a déceler les éléments relevant du caractère de **spontanéité des interactions verbales** réalisées lors de ce type de débat et les éléments relèvant du caractère **institutionnel du discours électoral**, considéré comme un sous-genre du discours politique. Car, d'une part, « *Tout au long du déroulement d'un échange communicatif quelconque, les différents participants […] exercent les un sur les autres un réseau d'influences mutuelles – parler c'est échanger, et c'est changer en échangeant*[4] *[…]Dans cette perspective, on considère donc que tout processus communicatif implique une détermination réciproque et continue de comportements des partenaires en présence* » D'autre part : *L'usage de la langue ne se limite pas aux seuls échanges linguistiques « courants » ; dès qu'on aborde le domaine des différents types de discours on a nécessairement affaire à des systèmes plus ou moins lâches de contraintes spécifiques […]. Chaque type de texte peut se caractériser par un fonction-*

nement original des structures linguistiques et les personnes en sont partie prenante».[5]

Les réalités sus-mentionnées ont, sans doute, des conséquences immédiates dans les réalisations de ces structures linguistiques et représentent autant d'hypothèses de travail : des transgressions thématiques résultées d'un manque de compétence communicative dans le cas de certains interlocuteurs, ou le refus des règles du jeu préétablies (de légitimation donc de l'archiconcept de **coopération)**, l'utilisation des moyens d'expressions réactives (*deffensives* ou *offensives*, *jeux mimétiques* sous le signes de *l'entente ou jeu agonal*[6]) dans des structures revêtues des implicites et des présuppositions, car leur expression directe est souvent interdite, la formulation des stratégies de persuasion et les récurrences qu'on révendique du contenu du code idéologique de parti, au travers les réponses imposées, variations stylistiques plus marquées dans le cas de ce type d'interaction, en fonction du statut du public-cible vers lequel l'on oriente l'argumentation.

Caractère formel ou colloquial ?

Il est généralement reconnu que le discours politique (tout comme le discours journalistique) n'est pas fortement marqué et qu'il puise ses valences d'identité spécifique à d'autre types de discours. Cette problématique est d'autant plus mise en cause quant au discours électoral qui, visant à recouvrir une aire de réception du message politique formée d'un public hétérogène, s'empare des moyens d'expression relevant de l'oralité familière, comme une tendance de nos jours. L'intrusion massive de ces éléments d'oralité (lexicaux, grammaticaux, syntaxiques, stylistiques) est visible dans la mesure où ils s'avèrent être en contraste avec les tonalités

graves des styles juridico-administratif, religieux, voire lyriques qui tirent leur substance d'une ancienne tradition rhétorique.

Le format de l'emission faisant notre objet d'analyse semble adopter cette tendance, par sa conception même, alternant les questions qui produisent des irruptions dans l'espace public ou privé des candidats-participants au discussions. Sous cet angle, les structures linguistiques vont subir les actions des relations qui se construisent entre les interactants eux-même, en face à face ou, mieux, par une *interface* (le modérateur). Il s'agit des questions qui, par les réponses attendues, ont le pouvoir de préfigurer ou de confirmer le profil politico-idéologique des candidats d'une part, et d'autre part, de se constituer en révélateurs de leur profil psychologique : questions déclarées incommodes dans la biographie du candidats, questions faciles *(Quel est votre plat préféré ? Où est-ce que vous préférez passer vos vacances ? Quand est-ce que vous avez fait les courses, le plus récemment ?)* questions fortement spécialisées (un test des connaissances aquises sur la Constitution) ou fortement ciblées sur des problémes actuels sociaux et relevant des stratégies politiques, internes ou externes. Cette alternance de registres de l'appareil interrogatif se traduit par un certain jeu de manœuvres censées à régir des négociations sur le dévoilement de l'image positive ou négative du candidat. Aussi, au sous-chapitre *Le but de l'interaction*, C. K.-Orecchioni, construit-elle une typologie des interactions[7]:

Egalement graduel et déterminant pour une typologie des interactions : l'axe de leur « formalité ». Qu'on se contente d'opposer binairement les échanges « familiers » (« colloquial ») aux échanges « formels » (« cérémonial »), ou que l'on préfère distinguer plus finement, comme Joos (1962) *cinq degrés sur cet axe (intime, familier, consultatif,*

soutenu, guindé), il n'en reste pas moins que c'est en réalité à un continuum que l'on a ici affaire, comme le note Sacks et al. (1978 : 45-7) *en conclusion de leur étude sur le fonctionnement des tours de parole – toute interaction se localisant après eux quelque part sur un axe linéaire reliant deux positions extrêmes, occupées l'une par la « cérémonie » (qui se déroule selon des règles très strictes, en ce qui concerne en particulier l'alternance des tours) et l'autre par la conversation (où cette alternance se détermine au coup par coup, dans le feu de l'action*.[8]

Et, au pied de page, l'auteure poursuit l'idée :

On pourrait croire que les formes non marquée d'interaction sont celles qui occupent sur cet axe une position médiane (comme l'entretien ou le débat), mais il n'en est rien : pour Sacks et al., la conversation représente à la fois :

un cas limite selon cet axe,

et la forme basique de toute interaction, dont dérive par transformation toutes les autres formes, la cérémonie devant être considérée comme « the most extreme transformation of conversation » (1978 : 47).

Au parcours de l'emission on retrouve des styles et des tons particuliers pour chaque niveau de formalité mentionnée, chacun à ses structures plus ou moins ritualisées :

– consensuelles = intime, familier, consultatif, soutenu, guindé :

Sunt si eu *inginer si cunosc foarte bine problema acestor oameni…*

Moi aussi, *je suis ingénieur et je connais très bien le problème de ces gens…*

Il salut *pe domnul Vadim Tudor ca reprezentant al unui partid care fiinteaza legal în România…*

Je salue *M. Vadim Tudor en qualité de représentant d'un parti qui fonctionne légalement en Roumanie…*

Fara îndoiala *ca voi trebui sa iau în continuare masuri puternice împotriva coruptiei…*

Sans doute *que je vais encore prendre de fortes mesures contre la corruption…*

Nici o întrebare nu e incomoda*…*
Il n'y a aucune question incommde*…*

Fara nici o problema*…*
Aucun problème*…*

– conflictuelles = *dispute, prise de bec, querelle, démêlé, polémique, engueulade*[9]:

E o calomnie *ce zice domnul Marko Bella…*
C'est une calomnie *ce que M. Marko Bella dit…*

– Iata întrebarea incomoda pentru dumneavoastra
*– **Incomoda pentru dumneavoastra**, domnisoara !*
– Voilà la question incommode pour vous
*– **Incommode pour vous,** mademoiselle !*

*– […] **proveniti din rândurile** serviciilor secrete…*
*– **Provin din rândul românilor**, stimata doamna!*
– […] vous provenez du milieu des services secrets
*– **Je proviens du milieu des roumains**, chère madame!*

Niciodata buna mea crestere de român nu va face si nu va lasa niciodata loc unei asemenea ipoteze false…
Jamais ma bonne éducation de roumain ne fera et ne laissera place à une hypothèse tellement fausse…

Ce se întâmpla aici este o mascarada!
Ce qui se passe ici c'est une mascarade!

Ma furati la cosnita!
Vous me roulez!

Aici nu am venit sa-mi puneti întrebarile astea!
Je n'y suis pas venu pour que vous m'adressiez de telles questions!

– persuasives *vs* **dissuasives** :

Un comandant de nava nu poate sa nu fie un om de echipa…
Un commandant de navire ne peut pas ne pas être un homme d'équipe…

Nu vad de ce ar incomoda un candidat din Timisoara…
Je ne vois pas pourquoi il pourrait déranger, un candidat de Timisoara…

– offensives *vs* **défensives** :

Cred ca n-au legatura cele doua lucruri…
Je crois qu'il n'y a aucun rapport entre les deux choses…

Daca îmi va da populatia arma parlamentului voi trage cu ea în politicienii care au distrus aceasta tara!

Si la population me donne l'arme du parlement je vais abattre avec elle les politiciens qui ont détruit ce pays!

Prédilection pour le(s) discours institutionnalisé(s)

Rituels spécifiques aux débuts des emissions, premières questions, premières réponses : on demande aux candidats, après avoir visionné un clip-carte de visite, présentant leur activité professionnelle et politique, d'apporter les compléments d'information qui leur paraissent essentiels pour l'impact sur public, au sujet de leur personnalité, et, ensuite, de répondre à une question incommode visant la même aire. Il est intéressant de voir comment ces compléments apportent des mots étiqueteurs, des récurrences que l'on retrouvera après, pendant toute la « représentation » de chaque candidat en partie définissant une psychologie humaine et un profil politique. En voilà les mots étiqueteurs, les plus suggestifs arrêtés par nous, pour :

George Becali : *biserica, bogatie, fapte crestinesti, oameni sarmani / église, richesse, gestes chrétiens, pauvres gens ;*

Marian P. Milut: *Institutia Dialogului Social, Institutia Statului, socio-democratia româneasca, integrarea în UE / L'Institution du Dialogue Social , l'Institution de l'Etat, la socio-démocratie roumaine, l'intégration dans l'UE ;*

Aurel Radulescu: *licentiat în Teologie, preot si avocat al comunitatii românesti din Statele Unite ale Americii / licencié en Théologie, prêtre et avocat de la communauté roumaine des Etats Unis ;*

Traian Basescu : *comandant de nava, echipaj, pericole, razboi, foc, furtuna, mare / commandant de navire, équipage, danger, guerre, feu, orage, mer ;*

Gheorghe Dinu : *masterat în legislatia economica, servicii secrete, justitie, politie, avocat, nu este membrul vreunui partid politic / master dans la legislation économique, services secrets, justice, police, avocat, il n'est membre d'aucun parti politique.*

La majorité des candidats déclarent donc, par ces mots étiqueteurs, une prédilection pour des discours institutionnalisés à travers lesquels ils se construisent leurs stratégies de communication ou l'idéologie de parti. Parmi ces discours, semblent se profiler comme les plus représentatifs, dans l'ordre des préférences des candidats, le discours religieux et le discours juridico-administratif. Sans se démarquer nettement, ces types de discours interfèrent le plus souvent ou font place à d'autres sous-types (sportif, théâtral, militaire, etc.) ou bien aux marques affectives relevant de l'oralité.

On constate que dans ce cas-là, les textes relevant de ces deux discours ne s'avèrent pas fondamentalement informatives et objectives, la priorité n'est plus celle d'émettre des jugements de vérité afin de construire la propagande du propre parti mais ils se servent de ce que ces discours offrent en particulier, le paradigme de l'autorité qu'ils représentent, la position officielle qu'ils confèrent au locuteur.

Gh. Dinu : *Eu, Gheorghe Dinu, conferentiar universitar, doctor în drept si avocat, fost ofiter cu functia de general în serviciile secrete, cer poporului sa aleaga un presedinte competent…*

A. Radulescu : *Astazi as primit cadou Sfântul Gheorghe […] care va ucide balaurul coruptiei, al minciunii si al saraciei din România […]. E o blasfemie pentru ca românii*

au ajuns unde au ajuns.[…]toti cei marii corupti sa nu voteze preotul Aurel Radulescu.

G. Becali : *Mi-a dat Dumnezeu o avere […]. La rugaciune m-am întrebat : « Doamne ce vrei de la mine ?» […] Am o datorie sfânta fata de poporul în care m-am nascut…*

Gh. Dinu : *Je, soussigné, Gheorghe Dinu, maître de conférence, docteur en droit et avocat, officier en réserve , remplissant la fonction de général, je demande au peuple d'élire un président compétent…*

A. Radulescu: *Aujourd'hui j'ai reçu comme cadeau Saint Georges, […] qui va tuer le dragon de la corruption, du mensonge et de la pauvreté en Roumanie […]C'est une blasphémie que les Roumains soient arrivés à ce point là […]Tous les grands corrompus, ne votez pas le prêtre Aurel Radulescu.*

G. Becali : *Dieu m'a donné une fortune[…] Et lorsque je priais je me demandais «Oh, mon Dieu, qu'est-ce que Tu veux de moi? ?» […] J'ai un saint devoir à accomplir pour mon peuple au milieu duquel je suis né…*

Quant à l'usage des formes discursives à dominante religieuse ou historique, leurs forces de persuasion diminuent ou peuvent avoir un effet contraire lors de l'irruption d'autres types de langages (surtout colloquial), en neutralisant la cohérence des arguments :

Mediatorul : *Daca veti deveni presedinte veti continua sa va schimbati atitudinea si deciziile în baza sfaturilor consilierilor straini?*

C. V. Tudor: *[…] am fost acuzat ani de zile de xenofobie. Noi nu suntem xenofobi, noi suntem împotriva ticalosilor. Important e ca omul sa fie om si mai importante decât functiile efemere sunt relatiile noastre cu bunul Dumnezeu; Avem un consilier strain în Biblie, foarte important; este faimosul Iosif, fiul lui Iacob, si care a devenit chiar primul ministru al faraonului si l-a sfatuit… i-a talmacit visul si l-a sfatuit sa scape Egiptul si celelalte comunitati de o pustietoare seceta.*

Le médiateur : *Si vous êtes élu président allez-vous continuer à changer vos attitudes et vos décisions en fonction des conseils que les conséillers étrangers vous offrent ?*

C. V. Tudor: *[…] pendant des années j'ai été accusé d'être xénophobe. Nous ne sommes pas de xénophobes, nous sommes contre les salauds. Il est important que l'homme soit un homme et plus importants que nos fonctions éphémères sont nos rapports avec le bon Dieu. Nous avons un conseiller étranger dans la Bible. Très important, c'est le célèbre Joseph, fils de Jacob, qui est devenu le premier ministre même du pharaon et qui lui a conseillé…a interprété son rêve et lui a conséillé d'echapper l'Egypte et les autres communautés d'une menaçante sécheresse.*

La dépendance de la conversation de son contexte situationnel et communicationnel et d'autant plus la spécificité de ce type de discours préconstruit mis dans des formes typisée et conventionnelles font résulter des formules de compromis qui répondent d'une part au besoin de persuader et de consolider la ligne du discours du parti et d'autre part de répondre aux principes de coopération. Pour ce faire, on se sert de stratégies souvent faciles, réalisées par la méta-

phorisation conventionnelle et rudimentaire, par exemple le transfert métaphorique entre politique et sport, car très souvent le dernier offre des modèles linguistiques et figuratifs plus populaires, donc plus accessibles :

Mediatorul : *În ce sport v-ar fi placut sa faceti performanta ?*

Gh. Dinu: *Mi-ar fi placut sa fac performanta în sportul de a termina cu coruptia din tara, cu abuzurile din tara, în sportul de a impune legea în România, pentru ca numai un avocat poate sa dea legi pentru români […].*

Mediatorul : *Nu va întreb cum se practica acest sport…*

Gh. Dinu : *Se practica mergând de doi ani de zile în toate judetele din România.*

Mediatorul : *Domnule Nastase într-o echipa de fotbal, ce post ati ocupa ?*

Adrian Nastase : *Capitan de echipa si coordonator de joc. Mi se pare… este de fapt si ceea ce am facut pâna acum. Ca prim ministru am coordonat o echipa cu oameni exceptionali, cu oameni deosebiti. […] Eu consider ca politica este de fapt un sport de echipa…*

Le médiateur : *Dans quel sport auriez-vous aimé avoir de la performance ?*

Gh. Dinu : *J'aurais aimé avoir de la performance dans le sport d'en finir une fois avec la corruption dans le pays, avec les abus dans le pays, dans le sport d'imposer la loi en Roumanie, parce que seul, un avocat peut faire des lois pour les Roumains…*

Le médiateur : *Je ne vous demande plus comment on pratique ce sport…*

Gh. Dinu : *On le pratique en parcourant, pendant deux ans, tous les département de Roumanie…*

Mediatorul : *M. Nastase, dans une équipe de football, quel poste occuperiez-vous?*

Adrian Nastase : *Capitaine d'équipe ou coordinateur de jeu. Il me semble…en fait c'est ce que j'ai fait jusqu'ici… Comme premier ministre j'ai coordonné une équipe avec des gens d'exception, avec des gens peu communs. […] Moi, je crois que la politique représente en fait un sport d'équipe…*

Nous sommes loin d'avoir épuisé notre argumentation concernant l'existence d'un discours ayant ses spécificités émergées du caractère rigide de ce nouveau format d'émission télévisée dont la conception s'avère être plus que nécessaire dans le paysage politique autochtone où longtemps a régné l'anarchie, le désordre, la violence verbale, l'imposture et le mensonge. Le candidat qui réussit à concilier, dans ce système bien réglé, transparence dans l'expression, force persuasive, jugement objectif et savoir communicatif dans le but de transmettre des messages responsabilisés à son public-cible, mérite d'être éligible et de jouer un rôle de premier ordre sur l'échiquier politique d'un pays qui se déclare vouloir adhérer aux valeurs européennes.

Bibliographie

Blanchet, Philippe, **La pragmatique. D'Austin à Goffman**, Paris, Bertrand - Lacoste, 1995.

Cristea, Teodora; Stoean, Carmen, **Eléments de pragmatique linguistique**, Editura ASE, Bucuresti, 2004.

Goffman, Erving, **Les rites d'interaction**, Les Editions de Minuit, Paris, 1974.

Ionescu - Ruxandoiu, Liliana, **Conversatia. Structuri si strategii**, Editura ALL Educational, Bucuresti, 1999.
Kerbrat - Orecchioni, Catherine, **La Conversation**, Editions du Seuil, Paris, 1996.
Kerbrat - Orecchioni, Catherine, **Les interactions verbales**, Armand Colin, Paris, 2001.
Maingueneau, Dominique, **L'enonciation en linguistique française**, Hachette, Paris, 2001.

Le corpus de texte est l'enregistrement vidéo de l'émission *Direction Cotroceni*, transmise sur la chaîne publique TVR 1, 26 novembre 2004, à partir de 20h.

Notes

[1] Notre traduction.
[2] Voir Goffman, E., 1974.
[3] *Ibidem.*
[4] Voir Kerbrat-Orecchioni, C., 2001, p.17.
[5] Voir Maingueneau, D., 2001, p. 31.
[6] Voir Kerbrat-Orecchioni, C., 2001, p.128.
[7] Voir Kerbrat-Orecchioni, C., 2001, p.126-127.
[8] Les ouvrages cités : Joos, M., 1962: **The Five Clocks**, La Haye-Mouton; Sacks, H., Schegloff, E., Jefferson, G., 1978, ***A simplest systematics for the organization of turn-taking in conversation***, in Schenkein (éd.): p.7-55, 1ère éd. 1974, **« Langage »,** 50: p. 696-735.
[9] Voir Kerbrat-Orecchioni, C., 2001, p.128.

Compte rendu de la table ronde
«Texte, discours, communication»

Transcription et synthèse par Corina IFTIMIA

La conférence donnée par le professeur **Dominique Maingueneau** dans la matinée du 23 mars s'est prolongée dans l'après-midi lors de la table ronde sous le thème : Texte, discours, communication. Les questions des participants ont donné lieu à des réflexions théoriques intéressantes autour de la discipline d'analyse du discours, autour de la notion de discours-même, sur les recherches en ces domaines.

Un premier sujet de débat a porté sur la confusion que l'on fait souvent entre *texte* et *discours*. Cet aspect a été soulevé par le professeur **Gheorghe Moldoveanu**. Sa question était de savoir « en quelle mesure un texte peut-il être manipulé pour qu'il devienne discours de facture totalement opposée par rapport au texte ». Dans son opinion, « on ne peut pas réduire un texte à l'écrit ». L'intervenant a en vue l'analyse des discours politiques et il se pose la question si « lorsqu'on interprète un tel texte, n'y a-t-il la possibilité de confondre le texte-même avec le discours ? Puisque dans la plupart des cas, c'est le texte qui est analysé, et non pas le discours en soi. »

Le professeur D. Maingueneau a été d'accord avec l'intervenant, mais il a apporté aussi quelques précisions.

Premièrement, c'est vrai qu'il ne faut pas confondre texte et discours. En même temps, une fois qu'un texte est écrit, on peut l'employer en discours ; dans le texte, il y a aussi du discours, puisqu'il y a des instances énonciatives et un cadre de communication. Cela est beaucoup plus évident dans le cas des enregistrements en magnétoscope : là, il y a du discours, on y retrouve les gestes, le regard, etc.

Le professeur **Vasile Dospinescu** oriente le débat vers la *différence conceptuelle texte/discours*. A ce propos, Le professeur Maingueneau affirme que la relation texte/ discours n'a pas été assez étudiée. C'est l'une des tâches futures des spécialistes de l'analyse du discours que de faire cesser la confusion actuelle et faire progresser la théorie. C'est pourquoi, la question « Qu'est-ce que le discours pour vous ? », n'a pas de réponse unique et précise. Dans son *Dictionnaire d'Analyse du Discours*, (édité avec Patrick Charaudeau, Paris, Seuil, 2002), D. Maingueneau a refusé de définir le discours. « Le discours, c'est un slogan, un mot d'ordre, qui résume différents points de vue sur le langage. Ce n'est pas un concept descriptif précis, il n'a pas de contenu descriptif précis ».

Si le discours ne peut pas être défini, en revanche, il est envisageable en tant que *phénomène*. Le professeur D. Maingueneau affirme: « J'envisage comme discours tel type de phénomène de communication. Le discours existe dans ce sens : c'est une certaine façon d'actualisation du système». Et il précise encore que « le discours ne se limite pas à la langue ». Un exemple c'est l'icono-texte (c.f. M. **I. C. Corjan**). L'image qui accompagne le texte appartient à un autre système sémiotique (c.f. **Cristina Stanciu**), mais elle est aussi du discours.

M. V. Dospinescu envisage le discours comme une « machinerie », comme un « dispositif » : « Il serait formé des

appareils énonciatifs, rhétoriques, argumentatifs» nous permettant de «produire du texte, oral ou écrit» L'intervenant précise également qu'en didactique des langues, « on enseigne aux élèves *comment produire un discours*. C'est à dire, comment aller au-delà de la phrase ». Et ici, il reprend la théorie de Benveniste qui postule que « la phrase est le niveau abstrait d'organisation, et l'énoncé est la forme palpable, concrète ». Le discours est donc la réalisation concrète du texte. Dominique Maingueneau nuance cette perspective sur le discours. Il le conçoit comme « Toute production plus grande qu'une phrase *dans un contexte* ». (n.s., vue l'importance cruciale du contexte dans l'analyse du discours).

La distinction texte/discours se légitime aussi des travaux théoriques d'Eugen Coseriu, comme le signale le professeur Gh. Moldoveanu. Chez Coseriu, « le discours, c'est la langue de la raison, c'est le processus-même, tandis que le texte est le résultat, ce qui se fixe. » La professeur **Sanda-Maria Ardeleanu** rappelle que Coseriu est le *fondateur de la linguistique textuelle*, qualité reconnue d'ailleurs par Jean-Michel Adam qui, en partant des travaux de Coseriu en ce domaine, considère la linguistique textuelle comme «sous-domaine du champ plus vaste de l'analyse des pratiques discursives ». J.-M. Adam définit le texte dans le champ de la discursivité et il admet que « tout ce qui se passe au niveau du texte, se réalise au niveau du discours. » Et Mme Ardeleanu conclut que « là, maintenant, les outils de l'analyse textuelle viennent se reconnaître à l'intérieur du champ du discours ».

M. Maingueneau n'est pas d'accord avec J.-M. Adam sur ce dernier point. Son contre-argument est qu'il y a une linguistique textuelle qui est de la linguistique pure et que donc, « on peut faire de la linguistique textuelle de manière complètement non discursive ». Avec cette remarque, le

débat se déplace vers *le texte* et, plus précisément, vers l'analyse. La distinction texte/discours appelle la distinction analyse de texte/analyse du discours. Quel est, en dernière instance l'objet de la préoccupation du chercheur ? Le professeur Gh. Moldoveaunu vient avec le point de vue du linguiste : « Du point de vue linguistique, on analyse des textes. La transformation en discours des textes relève d'autres compétences ».

Dans l'opinion de M. Maingueneau, le travail du spécialiste dans l'analyse du discours *n'est pas d'analyser le texte.* Le travail du chercheur, c'est de constituer un corpus qui réponde à des questions précises. En fait, dans cette partie de son intervention, M. Maingueneau présente l'acheminement logique de tout travail de recherche A la question posée par la professeur **Rodica Nagy** : «Pourriez-vous nommer un critère selon lequel nous pourrions réunir plusieurs textes afin de constituer un corpus que nous analyserions par la suite ?», le professeur Maingueneau répond qu'il faut d'abord trouver *une problématique*, « c'est à dire une question intéressante sur le plan de la compréhension des phénomènes, mais aussi une question qui a un sens du point de vue de l'état actuel des connaissances sur le sujet ». En ce sens, il donne plusieurs exemples de recherches dépourvues d'intérêt scientifique, soit par la prévisibilité du résultat (la réponse est déjà dans la question), soit par l'absence d'une vraie problématique. L'un des exemples, c'est justement un travail qu'il avait fait sur la commande de Lionel Jospin sur le discours politique des ministres. C'était une analyse statistique sur logiciel des discours des ministres français. Le résultat n'a rien révélé d'exceptionnel : « les ministres les plus politiques parlaient de tout et de n'importe quoi, tandis que les ministres les moins politiques ne parlaient que des choses techniques ». L'important, dans une recherche, « c'est

de formuler une question, étant donné le savoir dans un domaine, une question moins directe, peut-être, qui permette d'envisager le problème et d'en faire une étude ».

Il précise encore que le texte en lui-même, n'est jamais l'objet d'une étude : « En analyse du discours on travaille sur des situations, et pas sur des textes ».

Les participants, notamment le professeur Moldoveanu, ont occasionné des réflexions intéressantes de la part de l'invité autour de l'importance du corpus de textes. Dans la logique de ce que celui-ci vient d'énoncer à propos de la démarche du chercheur, le corpus de textes ne veut pas dire texte : ce sont des données qui répondent à une question. C'est pourquoi, à la question posée par le professeur Moldoveanu sur la possibilité de construire un corpus de textes cohérent du point de vue thématique, Monsieur Maingueneau a répondu que « la cohérence n'est pas un critère ». Pour les besoins de la recherche, on peut travailler sur un corpus formé d'un seul texte ou d'une centaine. Le critère reste toujours la question que l'on pose. *La valeur* d'un texte n'est pas un critère non plus : « Dans l'analyse du discours, il n'y a pas de petits objets. Il ne faut pas se laisser impressionner par le statut pragmatique du texte ». Si en herméneutique on dialogue avec des textes de valeur, en analyse de texte, le critère est l'*intérêt* que ces textes peuvent susciter si on pose les bonnes questions. A titre d'exemple, l'invité affirme avoir travaillé avec ses étudiants pendant deux mois sur une étiquette de fromage.

Le positionnement théorique s'avère crucial aussi, surtout pour son applicabilité dans l'analyse du discours mais aussi pour la production d'un discours. En ce sens, l'invité renvoie à ses travaux sur l'*ethos*. Ses travaux pourraient être très utiles, par exemple à un conseiller en com-

munication, « à condition de bien comprendre la théorie et de la traduire de façon à la rendre opérationnelle ».

Avec cette considération, les discussions ont pris un nouveau tour. Après des considérations d'ordre théorique, les réflexions autour de l'analyse du discours se sont engagées dans une voie plus pratique. Le professeur Dospinescu a soulevé la question de l'*utilité* de l'analyse du discours. Voici in extenso la réponse de M. Maingueneau :

« L'analyse du discours peut servir à trois choses : à des applications, à des critères (essayer d'améliorer des fonctionnements sociaux), à la fonction de la science, c'est à dire à comprendre. Mais il y a les trois à la fois. Par exemple, on peut tirer d'une compréhension des normes. Or, il faudrait améliorer cela. C'est très dangereux, parce qu'on est très près de la tyrannie. L'un des domaines d'applications les plus immédiats a été l'application féministe. Si l'on fait l'hypothèse que tels types de mots sont anti-femme, on va les interdire. C'est ce qui se fait au Canada ou aux États Unis. Mais, pour les interdire, il faut des agents de surveillance. Ce genre de choses peut aller loin. Il faut se méfier du fait que la critique, lorsqu'elle s'applique, elle suppose forcément des normes et des contrôleurs de normes. Et ça se développe ».

Les participants ont été d'accord que l'analyse du discours peut être utilisée comme un *instrument de manipulation.*

Le professeur Dospinescu a posé aussi la question de *l'objet de recherche* de l'analyse du discours. Serait-ce le sens ?

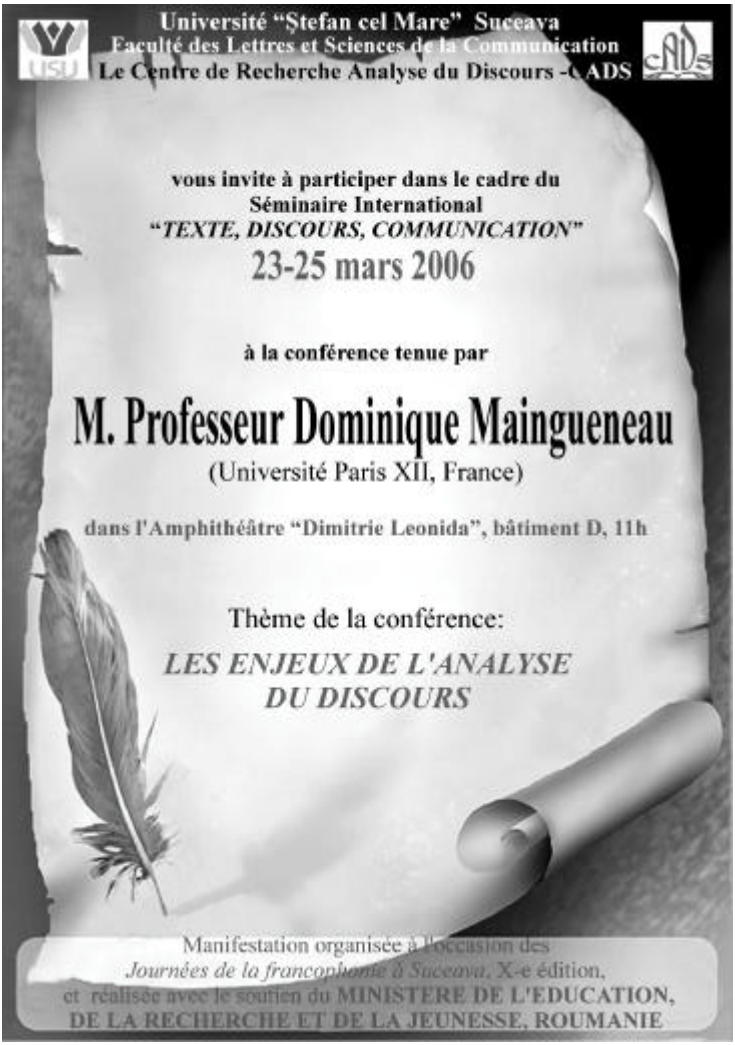
A cela, M. Maingueneau répond que ce n'est pas le sens que l'on cherche, étant donné que celui-ci est « *une construction de l'interprète* ». En revanche, on cherche à comprendre, à réaliser «une cartographie des sens possibles. » A ce propos, l'invité met en opposition le texte publicitaire

et le texte littéraire. Le texte publicitaire est fermé, réductible à une formule, tandis que le texte littéraire est ouvert, irréductible à un schéma parce que son sens est indéterminé.

Les débats du séminaire se sont terminés par une activité pratique : le professeur Dominique Maingueneau a été invité à analyser l'affiche de cette manifestation (voir l'annexe), comme une application du fonctionnement de l'icono-texte. Alors, dans son opinion, il y a paradoxe : « le parchemin oriente vers la littérature, le religieux… » Il a constaté aussi un effet d'ironie, d'abord dans le choix des couleurs « un peu enfantin », ensuite dans la tension entre le caractère académique de cette rencontre et l'approche ludique de l'évènement. La conclusion serait que « l'analyse du discours est une machine à casser des manuscrits. » Et il continue : « La plume, c'est la singularité. L'analyse du discours détruit la singularité ».

La conclusion générale des débats a été que « nous n'existons que par nos discours. Nous nous construisons par nos discours. Le discours crée l'identité ».

ANNEXE


Université "Ştefan cel Mare" Suceava
Faculté des Lettres et Sciences de la Communication
Le Centre de Recherche Analyse du Discours - CADS
vous invite à participer dans le cadre du
Séminaire International
"TEXTE, DISCOURS, COMMUNICATION"
23-25 mars 2006
à la conférence tenue par
M. Professeur Dominique Maingueneau
(Université Paris XII, France)
dans l'Amphithéâtre "Dimitrie Leonida", bâtiment D, 11h
Thème de la conférence:
LES ENJEUX DE L'ANALYSE
DU DISCOURS
Manifestation organisée à l'occasion des
Journées de la francophonie à Suceava, X-e édition,
et réalisée avec le soutien du MINISTERE DE L'EDUCATION,
DE LA RECHERCHE ET DE LA JEUNESSE, ROUMANIE