LES ASPECTS SEMANTICO-PRAGMATIQUES DU DISCOURS ELECTORAL

Grădinaru Angela, doctor în filologie, conferenţiar universitar, USM

The article aims at analyzing the semantico-pragmatic aspects of the electoral discourse. The dynamic study of the electoral discourses is accomplished by means of different perspectives (linguistic, discoursive, pragmatic, semiotic, semantic, sociocultural). The electoral discourse has the purpose to legitimate its social and linguistic power, resorting to an authority that facilitates the persuasion of the electorate. The electoral communication strategies are no longer confined to traditional discursive resources and one constantly resorts to the image resources conveyed through media. Any electoral discourse has a huge impact on the public if it is produced by means of ideas, arguments, terms of public interest that are consequently presented in a direct, persuasive and even violent manner from the linguistic point of view. The relation of interdependence that arises between the elements of speech and image, contributed to shaping a strong tendency to use techniques characteristic of the electoral marketing.

Key-words: political communication, political discourse, electoral discourse, language functions, discourse laws, pragmatics

Le discours électoral devient une pièce essentielle du jeu politique étant défini de façon restrictive comme le discours émanant des seuls acteurs investis dans le champ politique. Il est perçu comme prévisible, codé, voire mensonger, plus intéressé qu'intéressant, il suscite la méfiance. On dira qu'il présente les caractéristiques d'un genre, avec ses contraintes, ses obligatoires et ses interdits.

Le discours est un ingrédient indispensable de la vie politique. C'est l'instrument privilégié des acteurs politiques tant pour conquérir le pouvoir que pour l'exercer. Les partis et les candidats s'en servent pour définir leurs offres de politiques, consolider leur base électorale et attirer de nouveaux électeurs. Une fois élus, ils gouvernent aussi par le discours en expliquant leurs choix aux citoyens [1, p. 2].

Le discours électoral est une activité discursive qui s'inscrit dans une conjoncture bien déterminée: la campagne électorale. Le discours dit électoral est, au sens restreint, une forme de la discursivité par laquelle un locuteur (individuel ou collectif) poursuit l'obtention du pouvoir. Par cette définition on tend à faire du discours électoral un discours du pouvoir. Et cette façon de le concevoir peut être expliquée par le fait de son importance dans la lutte pour l'accession au pouvoir. Il est difficile, en effet, d'envisager une lutte politique sans discours politique.

Mais d'un point de vue plus large, le discours politique peut être approché tout simplement comme une "parole publique sur la chose publique". En ce sens, toute forme d'expression qui prend pour objet le mode de gestion des institutions publiques, les personnalités politiques, les différents pouvoirs de l'État, les questions d'intérêt public dans une société relève du discours politique.

Le discours électoral apparaît alors comme un lieu de combat entre les citoyens et l'État, entre les forces politiques, entre l'État et les forces politiques. C'est par son biais que les citoyens tentent de définir et redéfinir la situation sociale et politique. Mais comme genre, le discours électoral n'offre pas de structure compositionnelle particulière; seul son ancrage dans le social permet sa prise en compte en tant que tel [2]. Un discours électoral affiche des prises de position, des points de vue, des propositions claires, palpables, susceptibles d'être évaluées sur les chantiers de la réalité. En ce sens, tout ce que dit un candidat au moyen de ses discours électoraux, serait donc projetable, par des électeurs, par des observateurs, sur les plans de la vérité, de la réalité. Certes, il présente sa candidature au nom d'un parti, mais son devoir, ses actions, ses efforts, doivent constamment être mobilisés au service de la nation: le discours politique d'un candidat se veut, par conséquent, réflecteur des exigences et des préoccupations de la nation, donc d'une politique nationale et non partisane.

Ainsi, le discours électoral s'appuie, se construit, s'argumente, s'organise, se structure, s'articule sur le convaincre, le persuader, l'argumentaire. Ses enjeux, ses justifications, même judicieusement pris en compte, ne pourraient se concrétiser en effets voulus sans le style, l'engagement, les compétences expéditives et oratoires de son concepteur authentique: une personnalité politique au sens national du terme [3].

Tout discours électoral se construit sur le phénomène de la communication politique qui tient tout entier dans la bonne transmission d'un message politique qui part d'un émetteur et va au récepteur, le peuple. Les relations émetteur/récepteur sont mises au premier plan: réversibles et aisées, elles déterminent le style démocratique; irréversibles et secrètes, elles forment le style despotique.

Ce qui importe, c'est la fabrication du message, sa forme qui obéit à des lois de communication. Longueur ou brièveté, lenteur ou rapidité, ensemble de schémas plus ou moins riches, introduction de mots nouveaux en petit ou en grand nombre, effet de redondance et images symboliques donnent de l'efficacité au message [4, p. 54].

Contrairement à ce qu'on croit trop souvent, la spontanéité ne préside pas au déploiement du discours électoral. Clichés, lieux communs, symboles et stratégies de captation interpellant l'interlocuteur en complice, voilà son secret. Il est théâtral, c'est-à-dire, il est davantage une mise en scène où l'on se donne en spectacle. Il est mythique, c'est-à-dire, c'est un discours qui ne jure que par le travestissement du réel et la projection d'un monde d'illusions [2].

J. Austin dans son ouvrage *Quand dire, c'est faire* admet que toute énonciation d'une phrase grammaticale complète dans des conditions normales correspond à l'accomplissement d'un acte illocutionnaire. Cet acte peut prendre des valeurs différentes selon le type d'acte accompli, et J. Austin distingue cinq classes d'actes illocutionnaires qui peuvent s'actualiser dans le discours électoral [5, p. 144]:

a. **les verdictifs** ou **les actes juridiques** (acquitter, condamner, décréter, etc.) : *« Au lieu de **condamner** les casseurs et d'apporter leur soutien aux forces de l'ordre qui font un travail difficile et remarquable, ils n'ont rien trouvé de mieux à dire que cette phrase qui mérite de rester dans les annales de la République.* » (Discours de Nicolas Sarkozy, à Bercy, le 29.04.07)
b. **les exercitifs** (dégrader, commander, ordonner, pardonner, léguer, etc.) : *« Je suis allé à la rencontre des Français en pensant à tous ces ouvriers que j'avais rencontrés, vivant dans la hantise des délocalisations et dont les conditions de travail ne cessent de se **dégrader** sous la pression d'une concurrence déloyale […] »* (Discours de Nicolas Sarkozy, à Bercy, le 29.04.07)
c. **les promissifs** (promettre, faire vœu de, garantir, parier, jurer de…, etc.) : *« Les habitués du pouvoir en ont peur. Mais pour **garantir** l'avenir de ses enfants, le peuple n'en a pas peur. »* (Discours de François Bayrou, le 25.03.2012) ; *« Nous **conjurerons** le pire en respectant les Français, en tenant nos engagements, en respectant la parole donnée. Nous **conjureron**s le pire en remettant de la morale dans la politique. »* (Discours de Nicolas Sarkozy, à Bercy, le 29.04.07)
d. **les comportatifs** (s'excuser, remercier, déplorer, critiquer, etc.): *« Je voudrais **remercie**r tous les Français qui dimanche dernier m'ont témoigné leur confiance pour conduire le changement dont la France a besoin. »* (Discours de Nicolas Sarkozy, à Bercy, le 29.04.07) ; *« **Merci** de votre présence amicale, nombreuse, chaleureuse !''*(Discours de François Bayrou, à Poitiers, le 05. 04. 2012)
e. **les expositifs** (affirmer, nier, postuler, remarquer, etc.) : *« Voter pour ma candidature, c'est affirmer que l'on n'est pas dupe devant ces alternances électorales et qu'il y a parmi les travailleurs, des femmes et des hommes conscients d'avoir à se battre par eux-mêmes. »* (Discours de Nathalie Arthaud, le 17.03.2012)

La dramaturgie politique peut prendre une variété de forces expressives des domaines établis déjà dans la conscience collective comme de grandes valeurs:

- l'expression de la force religieuse, qui peut tourner la scène de la puissance dans une vision du monde divin: la hiérarchie est sacrée et le souverain revendique la force divine comme source de son mandat: *« Je ne suis pas le Général de Gaulle, D**ieu sait** ! Mais la France est dans le même état. »* (Discours de François Bayrou, le 25.03.2012)
- le passé collectif est une source de coutumes, de symboles et des modes d'action : *« J'admire beaucoup la IIIe République qui a construit toutes ces écoles de village, toutes ces écoles de quartier, et les universités, et les hôpitaux avec les coins de briques rouges et qui les ont transmis sans dette aux générations précédentes. »* (Discours de François Bayrou, à Caen, le 06. 04. 2012)
- le mythe du héros, qui a encore un impact important dans le monde moderne met l'accent sur la dimension politique de la théâtralité. Charles de Gaule reste encore une personnalité forte qui a marqué l'histoire de la France et ses faits restent encore vifs dans la mémoire des Français, c'est pourquoi les candidats à la présidence par l'intermédiaire de son nom veulent attirer l'électorat : *« Lorsque **le Général de Gaulle fut investi de la même charge**, dans des circonstances de même gravité, il n'avait pas de force parlementaire. Il convia donc à participer au redressement les quatre forces principales du pays, les gaullistes, le centre, la droite et la gauche, hors extrêmes. »* (Discours de François Bayrou, le 25.03.2012)
- Le respect et la promotion de tous les droits de l'Homme : *« Je veux que dans **la patrie des droits de l'Homme** on puisse librement critiquer, librement caricaturer, sans être menacé de mort, sans être exposé à la violence.* » (Discours de Nicolas Sarkozy, à Bercy, le 29.04.07)
- La participation des forces de la société civile : *« Ma priorité sera de tout mettre en œuvre pour que les Français aient toujours envie de se parler, de se comprendre, de **travailler ensemble**. »* (Discours de Nicolas Sarkozy, le 06.05.2007) ; *« C'est **ensemble** que **nous allons construire** la France du renouveau. »* (Discours de Nicolas Sarkozy, à Bercy, le 29.04.07)
- Le dialogue politique : *« J'aurai à proposer une réforme sur la fiscalité, sur la décentralisation, sur **le dialogue social**. »* (Discours de François Hollande, à Evry, le 22 .02. 2012)

- Le respect des principes démocratiques et des processus de démocratisation *: « Il n'y a pour moi ce soir qu'une seule victoire, celle de la **démocratie**, celle des valeurs qui nous unissent, celle de l'idéal qui nous rassemble*. » (Discours de Nicolas Sarkozy, le 06.05.2007) *;*
- La lutte contre la corruption: *« Il instituera une autorité de déontologie de la vie publique qui pourra être saisie directement par les citoyens et il empêchera le retour dans la vie publique avant une période de dix ans des élus **condamnés pour corruption**. »* (Discours de François Bayrou, le 25.03.2012)

L'art de la persuasion, le débat auquel fait appel le système démocratique détermine de plus en plus la capacité de produire des effets qui favorise l'identification des représentants avec des représentants, la propagande, les médias, les sondages politiques sont de nouvelles techniques qui fournissent à la dramaturgie démocratique les plus importants moyens, ils stimulent la production des apparences, ils associent le destin des hommes politiques avec la qualité de leur image publique. Dans les sociétés modernes, un candidat à la présidentielle, par exemple, doit acquérir une image publique, une dimension nationale et la crédibilité qui provient de ses succès précédents [6].

Tout discours, selon les objectifs poursuivis, a sa spécificité. C'est pourquoi, chaque discours nécessite de différents modèles de conception. Dans le discours électoral le candidat établit le contact avec le public en montrant aux électeurs qu'il est l'un d'entre eux, qu'il a la même origine, qu'il connaît leurs problèmes, qu'il a les mêmes soucis et le même but: *« Mes chers amis, quel accueil ! Quel enthousiasme ! »* - le candidat établit le contact avec le public. *« ... vous êtes le meilleur indicateur de la victoire qui se dessine, de la victoire qui monte, qui vient, qui va devoir se mériter. Et je vous appelle, vous tous, toutes, à mobiliser encore davantage, à faire en sorte qu'il n'y ait pas de doute*. » - le candidat et les électeurs ont un même but. *« Je sais bien qu'en face, ce n'est pas facile. Parce que c'est indéfendable que d'avoir promis de réduire le chômage de moitié et de l'avoir augmenté de plus de 50%. »* - le candidat démontre la connaissance des problèmes du public. (Discours de François Hollande, à Evry le 22 .02. 2012)

Le discours électoral présente la situation réelle de la communauté, les derniers changements socio-économiques et décrit les problèmes qui existent encore, en expliquant les effets négatifs de ces problèmes: *« Bien sûr qu'une crise frappe. Banlieues reléguées, banlieues abandonnées, banlieues stigmatisées. »* (Discours de François Hollande, à Evry le 22 .02. 2012)

Le message, dans le discours électoral, doit être argumenté, doit présenter des chiffres et des faits précis, présenter deux ou trois exemples. Il faut apporter des exemples lors de la communauté avec de vraies personnes et des histoires concrètes: *« Il s'agissait d'une femme marocaine, mère de famille nombreuse, avec huit enfants, qui est venue me voir en disant: Monsieur, moi, je ne sais pas lire, mais mon fils a un doctorat de philosophie et il ne trouve même pas un stage. Il est d'ailleurs parti tenter sa chance en Grande-Bretagne. »* - le candidat apporte des chiffres concrets en estimant que les jeunes sont touchés par le chômage. (Discours de François Bayrou, à Caen, le 06. 04. 2012)

Un discours électoral doit présenter la cause des problèmes: *« Je suis ici devant vous pour parler des territoires urbains, des quartiers, des cités, de ce qu'on appelle les banlieues - les banlieues, grandes oubliées du quinquennat de Nicolas Sarkozy. »* (Discours de François Hollande, à Evry le 22 .02. 2012)

Un discours électoral doit proposer des solutions pour surmonter les problèmes présentés et démontrer au public que les solutions sont réalistes, et vous - en tant que personne - vous êtes en mesure de faire face à la situation: *« J'ai pris un engagement : tous les terrains qui appartiennent à l'État et qui sont vides seront mis à disposition des bailleurs sociaux et des collectivités locales pour créer des logements. Et la loi qui fait obligation aux communes de respecter 25% de logements sociaux, cette loi sera strictement appliquée. »* - le candidat propose des solutions pour surmonter les problèmes des Français. (Discours de François Hollande, à Evry le 22 .02. 2012)

Un autre point essentiel dans le discours électoral est de décrire un avenir meilleur, de développer une vision par laquelle le candidat veut montrer les perspectives, de mentionner que

cette situation est commune et seulement avec le désir des électeurs, on peut atteindre cet objectif. Le candidat doit faire appel pour demander de l'aide aux électeurs, en les motivant de voter et de le soutenir: « *Nous allons* ***choisir notre destin***. ***C'est vous qui déciderez*** *à la fois du président que* ***vous voulez pour la France*** *et des propositions que* ***vous voulez pour votre pays****. C'est* ***vous qui déciderez*** *de la conception de la présidence de la République, de la démocratie, de l'indépendance de la justice, de la décentralisation.»* (Discours de François Hollande, à Evry le 22 .02. 2012) - le candidat demande l'aide des électeurs en décrivant un avenir meilleur et en les motivant avec une vie meilleure pour le soutenir et pour voter la personne appropriée.

Les lois du discours (Oswald Ducrot) [7] permettent l'organisation des interactions verbales, pour maintenir la cohérence, la rationalité et la politesse du discours électoral. Le discours électoral est soumis aux lois suivantes: la première est la **loi de la sincérité.** On est tenu de ne dire que ce qu'on croit vrai et même que ce qu'on a des raisons suffisantes de tenir pour tel. Autrement on s'expose à l'accusation de parler à la légère. Sans cette convention, aucune espèce de communication, même le mensonge, ne serait possible. Par exemple: *Mes chers amis, il reste huit jours. Huit* ***jours pour faire de nos rêves une réalité*** *; Huit jours* ***pour le pouvoir d'achat*** *; Huit jours* ***pour le plein emploi*** *; Huit jours* ***pour le rétablissement de l'autorité*** *'' (Discours de Nicolas Sarkozy, à Bercy, le 29.04.07)*

Le fonctionnement du langage dans le discours électoral est soumis encore à la **loi d'intérêt**, selon laquelle on n'est en droit de parler à quelqu'un que de ce qui est susceptible de l'intéresser: *redresser l'économie* ; *créer des emplois pour les jeunes; sortir du chômage; assurer la sécurité ; etc.*

Grâce à la **loi d'informativité**, un énoncé doit apporter à son destinataire des informations qu'il ignore: *dans un certain nombre de quartiers de nos villes, les trafics, les bandes qui se sont installées; tous les terrains qui appartiennent à l'Etat et qui sont vides seront mis à disposition des bailleurs sociaux et des collectivités locales pour créer des logements; etc.*

D'autre part, l'expression de l'information semble obéir à une **loi** dite **d'exhaustivité**, stipulant que le locuteur est tenu de donner, dans un domaine donné, l'information maximale compatible avec la vérité [8, p.22]: *« Je ne peux pas accepter qu'il y ait aujourd'hui 120 000 peines prononcées qui ne soient pas exécutées - d'où un sentiment d'impunité. Nous avons le devoir d'assurer la sécurité dans nos quartiers, parce que c'est le droit fondamental de tout citoyen à vivre en paix et en tranquillité. »* (Discours de François Hollande, à Evry le 22.02. 2012)

Par l'intermédiaire des fonctions du langage (Roman Jakobson), l'émetteur établit le contact avec l'auditoire, il transmet une information et il mobilise l'auditoire. Dominique Labbé et Denis Monière dans leur ouvrage *Les mots qui nous gouvernent* [1] proposent une classification des fonctions du langage actualisées dans le discours électoral. Grâce à **la fonction phatique** l'émetteur établit le contact avec l'auditoire : « ***Je salue*** *tous les autres avec respect***.** » (Discours de Jacques Chirac, Paris, le 07. 05. 1995). Pour maintenir ce contact en éveillant l'intérêt de l'auditoire ou en l'interpellant, on utilise dans le discours électoral: des adverbes et des interjections: *Mes chers amis****,*** ***quel*** *accueil ! ;* ***Quel*** *enthousiasme !* (Discours de François Hollande, à Evry le 22 .02. 2012); des interrogations rhétoriques: *« Pourquoi la France doit-elle être forte ? »* ; *« Pourquoi suis-je candidat ? »*; *« Est-ce que vous avez encore des surprises à offrir aux Français ? »* ; *« Est-ce que vous avez de nouvelles propositions ?* » (Discours de François Hollande, à Evry le 22 .02. 2012) Il ne s'agit pas réellement d'interroger l'auditeur mais de le faire adhérer à la réponse évidente que l'orateur fournit (ou suggère).

La fonction polémique est dirigée contre les adversaires ou contre une critique émise dans l'opinion et les médias: l'interpellation de l'auditoire: « *Soyez fiers de votre département, soyez fiers de votre ville!* »; « *...vous êtes l'avenir de la France. Vous êtes la jeunesse de la France***.** » (Discours de François Hollande, à Evry le 22.02.2012) ; de brèves attaques contre l'adversaire (qui généralement n'est pas nommé): *« Mais j'appelle les électeurs des classes populaires à utiliser le premier tour pour exprimer non seulement leur rejet de l'homme qui occupe*

aujourd'hui l'Elysée, mais aussi le rejet du système économique et social. » (Discours de François Hollande, à Evry le 22 .02. 2012)

La fonction illocutoire permet à l'émetteur d'utiliser des mots, des expressions dans le discours électoral qui incitent à l'action: « ***Je vous appelle****, vous tous, toutes, à mobiliser encore davantage, à faire en sorte qu'il n'y ait pas de doute*. » (Discours de François Hollande, à Evry le 22 .02. 2012) ; « ***Je veux changer*** *les choses pour répondre aux problèmes de la France et des Français.*» (Discours de Nicolas Sarkozy, à Bercy, le 29.04.07). Dans ces phrases, le verbe principal est toujours à la première personne et l'action consiste à envoyer à l'auditeur un message valorisant.

La fonction cognitive du langage est liée à son pouvoir organisateur et implique notre relation, non plus à autrui comme dans la précédente, mais au monde. Sans le découpage du monde qu'opèrent les signes, nous vivrions dans un univers amorphe. C'est le langage qui informe le monde, c'est-a-dire qui lui donne forme. Le langage est un filtre entre nous et l'univers et c'est d'abord à travers lui que nous appréhendons le monde. La fonction cognitive du langage commence avec la nomination, et elle se poursuit avec l'organisation syntaxique et textuelle [9, p.80].

Ces phrases ont comme fonction principale de transmettre une information ou de remettre en mémoire cette information. Le temps étant une dimension essentielle de la politique, beaucoup de ces phrases datent le propos: « *Le* ***7 mai****, le peuple français a exprimé sa volonté de changement.*"/*''La question sera simple: ce sera de savoir si, le* ***6 mai****, vous voulez engager une nouvelle page de notre histoire, un nouveau cycle politique, une nouvelle espérance*. » (Discours de François Hollande, à Evry le 22 .02. 2012)

Un rôle important dans le discours électoral joue le slogan qui est devenu essentiellement un outil de communication politique. Il est utilisé lors des campagnes électorales pour symboliser ou résumer le programme ou l'idéologie d'un candidat ou parti politique. Le slogan est une formule courte, destinée à être répétée par un nombre illimité de locuteurs, qui joue elle aussi de rimes, de symétries syllabiques, syntaxiques ou lexicales. Les slogans sont ancrés dans la situation d'énonciation. Ils peuvent en particulier contenir des embrayeurs et des noms propres, qui, pour des raisons différentes, sont inséparables de contextes particuliers [8, p.149]. Étant destiner à frapper les esprits avec un message court et répétitif, il est par nature réducteur et séducteur. Il fait souvent plus appel à l'affect et au cadrage mental qu'à l'intellect pour faire passer une formulation orientée, voire de pures croyances. Le slogan ramasse l'essentiel de la pensée et visent à mobiliser l'auditoire. Les slogans moldaves et français ont des thèmes communs. Par exemple **l'orientation vers l'avenir:** *Vivement* ***demain !*** *Un autre* ***avenir*** *est possible ! Prenez en mains votre* ***avenir !*** *L'Europe unie des travailleurs, sans frontières, entre les peuples, c'est l****'avenir !*** *Este cu un pas* ***înainte****! Susţineţi un* ***viitor*** *luminat de soare pentru Moldova! Schimbarea spre bine de la Partidul Liberal* ***vine****! Să oferim ţării* ***un viitor****! Votaţi pentru* ***viitorul*** *european al Republicii Moldova !;* **Le désir de l'intégration dans l'Europe:** *Nous avons besoin d'****Europe !*** *Avec l'****Europe****, voyons la France en grand ! Changeons d'****Europe*** *pour protéger les français ! Un primar tânăr – o capitală* ***europeană****! Să aducem* ***Europa*** *în satele noastre! Votaţi pentru viitorul* ***european*** *al Republicii Moldova ! ;* **Le changement:** *La relève, le* ***changement !*** *François Hollande: Le* ***changement****, c'est maintenant ! Venim să facem* ***schimbarea în bine****!* ***Schimbarea spre bine*** *de la Partidul Liberal vine! PDSM aduce* ***schimbarea****! Suntem o echipă* ***nouă****!* ***Schimbări*** *în bine numai cu Partidul Comunişti!* ; **Une vie meilleure:** *Choisir sa* ***vie !*** *Împreună pentru o viaţă mai* ***bună****! Şapte paşi spre o viaţă mai* ***bună !***; **Demande à la coparticipation, à la collaboration:** *La France en grand, la France* ***ensemble !*** *Nous irons plus loin* ***ensemble !*** ***Împreună*** *pentru o viaţă mai bună!* ***Împreună*** *vom învinge!*

En conclusion, on peut affirmer que le discours est un élément important et indispensable de la vie politique. Les politiciens par l'intermédiaire du discours électoral conquièrent le pouvoir et l'exercent, informent le public sur leurs idées, proposent des solutions, font des promesses et prennent des engagements.

Références biblographiques:

1. LABBE, D., MONIERE, D. (2008) - *Les mots qui nous gouvernent. Les discours des premiers ministres québécois: 1960-2005*, Montréal, Monière-Wollank, 253 p. ISBN : 2-9807506-3-8
2. GUILHAUMOU, J. - *Le corpus en analyse de discours: perspective historique*. [visité le 22.04.2015]. Disponible: http://www.analyse-du-discours.com/discours-politique
3. ESSAHLAOUI, M. - *Caractéristiques du discours électoral*. [visité le 16.05.2015]. Disponible: http://mohamedessahlaoui.unblog.fr/2010/08/20/caracteristiques-du-discours-electoral/
4. COTTERET, J.-M. et autres (1976) – *Giscard-Mitterrand: 54774 mots pour convaincre*, PUF, 347 p.
5. MOESCHLER, J., AUCHLIN, A. (2009) - *Introduction à la linguistique contemporaine*, Paris, Armand Colin, 3e édition, 219 p. ISBN-10: 2200355823
6. POPA, A. - *Discursul politic*. [visité le 16.04.2015]. Disponible: http://www.scribd.com/doc/40437025/Discursul-Politic
7. DUCROT, O. (1979) - Les lois de discours. En: *Langue française*, N°42, p. 21-33.
8. MAINGUENEAU, D. (2000) - *Analyser les textes de communication*, Paris, Nathan, 209 p.
9. GARDES-TAMINE, J. (2010) - *La stylistique*, Paris, Armand Colin, 3e édition, 240 p. ISBN-10: 2200249306