

SPECIFICUL STRATEGIEI ARGUMENTATIVE ÎN DISCURSUL POLITIC

Dacă în primii ani ai deceniului nouă, studiul limbajului politic încă nu depășea stadiul incipient, căci și abordarea comunicării de tip politic era încă la început, astăzi se poate afirma, cu siguranță, că o dezvoltare și o împlinire în această direcție necesită o abordare interdisciplinară, în care lingvistica să conlucreze strâns cu retorica, știința comunicării și, bineînțeles, cu politologia. Studiile efectuate în această din urmă ramură scot tot mai mult în evidență faptul că ceea ce face ca politica să fie deosebită de alte metode de alocare a valorilor este folosirea limbajului pentru a „sanctifica acțiunea” (Edelman 1999, p. 111). Cu alte cuvinte, prin limbaj, un grup poate să câștige chiar acordul deplin, de durată, al acelora al căror sprijin îi este necesar. Mai mult, sunt de părere cercetătorii în domeniu, dialogul și răspunsul la dialog este cel ce dă măsura puterii politice și, nicidecum, exacerbarea forței. Este limpede faptul că realitatea lingvistică, grefată pe cea politică, scoate în evidență rolul de cadru al limbajului, de teren de manifestare, în timp ce finalitățile pur politice sunt cele în baza cărora se operează atât selecția terminologică, cât și cea a strategiilor discursive. Toate acestea ne conduc la afirmația pertinentă, credem noi, că *limbajul, strategia discursivă și strategia politică* sunt interdependente, ele servind în primul rând persuadării și, mai puțin, transmiterii de informație. Ele sunt cele care oferă „terenul de joc al manipulării politice” (Cuilenburg, Scholten, Noomen 1998).

Ca urmare, politica a fost considerată, de multe ori, ca o piesă de teatru, jucată simultan *de către și în fața* spectatorilor, în decoruri sociale diferite (Edelman 1999, p. 125). „Actorul” principal – omul politic – încearcă, prin intermediul discursului său, să creeze și/sau să inducă „spectatorului politic” opinii și atitudini care să favorizeze realizarea țelurilor politice proprii; de aceea, mijloacele verbale alese trebuie să opereze, în primul rând, în planul emoțional (vezi componenta seductivă a discursului argumentativ) și au un dublu rol: să reorienteze percepțiile, eventual negative, și să simplifice, până la inteligibilitate, imaginea realității expuse, creând impresia de posibilă accedere la ea din partea auditoriului. Putem spune, deci, ca o „maximă” a reușitei discursului politic, că limbajul folosit de acesta trebuie să nu fie perceput ca politic pentru a fi deplin eficient.

Comunicarea politică a fost surprinsă în definiții foarte variate: a fost văzută ca un *câmp* de intersecție a diferitelor modalități de persuadare, ca un *spațiu* de relaționare a discursurilor contradictorii, ca un *sistem* complex de comunicare a

informației de tip politic etc. (pentru detalii, vezi Beciu 2000, p. 27). Unul dintre elementele comune acestor definiții este „intenționalitatea”, comunicarea politică fiind înțeleasă ca o „acțiune teleologică” – o acțiune orientată și programată pentru anumite scopuri politice bine conturate. În definiția ei se pornește, de cele mai multe ori, de la variabile precum intenționalitate, modalitate, eveniment, fiind vorba despre o acțiune strategică, bazată pe aceste variabile. Un alt element comun îl reprezintă „eterogenitatea” condițiilor care stau la baza generării acestui tip de comunicare. Trebuie însă recunoscut faptul că nici „intenționalitatea” și nici „eterogenitatea” nu dau seama de „specificitatea” comunicării de tip politic, ele stând la baza oricărui tip de act comunicativ.

Specificul, particularitatea comunicării politice ar putea fi însă oferită de faptul că ea presupune, ca orice act (deci și de comunicare), o interacțiune, doar că, aici, această interacțiune este *instituționalizată*, în sensul că participanții la acțiune au, în interiorul ei, o identitate reprezentativă, un rol social determinat. De aceea, participanții la comunicarea politică (actori politici, public, electorat etc.) au fost numiți și „genuri instituționale” cu resurse, motivații și scopuri diferite și care nu interacționează la întâmplare, ci pe baza unor „coduri”, în interiorul unor cadre devenite spații ritualice.

Discursul politic constituie principala modalitate prin care „actorul” politic declanșează seria evenimentială ce alcătuiește comunicarea politică. Ca „discurs”, el se supune normelor lingvistice; prin determinarea „politic”, părăsim spațiul lingvistic și intrăm în cel extralingvistic. Din această perspectivă, redăm, în cele ce urmează, trăsăturile ce marchează conversiunea discurs – discurs politic (după Beciu 2000, p. 42-43):

1) Un discurs este politic dacă evaluează situații de interes public; din acest punct de vedere, specificitatea sa ar consta în *convenționalitatea* pe care o presupune și care nu este altceva decât o materializare în și prin discurs a caracterului instituțional al interacțiunii specific politice. Ca urmare, orice discurs politic funcționează pe baza unei argumentații convenționale sau instituționalizate care, la un prim nivel, argumentează rolul jucat de instituția pe care o reprezintă și, apoi, la nivel secund, justifică imaginea celui care reprezintă instituția respectivă;

2) Un discurs este politic atunci când se autoevaluează ca „adevărat” și „corect”; din acest punct de vedere, specificul discursului de acest gen constă în faptul că, mai mult decât oricare alt tip discursiv, el își propune să ofere versiunea „adevărată”, „corectă”, singura posibilă a unor fapte, precum și implicarea maximă a opiniilor auctoriale în ceea ce privește veridicitatea celor enunțate. Înainte de valoarea informațională a conținutului propriu-zis, discursul politic se vrea caracterizat prin valoarea de adevăr;

3) În strânsă legătură cu această valoare de adevăr, în discursul politic trebuie să funcționeze și niște „strategii de credibilitate”, activate de actorul politic pe parcursul construcției discursive. Acestea sunt menite să comunice „adevărul”, pe de o parte, și, pe de altă parte, să facă din politician persoana ce poate fi percepută

ca singura capabilă de a comunica aceste adevăruri, în general, independent de situația discursivă propriu-zisă, să devină „garantul” acestor valori;

4) Nu în ultimul rând, discursul politic, mai mult decât alte tipuri, are ca procedeu global specific *argumentarea* și ca finalitate definitorie *persuasiunea*, îndreptată spre obținerea adeziunii – raționale și/sau subiective – a interlocutorului vizat, prin modificarea credințelor și convingerilor sale, în speță a celor ce formează sfera politicului, în consonanță cu cele ale producătorului de text.

Încadrat în sfera mai largă a textelor cu finalități practice (în sens aristotelian), textul politic prezintă o serie de specificități, pe de o parte, în cadrul acestei clase, față de alte texte de același gen (de exemplu, textele publicitare), iar, pe de altă parte, față de textele încadrate în categorii cu finalități apofantice sau poetice (în același sens aristotelian).

Pornind de la afirmația lui Perelman 1970, după care discursul persuasiv se adaptează auditoriului ce trebuie convins, dat fiind că el se dezvoltă de la ceea ce auditoriul permite și considerând discursul politic ca persuasiv prin excelență, vizând să provoace adeziunea destinatarului (*faire croire*) și, mai ales, o acțiune din partea acestuia (*faire faire*), putem afirma că discursul politic implică două tipuri de relații epistemice intersubiective:

1) Relația persuasivă S1 – S2 (sau insider – outsider ca un cuplu devenit „arhetipal” pentru orice fel de relație de dominare cognitivă),

2) Relația S2 – S1 (care presupune la S1 o „autoritate”, iar la S2 încredere în S1).

Trebuie menționat însă că, spre deosebire de alte tipuri discursive în care apar aceste relații (cel științific, didactic etc.), funcția și funcționarea lor poate și este, de cele mai multe ori, diferită în cazul discursului politic. În ceea ce privește prima relație, se impune precizarea că S1 nu este un simplu „participant” la acțiune, ci este un „rol social” dublat de o „instituție” pe care o reprezintă (aici devine pregnant și argumentul „autorității”); în ceea ce privește a doua relație, cea fiduciară, se preia acest rol al autorității la S1, dar factorul „încrederii” în S1 din partea lui S2, deși extrem de important pentru reușita discursului politic, poate avea în aceeași proporție și o componentă negativă, de „neîncredere”, de „sanționare” a lui S1, ceea ce subminează însuși substratul acestui tip de relație în textul politic. Pornind de la relațiile epistemice de acest gen și tipul de argumentare prezentă în discursul politic, precum și luând în considerare speciile de strategii discursive și genul de cadre instituționalizate, se pot deosebi, în interiorul „tipului” de discurs politic, mai multe subtipuri sau subcategorii, de genul „discurs electoral”, „discurs parlamentar”, discurs politic de tip „didactic” etc., asupra cărora însă vom insista în cercetări viitoare. Cert este însă faptul că, dincolo de orice delimitări ulterioare, în încercările de stabilire a unor tipologii textuale, discursul politic ca „tip de discurs” își găsește justificarea în termeni de categorii extralingvistice, pragmatice, care influențează puternic structura și organizarea materialului lingvistic și-i conferă specificitate. În cadrul acestei specificități a discursului politic, argumentarea joacă unul dintre rolurile cheie. Se vorbește despre argumentare la două niveluri: pe de o parte, *ca trăsătură inerentă oricărui tip discursiv* – aici, argumentarea este

considerată ca un criteriu esențial al coerenței textual-discursive; iar, pe de altă parte, ca *tip special de discurs* – aici tipul discursiv argumentativ este opus celui narativ, descriptiv, explicativ sau informativ. În ceea ce privește textul politic, credem că această „dublă funcționare” a argumentării nu este justificată sau, altfel spus, disocierile nu se pot face foarte tranșant. Delimitând discursul politic pe baze extralingvistice și recunoscându-i caracterul prin excelență persuasiv, în interiorul său, argumentarea nu mai poate fi privită ca o simplă trăsătură și nici discursul politic nu poate fi doar subscris tipului discursiv argumentativ. De aceea, pornind de la definirea argumentării ca un ansamblu de tehnici discursive menite să provoace sau să sporească adeziunea auditoriului la tezele prezentate (Perelman 1970, p. 13), ni se pare mult mai fertilă considerarea argumentării ca o *strategie/un procedeu* de bază al structurării discursului politic, care-i orientează global finalitatea și care, ca orice strategie, presupune un set de „reguli” ce guvernează întregul „comportament” al „jucătorilor de jocuri politice”. Scopul, regulile, planul și opțiunile strategice utilizate în strategia argumentativă de tip politic marchează notele specifice acestui tip de text, dând seama de alternanța argumentelor, tipul și eficiența lor, sintagmatica discursivă (analogică sau disociativă) etc. Parafrazându-l pe Foucault, care spunea că discursul este tensiune în raport cu celălalt, putem spune că discursul politic, centrat în jurul strategiei argumentative, este, *prin excelență*, „tensiune” în raport cu un auditor ce trebuie convins și determinat să acționeze într-un anumit mod. Mai mult, în discursul politic asistăm la o îmbinare extrem de eficientă a finalităților diferite ale strategiei argumentative, finalități ce parcurg un traseu gradual, în trei etape: *faire savoir + faire croire + faire faire*. Această triadă secvențială este o caracteristică proprie doar argumentării, ca strategie discursivă specifică textului politic (în alte tipuri discursive predominând o finalitate sau alta). În acest tip de text, argumentarea ține de strategie, de organizarea finalistă a discursului în context, ea fiind o modalitate, un procedeu de bază specific construcției de sens. În consecință, ea prezintă o serie de trăsături proprii funcționării sale în tipul de text supus analizei, trăsături determinate, mai ales, de specificul acestui tip de text și al orientării lui finale. Caracteristica principală a limbajului utilizat de politicieni este, așa cum am arătat și în alte studii, însinuarea, „ascunderea gândirii”, „falsificarea intenționată a lucrurilor”, „nerespectarea adevărului”, toate puse în slujba eficacității sale persuasive (vezi Coșeriu 1996, p. 15). Din această perspectivă, C. Sălăvăștru distinge între „libertățile de care beneficiază discursul politic” și „limitele pe care nu le poate depăși în raport cu alte forme ale discursivității” (Sălăvăștru 1999, p. 105). Din prima categorie fac parte:

a) *Amplitudinea angajamentului problematic*, „libertate” ce constă în vastitatea ariei problematice pe care un text politic o poate cuprinde (probleme aparținând economicului, politicului, socialului, culturalului etc.), discursul politic beneficiind de o „libertate maximală” în această sferă, ceea ce-i asigură și o „deschidere considerabilă în raport cu auditoriul posibil” (Sălăvăștru 1999, p. 105). Putem spune că această primă „libertate” ține și ea de specificul schemei

argumentative a unui text politic, subsumându-se strategiei argumentative de tip politic, ea fiind prezentă indiferent de subtipurile discursului politic – doctrinar, electoral, propagandistic, de publicitate politică etc. Ținta finală a acestei „libertăți” o constituie satisfacerea multitudinii de interese ale auditoriului căruia i se adresează discursul respectiv, făcând dovada, totodată, și a calităților oratorice și a plurivalenței producătorului de text;

b) *Deschiderea procedurală a discursului politic*, libertate ce se concretizează tocmai în „posibilitatea valorificării unor proceduri și mecanisme dintre cele mai diferite” (Sălăvăstru 1999, p. 115) și care nu sunt îngăduite nici unui alt tip discursiv. Trebuie menționat de la început faptul că și această a doua libertate se înscrie, fără nici un dubiu, tot în ansamblul strategiei argumentative proprii discursului politic. Deschiderea procedurală poate fi depistată la mai multe niveluri de construcție a textului politic:

– ca „amestec” de tipuri de secvențe discursive (nativ cu descriptiv, cu explicativ);

– ca „amestec” de procedee discursive utilizate (slogan, mit, metaforă);

– ca „amestec” de procedee raționale și logice de construcție (deductiv, inductiv);

– ca „amestec” de canale de transmitere a informației (discurs oral, scris, publicitar, televizat etc.) (pentru detalieri, vezi Sălăvăstru 1999, p. 115-132).

Fiecare dintre aceste niveluri este subsumat scopului ultim – cel de persuadare a auditoriului și de atragere a acestuia de partea producătorului de text, prin aderarea la ideile pe care acesta le dezvoltă în discurs. Partea negativă a acestei „libertăți” constă în faptul că ea oferă cadrul de desfășurare – tocmai prin faptul că permite această combinație maximală de tehnici și procedee – al manipulării politice, prin dezinformare (ascundere, discreditare, falsificare intenționată a faptelor, zvonuri, eludare etc.) sau prin „puterea cuvintelor” ca atare (pentru detalii în acest sens, vezi Slama-Cazacu 2000, p. 51-53).

Tot în cadrul acestei deschideri procedurale se poate vorbi și despre aspectul profund polemic al discursului politic, care, prin permanenta raportare, implicită sau explicită, la un „alt” discurs, reclamă acest „amestec” de tipuri de secvențe discursive, de tipuri de argumente, de probe, în sprijinul susținerii unei teze și al respingerii alteia.

Tipurile predominante de argumente și utilizarea lor în discursul politic constituie un alt aspect al specificității strategiei de argumentare proprie textului politic. După Sălăvăstru (1999, p. 225-257), cele mai frecvente tipuri de argumente în discursul politic ar fi următoarele:

1. *Argumente bazate pe fapte* – cu precizarea că faptele trebuie adaptate în funcție de tipul auditoriului, că ele trebuie să se afle într-o înlănțuire logică, că trebuie să fie relevante pentru auditoriu și că ele trebuie să lase impresia de maximă autenticitate;

2. *Argumente bazate pe exemple*, aflate în strânsă legătură cu cele constituite pe fapte. Această „putere” a exemplului este pe cât de convingătoare, pe atât de mobilizatoare și reprezintă unul dintre tipurile de argumente „forte” în discursul politic;

3. *Argumente bazate pe autoritate* – recursul la argumentul autorității este unul dintre procedeele predilecte în textele practice și nu numai (el poate să apară chiar în textele științifice). Componenta „psihologică” este mai puternică în acest tip de argumentare, cu atât mai mult cu cât argumentul autorității, spre deosebire de cel factual sau al exemplului, ne scoate din sfera concretului palpabil și ne întoarce, subtil, în cea a abstractului, spre care tindem cu toții. Prezența sa în textul politic, spre deosebire de alte tipuri textuale ce-l utilizează, are niște trăsături distinctive – este vorba, în primul rând, de apelul la o serie de personalități politice ce reprezintă o lume ideală, caracterizată prin perfecțiune și măreție chiar, mult diferită de cea reală (exemplul autorității unui Napoleon sau Cezar sau Churchill etc.); în al doilea rând, apelul la astfel de argumente este mult mai frecvent în textele politice decât în alte tipuri de texte, și pentru că o anumită stare de fapt din sfera politicului reclamă comparația cu alte stări de fapt din alte timpuri istorice și alte zone geografice. Or, „discursul politic românesc recurge adesea la argumente ale autorității bazate pe situații, relații, consecințe dintr-o altă realitate politică, din alte tipuri de discurs politic” (Sălăvăstru 1999, p. 242);

4. *Argumentele bazate pe analogie* sunt „argumente mediate, de ordinul al doilea, ca mecanism de influențare a opiniilor, de convingere a auditoriului. Ele pot fi considerate drept «argumente de relație», deoarece influența asupra receptorului este determinată – în cazul lor – de relația de analogie ce se stabilește între două fapte, două situații, două exemple sau două autorități” (Sălăvăstru 1999, p. 250).

c) *Raționalitatea manipulării prin discursul politic*, libertate ce se găsește, credem noi, ca derivată a celorlalte două, o consecință, de cele mai multe ori negativă, a lor. Prin ea se închide cercul „libertăților” proprii doar discursului politic, ajungând din nou în punctul de plecare al acestei dezbateri, și anume caracteristica principală a discursului politic – ascunderea, insinuarea, falsificarea gândirii etc. Această a treia „libertate” nu înseamnă altceva decât punerea în practică și rezultatele la care se ajunge prin „probarea” acestor trăsături specifice textului politic.

Pe de altă parte, este vorba însă și de niște „constrângeri” aplicate discursului politic, care își pun și ele amprenta pe specificitatea strategiei argumentative proprii acestui tip de text. Cea mai importantă dintre acestea ni se pare a fi cea care limitează ideatic discursul politic în funcție de apartenența lui la o doctrină ideologică sau alta. Cum această doctrină acoperă o serie de aspecte – politice, economice, sociale, culturale etc. –, aceasta se constituie în niște cadre în limitele cărora discursul politic funcționează. Trebuie menționat însă faptul că există și un anumit grad de libertate în interiorul constrângerii doctrinare, libertate ce se naște din relația discursului cu auditoriul; oricărei doctrine ideologice i-ar aparține, un discurs politic care își îndeplinește scopul trebuie să țină cont, în primul rând, de așteptările și de reacțiile publicului căruia i se adresează (un caz tipic de încălcare a constrângerilor doctrinare și de asumare maximală a libertății interioare a acestor constrângeri îl constituie discursul „disidentei”). Ca urmare, se poate spune că publicul căruia discursul politic i se adresează exercită un tip de constrângeri

asupra acestuia. Aceste constrângeri aparțin sferei interesului practic, în care „descrierea realității este un mijloc pentru adevăratul scop al intervenției discursive: acțiunea de legitimare” (Sălăvăstru 1999, p. 168). În această acțiune, se parcurg mai multe etape: se prezintă faptele, apoi ele sunt „valorizate” în funcție de interesele ce stau la baza discursului; din acest punct de vedere, se poate vorbi despre o valorizare pozitivă – dacă faptele aparțin grupului producător de discurs – sau despre o valorizare negativă – dacă faptele aparțin grupului cu care se intră în competiție. În acest proces al valorizării, mecanismele discursive constau, pe de o parte, în selecția faptelor și, pe de altă parte, în ordinea prezentării lor (este vorba despre o ordine argumentativă, în sensul că se prezintă mai întâi faptele ce susțin interesele grupului auditor, cu valorizare pozitivă). În sfârșit, urmează o a doua valorizare a faptelor prezentate în discurs, valorizare ce vine din partea auditoriului. Ea este responsabilă, în cele din urmă, de acțiunile și reacțiile acestuia, cele care, practic, sunt vizate de orice propunător de discurs politic (pentru detalii, vezi Sălăvăstru 1999, p. 146-170).

Un alt factor important din această perspectivă îl constituie poziția grupului de putere care stă în spatele unui discurs politic, în sensul că tonalitatea strategiei argumentative utilizate variază și în funcție de faptul dacă discursul este un produs al puterii conducătoare sau, dimpotrivă, al opoziției. De remarcat însă că, în orice astfel de categorie s-ar încadra, el nu-și pierde caracterul polemic.

Putem afirma deci, cu deplină încredere, că specificul argumentării în textul politic este în strânsă dependență cu specificitatea discursului politic ca tip de discurs. Dintre numeroasele încercări de tipologizare oferite de literatura de specialitate, asupra cărora, din motive obiective, nu vom insista aici, cea pe care ne-o oferă semioticianul Ch. Morris (1946), în ceea ce privește discursul politic, ni se pare cea mai potrivită și, totodată, cea mai fertilă pentru ulterioare interpretări. Combinând criteriul dimensiunilor semnificației (*modes of signifying*) cu cel al utilizării lor (*use of sign complexes*), Morris distinge între *semne descriptive/designative* (cele care adună informații și descriu o stare de fapt), *semne prescriptive* (care indică modul de raportare față de obiectul denotat) și *semne apreciative* (cele care semnifică despre valoarea obiectelor, ierarhizându-le totodată), iar în utilizarea semnelor (= perspectiva pragmatică asupra lor) distinge între utilizarea *informativă*, *injonctivă evaluativă* și *sistemică* (Morris 1946, p. 125; vezi și Roventă-Frumușani 1999, p. 26-29 sau Sălăvăstru 1999, p. 92-96). Din combinarea celor două axe rezultă principalele tipuri discursive, cu mențiunea specificată de Morris însuși, că nu poate fi vorba, nicidecum, despre unicitatea unui mod, ci doar de predominarea unui aspect (Morris 1946, p. 138):

Utilizare Mod	Informativă	Evaluativă	Injonctivă	Sistemică
Designativ	Științific	Fictiv	Juridic	Cosmologic
Apreciativ	Etic	Poetic	Etic	Critic
Prescriptiv	Tehnologic	Politic	Religios	Propagandistic

Într-o astfel de tipologie, trăsăturile distinctive ale discursului politic sunt date de situarea lui la confluența dintre *modalitatea de semnificare prescriptivă* și *modalitatea de utilizare evaluativă*. Acest lucru își pune amprenta și asupra strategiei argumentative, care trebuie să determine discursul politic (eficient, bineînțeles) să treacă de la *faire savoir* direct la *faire faire*. Spre deosebire de alte tipuri discursive ce vizează acțiunea din partea auditoriului receptor, discursul politic „urmărește cu toată puterea să determine acțiunea favorabilă puterii pe care o reprezintă și pune în mișcare toate mijloacele de care dispune (uneori chiar neortodoxe) pentru a-și atinge scopul. Eșecul în acțiune este eșecul în discurs. Poate că nicăieri nu este atât de strânsă legătura dintre practica discursivă și rezultatele ei decât în perimetrul discursului politic” (Sălăvăstru 1999, p. 93). Toate strategiile și procedurile argumentative sunt marcate de această finalitate discursivă, iar specificitatea lor în cazul tipului discursiv discutat aici este dată chiar de tonalitatea lor dominantă, de forța lor persuasivă. Discursul politic vizează întotdeauna auditoriul, mai precis, *acțiunea* sa. În numele realizării acestui scop, se construiește întregul edificiu discursiv, în jurul strategiei argumentative.

BIBLIOGRAFIE

- Beciu 2000 = C. Beciu, *Politica discursivă*, Iași.
 Coșeriu 1996 = E. Coșeriu, *Limbaj și politică*, în „Revistă de lingvistică și știință literară”, Chișinău, nr. 6, p. 10-28.
 Cuilenburg, Scholten, Noomen 1998 = J. J. van Cuilenburg, O. Scholten, G. W. Noomen, *Știința comunicării*, București.
 Edelman 1999 = M. Edelman, *Politica și utilizarea simbolurilor*, Iași.
 Morris 1946 = Ch. Morris, *Signs, Language and Behaviour*, Prentice Hall.
 Perelman 1970 = Ch. Perelman, *Le champ de l'argumentation*, Bruxelles.
 Rovența-Frumușani 1995 = Daniela Rovența-Frumușani, *Semiotica discursului științific*, București.
 Sălăvăstru 1999 = Constantin Sălăvăstru, *Discursul puterii*, Iași.
 Slama-Cazacu 2000 = Tatiana Slama-Cazacu, *Stratageme comunicative și manipularea*, Iași.
 Thoveron 1996 = G. Thoveron, *Comunicarea politică azi*.

Universitatea „Babeș-Bolyai”
 Facultatea de Litere
 Cluj-Napoca, str. Horea, 31