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-

BDD-A17892 © 2006 Editura Universităţii din Suceava
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-15 20:46:44 UTC)

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.

BDD-A17892 © 2006 Editura Universităţii din Suceava
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-15 20:46:44 UTC)

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-

BDD-A17892 © 2006 Editura Universităţii din Suceava
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-15 20:46:44 UTC)

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.

BDD-A17892 © 2006 Editura Universităţii din Suceava
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-15 20:46:44 UTC)

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,

BDD-A17892 © 2006 Editura Universităţii din Suceava
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-15 20:46:44 UTC)

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.

BDD-A17892 © 2006 Editura Universităţii din Suceava
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-15 20:46:44 UTC)

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*

BDD-A17892 © 2006 Editura Universităţii din Suceava
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-15 20:46:44 UTC)

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.

BDD-A17892 © 2006 Editura Universităţii din Suceava
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-15 20:46:44 UTC)

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.

BDD-A17892 © 2006 Editura Universităţii din Suceava
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-15 20:46:44 UTC)

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

BDD-A17892 © 2006 Editura Universităţii din Suceava
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-15 20:46:44 UTC)

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

BDD-A17892 © 2006 Editura Universităţii din Suceava
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-15 20:46:44 UTC)

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

BDD-A17892 © 2006 Editura Universităţii din Suceava
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-15 20:46:44 UTC)

« 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

BDD-A17892 © 2006 Editura Universităţii din Suceava
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-15 20:46:44 UTC)

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

BDD-A17892 © 2006 Editura Universităţii din Suceava
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-15 20:46:44 UTC)

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 métalinguistique 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*

BDD-A17892 © 2006 Editura Universităţii din Suceava
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-15 20:46:44 UTC)

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.

BDD-A17892 © 2006 Editura Universităţii din Suceava
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-15 20:46:44 UTC)