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

BDD-A17894 © 2006 Editura Universităţii din Suceava
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-15 20:55:14 UTC)

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.

BDD-A17894 © 2006 Editura Universităţii din Suceava
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-15 20:55:14 UTC)

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.

BDD-A17894 © 2006 Editura Universităţii din Suceava
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-15 20:55:14 UTC)

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,

BDD-A17894 © 2006 Editura Universităţii din Suceava
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-15 20:55:14 UTC)

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).

BDD-A17894 © 2006 Editura Universităţii din Suceava
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-15 20:55:14 UTC)

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.

BDD-A17894 © 2006 Editura Universităţii din Suceava
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-15 20:55:14 UTC)

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.

BDD-A17894 © 2006 Editura Universităţii din Suceava
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-15 20:55:14 UTC)

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

BDD-A17894 © 2006 Editura Universităţii din Suceava
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-15 20:55:14 UTC)

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.

BDD-A17894 © 2006 Editura Universităţii din Suceava
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-15 20:55:14 UTC)

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

BDD-A17894 © 2006 Editura Universităţii din Suceava
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-15 20:55:14 UTC)

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

BDD-A17894 © 2006 Editura Universităţii din Suceava
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-15 20:55:14 UTC)

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.

BDD-A17894 © 2006 Editura Universităţii din Suceava
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-15 20:55:14 UTC)

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).

BDD-A17894 © 2006 Editura Universităţii din Suceava
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-15 20:55:14 UTC)

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.

BDD-A17894 © 2006 Editura Universităţii din Suceava
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-15 20:55:14 UTC)

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.

BDD-A17894 © 2006 Editura Universităţii din Suceava
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-15 20:55:14 UTC)

– *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 :

BDD-A17894 © 2006 Editura Universităţii din Suceava
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-15 20:55:14 UTC)

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.

BDD-A17894 © 2006 Editura Universităţii din Suceava
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-15 20:55:14 UTC)

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.

BDD-A17894 © 2006 Editura Universităţii din Suceava
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-15 20:55:14 UTC)

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.

BDD-A17894 © 2006 Editura Universităţii din Suceava
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-15 20:55:14 UTC)