# La diversité mass-média.
# L'analyse de l'ironie dans la presse radiophonique

**Iulia-Simona SÎRGHI-COVALCIUC**
iuliasirghi@yahoo.com
Université « Ştefan cel Mare » de Suceava (Roumanie)

**Abstract:** We live in a society where volume, freedom of movement and speed are the main benchmarks for the development of individuals. Every day, people communicate, meaning that they exchange information. For this purpose, people use different means, some of them called "mass media" or "media". Communication has a lot of meanings, a lot of purposes and about as many ways of expression and manifestation. The most trivial information takes additional meanings depending on how we use it (in what context we place it, the tone we use, etc.). Information has the role of revealing current events, being the basis of the media system. We turned our attention to the way in which different forms of irony are used in radio to produce an enunciation so that we understand something other than what is said. At the center of our concern is the section "Baba burns and the country is boiling" from Viva Fm radio in Romania, which is addressed to an informed (educated) public, able to understand the hidden meanings of the radio message. At the same time it is important that the journalist has knowledge in different fields and also a critical mind.

**Keywords:** *media, radio, communication, verbal irony, speech, meanings, public, journalist.*

Nous vivons dans une société où la quantité et la rapidité de l'information représentent des éléments essentiels pour le développement des individus. La communication est essentielle pour les gens, c'est une modalité d'interaction dans l'espace social. Le processus de communication n'est pas seulement une dimension définitoire de l'homme, il est vital pour son existence, pour le déroulement des activités qui font partie de sa vie sociale. Chaque jour, les gens communiquent, c'est-à-dire ils échangent des informations en utilisant certains moyens particuliers appelés « des moyens de communication en masse » ou « mass-média ».

## 1. De la communication médiatique à la presse radiophonique

La communication médiatique a le rôle d'annuler les barrières sociales de la communauté par l'intégration et l'homogénéisation de la masse de consommateurs et par l'utilisation des modalités discursives qui offrent de la transparence au message de chaque

BDD-A30662 © 2019 Editura Universităţii din Suceava
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 00:55:33 UTC)

interlocuteur. Les productions médiatiques sont devenues un ensemble de caractéristiques et structures bien définies qui ont le rôle de satisfaire les aspirations plus ou moins projetées par les consommateurs.

Toute communication médiatique se propose de gagner un public le plus large possible, par des actions que les créateurs de productions média mettent en place régulièrement. De plus, la presse radiophonique et la communication médiatique en général représentent un facteur coagulant pour certains groupes et sociétés, conduisant à une évolution globale des sociétés démocratiques.

De ce point de vue, la radio est un moyen de communication en masse assez privilégié, vu qu'elle a la possibilité d'atteindre des publics parfois isolés, dans des zones géographiques moins privilégiées. C'est aussi un média qui privilégie le direct et l'échange, d'où sa grande crédibilité. « La transmission directe d'un événement en déroulement, les déclarations des témoins ou des hommes politiques en direct augmentent beaucoup le degré de crédibilité. » (Tcaciuc, 2009 : 42). La radio, par le pouvoir de la parole en direct peut ainsi rivaliser avec la télévision, même si le mélange de l'image avec le son attire plus vite l'attention. Ce fait explique pourquoi la plupart des productions radiophoniques exigent un travail attentif de documentation afin de captiver l'intérêt de l'auditeur et de l'engager dans une discussion.

L'avantage de la radio consiste dans sa mobilité. Elle offre au public la possibilité d'être toujours actif et pas immobile en face d'elle, comme c'est le cas de la télévision dans sa forme classique. De plus, elle est considérée un moyen de persuasion par sa vitesse et son opérativité, étant toujours un média qui présente au public des informations de dernière minute.

La principale caractéristique de la presse radiophonique est l'oralité : les informations sont transmises par l'intermédiaire de la parole et cela détermine les autres caractéristiques de la presse radiophonique et différencie ce genre médiatique de la presse écrite et audiovisuelle. Une deuxième caractéristique de la presse radiophonique est l'accessibilité. Pour écouter la radio, le public n'est pas obligé de faire un grand effort ou de renoncer à d'autres activités. Par conséquent, le langage du journaliste doit être accessible au public. Enfin, une troisième caractéristique est la rapidité avec laquelle le récepteur reçoit le message.

La presse radiophonique parvient à transmettre l'information plus vite que la presse écrite ou la télévision, ces dernières ayant besoin d'un certain intervalle de temps pour travailler et transmettre l'information. Ces caractéristiques de la presse radiophonique déterminent le profil du journaliste de radio. La première qualité exigée par l'oralité de ce type de média est la voix : il est absolument nécessaire que le journaliste ait un timbre agréable et que sa voix capte l'attention l'auditeur. Ainsi, dans la rubrique qu'il présente à la radio Viva FM, « Baba arde şi ţara se piaptănă »[1] le journaliste Cezar Oana attire le public par les informations présentées, mais également par les inflexions de sa voix au moment où il présente certains aspects importants de l'actualité roumaine. Le journaliste Cezar Oana représente une attitude évaluative de la radio, et son sarcasme peut influencer les représentations collectives d'une certaine partie de la société.

Le journaliste de la radio doit avoir un timbre agréable et une tonalité de la voix qui attire l'auditeur. Il est évident que l'intonation et les inflexions de la voix doivent être adaptées au message transmis. Dans la rubrique « Baba arde şi ţara se piaptănă » nous remarquons ainsi

[1] « Baba arde şi ţara se piaptănă/La vieille brûle et le pays se peigne » représente un jeu de mots à partir du proverbe roumain « Casa arde şi baba se piaptănă/Quand la maison brule, la vieille se peigne » qui montre que certains gens choisissent parfois d'ignorer le danger et d'agir comme s'il n'existait pas. Dans notre cas, ce sont les hommes politiques qui choisissent d'ignorer les vrais problèmes des gens pour s'occuper de questions peu importantes.



BDD-A30662 © 2019 Editura Universităţii din Suceava
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 00:55:33 UTC)

le fait que le discours du journaliste reflète une série de représentations/attitudes collectives concernant la campagne électorale et les hommes politiques roumains.

> « Si je continue avec cette ambition de parler la langue grammaire pour les débutants, j'ai toutes les chances d'arriver dans la politique, là où l'on n'a pas besoin de carte de travail ».
>
> « Hier, c'était le tour de Ponta d'exposer publiquement la conviction que Băsescu va finir en prison, et Adrian Năstase n'a qu'à l'attendre avec un maximum d'hospitalité, tout en respectant les coutumes du protocole ». (Rubrique « Baba arde şi ţara se piaptănă », 15 avril 2014)

La deuxième qualité du journaliste travaillant dans ce domaine est le pouvoir de synthèse et la concision. Vu que les informations reçues par l'intermédiaire de l'ouïe sont plus difficiles à comprendre et à retenir que celles reçues par la vue, le journaliste doit opérer très vite la sélection des éléments essentiels de la nouvelle et laisser de côté l'information moins importante.

En général, la rubrique « Baba arde şi ţara se piaptănă » ne dépasse pas 5 minutes et se veut le reflet d'une réalité immédiate que le journaliste présente en adoptant souvent une perspective ironique, satirique, destinée à produire un effet rapide sur les auditeurs.

> « Vous savez quelle est la ressemblance tellurique entre Iliescu et Traian Basescu ? (question rhétorique) L'un a acheté du terrain à Nana, et l'autre vit sur terre avec Nina (introduction voix féminine : « Et moi, qui m'étais résignée ! ») pendant la période de la campagne électorale pour les élections du Parlement européen. » (*idem*)

Le système oral est très important, la continuité et la proximité de la diffusion radiophonique sont des principes d'action qui lui ont permis d'affirmer son rôle particulier dans le milieu informatif. Dans le cas de la radio le discours doit être caractérisé par précision, équilibre et clarté. Le commentaire est souvent utilisé, un genre de l'opinion à travers lequel le journaliste exprime son point de vue sur les différentes situations. Travailler à la radio signifie analyser les choses de plusieurs perspectives et adapter son discours en fonction de ses interlocuteurs.

La crédibilité du journaliste de radio ressort de la manière dont il rédige et présente les informations, car c'est en respectant un certain équilibre entre la visée d'information et celle de séduction (par l'ironie, dans notre cas) qu'il laisse voir son professionnalisme.

« Franchement, j'éprouve un sentiment suspect de pitié envers les élus qui resteront à la maison, c'est vrai que nulle part n'est comme chez soi, mais le sommeil de beauté de chez soi est meilleur que celui du bureau ». Dans ce cas, le journaliste de la rubrique ci-dessus mentionnée fait appel à l'ironie dans le but d'obtenir une réaction de la part des auditeurs, à savoir aller au vote.

Chaque voix qui intervient au fil des programmes, explique Grosu Popescu (1998 : 17) spécialiste dans le domaine, adapte sa personnalité au rôle qu'il joue dans le scénario : la voix de l'animateur (le présentateur de l'édition en question), la voix du correspondent (celui qui transmet des informations à distance, par téléphone), la voix du journaliste (celui qui est présent au lieu de l'événement et explique ce qu'il voit), la voix de l'expert (celui qui commente ce qu'il n'entend et ne voit pas).

Une chose importante à signaler est le fait que « la radio reste un moyen efficace de diffusion de la culture et, par culture, un moyen efficace d'éducation. » (Vasile Traciuc, 2009 : 45) La presse radiophonique est devenue un moyen important de synthèse de



BDD-A30662 © 2019 Editura Universităţii din Suceava
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 00:55:33 UTC)

l'actualité, qui a une grande influence sur la société : elle peut modifier les valeurs éthiques et contribuer ainsi au changement des mentalités et des communautés. La presse radiophonique reste encore un instrument important dans l'évolution de toute société.

Le discours radiophonique occupe une place à part parmi les autres types de discours aussi bien du point de vue de sa production, que de sa production. Revenant à sa caractéristique principale – l'emploi du son et du document enregistré, nous devons remarquer l'utilisation des éléments paraverbaux spécifiques (jingles – des sons et de bruits de fonds significatifs). « Baba arde şi ţara se piaptănă ! Bruits de début… Les grues sont arrivées (éclats de rire), je sais que cela est un accord horrible, mais je ne savais pas comment me partager entre le désir de dire que le printemps est arrivé et que les cigognes sont arrivés ». (*idem*)

La radio utilise souvent l'ironie afin de manipuler le public, d'attirer son attention. Des stratégies comme l'emploi des sons de fonds, l'exagération, la minimisation et l'emploi de mots à plusieurs sens sont utilisées par les journalistes qui transfèrent ces éléments d'un registre grave dans un registre parodique et satirique.

## 2. L'ironie comme partie du discours. Marques de l'ironie

L'ironie commence à être étudiée dès l'Antiquité grecque quand le philosophe Socrate la présentait comme l'art de dissimuler ce qu'on désire « être vu, en fait, par l'autre ». De ce temps-là et jusque à nos jours, le concept a reçu plusieurs définitions, mais pas une qui soit claire, l'accent tombant sur la complexité du phénomène.

Par l'ironie comme stratégie discursive, Dominique Maingueneau entend « subvertir la frontière entre ce qui est assumé et ce qui ne l'est pas par le locuteur » (Maingueneau, 1991 : 149). Une autre caractéristique de l'ironie est le fait qu'elle suppose une évaluation, un jugement, un questionnement et fonctionne aussi bien comme antiphrase et comme stratégie évaluative. Premièrement, l'ironie est un acte élitiste qui suppose l'inclusion et l'exclusion en même temps. Afin d'identifier une phrase comme ironique, le récepteur doit avoir les mêmes connaissances linguistiques, culturelles et sociales que son interlocuteur. L'ironie est bien comprise par ceux qui font partie de la même communauté linguistique.

Chez Vladimir Jankélévitch nous trouvons une perspective assez intéressante sur l'ironie ; il propose six manières de construction d'une phrase en utilisant l'ironie verbale (apud Drăgan et Fanache, 1994 : 30). La première modalité est surnommée l'ironie par l'antiphrase qui consiste dans le fait d'affirmer le contraire de ce qu'on veut dire : « Tu as été rapide ! Je t'attends depuis trois heures. »

Le procédé suivant est l'ironie par la fausse naïveté qui a comme but d'exprimer une forme de naïveté qui permet la réalisation d'une contradiction : « comme tu es mignon quand tu es si sale ! J'ai envie de te mettre dans le lave-linge. »

La troisième modalité de construction de l'ironie est par sous-estimation, quand « un peu » signifie en fait « beaucoup » : « Je vous offre ce petit cadeau qui a coûté aussi cher qu'une maison. » L'ironie par l'hyperbole utilise l'exagération : « Tu es si maigre que tu ne peux pas entrer par la porte. »

La cinquième est l'ironie par simple connotation : si l'on utilise un certain moyen de s'exprimer c'est pour rire de quelqu'un sans que le sens des mots soit clair : « Andrei, tu es le plus sage homme en vie ! » Et finalement, l'ironie par la citation des phrases qui appartiennent à une autre personne mais dans une manière qui met en évidence leur caractère ridicule : « La municipalité de Suceava a annoncé que les tilleuls de Ciric seront coupés parce que ceux de la rue Stefan n'étaient pas suffisants. »



BDD-A30662 © 2019 Editura Universităţii din Suceava
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 00:55:33 UTC)

La démarche de notre recherche s'appuie sur l'identification et l'analyse des mécanismes de construction de l'ironie verbale dans les discours radiophoniques spécifiques aux émissions de type matinal. Le format de l'émission où l'on diffuse la rubrique « Baba arde şi ţara se piaptănă » prend en compte le besoin d'information et de divertissement des auditeurs et s'adresse à un public âgé de 25 à 50 ans.

### 3. Marques de l'ironie dans le discours radiophonique local

Notre recherche se propose d'analyser le contenu propositionnel de l'énoncé ironique et son usage, mais aussi le discours journalistique en tant que source inépuisable d'énonces ironiques. Nous proposons comme exemple la rubrique quotidienne « Baba arde şi ţara se piaptănă », diffusée par la une radio de Suceava – Viva FM, rubrique renommée pour sa fréquente utilisation de l'ironie. La principale raison de mon choix est le fait que cette rubrique nous permet d'analyser l'ironie utilisée au sein du discours radiophonique.

La rubrique est destinée à la communication orale, l'auditeur étant invité à participer activement ou passivement, à une sorte de « détente journalistique ». Le dernier aspect n'est pas caractéristique au public de Viva FM, une radio qui mélange avec beaucoup de succès le modèle du journalisme classique, « plutôt sérieux », avec des répliques humoristiques et des ironies non-conventionnelles. Cette rubrique exprime l'attitude de l'auteur envers l'événement qu'il raconte ou envers les actions d'une certaine personne ; cette ironie représente une stratégie de communication utilisée par l'auteur pour dire presque tout sans qu'on puisse l'amender pour ne pas avoir respecté les règles de la politesse. Cette rubrique créée en 2012 a marqué une innovation dans le domaine du journalisme radiophonique, et Viva FM, la radio locale, a gagné une nouvelle section. Cette rubrique est diffusée pendant chaque programme, et le journaliste en question a l'obligation de la présenter et de l'introduire.

L'expression « Baba arde şi ţara se piaptănă » est composée à partir d'une expression populaire qui veut dire qu'il y a des gens qui, au moment où il y a un événement très grave, sont préoccupés par des choses dépourvues d'importance. Par le choix de ce titre, l'auteur veut accentuer le fait que nous, en tant que peuple, nous ne prêtons pas importance aux événements qui sont importants.

En principal, le lecteur doit avoir les notions de base pour comprendre que le discours de cette rubrique est différent des autres types de discours utilisés pendant les autres programmes de la radio Viva FM. La rubrique représente la réaction du rédacteur Cezar Oană, sur des informations nationales ou internationales, attitudes politiques, sociales ou journalistiques. Parfois, il présente des événements personnels ou des événements auxquels il a été témoin, mais qui sont présentés et interprétés d'une manière personnelle.

### 4. Analyse de la rubrique « Baba arde şi ţara se piaptănă » du 15 avril 2014

Dans la rubrique « Baba arde şi ţara se piaptănă » du 15 avril 2014, le journaliste annonce par une seule intervention le thème abordé ; ce thème est traité avec beaucoup d'ironie et illustre une attitude critique de l'auteur.

L'auditeur de cette rubrique doit être un auditeur actif, il a la tâche de remplir les vides pendant le déroulement de l'émission, d'identifier des voix, de saisir des sous-entendus afin de comprendre pleinement la signification du message. Par exemple, à un moment donné, l'auteur introduit un moment qui fait référence à l'incohérence linguistique de certains hommes politiques : « Si je continue avec cette ambition de parler la langue grammaire pour les débutants, j'ai toutes les chances d'arriver dans la politique, là où l'on n'a pas besoin de carte de travail ». Le fragment fait apparaitre le sarcasme du journaliste,



BDD-A30662 © 2019 Editura Universităţii din Suceava
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 00:55:33 UTC)

qui critique les hommes politiques et leur manière de parler. Le journaliste est conscient du fait qu'il faut mettre le public en garde, qu'il faut exprimer clairement ses intentions ironiques, au cas contraire la stratégie pouvant échouer. Il attire donc l'attention du public aussi bien par le message linguistique proprement-dit que par son intonation. Si le public ne comprend pas la signification sous-entendue par le journaliste, la communication ne peut pas se produire car Cezar Oană ne revient pas sur son message. La longueur des phrases joue un rôle important dans la communication médiatique, à la radio en particulier : les phrases longues, avec beaucoup de subordonnés, risquent d'ennuyer le public, de de donner l'impression que le journaliste parle beaucoup mais qu'en fait il ne dit rien. D'autre part, les phrases courtes utilisées dans l'émission mentionnée attirent l'attention des auditeurs, rendent le message plus attrayant et son impact plus fort.

L'auteur continue avec la lecture de quelques répliques de deux politiciens souvent présents sur la scène médiatique et politique de la Roumanie : le président Traian Băsescu et le premier ministre, Victor Ponta. Cezar Oană commence : «Băsescu a dit le premier : « Si Ponta influence la justice pour aider les barons corrompus à échapper, il sera collègue d'appartement avec Năstase. » Le journaliste fait référence au président qui a commencé l'attaque à la personne et envoie un avertissement au premier ministre Victor Ponta, et la réponse ne tarde pas d'apparaître : « Hier, c'était le tour de Ponta d'exposer publiquement la conviction que Băsescu va finir en prison, et Adrian Năstase n'a qu'à l'attendre avec un maximum d'hospitalité, tout en respectant les coutumes du protocole. Il s'habillera en costume populaire et l'accueillera avec du pain et du sel, rien que pour avoir la chance d'entendre Băsescu lui dire encore une fois : « Mon cher, tu n'as rien d'autre à faire ? (voix imitative) ». Cette mise en scène aide le locuteur à s'imaginer un scénario amusant, qu'il peut interpréter lui-même et, en même temps, il est informé sur un sujet d'actualité, intéressant pour le public large.

L'auteur capte encore une fois l'attention de l'auditeur par une question rhétorique : « Vous savez quelle est la ressemblance tellurique entre Iliescu et Traian Basescu ? (question rhétorique) L'un a acheté du terrain à Nana, et l'autre vit sur terre avec Nina (introduction voix féminine : « Et moi, qui m'étais résignée ! ») ». Après la question, le locuteur laisse une pause de trois secondes et puis offre lui-même une réponse pleine d'ironie, qui constitue en fait une attaque dirigées vers deux hommes politiques connus, Ion Iliescu et Traian Băsescu. C'est une attaque voilée, subtile, car l'ironie aide le locuteur à affirmer autre chose que le message linguistique semble transmettre. Cezar Oană stimule la construction d'un acte illocutoire et transmet une ironie qui se trouve hors de son affirmation. Il fait référence à la différence entre ces deux hommes politiques par une comparaison qui provoque le rire, puis il nous offre une conclusion qui est en même temps une observation personnelle : « Franchement, j'éprouve un sentiment suspect de pitié envers les élus qui resteront à la maison ; c'est vrai que nulle part n'est comme chez soi, mais le sommeil de beauté de chez soi est meilleur que celui du bureau ».

La rubrique analysée est caractérisée par l'attitude critique et ironique du journaliste, attitude qui est clairement reflétée par son discours. Même si le journaliste analyse des événements liés à l'actualité politique roumaine, il complète sa présentation avec des exemples concrets, issus cette fois-ci de son expérience personnelle. Il parait que les problèmes identifiés au niveau macro, de la société roumaine et des hommes politiques, se retrouvent au niveau micro, dans les relations qui existent entre les voisins d'un immeuble : « Chez toi, surtout si tu vis dans un appartement, la loi est dictée par notre symbole national : la perceuse. J'ai un voisin qui, quand il n'utilise pas explicitement et effectivement la perceuse, à des heures d'audience maxime et très mal choisies, il écoute un



BDD-A30662 © 2019 Editura Universităţii din Suceava
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 00:55:33 UTC)

enregistrement avec son ancienne perceuse qu'il a probablement amené à Remat et qu'il évoque de temps en temps au sein de sa famille. »

**Conclusion**

Suite à notre recherche, nous pouvons affirmer que l'ironie est l'une des armes les plus redoutables lorsqu'il s'agit d'attirer l'attention par un discours radiophonique. L'analyse des rubriques qui utilisent l'ironie suppose aussi l'existence de quelques instruments discursifs qui peuvent aider le chercheur à comprendre la complexité de l'univers ironique. La rubrique analysée invite le public à un moment de « détente journalistique » par le langage familier et par un certain comique de situation et, en même temps, à un moment de réflexion sur la réalité contemporaine par l'ironie et l'esprit critique. Pour comprendre le message dans sa complexité, ainsi que l'ironie qui se cache derrière les mots du journaliste, l'auditeur doit avoir certaines connaissances encyclopédiques, mais aussi être au courant avec l'actualité politique roumaine.

Nous espérons que dans l'avenir les médias soient dirigés par des journalistes sérieux, choisis en fonction de leur professionnalisme et de leur bagage culturel. En ce que nous concerne, nous avons apporté les arguments nécessaires pour soutenir le fait que l'ironie dans le discours médiatique-radiophonique est l'une des plus importantes armes discursives pour attirer l'attention du public, pour sanctionner ou souligner l'importance d'un événement, d'une nouvelle ou d'une action. Par l'intermédiaire de l'éducation et de l'information nous pouvons tourner la situation en notre faveur, et, au lieu de devenir les esclaves des média, on peut devenir les maîtres de ces sources d'information.

**Bibliographie**

ARDELEANU, Sanda-Maria, COROI, Ioana-Crina, (2002), *Analyse du discours- élémentes de théorie et pratique sur la discursivité*, Editura Universităţii din Suceava.

CHARAUDEAU, Patrick, (1997), *Le discours d'information médiatique, La construction du miroir social,* Paris, Nathan.

GROSU-POPESCU, (2007), *Jurnalism radio. Specificul radiofonic*, Bucureşti, Editura Teora.

MAINGUENEAU, Dominique, (1998), *Analyser les textes de communication*, Paris, Dunod.

TRACIUC, Vasile, (2007), *Jurnalismul Radio*, Bucureşti, Tritonic.

NEGREA, Elena, (2010), *Pragmatica ironiei. Studiu asupra ironiei în presa scrisă românească,* Bucureşti, Tritonic.

**Corpus**

**Rubrica: *Baba arde şi ţara se piaptănă* 1, 15 aprilie 2014.**

Baba arde şi ţara se piaptănă! Fond de început... Au sosit cocorii (hohote de râs), ştiu că acesta este un acord odios, dar nu ştiam cum să mă împart între dorinţa de a spune că a venit primăvara şi au sosit berzele. Dacă voi continua cu ambiţia de a vorbi limba gramatică pentru începători, am toate şansele să ajung în politică, acolo nu e nevoie nici măcar de carte de muncă. În săptămâna Patimilor, Ponta şi Băsescu par mai degrabă aceşti Vanesa şi Melisa ai politicii româneşti. Se văd în puşcărie la ceas de seară (ironie în voce). Băsescu a spus primul: „Dacă Ponta va interveni în justiţie pentru ai scoate cu basma curată pe baronii corupţi va ajunge coleg de apartament cu Năstase".

Ieri a fost rândul lui Ponta să îşi expună public convingerea că Băsescu va ajunge la mititica, iar lui Adrian Năstase nu-i rămâne decât să-i aştepte cu maximă ospitalitate, repectând cutumele de protocol. Se va îmbrăca în folcloristă şi îi va întâmpina pe rând cu pâine şi sare după



BDD-A30662 © 2019 Editura Universităţii din Suceava
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 00:55:33 UTC)

gust. Măcar cât să-l mai audă încă o dată pe Traian Băsescu întrebându-l retoric: „Dragă, tu nu ai altă treabă? "(voce imitativă)... Am citit undeva că politicienii români sunt în precampanie, adică se înjură mai cu jumătate de gură, în campania propriu-zisă se vor înjura cu jumătate de gură-plus unu, ca să nu se mai porcăiască şi în turul doi. Nu era de ajuns că parlamentarii au început actuala sesiune în februarie, acum aceştia vor încă o lună de vaca ştiţi care este asemănarea telurică dintre Iliescu şi Traian Băsescu? (întrebare retorică), unul şi-a luat pământ la Nana şi celălalt trăieşte pe pământ cu Nina. (introducere voce feminină: „Şi eu care mă resemnasem.") pe perioada de campanie electorală pentru europarlamentare. Sincer, mă încearcă un sentiment suspect de milă, faţă de aleşii care vor sta acasă, e adevărat nicăieri nu-i ca acasă, dar somnul de frumuseţe de acasă nu se compară cu cel de la serviciu. Adică acasă, mai ales dacă stai la bloc, legea e făcută de simbolul nostru naţional: bormaşina. Am un vecin care atunci când nu foloseşte explicit şi efectiv bormaşina, la ore de maximă audienţă şi nepotrivire, bagă înregistrări cu bormaşina veche pe care probabil a dus-o la Remat şi din când în când o evocă în sânul familiei. Fond final… Baba arde şi ţara se piaptănă!



BDD-A30662 © 2019 Editura Universităţii din Suceava
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 00:55:33 UTC)