

- limbă nematernă*, editori E. Platon, A. Arieșan, Cluj-Napoca, 2012. 128 p. ISBN 978-606-17-0290-9.
5. PLATON, Elena, BURLACU, Diana Viorela, SONEA, Ioana Silvia. Procesul de predare-învățare aRLNM la ciclul gimnazial, Cluj Napoca, 2011. ISBN 978-606-17-0073-8.
  6. Predarea și învățarea limbii prin comunicare. Ghidul profesorului. Chișinău: Cartier, 2003, 204p. ISBN 9975-79-211-1.

## DISCURSUL POLITIC – FORMĂ DE INFLUENȚĂ ȘI PUTERE

### POLITICAL DISCOURSE – FORM OF INFLUENCE AND POWER

*Larisa Noroc, doctor în istorie, conferențiar universitar,  
UPS „Ion Creangă” din Chișinău*

*Larisa Noroc, PhD, associate professor,  
SPU „Ion Creangă”, Chisinau  
ORCID: 0000-0002-6438-9567*

**CZU: 81’42**

**DOI: 10.46728/c.v3.25-03-2022.p109-115**

#### Abstract

The article deals with the subject of political discourse, as a form of social-political communication. He accompanies political action and is an important method of political influence and power. It is distinguished by the topic addressed, the institutional character and the following well-defined purpose: communication, information, motivation or manipulation, etc. The efficiency of the speech is determined by its quality, the orator's capabilities, the strategies used, but also by the level of political culture of the receiver. Building a true democracy can have an important role in the development of the political culture of the citizen, and finally, it will increase the responsibility of the subject of power.

**Key-words:** political discourse, political leader, subject of power, receiver, influence, political culture, political consciousness, cultural capital

În societatea contemporană se discută mult cu privire la fenomenul influenței, esența și manifestarea ei. Prin *influență* înțelegem totalitatea de acțiuni mai mult sau mai puțin deliberate și utilizate de subiectul influenței asupra obiectului cu scopul de a modifica comportamente. Sau, influență este percepută ca o acțiune/totalitate de acțiuni exercitate de o entitate socială (persoană, grup, instituție etc.) asupra unei ființe, grup social orientate de a modifica comportamente/forma atitudinii. Efectul influenței depinde de cultura politică a actanților comunicării, de calitatea subiectului de influență (competențele, informația, șarmul, charisma, capacitățile oratorice, calitățile fizice etc.), dar și de caracteristicile receptorului.

În prezent, nu doar politicienii, dar și actorii, poeții, ziariștii, ajung să fie aleși la diferite niveluri cheie ale puterii politice. Una din modalitățile importante la care recurge subiectul de influență este discursul. Or, *discursul* este o strategie importantă de comunicare, de influență și putere. Lucas Stephen E. în lucrarea *Arta de a vorbi în public* menționează, pe bună dreptate, că discursul este o responsabilitate etică solemnă atât pentru vorbitor, cât și pentru ascultător. Calitatea discursului expune respectul vorbitorului privind ascultătorul, prețuirea timpului acestuia, previziunea impactului. Potrivit lui Lucas Stephen E., iresponsabilitatea față de construirea și susținerea discursului ar merita o pedeapsa dura [1].

În funcție de impactul alocuțiunii (nivelul de argumentare, persuasiune, noutate) omul poate obține apreciere din partea cetățenilor, autoritate, creștere sau prăbușire de imagine. Mai mult, discursul are o puternică forță de persuasiune. Potrivit celebrului autor american Dale Carnegie „există o singură cale de a convinge pe cineva ca să facă un lucru, și anume să influențezi persoana ca să vrea să facă acest lucru. Altfel este imposibil” [2]. Vom enumera câteva personalități constructive sau distructive, care s-au evidențiat în istorie prin arta ținerii discursurilor în fața publicului: Winston Churchill, Charles de Gaulle, Adolf Hitler, Vladimir Lenin, Martin Luther King ș.a. [3] Se cunosc exemple când oratorul prin cuvântările argumentate, expuse cu ardoare și multă pasiune, încredere, cu pauze care au accentuat emoții au motivat oameni la fapte. În acest context, exemplificăm expunerile lui Winston Churchill, din Războiul II Mondial, care au inspirat englezii să-și apere insula împotriva fascismului. Grație efectului produs de luările sale de cuvânt nu doar asupra englezilor, dar și întregii lumi, Churchill a fost supranumit un orator strălucit în apărarea valorilor umane [4]. Evidențiem discursurile oratorice fascinante a lui Charles de Gaulle din 1940 ținute în exil, în momentele în care statul francez era învins, iar Republica a III-a, ce condusesse Franța pentru mai bine de șase decenii, se prăbușea sub armele germanilor. În cuvântările sale de Gaulle a făcut un apel către poporul francez, îndemnându-l să nu abandoneze lupta împotriva ocupanților naziști. Acest fapt i-a creat o imagine specială de luptător, de „om care a spus *nu*” în fața invadatorilor, configurându-i destinul său ulterior [5]. Un alt om de stat, care s-a remarcat cu discursuri în apărarea democrației, păcii și identității este Vladimir Zelenski [6].

În studiul de față ne vom referi la discursul politic ca metodă de influență politică. Conform dicționarului explicativ, discursul presupune o expunere făcută în fața unui auditoriu pe o temă politică, morală etc. Discursul politic este o formă de comunicare din sfera socio-politică și care urmărește mai multe funcții: comunicarea între exponenții puterii, opoziției, societății civile; analiza situației existente, argumentarea și promovare de opinii; convingerea, sau fundamentarea opiniilor și acțiunilor participanților; obținerea consensului între actanții comunicării; impunerea punctelor de vedere; manipularea interlocutorului; stimularea emoțiilor de mândrie sau vinovăție; motivarea la săvârșirea unor acțiuni.

Discursul cu caracter politic este determinat de tematica abordată și are un caracter instituțional. Naratorul apare în fața publicului în calitate de a exponent al unui partid/ stat și își prezintă speech-ul în cadrul parlamentului, guvernului, în timpul dezbaterilor TV, sau întâlnirilor cu electoratul etc.

Literatura privind problema cercetată, atestă interesul față discurs în general, discursul politic în special din cele mai vechi timpuri. Platon, Aristotel, Cicero, Toma de Aquino ș.a. s-au referit în operele sale la puterea cuvântului și la capacitatea lui de a modifica comportamente, de a susține anumite puncte de vedere [7]. Retorica, gramatica și logica erau considerate trei arte ale discursului, care și-au lăsat amprenta asupra educației universitare occidentale până în sec. XIX. În prezent, discursul este obiect de cercetare interdisciplinar, precum a politologilor, lingviștilor, psihologilor, filosofilor, sociologilor, economiștilor, specialiștilor în comunicare. Mai mult, specialiștii în comunicare invocă că „comunicarea se învață” și recomandă autorilor de discursuri respectarea anumitor reguli, tehnici, care de altfel, sunt vechi de cca 5000 de ani. Se consideră că inițial rolul discursului era important în justiție pentru a convinge judecătorii de dreptatea cauzei prezentate, ulterior, arta ținerii discursului a dobândit roluri importante în politică, social.

Printre autorii contemporani, care au evidențiat și analizat legătura între putere, politic și discurs menționăm pe: filosoful și omul de cultură francez Roland Barthes, sociologul și filosoful german Jürgen Habermas, filozoful și istoricul francez Paul-Michel Foucault, filosoful englez John Langshaw Austin, sociologul francez Pierre Bourdieu, lingvistul și profesorul olandez Teun A. van Dijk; politologul american Harold Lasswell ș.a. [8]. Conform autorilor, abilitatea de a elabora discursuri este caracteristică cu precădere personajelor care au acces în viața politică, posedă capital cultural, economic, dispun de timp liber. În accepția lui Pierre Bourdieu, repartizarea neegală a capitalului cultural, economic este o cauză ce afectează formarea capitalului de comunicare între putere și cetățeni. Jürgen Habermas, susține că reprezentanții elitelor sunt creatori și prezentatori ai discursurilor, deoarece au acces privilegiat la procesul politic. Pierre Bourdieu denumește această situație un monopol al profesioniștilor [9]. În această ordine de idei, vom sublinia că mass-media influențează conținuturile discursurilor politice prin invocarea anumitor teme dominante, ceea ce anihilează formarea judecății personale despre politică. Una din metodele de contrapunere monopolurilor politice este prezența mass-mediei independente și a culturii media la receptori.

Cercetătorul Zinoviev A. opinează că argumentele discursurilor sunt determinate de apartenența agentului de influență la un anumit sistem politic sau economic [10]. În această cheie, distingem mai multe tipuri de discursuri politice. În funcție de regimul politic deosebit: *discurs totalitar, autoritar, democratic*<sup>6</sup>; în funcție de ideologie: *liberal, conservator, naționalist, anarhist*; în funcție de intenție: *conflictual* (urmărește intenții negative, accentuează deosebirile și interesele, utilizează limbaj agresiv, învinuiri, critici), *de consens* (intenții pozitive, caută comunitatea intereselor, deschis spre tratative, negocieri); în funcție de subiectul care prezintă discursul: *parlamentar, prezidențial* etc. [11]

Analiza discursurilor în funcție de scopul urmărit ne permite să evidențiem - *informative, persuasive*. Discursurile informative au ca obiectiv oferirea informațiilor noi, bazate pe exemple concrete, centrat pe persoană/grup. De exemplu, omul reacționează cu interes când este informat că în rezultatul câștigului unui proiect pe strada unde locuiește se începe curând construirea sistemului de canalizare, decât dacă află informația că în 2022, în Republica Moldova vor fi implementate în cadrul Programului național „Satul european” 492 de proiecte de dezvoltare locală, în valoare totală de peste două miliarde de lei [12]. Discursul persuasiv urmărește convingerea auditoriului prin utilizarea argumentelor factologice, statistice, înaintarea soluțiilor aplicabile. În 1930, profesorul Alan Monroe a propus schema discursului persuasiv: 1. *atenție* – captarea atenției publicului, 2. *nevoie* – enunțarea problemei ce necesită a fi rezolvată, 3. *satisfacerea nevoii* – enunțarea soluției la problema respectivă, 4. *vizualizarea beneficiilor soluției*, 5. *acțiune* – solicitarea audienței să acționeze [13].

Printre metode de persuadare, care oferă credibilitatea oratorului enunțăm: competența și calificarea autorului în relație cu tema enunțată, precizarea surselor folosite, utilizarea datelor

---

<sup>6</sup> Discursul totalitar este bazat pe prelucrarea și manipularea ideologică a receptorului, monopolizarea informației de către subiectul puterii, controlul și cenzura mass-mediei, caracter unilateral, de monolog. Receptorul este atras în această formă de comunicare de a aproba opinia vorbitorului. Discursul autoritar mimează pluralismul, imită dialogul, nu duce evidență asupra sferelor nepolitice, marginalizează receptorul. Discursul democratic este o formă de comunicare la care participă trei agenți: puterea, opoziția și societatea civilă, responsabilitatea este reciprocă. Discursul democratic acordă atenție dialogului, negocierea pozițiilor, transparenței.

statistice oficiale exacte și a materialelor auxiliare, valorile susținute, alternanța tonalității și provocarea emoțiilor.

Eficiența discursului este determinat de respectarea unor regulilor în elaborarea/prezentarea lui.

1. Una din reguli se referă la organizarea discursului. Corpul discursului conține trei componente de bază: *introducere* (partea importantă, prin care se efectuează pregătirea terenului pentru prezentare și care are ca scop captarea audienței), *conținut* (prin care se aduc fapte, argumente expuse cu claritate și persuasiune), *încheiere* (decurge logic din faptele prezentate și se încheie cu o afirmație spectaculoasă, citat memorabil, pentru a rămâne viu în memorie)
2. Clarificarea scopului urmărit de vorbitor (exponentul discursului din start va clarifica scopul urmărit, este unul informativ sau de formare/schimbarea atitudine/convingere/valori).
3. Elaborarea obiectivelor specifice (identificarea obiectivelor operaționale clare, pentru ca ulterior să-și poată evalua eficiența în atingerea lor).
4. Precizarea contextului ținerii discursului. Retorul trebuia să ia în considerare *ora desfășurării activității* (receptorul ar putea să se grăbească acasă/la masă/sau la alt eveniment), *locul* (alegerea locului/localului activității în dependență de numărul de participanți, nici prea mare, nici prea mic), *iluminarea, sonorizarea* adecvată și prevederea situațiilor accidentale.
5. Cunoașterea componenței audienței (vârsta, sexul, confesiunea, rasa, apartenența organizațională etc.). Or, necunoașterea specificului publicului poate genera ostilitatea față de vorbitor. În această cheie, este necesar de completat că unele cuvinte/idei, poartă încărcătură simbolică. Succesul discursului este determinat de măsura în care simbolurile sunt în consonanță cu conștiința adresatului, cu universul lui de opinii și aprecieri.
6. Adaptarea discursul la audiență. De exemplu, un limbaj tehnic, însoțit de numeroase cifre nu va fi eficient la un auditoriu constituit din oameni de artă și cultură. Iar un discurs patetic, cu evocări neargumentate nu va avea receptivitate la tehnocrați. În acest context, statisticile sunt extrem de utile în transmiterea mesajului, atât timp cât nu se face abuz de ele. Vom menționa cuvântările președintele ucrainean V. Zelenski, care le ajustează în funcție de auditoriu. La 8.03.22, când a vorbit în fața Camerei Comunelor din Marea Britanie, în ziua a 13-a a invaziei rusești asupra teritoriului ucrainean, l-a invocat pe Churchill, a parafrazat din discursurile acestuia care spunea la 4 iunie 1940 că „Vom lupta pe plaje”, iar Zelenski a jurat că „Ucraina va lupta până la capăt” și a comparat lupta Ucrainei împotriva Rusiei cu cea a Marii Britanii împotriva lui Hitler [14]. Pentru Parlamentul grec tema a fost Mariupol, accentuând că acolo există o comunitate mare de etnici greci, iar pentru finlandezi, s-a referit la cocktailuri Molotov aruncate împotriva invadatorilor sovietici în 1939-1940. Când s-a adresat australienilor, Zelenski a vorbit despre cursa avionului MH17, a campaniei Malaysia Airlines doborât de o rachetă de fabricație rusă în 2014 în estul Ucrainei [15]. În Congresul SUA, el a făcut o comparație între bombardamentele din Ucraina cu Pearl Harbor și atentatele de la 11 septembrie [16].
7. Menținerea legăturii cu audiența. În cazul criticilor, sau confruntărilor, oratorul va recurge la negocierea pozițiilor, se va strădui să nu contrazică dur părerea alternativă, dar

își va susține opiniile personale. Nu se recomandă oratorului de a renunța la convingerile promovate.

8. Analiza subiectelor abordate prin prisma interesului public. Este de accentuat faptul, că publicul are tendințe egocentrice și este mulțumit să audă ce-l interesează. Retorul trebuie să evalueze interesul publicului și să identifice modalități de a capta atenția, aduce noutate. În acest context, limbajul trebuie să fie accesibil, adaptat ascultătorilor, iar folosirea exemplor provocatoare vor oferi plus valoare.

Abordarea oricăror subiecte necesită competență, cercetare multe aspectuală, evaluare critică, documentare din surse obiective. În acesta cheie, citarea mărturiilor unor experți recunoscuți, culegerea informațiilor din surse legitime, verificarea surselor net pentru subiectul dezbătut constituie o modalitate bună de a crește credibilitatea ideilor susținute [17].

O parte componentă a discursului politic este prezentarea acestuia. Specialiștii în comunicare menționează că modalitatea de prezentare trebuie ajustată la scopurile urmărite. Fiecare tip de prezentare are avantaje și dezavantaje .

1. Discursul *citit* – poate fi prezentat în cazul când se cere corectitudine în expunerea datelor statistice, încadrarea în timp. Dezavantajul acestui discurs este că sună nenatural, contactul cu publicul este neînsemnat, lipsesc pauzele, care sunt necesare pentru accentuarea anumitor idei. Printre recomandările care se invocă, este exersarea discursul din timp, proiectarea pauzelor, sublinierea accentelor.
2. Discursul prezentat în *baza notițelor*, impresionează prin o mai mare naturalitate decât cel citit, se respectă coerența, se menține legătura cu auditoriul și poate lesne ajustat la reacțiile auditoriului.
3. Discursul *expus după memorie* – are printre avantaje naturalitatea mesajului. Este recomandabil de a fi utilizat în cazurile expunerilor scurte. Printre dezavantaje evidențiem lipsa coerenței, omiterea unor elemente importante.
4. Discursul *improvizat*. Există numeroase situații, când persoana este nevoită să țină un discurs improvizat. La capitolul avantaje, enumerăm posibilitatea de a scoate din anonimat o persoană, obținerea de soluție alternativă în rezolvarea problemei. Un dezavantaj, care se cere a fi relatat este lipsa timpului pentru pregătirea și argumentarea acestuia. Cu toate acestea, retorul trebuie să schițeze un plan pentru temele pe care vrea să le acopere, să facă legătură cu punctul de vedere menționat anterior, să exprime poziția pe care vrea să o susțină, să argumenteze punctul de vedere prin statistici, mărturii etc., iar în final să rezume punctul de vedere susținut. În această situație previziunea posibilei luări de cuvânt este necesară.

În perioada expunerii, oratorul trebuie să conștientizeze rolul comunicării non-verbale, să fie atent la gesturi, grație, ținută, îmbrăcăminte, să evite jocul cu accesorii, mișcările prea ample, precum și gesturile necontrolate (frecarea/frângerea mâinilor, cefei), care trădează nervozitate. De un real folos în prezentarea alocuțiunilor sunt materiale ajutoare (planșe, slide-uri etc.).

O parte importantă a comunicării este răspunsul la întrebările auditoriului. Este de subliniat, că răspunsurile directe ale oratorului subliniază impresia bună despre el, mărește impactul discursului. Prin urmare, vorbitorul trebuie să exerseze posibilele întrebări și răspunsuri. Este oportun ca și la acest capitol să fie respectat un algoritm:

1. Se clarifică momentul adresării întrebărilor;

2. Se adoptă o atitudine pozitivă față de cei ce întrebă;
3. Se vor asculta atent întrebările, se vor lua notițe;
4. Răspunsurile se dau întregului auditoriu, chiar dacă a întrebat cetățeanul A;
5. Răspunsurile trebuie să fie sincere.

În continuare, vom exemplifica câteva secrete folosite de marii oratori ai timpului în discursurile sale.

Churchill, om politic și prim ministrul Regatului Unit al Mării Britanii (1940-1945; 1951-1955) – își antrena, îmbunătățea discursurile constant. Își scria discursul întreg, apoi îl diviza în părți, incluzând cuvinte de empatizare, glume, pauze, care ofereau naturalețe comunicărilor sale.

Martin Luther King Jr., cunoscutul luptător pentru drepturile civile ale persoanelor de culoare din SUA, își construia discursul bazat pe date, informații actuale, argumente. Comunica cu oamenii cu sinceritate, finalizând cu îndemn spre acțiune.

M. Thatcher – cizela discursul cu argumente, date statistice, muncea asupra dicției, tonalității vocii, introducea note personale.

Barack Obama, al 44-lea președinte al SUA, prefera să-și scrie discursurile pe foaie, apoi laptop oricând avea inspirație. Atrăgea atenție introducerii, pentru a atrage atenție, folosea glume la momente potrivite, modifica volumul și ritmul vocii, pentru accentuarea mesajelor cheie [18].

În concluzie, discursul politic este o formă de comunicare cu caracter social politic. El însoțește acțiunea politică și este o metodă importantă de influență și putere politică. Se distinge prin tematică abordată, caracterul instituțional și urmărește scopuri bine determinate precum: de comunicare, informare, motivare sau manipulare etc. Eficiența discursului este determinată de calitatea discursului, capacitățile oratorului, strategiile utilizate, dar și de nivelul culturii politice a receptorului.

#### **BIBLIOGRAFIE**

1. Lucas St. *Arta de a vorbi*. București: Polirom, 2014. ISBN: 978-973-46-4197-0
2. Carnegie D. *Secretele succesului: cum să vă faceți prieteni și să devii influent*. București: Cartea Veche Publishing, 2018. ISBN: 978-606-44-0073-4
3. Dumitrescu D., Manea M. *Personaje și personalități ale istoriei. Dicționar encyclopedic*. București: Editura didactică și pedagogică, 2009, pp. 183-184. ISBN: 9789733034001; Ficeac B. *Tehnici de manipulare*. În: <https://mediaforum.md/upload/theme-files/bogdan-ficeac-tehnici-de-manipularepdf-55ce41587220e.pdf>
4. Hentea C. *Biografii comentate (XII). Winston Churchill sau forța buldogului britanic*. În: *Ziarul financiar*. <https://www.zf.ro/ziarul-de-duminica/biografii-comentate-xii-winston-churchill-sau-fora-buldogului-britanic-de-calin-hentea-10833937> (consultat 1.08.22)
5. Lușor A. *De Gaulle, omul care a spus „Nu” capitulării*. În: <https://historia.ro/sectiune/portret/de-gaulle-omul-care-a-spus-nu-capitularii-583928.html> (consultat 2.02.22, ora 10.00)
6. Negreanu G. *Volodimir Zelenski, discurs istoric în fața Congresului American: Invazia este mai mult decât despre Ucraina, este vorba despre democrație, libertate și alegerea propriei căi*. În: *Mediafax.ro*, 16.03.2022.
7. Платон. *Государство*. În: <https://classics.nsu.ru/bibliotheca/plato01/gos03.htm> (consultat 22.07.22); *Arta de a vorbi în public*. În:

- <https://www.rasfoiesc.com/business/marketing/comunicare/ARTA-DE-A-VORBI-IN-PUBLIC58.php> (consultat 23.07.22, ora 10.00);
8. Nistor E. *Categoriile persuasive ale retoricii lui Aristotel*. [http://www.institutuldefilosofie.ro/e107\\_files/downloads/Studii%20de%20teoria%20categoriilor/vol.%206/Eugeniu%20Nistor,%20Categoriile%20persuasive%20ale%20Retoricii%20lui%20Aristotel.pdf](http://www.institutuldefilosofie.ro/e107_files/downloads/Studii%20de%20teoria%20categoriilor/vol.%206/Eugeniu%20Nistor,%20Categoriile%20persuasive%20ale%20Retoricii%20lui%20Aristotel.pdf) (consultat 17.08.22, ora 13.00.)
  9. БУРДЬЁ П. *Формы капитала*. În: *Экономическая социология*. Том 6, № 3, май 2005, С. 60-74. <https://gtmarket.ru/library/articles/2601> (consultat 11.05.22);
  10. ЗИНОВЬЕВ А.О. *Роль дискурса в организации политических позиций*. În: *Социология политики*, с. 137. <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-diskursa-v-organizatsii-politicheskikh-pozitsiy/viewer> (consultat 11.05.22, ora 17.00)
  11. Бурдые П. *Политические позиции и культурный капитал*. În: *Социология политики*. Москва: Socio-Logos, 1993;
  12. Бурдые П. *Формы капитала*. În: *Экономическая социология*. Том 6, № 3, май 2005, с. 60-74. <https://gtmarket.ru/library/articles/2601> (consultat 17.08.22, ora 12.00)
  13. Зиновьев А.О. *Роль дискурса в организации политических позиций*. În: *Социология политики*, р. 137. În: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-diskursa-v-organizatsii-politicheskikh-pozitsiy/viewer> (consultat 17.08.22, ora 13.45)
  14. Ордуханян Э. *Политический дискурс как средство политической коммуникации*. [https://iphras.ru/uplfile/root/biblio/School\\_young\\_ph/22\\_Odrukhanyan.pd](https://iphras.ru/uplfile/root/biblio/School_young_ph/22_Odrukhanyan.pd) (consultat 16.08.22, ora 16.00)
  15. <https://agora.md/stiri/105243/doua-miliarde-de-lei-pentru-492-de-proiecte-rezultatele-concursului-din-cadrul-programului-satul-european> (consultat 3.08.22, ora 9.00)
  16. *Arta de a vorbi în public*. În: <https://www.rasfoiesc.com/business/marketing/comunicare/ARTA-DE-A-VORBI-IN-PUBLIC58.php> (25.08.22);
  17. Silone Ignazio. *Școala dictatorilor*. Cluj: Dacia, 1992. ISBN 973-35-0271-5.
  18. Vulcan D. *Zelenski, ovaționat minute în șir în Camera Comunelor. „Ucraina va lupta până la capăt”*. În: <https://romania.europalibera.org/a/zelenski-ova%C8%9Bionat-minute-%C3%AEn-%C8%99ir-%C3%AEn-camera-comunelor-ucraina-va-lupta-p%C3%A2n%C4%83-la-cap%C4%83t-/31743215.html> (consultat 29.08.22)
  19. *Avionul Malaysia Airlines a fost doborât de o rachetă fabricată de Rusia*. În: <https://point.md/ru/novosti/v-mire/avionul-malaysia-airlines-a-fost-doborat-de-o-racheta-fabricata-de-rusia/> (consultat 27.05.22)
  20. *Cine este omul din spatele discursurilor lui Zelenski*. În: <https://www.digi24.ro/stiri/externe/cine-e-omul-din-spatele-discursurilor-lui-zelenski-este-un-colectionar-de-idei-si-emoții-1908847> (18.04.22, ora 19.00)
  21. Panisoara I. *Comunicarea eficientă*. București: Polirom, 2006. ISBN (13) 978-973-46-0313-8
  22. Бакетов А. *«Тэтчеризмы» на компактe, Или слова железной Маргарет*. În: <http://news.gala.net/?cat=10&id=142059> (consultat 19.05.22);
  23. Капитонова Н. *Маргарет Тэтчер: человек и политик*. În: *Новая и новейшая история*, 2007, nr. 2, с. 173-174 (consultat 19.05.22, ora 21.00);
  24. Ungureanu D. *Secretele celor mai mari oratori ai timpului*. În: <https://speaker.md/2020/11/08/secrete-mari-oratori/> (consultat 20.05.22);
  25. Beevor A. A *mesmerising oratory*. În: <https://www.theguardian.com/theguardian/2007/apr/29/greatspeeches> (consultat 17.08.22)