

**UNIVERSITATEA „OVIDIUS”, CONSTANȚA  
FACULTATEA DE LITERE  
ȘCOALA DOCTORALĂ**

# **DIALOGUL ÎN PRESA AUDIOVIZUALĂ**

## **REZUMAT**

**Coordonator științific:  
prof. univ. dr. Emilia-Domnița Tomescu**

**Doctorand:  
Valeria (Ghiță) Maftei**

**CONSTANȚA, 2012**

# CONȚINUT

Semne și convenții grafice

Sigle și abrevieri

ARGUMENT

## **I. PERSPECTIVE TEORETICE**

### **1. DIALOGUL**

1.1 Comunicarea dialogică – aspecte teoretice

1.2. Dialogul – formă privilegiată a comunicării

1.2.1. Definiții și particularități constitutive

1.2.2. Variabile contextuale

1.2.3. Tipuri de comportament comunicativ

1.2.4. Tipuri de dialog

1.2.5. Structura dialogului

1.2.6. Aspecte ale structurii interacțiunii verbale

1.3. Teorii ale pragmaticii

1.3.1. Principiul cooperării

1.3.2. Principiul politeții

1.4. Elemente de retorică a dialogului

### **2. TELEVIZIUNEA ȘI OFERTA AUDIOVIZUALĂ**

2.1 Hegemonia televiziunii

2.2 Caracteristicile televiziunii postmoderne

2.3 Programele televizate

2.3.1. Tipologii și clasificări

2.3.2. Subiectele și temele de televiziune

2.4 Moderatori și prezentatori

2.5 Invitații

2.6 Publicul

2.7 Studioul de televiziune

## **II. FORME ALE DIALOGULUI TELEVIZAT**

### **3. INTERVIUL - FORMĂ PREDILECTĂ A DIALOGULUI TELEVIZAT**

3.1. Delimitări tipologice

3.2. Analiza dialogului din cadrul interviurilor de televiziune

3.2.1. Interviul pe teme sociale

3.2.2. Interviul pe teme politice

3.2.3. Interviul pe teme culturale

3.2.4. Interviul monden

3.3. Concluzii

#### 4. DIALOGUL ÎN TALK SHOW ȘI DEZBATEREA TELEVIZATĂ

4.1. Definiții, delimitări, clasificări ale dezbaterilor și talk show-urilor televizate

4.2. Analiza dialogului în emisiuni de tip „talk show” și dezbateri

4.2.1. Structuri dialogale directe

4.2.2. Structuri dialogale mediate

4.2.3. Particularități de construcție a dialogului

4.3. Studiu de caz: analiza dialogului în dezbateri politice

4.4. Particularități ale limbajului dialogal

4.4.1. Aspecte pragmatice

4.4.2. Aspecte stilistice

4.5. Concluzii

#### 5. DIALOGUL ÎN EMISIUNI DE TIP „TELE-REALITATE”

5.1. Definiții, caracteristici, clasificări ale genului televizual *reality*

5.2. Analiza dialogului din cadrul unor programe de tip „tele-realitate”

5.2.1. Emisiuni de tip „tele-seducție”

5.2.1.1. Dialogul eristic în emisiuni de tip „tele-seducție”

5.2.2. Emisiuni de tip „tele-experiment”

5.2.3. Emisiuni de tip „tele-casting”

5.3. Concluzii

#### 6. CONVERSAȚIA CA FORMĂ A COMUNICĂRII ÎN EMISIUNILE DE DIVERTISMENT

6.1. Conversația cotidiană *versus* conversația televizată

6.2. Clasificarea emisiunilor de divertisment

6.3. Analiza dialogului din cadrul unor programe de divertisment

6.3.1. Emisiuni de tip „magazin duminical”

6.3.2. Emisiuni de tip „concurs”

6.3.3. Emisiuni de tip „matinal”

6.4. Limbajul dialogal în emisiunile de divertisment

6.4.1. Aspecte pragmatice

6.4.2. Aspecte stilistice

6.5. Concluzii

#### CONCLUZII

#### BIBLIOGRAFIE

ANEXA1: Lista emisiunilor din cadrul cărora s-a făcut selecția fragmentelor de dialog, utilizate în teza de doctorat

ANEXA 2: Corpus de texte cuprinzând fragmentele utilizate pentru analiză, în cadrul tezei de doctorat

## SIGLE ȘI ABREVIERI

### SIGLE:

1. CNA – Consiliul Național al Audiovizualului.
2. DE - *Dicționarul enciclopedic*, vol. I, 1993, București, Editura Enciclopedică.
3. DMC - *Dictionary of Media and Communication*, 2009, Marcel Danesi, Armonk, N.Y., M.E. Sharpe.
4. DȘL- *Dicționar de științe ale limbii*, 2001, București, Nemira.
5. ET - *Encyclopedia of Television*, 2004, Chicago, Museum of Broadcast Communication.
6. GALR- *Gramatica limbii române*, vol. II, *Enunțul*, 2005, București, Editura Academiei Române.
7. IVLRA - *Interacțiunea verbală în limba română actuală. Corpus (selectiv). Schiță de tipologie*. București, 2002, Editura Universității din București.
8. LNPR - *Le Nouveau Petit Robert*, 2002, Paris, Édition Le Petit Robert.
9. NODEX – *Noul dicționar explicativ al limbii române*, 2002, București, Litera Internațional.

### ABREVIERI:

cf. = compară cu;

engl. = engleză;

etc. = et caetera;

ex. = exemplu;

fr. = franceză;

nr. = număr;

pers.= persoana;

tv.= (de) televiziune;

vs.= versus.

## DIALOGUL ÎN PRESA AUDIOVIZUALĂ

### REZUMAT

**Cuvinte cheie:** dialog, televiziune, strategii discursive, comportament dialogal, cooperare dialogală, politețe verbală.

Lucrarea noastră este dedicată dialogului ca formă a comunicării în presa audiovizuală<sup>1</sup>. Ne-am îndreptat atenția către comunicarea televizată întrucât, prin emisiunile și programele difuzate, ilustrează numeroase forme ale interacțiunii verbale, într-o tematică diversă. În al doilea rând, dialogul este forma care surprinde cel mai bine relaționarea participanților și strategiile adoptate pentru reușita comunicării. Dialogul este forma de comunicare de bază, în numeroase genuri și programe televizuale. La nivel pragmatic-discursiv, această bogăție informațională a constituit o interesantă sursă de analiză.

Alegerea acestui domeniu de cercetare s-a datorat, în mare parte, popularității crescânde a mediului audiovizual. În al doilea rând, dialogul în cadrul instituționalizat al televiziunii, este, în ultimul deceniu, „victima” unei transformări evidente, prin erodarea limbajului și hibridizarea genurilor, totul pentru a deține supremația în audiență. Presa scrisă a semnalat încă de la sfârșitul secolului trecut, canalizarea televiziunilor pe nevoia de spectaculos, de senzațional, printr-un limbaj exploziv și un dialog incisiv, pentru care publicul are o tot mai mare apetență. Această „metamorfoză” a schimburilor verbale televizate merită, credem noi, a fi analizată.

În lucrarea noastră, ne-am propus o abordare a comunicării dialogale dintr-o perspectivă pragmatic-discursivă, vizând interacțiunea verbală în contextul instituționalizat al televiziunii. Alegerea perspectivei pragmatice s-a datorat caracterului interdisciplinar al acestui domeniu (interferențe cu ramuri ale lingvisticii precum sociolingvistica, etnolingvistica, psiholingvistica). De asemenea, am avut în vedere și definiția pragmaticii ca disciplină al cărei obiect îl constituie „limba, privită nu ca sistem de semne, ci acțiune și interacțiune comunicativă.” (DȘL 2001: 396). În ceea ce privește analiza de discurs, facem precizarea că am utilizat termenul „discurs” în accepția școlii franceze, perspectivă împărtășită și de unii cercetători români (Rovența-Frumușani 2004, Beciu 2009).

---

<sup>1</sup> În cadrul tezei noastre vom folosi termenul „audiovizual” pentru a desemna doar mediul televiziunii. Dihotomia presă scrisă – presă vorbită este folosită în literatura de specialitate, termenii fiind înregistrați și în DEX. Sintagma „presă audiovizuală” delimitează televiziunea de radio; expresia a fost folosită de mai mulți cercetători din domeniu (Charaudeau, Ghiglione 2005; Bertrand 2001; Stoichițoiu-Ichim 2001). (cf. fr. *presse audiovisuelle*).

Discursul indică [...] modul în care un actor social utilizează un limbaj (conversațional, științific, administrativ etc.) precum și alte resurse comunicaționale (limbajul non-verbal, diverse mijloace de comunicare etc.) astfel încât să poată formula un „punct de vedere” sau o poziție în legătură cu ceea ce comunică și în raport cu interlocutorii. (Beciu 2009: 33-34)

Considerăm că abordarea pragmatică-discursivă este adecvată pentru a studia și analiza discursul dialogal, ca formă predilectă a comunicării în presa audiovizuală.

În ceea ce privește domeniul de cercetare, am urmărit acele structuri audiovizuale care au inclus un schimb verbal, indiferent de numărul participanților la dialog, identitatea acestora ori tematica abordată. Un alt criteriu, prin care ne-am delimitat sfera de cercetare, a fost natura emisiunilor televizate: astfel, pentru analiza dialogului ne-am oprit doar asupra acelor programe care prezentau un discurs „neregizat”.<sup>2</sup> Prin urmare, am exclus genuri televizuale precum filmele și seriile de televiziune, reclamele și orice tip de program care implică dialogul „regizat”. Materialul cules pentru teza noastră a fost realizat prin selectarea emisiunilor difuzate în intervalul: ianuarie 2007 - iunie 2012. Analiza s-a făcut pe un corpus nou (Anexa 2), realizat personal, prin înregistrarea pe suport magnetic a unor fragmente din cadrul programelor vizate.

Înregistrările făcute au urmărit acumularea unui material de lucru diversificat care să permită analiza dialogului din mai multe puncte de vedere. Cele mai importante criterii de clasificare a dialogurilor analizate sunt: conținutul (conversație vs. discuție), numărul de participanți (doi sau mai mulți), relaționarea participanților (dialog conflictual vs. dialog neconflictual), rețeaua de comunicare și raportul de putere.

Principalele obiective ale lucrării noastre au fost:

- analiza dialogului în contextul interacțiunii verbale instituționalizate;
- stabilirea unor caracteristici ale dialogului în presa audiovizuală;
- alcătuirea unui corpus de texte care să transpună scriptic fragmente de dialog televizat, exemple genuine de interacțiune verbală în context instituționalizat.

În afara obiectivelor mai sus enunțate, ne-am propus să verificăm prin cercetarea noastră o serie de ipoteze enunțate în alte lucrări de specialitate:

- evidențierea gradului de „conversaționalizare”<sup>3</sup> a discursului televizat (Fairclough 1995);

---

<sup>2</sup> În cadrul lucrării noastre am folosit termenul (dialog) „neregizat” ca echivalent al termenului engl. „unscripted (talk)” utilizat de Goffman (1981).

<sup>3</sup> Prin „conversaționalizare” înțelegem uniformizarea limbajului din cadrul programelor televizate prin utilizarea unor termeni familiari, specifici conversației cotidiene (Fairclough 1995: 10).

- prevalența unei conduite verbale politicoase (Fairclough 1995; Charaudeau, Ghiglione 2005; Bignell, Orlebar 2009).

Din punct de vedere metodologic, pentru realizarea tezei noastre am avut în vedere diversitatea interacțiunilor verbale care variază de la comunicarea diadică, la cea de grup și, evident, la cea de masă. În acest context, alegerea unei metode unice de analiză ar fi însemnat limitarea câmpului de cercetare, dar și inadecvarea la situație. Prin urmare, am optat pentru o abordare interdisciplinară, utilizând pe lângă metode specifice pragmaticii (analiza conversațională, elemente ale analizei de discurs), metode sociologice (observația, analiza behavioristă, asimetria de rol) și metode ale retoricii (analiza strategiilor argumentative).

Am preluat metoda analizei conversaționale, după modele consacrate precum cel al lui Scannell (1991) sau Hutchby (2006), cu accent pe importanța secvențialității și a principiului alternanței. Am optat și pentru elemente ale analizei de discurs, după modelul lui Fairclough (1995); am preluat din metodologia analizei de discurs preocuparea pentru analiza contextului comunicațional și a strategiilor și mărcilor discursive.

Selecția posturilor de televiziune de unde s-au realizat înregistrările s-a făcut în funcție de: audiență, acoperire națională, pondere a emisiunilor informative și de dezbatere, asumarea unui rol cultural și educativ – după modelul utilizat în rapoartele CNA. Am urmărit 10 posturi românești de televiziune: *TVR 1, Antena 1, ProTV, Realitatea TV, Prima TV, TVR 2, TVR Cultural, Antena 3, B1 TV, Kanal D*.

Alegerea emisiunilor de analizat s-a făcut în funcție de mai multe criterii:

- structura lor tip dialogică (am limitat cercetarea noastră doar la studiul emisiunilor care presupun interacțiune verbală directă ori mediată);
- conținutul veridic, nonficțional, participanții la situația de comunicare oferind răspunsuri construite *ad-hoc*;
- cota de audiență înregistrată (surse: sondaje INSOMAR 2007 și IRES 2011, publicate pe site-ul oficial al CNA);
- tipologia genurilor audiovizuale (dezbaterea, talk show-ul, interviul, emisiunea de tip magazin / de divertisment, reality show-ul).

Pentru diferențiere, dar și pentru diversificare, s-a urmărit înregistrarea secvențelor dialogale din cadrul unui număr cât mai mare de emisiuni televizate și a unor programe cu format diferit și tematică distinctă. Transcrierea fonetică a fost simplificată, pentru

facilitarea accesului la conținut. Înregistrările sunt în format electronic ceea ce permite accesarea lor oricând, inclusiv realizarea unor transcrieri fonetice de acuratețe.

Lucrarea cuprinde o parte teoretică (primele două capitole), dedicată elementelor de comunicare dialogică și domeniului televiziunii; a doua parte este una de analiză a dialogului la nivelul organizării pragmatic-discursive (capitolele 3-6). Capitolele de analiză au urmărit structuri specifice de sintaxă dialogală, comportamente și roluri dialogale, mărci și strategii pragmatic-discursive, raportarea la principiile cooperării și politeții ș.a. Menționăm că, acolo unde a fost posibil, am evidențiat aspectele teoretice cu ajutorul exemplelor rezultate din analiza dialogului televizat.

În primul capitol, *Dialogul*, am delimitat cadrele teoretice ale lucrării, selectând doar acele aspecte care sunt relevante pentru analiza pe care o întreprindem în partea a doua. Astfel, capitolul include, în prima parte, o detaliere a tipurilor de dialog și a unităților constituente, precum și alte aspecte teoretice care vizează interacțiunea verbală, cum ar fi competența dialogică, tipuri de comportamente comunicative, mărci discursive ș.a. În a doua parte a capitolului, am detaliat elemente de teorie pragmatică, pentru a ilustra acele concepte pe care le-am folosit în analiza textelor dialogale. Ne referim aici în primul rând la principiul cooperării (Grice 1975) și la principiul politeții (Lakoff 1977; Leech 1983; Brown și Levinson 1987), dar și la aspecte ale impoliteții dialogale (Culpeper 1996; Bousfield 2008). Am selectat și câteva repere teoretice ale retoricii<sup>4</sup>, cu accent pe elementele regăsite în dialogul politic televizat.

Al doilea capitol, *Televiziunea și oferta audiovizuală*, este o prezentare cu caracter general a mediului televizual. Am inclus o succintă descriere a televiziunii postmoderne, cu accent pe principalele modificări cauzate de trecerea de la „paleo-” la „neoteleviziune” (Eco 1985). În al doilea rând, am selectat câteva dintre elementele relevante pentru analiza dialogului televizat, începând cu contextul (spațiul caracteristic emisiunilor televizate – un spațiu diferit în funcție de utilitatea sa: studio de știri sau platou - în cazul reality-show-ului), continuând cu participanții (prezentatori, invitați, public spectator / telespectator) și, bineînțeles, tematica dialogurilor. Acest capitol nu a urmărit o prezentare exhaustivă a mediului televizual, ci doar detalierea elementelor ce dau specificitate acestui mijloc de comunicare în masă, având în vedere obiectivele lucrării noastre.

A doua parte a lucrării este dedicată analizei dialogului televizat, în funcție de specificul genurilor jurnalistice. Capitolele includ mai multe secvențe de analiză, menite să

---

<sup>4</sup> Menționăm că în cadrul lucrării noastre am folosit termenul „retorică” cu următoarele accepții: „ 1) Arta de a vorbi frumos și convingător; oratorie; elocvență. 2) Ramură a științei limbii care se ocupă cu studiul acestei arte. /<ngr. ritoriki, lat. rhetorica, fr. Rhétorique” (NODEX 2002).

evidențieze structuri dialogale diferite, într-o diversitate de situații comunicative, și se încheie cu concluzii parțiale, în care sintetizăm observațiile cu privire la caracteristicile interacțiunii verbale ale genului respectiv. Tiparul aplicat în toate cele 4 capitole este rezultatul propriei concepții; pentru elaborarea acestui model de analiză am avut în vedere lucrări care au inclus analize de conversație televizată: Fairclough (1995), O’Keeffe (2006), Hutchby (2006).

Schema de analiză include: stabilirea particularităților situației de comunicare (în funcție de specificul fiecărei emisiuni); detalierea contextului comunicativ (dată, loc, participanții; scopul dialogului); identificarea tipurilor de putere<sup>5</sup> implicate în interacțiunea verbală; descrierea tipului de rețea de comunicare<sup>6</sup>; analiza comportamentului comunicativ; analiza strategiilor discursive; detalierea aspectelor de pragmatică și stilistică; identificarea particularităților de limbaj. Dat fiind faptul că analizele au vizat mai multe tipuri de emisiuni, acolo unde a fost cazul, am adaptat schema în funcție de specificul acestora.

Capitolul al treilea, *Interviul – formă privilegiată a dialogului televizat*, prezintă mai multe analize ale unor fragmente de interviuri. Interviul este una dintre cele mai utilizate metode de obținere rapidă și sigură a informației. În plus, fiind de cele mai multe ori înregistrat, permite difuzarea sa în cadrul unor programe diverse: de știri, culturale, economice, politice ș.a. Pentru lucrarea noastră, principiul de selecție a fost în primul rând de ordin tematic (am selectat astfel: interviul cultural, politic, social și monden), iar în al doilea rând, a fost tipul dialogului (de informare, de portretizare sau de comentare). Analiza a vizat compararea unor structurilor dialogale în contexte diferite, cu accent pe identificarea strategiilor jurnalistului, dar și pe reacțiile invitatului. Un alt aspect al cercetării a inclus modalitatea de negociere prin schimb verbal a limitei informaționale și a perimetrului accesibil presei.

Interviul de televiziune este, în mare parte, rezultatul atitudinii jurnaliștilor. Analiza dialogului a reliefat faptul că sunt situații în care reporterii adoptă o atitudine ofensivă (a se vedea în special interviurile politice), uzând de toate mijloacele verbale pentru a obține un răspuns, și situații, mult mai rare, când există un pact nedeclarat, iar dialogul

---

<sup>5</sup> French și Raven au identificat cinci baze ale puterii sau influenței sociale: a expertului, referențială, recompensatoare, coercitivă, legitimă (în Cartwright și Zander, 1968: 259). Cf și McQuail 1999.

<sup>6</sup> Rețele de comunicare au fost identificate pe baza unor studii experimentale, axate pe comunicare la nivel de grup și se diferențiază prin gradul de centralizare / descentralizare a deciziilor luate la nivelul grupului (Bavelas, A., 1950, *Communication Patterns in Task-oriented Groups*. Journal of the Acoustical Society of America, 22, 723-730).

decurge armonios, fără nici un incident (este cazul interviurilor „prearanjate”). Organizarea dialogului, cu existența unei structuri clare, care să confere coerență comunicării, este tot atribuția reporterului. Am identificat în cadrul analizei noastre atât exemple de dialog foarte bine structurat, cât și discuții mai puțin organizate, chiar lipsite de coerență discursivă.

O caracteristică aparte a interviurilor o constituie strategiile de eludare și de trenare a răspunsurilor, aspect întâlnit în special în interviurile cu miză politică, dar nu numai. Spre deosebire de alte genuri televizuale, acesta presupune acordul prealabil al intervievatului de-a se supune unor întrebări, mai mult sau mai puțin incomode. Acceptând participarea la interviu, invitatul se angajează că va da răspunsuri tuturor întrebărilor ce îi sunt formulate; totuși, există momente când dialogul intră într-un impas cauzat de conținutul întrebării, invitatul căutând să eludeze răspunsul.

Structura dialogală și modalitatea de construcție a interacțiunii verbale sunt influențate de scopul urmărit prin realizarea interviului. Interviurile care au ca scop delectarea publicului spectator (cum este cel monden), includ mai multe forme de interacțiune verbală (moderator-jurnaliști, moderator-invitat, invitat-jurnaliști) într-un limbaj informal, familiar chiar, fără a urmări să obțină o anumită informație de la invitat. Structura tipică a dialogului urmează tiparul conversației uzuale: întrebare – răspuns – feed-back. Interviurile de popularizare (a unui eveniment, lansarea unei cărți) sunt centrate pe acel subiect, iar structura dialogului nu este complexă, urmărindu-se evidențierea obiectului discuției, în modul cel mai clar cu putință. Interviurile cu temă politică sau socială sunt, de cele mai multe ori, și interviuri de comentare a unei situații particulare, fapt ce conduce la intervenții multiple din partea jurnalistului / jurnaliștilor și la presiuni exercitate de aceștia pentru a obține răspunsuri precise, concludente, la anumite întrebări.

În al patrulea capitol, *Dialogul în talk show și în dezbaterile televizate*, ne-am propus o analiză în paralel a două genuri televizuale. Am ales această abordare datorită particularităților de manifestare ale acestor genuri pe canalele românești, ele fiind văzute într-o relație de întrepătrundere și, de multe ori, de interdependență. Dat fiind faptul că aceste două genuri televizuale dețin supremația de audiență pe canalele românești (alături de genul „reality”), capitolul are o structură aparte, incluzând pe lângă numeroase secvențe de analiză și un studiu de caz, dedicat dezbaterii finale din campania electorală prezidențială, 2007.

Există două deosebiri majore între interacțiunile verbale din talk show-urile culturale, mondene, medicale și cele politice: în cazul primelor, interacțiunea verbală poate varia ca

formă, structurile dialogale fiind relativ mobile, în schimb, în cazul talk show-urilor politice ori al dezbaterilor, structura dialogului este fixă, uneori prestabilită, cu alocarea cuvântului numai de către moderator. A doua deosebire o constituie limbajul: dacă în dezbateri și talk show-uri politice limbajul este unul predilect standard, cu termeni specifici sferei politico-sociale, în celelalte tipuri de talk show, chiar și în cel medical, limbajul este predilect familiar.

Poate cea mai evidentă caracteristică a dialogului din talk show-urile și dezbaterile politice de pe canalele românești de televiziune, este componenta eristică. În ciuda faptului că, în mod teoretic, acestea ar trebui să conțină dialoguri de persuadare ori negociere pentru a se păstra limitele unor discuții civilizate, în majoritatea cazurilor, dialogul capătă accente conflictuale sau chiar degenerează într-un conflict verbal. De cele mai multe ori, comunicarea eșuează, iar tema discuției este abandonată, moderatorul intervenind pentru redirecționarea dialogului.

Capitolul al cincilea este dedicat *Dialogului în emisiuni de tip „tele-realitate”*. Analiza urmărește dialogul în cadrul unor formate consacrate de tip „tele-seduție”, „tele-experiment” și tele-casting”,<sup>7</sup> cu accent pe strategiile persuasive și argumentative. Un alt obiectiv al acestui capitol a fost reliefarea particularităților structurale și de conținut, în condițiile existenței unui dezechilibru în raportul de putere; acest dezechilibru este cauzat fie de gradul de impunere al moderatorilor, ori de existența discrepantei între rolul impus și cel asumat.

Una dintre observații vizează structura dialogului, care este mult mai puțin constrânsă de reguli decât în cadrul altor genuri televizuale, precum interviul ori dezbaterile. Comunicarea nu este întotdeauna coordonată de la centru, de către un moderator, aspect ce conferă o relativă libertate interacțiunii verbale (de exemplu, permite schimbul de rol). Rolul moderatorului este minimalizat, accentul fiind pus pe comportamentul și interrelaționarea participanților.

Limbajul din cadrul reality-show-urilor este predilect familiar, susținut în acest registru chiar de moderatorii / prezentatorii emisiunilor. Se încurajează astfel sentimentul de identitate cu telespectatorul obișnuit, prin prezentarea unor oameni care vorbesc spontan, exprimându-se în modul în care s-ar adresa și celor apropiați, familie, prieteni. Totuși, se observă existența unei cenzuri la nivelul vocabularului, participanții evitând, în general, chiar și în situația dialogului conflictual utilizarea insultei și a jignirilor. Considerăm că această autocenzură nu se datorează conștientizării faptului că mesajul

---

<sup>7</sup> Tipuri de programe „tele-realitate” conform clasificării făcute de Zeca-Buzura (2007:80).

poate fi auzit de toată lumea (prin intermediul camerelor de filmat), cât faptului că în emisiunile analizate miza era suficient de mare, încât să funcționeze ca factor motivant. Chiar și în programele în care, în aparență, nu se evaluează felul în care se vorbește, participanții și-au reprimat dorința de-a critica juriul, de-a chestiona alegerea făcută, de-a acuza ori dezaproba deciziile celorlalți participanți.<sup>8</sup> Opinăm deci, că limbajul folosit în cadrul interacțiunilor verbale este uzual, dar nu într-un totu spontan.

Ultimul capitol de analiză, *Conversația ca formă a comunicării în emisiunile de divertisment*, reunește observații asupra mai multor formate ale programelor de divertisment: concursuri de cultură generală, emisiuni de tip „matinal” și emisiuni de tip „magazin”. Analiza pornește de la premisa unor asemănări formale între conversația cotidiană, „liberă”, și cea din cadrul emisiunilor de divertisment.

În opinia noastră, analiza fragmentelor dialogale a indicat diferențe majore între conversația cotidiană și cea televizată, ca de exemplu, scopul dialogului: dacă în primul caz scopul principal este de împărtășire de cunoștințe, în al doilea caz este de divertisment / seducție. Din această deosebire rezultă o altă, majoră: în dialogul televizat, ținta comunicării, alocutorul real, dar pasiv, este telespectatorul, interlocutorul din platou fiind uneori un „instrument” de orientare a informației în sensul dorit. În timp ce în conversația cotidiană intervențiile și schimbul de rol sunt negociate și echilibrate *hic et nunc*, în cadrul emisiunilor televizate, acest lucru arareori se întâmplă, rolurile fiind prealocate, prezentatorul arogându-și dreptul de-a interveni și redirecționa cuvântul către altcineva sau către alt subiect de discuție. Temele unei conversații televizate sunt, de regulă, anterior stabilite, fie în acord cu invitatul / invitații, fie prin anticiparea unor subiecte de discuție. Stilul abordat de participanți este diferit, în conversația cotidiană fiind unul natural, lipsit de excese stilistice, familiar, cu accente argotice; stilul dialogului televizat este tendențios, puternic ironic, familiar, cu accente ludice.

O altă trăsătură definitorie a dialogului de tip conversațional din cadrul emisiunilor de divertisment este libertatea de exprimare. Cu excepția reality show-urilor, care sunt la fel de permissive în privința limbajului, nici un alt gen televizual nu ilustrează mai bine expresivitatea limbajului decât formatele de divertisment. Astfel, pe lângă o varietate de mijloace stilistice, se remarcă preferința pentru ironie și comportamentul ludic, mai ales din partea unora dintre moderatori / prezentatori.

---

<sup>8</sup> Observația este făcută cu privire la materialele difuzate. Suntem conștienți de posibilitatea trunchierii imaginilor, dar în lucrarea noastră ne referim strict la ceea ce este difuzat, la produsul televizual finit.

Teza propriu-zisă este însoțită de două anexe. Anexa 1 include lista emisiunilor din cadrul cărora s-a făcut selecția fragmentelor de dialog, utilizate în teza noastră. Menționăm că sunt incluse doar titlurile emisiunilor din care am păstrat secvențele de interacțiune verbală, chiar dacă numărul programelor urmărite (și chiar înregistrate), a fost inițial mai mare. Anexa 2 include, în ordinea în care sunt inserate în cadrul tezei, toate fragmentele de dialog utilizate în lucrarea noastră. Acestor anexe li se adaugă lista cu sigle și abrevieri precum și convențiile de transcriere fonetică – acestea fiind așezate la începutul lucrării. Cu privire la modalitatea de realizare a transcrierii fonetice, menționăm că am preluat modelul utilizat de L. Ionescu-Ruxăndoiu (2002), dar pentru o mai mare accesibilitate a tezei noastre, am păstrat doar anumite convenții, de largă utilizare în literatura de specialitate; acestora le-am adăugat câteva, pentru a evidenția aspecte întâlnite în anumite situații de comunicare.

Scopul tezei noastre a fost să identificăm particularitățile dialogului din cadrul emisiunilor televizate. Prezentăm în continuare o parte din concluziile la care am ajuns, în urma analizei fragmentelor dialogale:

1. Dialogul televizat, deși puternic „conversaționalizat” (cf. Fairclough 1995), nu este un subtip al conversației cotidiene. Pentru a susține acest punct de vedere, menționăm că pe lângă aspectele identificate de cercetători în domeniu (rolurile prealocate, fixe, raport inegal de putere, scopuri diferite), adăugăm observațiile proprii cu privire la constrângerile asupra comportamentului dialogic. Astfel, majoritatea schimburilor verbale realizate într-un studio de televiziune stau sub semnul „artificialității”, din cauza restrângerii conținutului, limitării răspunsurilor invitaților prin raportare la diverși factori: participanții la reality show sunt constrânși de rolul pe care și l-au asumat; participanții într-un talk show sau dezbateri sunt constrânși atât de calitatea în care se prezintă, cât și de ceilalți participanți care îngreșesc accesul la cuvânt, iar informația este astfel trunchiată; competitorii din diverse concursuri de cultură generală au intervențiile limitate de existența unor reguli, dar și de imixtiunea moderatorului. În aceste condiții, interacțiunea verbală este fragmentată, incompletă, replicile fiind supuse unei stricte delimitări temporale. Dacă în cazul dialogului liber (conversației cotidiene), nu există întotdeauna o temă prestabilită, în cazul dialogurilor televizate, discuția este concentrată în jurul unei teme anunțate încă de la începutul emisiunii. Schimbarea subiectului discuției este, cel mai adesea, sancționată de ceilalți participanți la schimbul verbal.

2. Din punctul de vedere al structurii dialogice, am remarcat existența unui dublu adresant: interlocutorul / interlocutorii din studio și publicul spectator / telespectator. În

plan lingvistic, acest lucru determină utilizarea unor mărci de structurare a dialogului distincte (atât de inițiere cât și de menținere și de încheiere).

Între emisiunile cu scop informativ-educativ (știrile, dezbaterile, talk show-urile) și cele cu scop distractiv sau persuasiv (reality show-uri, concursuri, emisiuni de divertisment) există deosebiri în organizarea dialogului. Astfel, în prima situație, construcția dialogului se face pe adiacența întrebare – răspuns; în schimb, în emisiunile de divertisment, structura dialogului este ternară: întrebare – răspuns – feed-back. Diferența între cele două tipuri de structuri este explicabilă prin gradul mai scăzut sau mai ridicat de „conversaționalizare”.

3. În ceea ce privește modalitatea de realizare a dialogului, dominantă este forma interviului, în majoritatea genurilor televizualului. Astfel, pe lângă formele consacrate din cadrul emisiunilor de știri, am remarcat prezența acestei forme de dialog și în emisiuni de tip „matinal”, concursuri de cultură generală ori în reality-show-uri. Principalul argument pentru utilizarea acestei forme de interacțiune în defavoarea altora (dezbateri, comentare, discuții libere, explicația etc.) este posibilitatea unui control eficace din partea moderatorului, care deține rolul prealocat de lider al dialogului, impunând temele de discuție, pauzele publicitare, dar și momentul încheierii interviului.

4. O influență majoră asupra dialogului (structură, evoluție, finalitate) o are moderatorul. Factorul decisiv într-o interacțiune verbală este, în majoritatea interacțiunilor verbale analizate, moderatorul. Astfel, sunt situații în care acesta nu impune o structură clară dialogului, iar rezultatul duce la discuții libere, în discrepanță cu așteptările telespectatorilor de la respectiva emisiune. Alteori, moderatorul intervine excesiv, opinează, comentează, contrazice invitații, încercând, în virtutea puterii legitime, să își impună punctul de vedere (este cazul multor moderatori de talk show-uri și dezbateri pe teme politice). Există și situații în care moderatorii impun o anumită structură a dialogului, ca în cazul emisiunilor de tip „concurs”, unde participanții trebuie să se rezume la a da un răspuns la întrebarea formulată; sunt însă cazuri în care moderatorul se abate în mod deliberat de la structura întrebare – răspuns – confirmare / infirmare, prin strategii de inducere în eroare și influențare a participanților. La polul opus se află moderatorii emisiunilor de tip „tele-realitate”, al căror rol se rezumă, de multe ori, la observare și, doar când e nevoie, se intervine. Dialogul din cadrul acestor emisiuni este, prin urmare, mai variat sub raport structural, concurenții comunicând liber, prin rețele de tip „multicanal”, fiind mai rar organizați de la centru, prin rețele de tip „roată”.

5. Nevoia tot mai accentuată a presei de a difuza știri de senzație se reflectă în mediul

televizual tot mai pregnant, chiar și în discursuri puternic formale cum este cel al interviului din cadrul știrilor. Astfel, fie prin mărci ale implicitului, fie în mod direct, sub forma oferirii de servicii în slujba publicului telespectator, moderatorii găsesc calea de a incita spre dezvăluirea unor știri inedite și, în același timp, de a promova imaginea respectivului post de televiziune.

6. În ceea ce privește raportul de putere dintre participanții la dialogurile televizate, analiza de dialog a indicat supremația reprezentanților mass-media, fie ei reporteri, crainici, prezentatori, moderatori ori animatori. Astfel, în aproape toate interacțiunile verbale purtate în spațiul televiziunii, puterea legitimă a revenit jurnalistului care a făcut uz de aceasta, începând cu alegerea invitaților în studio și încheind cu distribuirea accesului la cuvânt ori limitarea acestuia. În mod excepțional, am întâlnit și situații în care puterea legitimă a jurnalistului a fost ignorată, iar rolurile prealocate au fost inversate: o astfel de excepție o constituie dialogul televizat purtat în afara spațiului televiziunii; un al doilea exemplu îl constituie dialogul cu o personalitate, care, în virtutea statutului său, poate încerca să răstoarne raportul de putere.

7. Din punct de vedere pragmatic, dialogul televizat a reliefat existența unei cooperări lingvistice, dar aceasta a fost, de cele mai multe ori, condiționată de scopurile participanților la dialog. Astfel, dacă în cazul interviurilor și a emisiunilor de tip „tele-realitate” am remarcat cooperarea participanților prin respectarea principiului politeții, în special prin maxima aprobării și a generozității, în cadrul dezbaterilor și talk show-urilor s-a constatat încălcarea deliberată a principiilor de cooperare și politețe lingvistică.

În general, participanții la emisiunile televizate utilizează, cu predilecție, strategii verbale ale politeții pozitive, în virtutea funcției de seducere și de divertisment a televiziunii, obținându-se astfel ceea ce Charaudeau (2005) numea „iluzia convivialității”. Am identificat un număr relativ scăzut de acte de impolitețe verbală, acest aspect fiind justificat atât prin faptul că dialogurile se desfășoară în spațiul public, instituționalizat, al televiziunii, cât mai ales prin dorința participanților de a nu da naștere unui conflict verbal care ar putea prejudicia imaginea de sine.

Lucrarea noastră, „Dialogul în presa audiovizuală”, se dorește a fi o contribuție utilă în analiza conversației în contextul instituționalizat al televiziunii. Fără a pretinde că am epuizat aspectele definitorii ale dialogului din mediul audiovizual, am urmărit ca, prin intermediul acestei teze, să fixăm elementele caracteristice interacțiunii verbale din cadrul programelor televizate nonficționale.

## BIBLIOGRAFIE SELECTIVĂ

1. Aristote, 1967, *Rhétorique*, I, 2. Paris, Société d'Édition *Les Belles Lettres*.
2. Armengaud, Francois, 1985, *La pragmatique*, Paris, PUF.
3. Austin, John Langshaw, 1962, *How to Do Things with Words*, Cambridge, Harvard University Press.
4. Balaban, Delia, 2009, *Comunicare mediatică*, București, Tritonic.
5. Bavelas, Alexander, 1950, „Communication Patterns in Task-oriented Groups” în *Journal of the Acoustical Society of America*, 22, 1950, p.723-730.
6. Bârlea, Gheorghe, 2004, *Peithous Demiourgos*, Târgoviște, Bibliotheca.
7. Beciu, Camelia, 2009, *Comunicare și discurs mediatic*, București, Comunicare.ro.
8. Bertrand, Jean-Claude (coord.), 2001, *Introducere în presa scrisă și vorbită*, traducere coordonată de Mirela Lazăr, Iași, Polirom.
9. Bignell, Jonathan, 2004, *An Introduction to Television Studies*, London, Routledge.
10. Bignell, Jonathan, Orlebar, Jeremy, 2009, *Manual practic de televiziune*, traducere de Carmen Catană, Iași, Polirom.
11. Bourdieu, Pierre, 1998, *Despre televiziune*, traducere și postfață de Bogdan Ghiu, București, Meridiane.
12. Bousfield, Derek, 2008, *Impoliteness in Interaction*. Philadelphia și Amsterdam, John Benjamins.
13. Brown, Penelope, Levinson, Stephen C., 1987, *Politeness. Some Universals in Language Use*, Cambridge, Cambridge University Press.
14. Charaudeau, Patrick, 1983, *Langage et discours*, Paris, Hachette.
15. Charaudeau, Patrick, Ghiglione, Rodolphe, 2005, *Talk-show-ul. Despre libertatea cuvântului ca mit*, traducere de Oana Pocovnicu, Iași, Polirom.
16. Coculescu, Steluța, 2008, *Discursul televizual între comunicare și polemică*, Ploiești, Editura Universității Petrol-Gaze.
17. Coman, Mihai, 1996, *Din culisele celei de-a patra puteri*, București, Carro.
18. Coman, Mihai, (coord.), 1997, *Manual de jurnalism: Tehnici fundamentale de redactare*, Iași, Polirom.
19. Culpeper, Jonathan, 1996, „Towards an Anatomy of Impoliteness”, în *Journal of Pragmatics*, 25, p. 349-367.
20. Dascălu-Jinga, Laurenția, Pop, Liana, (coord.), 2003, *Dialogul în româna vorbită*, București, OscarPress.

21. Dascălu-Jinga, Laurenția, 2006, *Pauzele și întreruperile în conversația românească actuală*, București, Editura Academiei Române.
22. Ducrot, Oswald, 1980, *Les échelles argumentatives*, Paris, Les édition de Minuit.
23. Eco, Umberto, 1985, *La guerre du faux*, Paris, Grasset & Fasquelle.
24. Fairclough, Norman, 1995, *Media Discourse*, London, Edward Arnold.
25. Fiske, John, 1987, *Television Culture*, Londra, New York, Routledge.
26. Foucault, Michel, 1971, *L'ordre du discours*, Paris, Gallimard.
27. French, John, Raven, Bertram, 1968, „The Bases of Social Power”, în Cartwright și Zander (eds), *Group Dynamics*. New York, Harper & Row, p. 259-269.
28. Goffman, Erving, 1967, *Interaction Ritual. Essays on face to face behavior*, Garden City, NY: Doubleday.
29. Goffman, Erving, 1981, *Forms of Talk*, Oxford, Blackwell.
30. Grice, Paul, 1975, „Logic and Conversation,” in P. Cole & J. Morgan (Eds.), *Syntax and Semantics*, Vol. 3, *Speech acts*, New York, Academic Press, p. 41-58.
31. Gumperz, John, 1982, *Discourse Strategies*, Cambridge, Cambridge University Press.
32. Guțu-Romalo, Valeria, 2008, *Corectitudine și greșală. Limba română de azi*, București, Humanitas.
33. Hill, Annette, 2005, *Reality TV: Audiences and Popular Factual Television*, London, Routledge.
34. Hutchby, Ian, 2006, *Media Talk. Conversation Analysis and the Study of Broadcasting*, Maidenhead, Open University Press.
35. Ionescu-Ruxăndoiu, Liliana, 1995, *Conversația. Structuri și strategii*, București, ALL.
36. Ionescu-Ruxăndoiu, Liliana (coord.), 2002, *Interacțiunea verbală în limba română actuală. Corpus (selectiv). Schiță de tipologie*. București, Editura Universității din București.
37. Ionescu-Ruxăndoiu, Liliana, 2003, *Limba și comunicare. Elemente de pragmatică lingvistică*, București, ALL.
38. Kerbrat-Orecchioni, Catherine, 1992, *Les interactions verbales*, Paris, Armand Colin.
39. Kerbrat-Orecchioni, Catherine, 2010, „Analiza conversației” în Cabin, P. și Dortier, J.F. (coord.), *Comunicarea*, Iași, Polirom.

40. Lakoff, Robin, 1977, *What you can do with words: Politeness, pragmatics and performatives*, în: *Proceedings of the Texas Conference on Performatives, Presuppositions and Implicatures*, eds. Rogers, R. Wall, B. & Murphy, J., p.79-106.
41. Leech, Geoffrey N., 1983, *Principles of Pragmatics*, New York / London, Longman.
42. Levinson, Stephen C., 1983, *Pragmatics*, Cambridge, Cambridge University Press.
43. Lochard, Guy, Boyer, Henry, 1998, *Comunicarea mediatică*, traducere de Bogdan Geangalău, Iași, Institutul European.
44. McQuail, Denis, 1999, *Comunicarea*, Iași, Institutul European.
45. O'Keeffe, Anne, 2006, *Investigating media discourse*. London, Routledge.
46. Rad, Ilie, (coord.), 2007, *Stil și limbaj în mass-media din România*, Iași, Polirom.
47. Reboul, Anne, Moeschler, Jacques, 2001, *Pragmatica, azi*, traducere de Liana Pop, Cluj, Echinocțiu.
48. Rovența-Frumușani, Daniela, 2000, *Argumentarea – metode și strategii*, București, All.
49. Rovența-Frumușani, Daniela, 2004, *Analiza discursului. Ipoteze și ipostaze*, București, Tritonic.
50. Sacks, Harvey, Schegloff, Emanuel, Jefferson, Gail, 1974, „A Simplest Systematics for the Organisation of Turn-Taking for Conversation”, în *Language* 50, 1974, p. 696-735.
51. Sălăvăstru, Constantin, 2003, *Teoria și practica argumentării*, Iași, Polirom.
52. Scannell, Paddy, (ed.), 1991, *Broadcast Talk*, London, Sage.
53. Searle, J., 1969, *Speech Acts. An Essay in the Philosophy of Language*, Cambridge, Cambridge University Press.
54. Schegloff, Emanuel A., 2007, *Sequence Organization in Interaction: A Primer in Conversation Analysis*, Cambridge, Cambridge University Press.
55. Schiffrin, Deborah, Tannen, Deborah, Hamilton, Heidi, 2001, *The handbook of discourse analysis*, Oxford, Blackwell Publishers Ltd.
56. Șoitu, Laurențiu, 1993, *Retorica audio-vizuală*, Iași, Cronica.
57. Ștefănescu, Ariadna, 2003, „Particularități inferențiale ale unor construcții lingvistice de precizare a sensului ”, în Dascălu-Jinga, Laurenția, Pop, Liana, (coord.), 2003, *Dialogul în româna vorbită*, București, OscarPress.
58. Ștefănescu, Ariadna, 2007a, *Aspecte pragmatice: incursiuni în limba română actuală*, București, Editura Universității din București.

59. Ștefănescu, Ariadna, 2007b, *Conectori pragmatici*, București, Editura Universității din București.
60. Teodorescu, Ana-Maria, 2012, *Dialogul ca modalitate discursivă mediatică – privire sintetică*, București, Editura Universității din București.
61. Timberg, Bernard, 2002, *Television Talk: a History of the Tv Talk Show*, Texas, University of Texas Press.
62. Tolson, Andrew, 2006, *Media Talk*, Edinburgh, Edinburgh University Press Ltd.
63. Tomescu, Domnița, 2009, *Limbajul politic românesc actual*, Ploiești, Editura Universității Petrol-Gaze.
64. Windisch, Uli, 1987, *Le K.O. verbal. La communication conflictuelle*, Paris, L'Âge d'Homme.
65. Zafiu, Rodica, 2001, *Diversitate stilistică în româna actuală*, București, Editura Universității din București.
66. Zafiu Rodica, 2002, „Strategii ale impreciziei: expresii ale vagului și ale aproximării în limba română și utilizarea lor discursivă”, în *Perspective actuale în studiul limbii române. Actele Colocviului Catedrei de Limba Română – 22-23 noiembrie 2001*, București, Editura Universității din București, 2002, p. 363-376.
67. Zafiu Rodica, 2007b, *Limbaj și politică*, București, Editura Universității din București.
68. Zeca-Buzura, Daniela, 2005, *Jurnalismul de televiziune*, Iași, Polirom.

#### **BIBLIOGRAFIE on-line:**

69. Armengaud, Françoise, 1982, *Elements pour une approche pragmatique de la pertinence*, on-line: <http://logica.ugent.be/philosophica/fulltexts/29-1.pdf>.
70. Ionescu-Ruxăndoiu, Liliana, 2006, *Cooperare și conflict în dezbaterile televizată*, on-line: <http://www.unibuc.ro/eBooks/filologie/>.
71. Vasilescu, Andra, 2011, *Construcția identității parlamentare. Cadru teoretic*, on-line: [www.unibuc.ro/prof/...r/.../02\\_09\\_39\\_03Vasilescu\\_2011preprint.doc](http://www.unibuc.ro/prof/...r/.../02_09_39_03Vasilescu_2011preprint.doc).
72. Walton, Douglas, 1992, *Types of Dialogue, Dialectical Shifts and Fallacies*, on-line: <http://www.dougwalton.ca/papers%20in%20pdf/92typesolog.pdf>.
73. Zafiu, Rodica, 2009, *Ethos, pathos și logos în textul prediciei*, on-line: [http://www.unibuc.ro/prof/zafiu\\_r/docs/res/2011febc2009a03.pdf](http://www.unibuc.ro/prof/zafiu_r/docs/res/2011febc2009a03.pdf).

## DICȚIONARE:

74. Bidu-Vrânceanu, Angela, Călărașu, Cristina, Ionescu-Ruxăndoiu, Liliana, Mancaș, Mihaela, Pană-Dindelegan, Gabriela, 2001, ediția a II-a, *Dicționar de științe ale limbii*, București, Nemira.
75. Charaudeau, Patrick, Maingueneau, Dominique (eds.), *Dictionnaire d'analyse du discours*, 2002, Paris, Seuil.
76. Danesi, Marcel, *Dictionary of Media and Communication*, 2009, Armonk, N.Y., M.E. Sharpe.
77. Ducrot, Oswald, Schaeffer, Jean-Marie, 1996, *Noul dicționar enciclopedic al științelor limbajului*, București, Babel.
78. Moeschler, Jacques, Reboul, Anne, 1999, *Dicționar enciclopedic de pragmatică*, Cluj, Echinocțiu.
79. Newcomb, Horace, 2004, *Encyclopedia of Television*, Chicago, Museum of Broadcast Communication.
80. \*\*\* *Gramatica limbii române*, vol. II, *Enunțul*, 2005, București, Editura Academiei Române.
81. \*\*\* *Dicționar de media*, Larousse, 2005, București, Univers Enciclopedic Gold.
82. \*\*\* *Dicționarul enciclopedic*, vol. I, 1993, vol. II 1996, București, Editura Enciclopedică.
83. \*\*\* *Dicționarul explicativ al limbii române*, 1998, Academia Română, Institutul de Lingvistica Iorgu Iordan, București, Univers Enciclopedic.
84. \*\*\* *Le Nouveau Petit Robert*, 2002, Paris, Édition Le Petit Robert.
85. \*\*\* *Noul dicționar explicativ al limbii române*, 2002, București, Litera Internațional.