

STRATEGII ALE MODERATORULUI ÎN TALK-SHOW-UL ROMÂNESC CA PRACTICĂ DISCURSIVĂ. PRINCIPII, APLICAȚII

ANA MARIA TEODORESCU¹

Facultatea de Litere,
Universitatea din București

MOTTO:

„Într-adevăr, ceea ce *se joacă* în talk-show este *o dublă iluzie*: cea a unui liber acces al invitatului-cetățean la puterea cuvântului și cea a creării unui loc temporar în care se exercită cuvântul puterii. Iluzie, într-adevăr, întrucât invitatul este cel căruia animatorul îi oferă (îi retrage!) cuvântul, ajungând până la a-i construi identitatea; iluzie, întrucât cuvântul puterii – aceea a animatorului – *face din acest loc scena unei dominări liber consimțite* (Charaudeau/Ghiglione 2005: 223)”.

THE STRATEGIES OF THE MODERATOR IN TALK-SHOW AS DISCURSIVE PRACTICE. PRINCIPLES, APPLICATIONS

Abstract

The current paper has as main goal to demonstrate that in talk-show as a discursive practice, namely an ongoing process of producing, transmitting and putting on air messages, the important strategy adopted and adapted by the producer is the one that moderator had in the trilogy. The research has compared the principles of setting the access to the scenario and the real tactics coordinated in the roles and relationships between the moderator and the guests in an efficient contact of communication.

Keywords: *strategies in moderator verbal performances, talk-show as discursive practice, roles in principles and applications, trilogy.*

¹ **Ana Maria Teodorescu** este lector universitar doctor la Facultatea de Litere a Universității din București, la Departamentul de Științe ale Comunicării, colectivul de Comunicare și Relații Publice. Preocupările autoarei se concentrează în domeniul pragmaticii aplicate, de aceea oferă și conferă studiilor sale o notă de originalitate într-o dublă perspectivă – pe de o parte, cercetarea fenomenului mediatic românesc din punctul de vedere al discursului în interacțiune, iar, pe de altă parte, integrarea acestor studii în predarea relațiilor publice – știință hibrid, a relației instituțiilor cu mass-media. Acest studiu face parte dintr-o cercetare multidisciplinară vizând mass-media românești; e-mail: anamete2002@yahoo.com

1. Argument

Acest articol propune să definească, să analizeze și să evalueze câteva dintre strategiile moderatorului unui talk-show ca practică discursivă în realizarea coeziunii textului media, ale cărui trăsături prin multiplicarea mesajului devin ritualizate, deci convenționalizate de consumul media, ceea ce creează obișnuințe de consum publicului-țintă al programului. Ipoteza de lucru a abordării textului media ca practică discursivă constă în faptul că acest moment al cercetărilor, semnalat și de literatura de specialitate, este marcat de ideea că uzul guvernează norma.

În terminologia jurnalistică, aceste programe de televiziune sunt denumite talk-show și ele transpun vorbirea cotidiană, indiferent ce nume poartă: fie sunt „spectacolul vorbirii”, fie „emisiuni de cuvinte”. Și într-un caz și în celălalt trebuie să asociem aceste texte media interacțiunii sociale, adică vorbirii ca materie esențială televiziunii și imaginarului generat de cuvânt prin punerea sa în scenă în aceste macrostructuri discursive. „*Logomania* este sensibilă în Europa, unde după-amiezile televizuale sunt pline de emisiuni bazate pe secvențe structurate ca interviuri și serile de dezbateri de toate genurile care unesc publicul (Lochard 1989: 67)”. Dacă spațiul audio-vizual european este sensibil logomaniei, la noi, vorba lui Caragiale, chiar dacă nu facem multe lucruri, nu ne gândim prea mult, măcar vorbim mult. Astfel, prin accentuarea dimensiunii spectaculare a emisiunilor de cuvinte în spațiul audio-vizual românesc, fără a generaliza, responsabilitatea moderatorilor a privilegiat adesea polemica și conflictul pentru a conferi „eficiență” spectacolului. Modalitatea lor de funcționare va repune în discuție gestiunea cuvântului, prin creșterea gradului de interacțiune și de construcție a semnificației prin strategiile adoptate de moderator.

Demonstrația va scoate în evidență câteva aspecte esențiale ale definirii și interpretării talk-show-ului în spațiul românesc ca gen discursiv și/sau practică discursivă, având ca suport-media televiziunea. În același context, aspectelor legate de „punerea în scenă”, de numărul participanților, de strategia adoptată de jurnalistul moderator, care gestionează evenimentul comunicativ prin informația oferită la nivelul reprezentării, li se mai alătură statutul normativ și convenționalizat al vorbirii cotidiene.

Literatura de specialitate reliefează conceptul de *semi-instituțional* pentru o astfel de emisiune integrând-o „genurilor vorbirii”, în sensul adoptat de Bahtin (1996), dar standardele jurnalistice ale talk-show-ului de televiziune sunt indisolubil legate de instituția de presă, care transmite acest program. Acest aspect subliniază polifonia textului jurnalistic și, implicit, stilurile vorbirii folosite de jurnaliști în realizarea coeziunii și coerenței mesajului transmis de mijloacele de comunicare în masă (Cvasnii Cătănescu 2006: 59-108). De aceea, acest demers propune a răspunde la întrebarea: care este rolul moderatorului în realizarea dispozitivului comunicațional, pentru a face din „punerea în scenă

verbală” un demers eficient potrivit constrângerilor jurnalistice, impuse de jurnaliști în funcție de modelul adoptat de instituția de presă într-o societate democratică.

2. Concepte emergente necesare demonstrației

Pentru un produs mediatic televizual, există în literatura de specialitate determinările „punerii în scenă” numite *dispozitive comunicationale*, care iau forma unor duble puneri în scenă, supuse unui fel de ritualizare: **dispozitivul televizat** – o punere în scenă verbală, adică tot ceea ce se petrece în locul desfășurării interacțiunii, fie platoul unui studio, fie alt cadru folosit de producător – și cel **televizual** – o punere în scenă vizuală, adică ceea ce urmărește telespectatorul în fața televizorului său și este oferit de regizorul de emisie al producției de televiziune, potrivit constrângerilor jurnalistice ale emisiunii (Lochard/Boyer 1998: 96).

Definirea mesajului televizual, deci și a talk-show-ului ca practică discursivă a vorbirii cotidiene, evidențiază dubla punere în scenă: punerea în scenă vizuală și cea verbală. De aceea, ceea ce urmărește demersul analizei este ***punerea în scenă verbală***, potrivit (1) *accesului la cuvânt*, prin strategia adoptată de moderator, care se presupune a planifica și controla această „luare în posesie a cuvântului” (*apud* Charaudeau/Ghiglione 2005: 69), ceea ce determină contextul comunicativ prin dezvoltarea *strategiei de alocare a locului și rolurilor participanților la dezbateri*, apoi (2) prin *relațiile între moderator și participanți*, pe de o parte, și *participanți între ei*, pe de altă parte, ceea ce va crea situații de cooperare sau conflict, de alianță sau de respingere între aceștia, în conformitate cu *strategia de consens sau de opoziție în legătură cu temele puse în discuție*, și (3) *poziționarea participanților* prin adoptarea și integrarea unor *strategii discursive care să determine informații printr-o abordare argumentativă* în crearea universului tematic al contractului de comunicare, prin finalitatea genului de a informa, influența, persuadea și/sau distra audiența, acel concept folosit în terminologia jurnalistică de ***edinfotainment***.

Corpusul de date folosit pentru această interpretare a punerii în scenă a verbalului este alcătuit din ediții ale emisiunii „Nașul”, difuzată în direct pe postul de televiziune B1 TV, moderator și realizator Radu Moraru. Ca macrostructură trilogală, talk-show-ul „Nașul” este caracterizat potrivit unei fișe de evaluare informativă astfel: (i) frecvența – de cinci ori pe săptămână, (ii) durata – de la 90 la 120 de minute, în funcție de tema dezbătută și de numărul de invitați, (iii) ora de difuzare – ora 21, (iv) audiența – dat fiind că postul care difuzează programul este considerat un post local, audiența era medie, adică aproximativ 40% din publicul-țintă al postului, (v) locul de desfășurare – platou de televiziune, (vi) derulare – talk-show, (vii) protagoniști – moderatorul și invitatul/invitații săi, (viii) tematica – unică.

În acest context, cuprinsul studiului va accentua aspectele punerii în scenă la nivelul stilului vorbirii adoptate și adaptate practicii discursive de către moderator, potrivit rolului și relației stabilite cu invitații săi și publicul-țintă. Articolul în conținutul său va analiza strategia de alocare a rolurilor și relațiilor de către moderator, strategiile interacționale de construire a semnificației genului discursiv prin ceea ce propune și realizează moderatorul și rolurile asumate de invitați și, nu în ultimul rând, implicarea publicului emisiunii, prin secvențele fatice.

Trilogul este o structură ternară, identificată în orice interacțiune socială indiferent de tipul de text la care dialogul ca modalitate discursivă se aplică, dar cu atât mai evidentă este această determinare triadică la textul mediatic și în special la talk-show (cf. Kerbrat-Orecchioni/Plantin 1995). Pe cât de originală este ea aplicată mesajului mediatic, pe atât de esențială este în practicile discursive ale acestui text unde există acel auditor activ sau pasiv care reacționează sau nu la dialogul existent în mesajul mediatic. De aceea, o primă taxonomie a talk-show-ului se referă la emisiuni cu public în platou sau talk-show-uri transmise în direct sau înregistrate, unde doar audiența din fața televizorului este apreciată ca public-țintă. Într-adevăr, gradul de participare a publicului din platou la astfel de emisiuni este puternic ritualizat și convenționalizat.

Principalele aspecte specifice ale talk-show-ului ca practică discursivă se referă la (i) – rolurile auditorului, celui participant la interacțiunea dialogală, publicul emisiunii, în cazul nostru, (ii) – realizarea schimbului – strategii, tehnici specifice, privind funcționarea actelor de limbaj, a structurii dialogului/trilogului, referitor la constrângerile ritualice, dar, mai ales, la nivelul celor structurale, privind coerența și coeziunea structurii interacționale, (iii) – modalitățile de realizare a relației interpersonale și a rolurilor participanților, potrivit strategiei de comunicare planificate de moderator conform mărcilor discursive. Toate aceste aspecte conduc la realizarea unui cadru teoretic de analiză, necesar polifoniei textului jurnalistic.

3. Strategia de alocare a rolurilor și relațiilor de către moderator

Accesul la cuvânt, prin strategia adoptată de moderator, presupune a planifica și controla această „luare în posesie a cuvântului”, ceea ce determină contextul comunicativ prin dezvoltarea *strategiei de alocare a locului și rolurilor participanților la dezbateri*. Acest prim aspect se referă la formulele de adresare ale moderatorului către invitați, la inițierea relației conversaționale, relansarea temei de discuție după pauzele publicitare și la formula de încheiere, la finalul emisiunii. Constrângerile ritualice ale discursului instituțional impun aspecte marcate de stereotipii, ceea ce creează obișnuințe telespectatorului.

Formulele folosite de moderator sunt variate, dar obligatoriu includ tema schimbului, identitatea participanților. Uneori, în funcție de deixisul temporal, moderatorul mai subliniază importanța temei sau, raportat la deixisul social, califică participanții prin statut sau funcție. Astfel, în emisiunea în care a fost invitat profesorul Traian Mircea Tomescu, formula de lansare a fost:

R.M.: – Bună seara, sunt Radu Moraru și suntem în săptămâna Patimilor (*deixis temporal*). Invitatul meu din această seară, știți vorba aceea: „Cine n-are bătrâni, să-și cumpere!”, profesor Traian Mircea Tomescu. Bună seara.

Invitatul: – Bună seara, bună seara, doamnelor și domnilor!

R.M.: – Domnul profesor, la peste 80 de ani, este încă tânăr, verde, și vine aici, în studio, la Nașul (*deixis spațial*), ca să ne spună adevărul despre fotbal (*tema*). Spunea, într-o declarație, că e prea bătrân, ca să nu spună lucrurilor pe nume (*vorbire indirectă*).

Moderatorul încalcă principiul politeții, pe care încearcă să-l atenueze prin apelul la proverb și la autoritatea acestuia. În plus, invitatul este prezentat doar cu titlul de profesor, creând ambiguitate prin presupuziții. Una din regulile prezentării invitaților în talk-show-uri spune că fiecare participant trebuie identificat cu precizie prin nume și funcție, pentru ca strategia care îi este alocată de moderator să fie clară publicului. Un aspect al deixisului reliefează spațiul – locul unde ne aflăm și se află publicul – și altul este cel personal – invitatul aflat în relație cu moderatorul și publicul emisiunii:

R.M.: – Am revenit, *suntem în direct*, sunteți la NAȘUL, *suntem cu profesorul Traian Mircea Tomescu, venit în studio la peste 80 de ani*, vorbește și *spune lucrurilor pe nume*, vorbim despre adevărurile din fotbal.

Moderatorul face o binevenită recapitulare, reluând numele invitatului, precum și tema pusă în discuție, pentru cei care nu au urmărit emisiunea de la început.

A doua relansare, spre final, marchează clar acest lucru, fără a mai relua informațiile-cheie:

R.M.: – Am revenit, *suntem în direct*, mai avem câteva minute... (*reia discuția începută înainte de pauză*)...

Emisiunea cu tema „Corupție în presă” a debutat astfel:

R.M.: – Bună seara, bun găsit la NAȘUL, sunt Radu Moraru și vom discuta în această seară despre cadoul pe care procurorul general P.N.A., Ioan Amariei, l-a făcut presei. Pe 3 mai, presa sărbătorește ziua internațională a libertății ei, nu? (*adoptă adresarea directă printr-o întrebare retorică pentru a atrage atenția invitaților și telespectatorilor*). Câtă corupție există în presă și dacă există, vom discuta în această seară într-o discuție foarte sinceră cu cei doi invitați, domnii Mircea Toma și Horia Alexandrescu.

Moderatorul introduce tema prin ceea ce a oferit de ziua presei procurorul general, fără a spune direct despre ce „cadou” este vorba, presupunând că telespectatorii sunt la curent cu subiectul. Formula de relansare, după pauza publicitară, surprinde principalele subteme abordate până la acel moment, precum și tema generală asociată numelor invitaților:

R.M.: – Am revenit, suntem în direct cu domnii Mircea Toma și Horia Alexandrescu, vorbim despre lucruri nevorbite până acum, adică ziașiți corupți, ce înseamnă să fii corupt ca ziarist, ce înseamnă șpagă, șantaj...

De asemenea, moderatorul ține să precizeze că este vorba „*despre lucruri nevorbite până acum*”, pentru a sublinia originalitatea talk-show-ului, dar prin implicatura conversațională, prin aluzie, pare a asocia în strategia sa fața personală a celor doi cu imaginea jurnalistului corupt. Totuși, supune atenției publicului, prin apelul la condiția de sinceritate, dezvăluiri senzaționale care pot avea loc.

Apelul la sinceritate în aceste formule de deschidere sunt mărci ale strategiei adoptate de moderator pentru reușita interacțiunii. Condiția de sinceritate se referă la convingerile, sentimentele, intențiile emițătorului legate de reușita actului de vorbire, dorința ca receptorul său, participantul la discuție, să îndeplinească acțiunea solicitată, dar și să atragă atenția asupra demersului său, față de publicul său, în cazul nostru – față de telespectator. Emisiunea în care au fost invitați trei cerșetori a debutat cu o intervenție „excesiv de sinceră” a moderatorului:

R.M.: – Bună seara, bun găsit la NAȘUL, sunt Radu Moraru și este ultima emisiune din această săptămână. Suntem în săptămâna Patimilor și am avut probleme: nu știam ce subiect să avem în această seară. Nu-i o formație de instrumentiști. Oamenii care sunt în studio sunt oameni care au ajuns la limită. De multe ori, chiar sub limită... (*urmează numele celor trei*).

În afara tiparului obișnuit, moderatorul dă la iveală, aparent, lipsa de profesionalism a echipei de realizatori ai emisiunii, mărturisind că tema („Cerșetorii”) a fost aleasă în ultimul moment, dar asocierea temei cu deixisul temporal, poate decoda semnificația că strategia adoptată de moderator simulează o relație interpersonală cu invitații și publicul său, de empatie cu acești oameni ai străzii pentru a crea emoție telespectatorilor.

O altă emisiune i-a avut ca invitați pe George Pruteanu și Alina Mungiu-Pippidi, la o discuție cu tema „Pro sau contra Europa”. Chiar subiectul pus în discuție identifică textul ca o punere în scenă a unei dezbateri, la care conflictul argumentativ prin rolurile invitaților este foarte important de luat în considerație în strategia planificată de moderator. Formula de lansare a moderatorului a respectat tiparul obișnuit determinat de ritualizarea formulelor de deschidere și încheiere a emisiunii: salut, identificarea emisiunii, prezentarea moderatorului, prezentarea invitaților și a temei:

R.M.: – Bună seara! Bun găsit la NAȘUL! Întâmpinăm *cu voie bună* o nouă emisiune, ultima din această săptămână. Sunt Radu Moraru și am doi invitați: Alina Mungiu Pippidi și George Pruteanu. Bună seara! Câteva precizări pentru cei *care s-au trezit mai târziu* (emisiunea are loc seara după ora 21) și de abia de acum încolo dau drumul la televizoare, *pentru cei care de abia s-au întors din concediu*: Alina Mungiu-Pippidi este președinte la Societatea Academică din România, reprezintă în această seară un ONG, iar domnul George Pruteanu încă în continuare senator PRM. Vom discuta în această seară despre Europa. Doamna Alina Mungiu Pippidi este considerată de foarte mulți o europeană convinsă (*exprimare cacofonică*), un om care vrea cu orice preț să intre în Europa, iar domnul Pruteanu este considerat ca făcând parte dintr-un partid considerat de

unii extremist și, automat, un domn care n-ar prea vrea în Europa, dar asta nu e sigur, vom vedea în această seară despre ce este vorba. Oricum, domnul Pruteanu reprezintă partidul care... (*urmează o întrerupere*).

Este de remarcat că invitații sunt prezentați cu toate titlaturile, moderatorul accentuând și pozițiile pe care cei doi le ocupă, teoretic, în dezbateri. Radu Moraru recurge încă din lansarea discuției la ceea ce E. Goffman (1981) identifica sub denumirea de „footing shift”: el nu face aprecierile privind orientările pro sau contra Europa ale invitaților potrivit funcției sau asumării discursive a poziției lor, ci le atribuie unor surse necunoscute („este considerată de foarte mulți”, „considerat de unii...”). În cazul lui Pruteanu identifică calitățile persoanei cu caracteristicile partidului, pe care îl reprezintă ca senator.

Secvența fatică pentru accesul la cuvânt va include și alocarea rolurilor participanților. Imediat după lansarea temei și prezentarea invitaților, s-a produs prima deviere de la strategia adoptată, dând de înțeles telespectatorilor motivul pentru care a fost invitat George Pruteanu, și anume potențialul de scandal pe care-l reprezintă, ca membru al Partidul România Mare (PRM), partid permanent „contra”:

R.M.: – ...Oricum, domnul Pruteanu reprezintă partidul care...

G.P.: – Eu n-am venit ca membru al acestui partid, am venit ca intelectual și ca profesor, ca om al ideilor...

George Pruteanu respinge prompt aserțiunea moderatorului, astfel încât acesta se vede nevoit să-și reconsidere oferta, abordând o subtemă apropiată de planul temei generice, și anume Constituția abia votată. Pentru a simula presupusa legătură între oferta sa inițială și aceasta, Radu Moraru se folosește de presupuziții, pe care le clarifică, prin referirile la atitudinea negativă a PRM-ului față de prevederile noii Constituții:

R.M.: – De-asta v-am și chemat. Dar, știți ce se întâmplă? Ați spus totuși NU Constituției, o Constituție văzută foarte european, o Constituție chiar lăudată... am văzut că am fost lăudați prin... (*întrerupere*)

G.P.: – O minciună propagandistică...

R.M.: – Stați un pic. Am fost lăudați prin Europa de tot felul de reprezentanți ai Europei. Eu nu comentez cine sunt ei și de ce.

G.P.: – Am fost criticați pentru batjocura care a fost organizată... (*întrerupere*).

Pentru că discursul lui George Pruteanu risca să devină agresiv chiar de la începutul emisiunii, moderatorul amintește din nou tema inițială, făcând o ofertă – accesul la cuvânt doamnei Mungiu, care introduce o altă subtemă, și anume situația României, așa cum o vede ea în străinătate:

R.M.: – Da, dar ei spun că suntem mai aproape de Europa prin această Constituție și ne-au felicitat că ea s-a adoptat în cele din urmă. Vom vedea, sigur, cu pro și contra, ce

e cu Europa! Mai ales că doamna Alina Mungiu Pippidi stă mai puțin aici în țară, cât călătorește, circulă, schimbă informații și din când în când trănțește câte un material, un raport care stârnește multe patimi. Aș vrea să vă întreb (*reformulare pentru clarificare*) – o întrebare pusă de un ziarist nu de mult – cum vi se pare România așa, din când în când?

Oferta moderatorului este acceptată, invitata dă o serie de lămuriri asupra perspectivei din care privește ea problema, ca rezident în străinătate, în majoritatea timpului.

Prima relansare sintetizează subtemele abordate, amintește numele invitaților și glumește pe seama posibilităților individuale de integrare ale sale și ale invitaților:

R.M.: – Am revenit! Suntem în direct cu Alina Mungiu Pippidi și George Pruteanu. Vorbeam despre Europa, despre ce ne cere Europa, ce putem noi să dăm Europei și, în final, dacă în Europa putem să ne integrăm cu toții. Eu, personal, am câteva temeri, că voi rata trenul ăsta și domnul Pruteanu nici el nu e sigur că va prinde Europa. Sunt convins, însă că Alina Mungiu Pippidi va fi sigur în Europa.

În plus, este vizibilă regula de politețe, prin atitudinea părtinitoare și respectuoasă, pe care moderatorul o are față de Alina Mungiu Pippidi, pe care, de la începutul emisiunii, Radu Moraru o consideră „o europeană convinsă” (exprimare cacofonică) sau care sigur „va fi în Europa”.

A doua relansare urma să fie aproape de finalul emisiunii. Moderatorul nu reia nici tema, nici subtemele, nici numele invitaților, continuând discuția din locul în care o lăsase înainte de pauza publicitară și adăugând noi elemente prin orientarea discuției spre alte subteme:

R.M.: – Am revenit pentru finalul emisiunii. Chiar mă uitam în pauza asta care este destul...la fel de interesantă ca și emisiunea, m-am apucat să mă uit pe niște fragmente din raportul pe care l-a făcut Societatea Academică Română și găsisem aici o serie de lucruri pe care nu le-nghite Europa. Corupția, de care vorbea la un moment dat și domnul Pruteanu, calitatea, spuneți dumneavoastră, a elitei politice din România. Da' ce sunt ai noștri? Sunt păduchioși politicienii? Sunt buboși? Au pete?

Studiul formulei de încheiere subliniază aspectul unei ritualizări totale în demersul jurnalistic:

R.M.: – Vă mulțumesc. Ne revedem mâine, la ora 22.00. Până mâine seară, să fiți iubiți!

Formula de încheiere trebuie să conțină, pe lângă mulțumirile adresate de moderator participanților pentru prezența la emisiune, elementul de originalitate care să personalizeze respectiva emisiune. În cazul talk-show-ului „Nașul”, aceasta este urarea colocvială: „Să fiți iubiți!”, care marchează relația interpersonală, bazată pe empatie, pe care moderatorul vrea să o întrețină cu publicul său.

4. Strategii interacționale adoptate de moderator și roluri asumate în construirea evenimentului comunicativ

Din perspectiva relației de control exercitate de moderator asupra invitaților, Guy Lochard (Lochard 1989: 102) stabilește trei roluri, pe care acesta le poate îndeplini: (i) *gestionar al unui discurs* – care limitează managementul informației în interacțiunea verbală prin stabilirea unei rețele interlocaționare; (ii) *agent ofertant-redistribuitor de discurs* – care evaluează sau unifică puncte de vedere ale invitaților stabilind o strategie interacțională de o anumită natură: narativă, descriptivă, argumentativă sau, poate, toate la un loc; (iii) *agresiv* – care își supune interlocutorii unui tir de întrebări, cu scopul de a oferi informația cea mai pertinentă, cu intenția voită de a genera polemici și teamă de el/ea. Paradigma personalității unui moderator depinde și de emisiune, și de publicul-țintă, dar, mai ales, de relațiile de empatie cu participanții la interacțiune. Criteriile controlului sunt neutralitate, în primul caz (i), apoi obiectivitate *versus* subiectivitate, în situațiile limită.

Dacă la nivelul interacțiunii verbale vom lua în considerare în relația moderator-invitați axa „solidaritate”, care presupune nu numai empatia participanților, dar și nevoia de incluziune, asociată axei „control”, care presupune nevoia de control a celui care inițiază relația, adică moderatorul, și o conjugăm cu alte două orientări: moderatorul în relație cu invitatul, pe care trebuie să-l cunoască, să-i satisfacă nevoile, dar să-l și provoace, alături de nevoia de divertisment, uneori în defavoarea informației formale, regăsim alte roluri. În cazul adoptării unei atitudini de tip empatic din partea moderatorului către subiectul-invitat, atunci la nivel verbal sunt actualizate mărci ale solidarității, iar rolul definit de moderator este acela de *camarad*. Alternativ, moderatorul poate îmbina atitudinea de tip empatic cu atributele relației de putere, asumându-și rolul de *expert-terapeut versus pacientul*-invitat. Totuși, dacă va domina orientarea către nevoia de divertisment a publicului, conjugată cu atitudinea solidară, atunci moderatorul va fi integrat categoriei de *conversaționalist*. Într-o altă determinare terminologică, orientarea către divertisment dublată de relația de putere a moderatorului, face ca acesta să își asume rolul de *gazdă* sau *administrator al conversației*.

Studiul de caz va avea ca obiect de analiză și interpretare textul mediatic al talk-show-ului „Nașul” difuzat de B1 TV, în direct. Tema ediției de vineri, 24 octombrie 2003, care i-a avut ca invitați pe Alina Mungiu-Pippidi și George Pruteanu a fost „Pro sau contra Europa”. Aplicațiile urmărite în cercetare vor analiza, interpreta și comenta această macro-structură a dialogului mediatic ca practică discursivă, și, implicit, strategiile adoptate de moderator pentru realizarea unui contract de comunicare eficient.

Pe parcursul emisiunii, Radu Moraru adresează celor doi invitați un număr total de 92 întrebări, dintre care 70 sunt întrebări explicite și 22 sunt implicite. Acest procentaj denotă faptul că moderatorul și-a stabilit o strategie

de alocare a locului și rolurilor participanților, pornind de la asumarea propriului rol. El nu-și asumă strict rolul de jurnalist, ci se încadrează în categoria conversaționiștilor, orientați mai degrabă spre ideea de divertisment decât spre informare.

În prima parte a dezbaterii, Radu Moraru adoptă postura de „*conversaționalist*”, fără a conduce sau a modera discuția. Nu se poate vorbi despre o argumentare a punctelor de vedere exprimate sau despre o unitate a discuției. Este adevărat că moderatorul este cel care are cele mai multe întrebări legate de tema declarată a emisiunii: „Pro sau contra Europa”, dar revenirea frecventă la acest subiect nu este o dovadă a măiestriei jurnalistice, ci mai degrabă un semn al neputinței moderatorului de a stabili o relație de putere cu invitații. De fiecare dată când conflictul este inevitabil, Radu Moraru negociază și renegociază cu invitații săi pentru a reveni la tema inițială, manifestând atributele „*temporizatorului*”.

Pe de altă parte, moderatorul însuși încurajează conflictul dintre invitați, fără a adopta strategia de alocare a rolului de părtinitor Alinei Mungiu, dezlănțuind împreună cu aceasta adevărate „atacuri” asupra lui George Pruteanu. De cele mai multe ori, pentru a-și masca ideile preconceptuate sau tendențiozitatea, moderatorul apelează la conceptul de „*footing shift*”, atribuind afirmațiile sale unei alte instanțe și plasându-se în poziția de „*lider*”:

R.M.: „(...) Vom discuta în această seară despre Europa. Doamna Alina Mungiu Pippidi *este considerată de foarte mulți* o europeană convinsă, un om care vrea cu orice preț să intre în Europa, iar domnul Pruteanu *este considerat ca făcând parte dintr-un partid considerat de unii extremist*, și, automat, un domn care n-ar prea vrea să intre în Europa (...)” (*situația de comunicare impune antiteza pozițiilor discursive*).

R.M.: „(...) Aș vrea să vă întreb – o *întrebare pusă de un ziarist nu de mult* – cum vi se pare România așa, din când în când?” (*asocierea cu o autoritate profesională prin vorbirea indirectă, ceea ce creează o ambiguitate a receptării presupuziției și implicaturii conversaționale.*)

R.M.: – „Asta era întrebarea – domnu’ Pruteanu și pentru dumneavoastră – câte părți sau care parte e mai masivă, mai forțoasă, mai cu mușchi în România: cea care trage pentru Europa sau cea care trage – cum spuneți dumneavoastră – în jos?” (*explicarea sensului întrebării generează imposibilitatea unui răspuns corect din partea interlocutorului*).

Este evident că George Pruteanu a fost invitat pentru „potențialul” său de dezacord, în opinia moderatorului, o dezbatere de succes fiind sinonimă cu valoarea ridicată a „falsului” conflict dintre invitați. De dragul acestei strategii de simulare a conflictului se sacrifică adesea, pe parcursul emisiunii, unitatea tematică, moderatorul acceptând orice subtemă adusă în discuție, cu singura condiție de a provoca replici cât mai antitetice. Rabatul de la tema inițială este evident chiar din primele fraze ale moderatorului, care „pregătește terenul” pentru duelul verbal al invitaților:

R.M.: „(...)Vom discuta în această seară despre Europa. Doamna Alina Mungiu Pippidi este considerată de foarte mulți o europeană convinsă, un om care vrea cu orice preț să intre în Europa, iar domnul Pruteanu este considerat ca făcând parte dintr-un partid

considerat de unii extremist, și, automat, un domn care n-ar prea vrea să intre în Europa, dar asta nu e sigur, vom vedea în această seară despre ce este vorba. Oricum, domnul Pruteanu reprezintă partidul care...”.

Din punctul de vedere al conflictului în comunicare, Radu Moraru nu poate fi condamnat. Există numeroase ocazii în care moderatorul reia o întrebare până obține un răspuns de la unul din invitați. Această incisivitate a moderatorului se transformă, în a doua parte a dezbaterii, în dezacord, mai ales în ceea ce-l privește pe invitat.

În emisiunea analizată, cei doi invitați au fost aleși astfel încât, prin pozițiile ocupate pe scena politică, opoziția să fie asigurată. Chiar dacă tema generică anunța o echilibrare a părerilor pro sau contra, urmărindu-se informarea telespectatorilor cu privire la posibilele argumente pro și contra integrării României în Europa, moderatorul însuși „dă startul” disputei, accentuând încă de la primele cuvinte postura în care George Pruteanu se află la emisiune, aceea de senator al PRM. Atât persoana, cât și partidul reprezentat fiind controversate, subiectul eventualului dezacord, deja este evident.

Invitații au recurs la trei tipuri de acțiuni menite să aplice conflictele: *disimularea* (fie prin schimbarea vorbei, fie prin simularea confuziei), *ironia*, *asumarea altui rol decât cel atribuit* (de exemplu, unul din invitați adoptă un comportament specific moderatorului), asociate principiului politeții (cf. Ionescu-Ruxăndoiu 2003: 67). Aceste acțiuni sunt adoptate prin poziționarea fie a moderatorului față în față cu invitații săi, fie a participanților la dezbateri față de una sau alta din temele puse în discuție. Dar cel mai interesant element îl reprezintă poziționarea moderatorului și a invitaților față de telespectatori, pe care îi implică deseori în dezbateri, situându-i pe variate poziții.

Pentru a-și construi o imagine favorabilă în ochii telespectatorilor, George Pruteanu recurge frecvent la adresarea directă, alocând un rol important telespectatorilor, în poziționarea sa:

G.P: – „Vă citez în continuare, stimați telespectatori, expresia aparține doamnei Mungiu, să nu mi-o luați în nume de rău că...”

G.P: – „Încă o dată, stimate domn' Moraru și stimați telespectatori, am fost invitat și am venit pregătit ca un naiv pentru o discuție despre Europa!”

George Pruteanu nu este nici mai bun nici mai rău decât interlocutorii săi, din punctul de vedere al comportamentului discursiv.

La final, Radu Moraru nu trage o concluzie unificatoare a discuției, din simplul motiv că discuția s-a axat pe mult prea multe subteme, fiind imposibilă sintetizarea lor, atât de public, cât și de moderator, al cărui rol era de a gestiona nu numai cuvântul, cât mai ales informația, pe care ar trebui să o ofere în relansarea emisiunii publicului.

Moderatorul mărturisește cu sinceritate acest lucru, ca și când concluzia ar fi condiția de reușită pentru telespectator:

„Eu vă apreciez și pe doamna Mungiu și pe dumneavoastră și eu zic că a fost... o discuție interesantă, fiecare cred că a învățat ceva sau a înțeles ce a dorit, pentru că, vă spun, *telespectatorii noștri înțeleg* ce vor ei și nu ceea ce le transmitem noi sau încercăm să le spunem...”.

5. În loc de concluzii

Demonstrația noastră are din punctul de plecare un caracter obiectiv prin demersul propus; totuși, apelul pe parcursul acestui studiu la constrângerile determinate de trilog ca dimensiune intersubiectivă va conferi rezultatelor un caracter arbitrar sau relativ. Ceea ce a fost pus ca motto este identificat: „Într-adevăr, ceea ce *se joacă* în talk-show este ***o dublă iluzie***: cea a unui liber acces al invitatului-cetățean la puterea cuvântului și cea a creării unui loc temporar în care se exercită cuvântul puterii”. Moderatorul stabilește strategia; păcat că o face, în cazul nostru, doar de dragul unui fals spectacol de calitate, de care publicul ar avea nevoie pentru a fi doar bine informat, într-o lume iluzorie, ea însăși.

BIBLIOGRAFIE

- Bahtin, M., 1996, *Speech Genres and Other Late Essays*, Austin, University of Texas Press.
- Charaudeau, P., R. Ghiglione, 2005, *Talk-show-ul. Despre libertatea cuvântului ca mit*, Iași, Editura Polirom.
- Cvasnî Cătănescu, M., 2006, *Retorică publicistică – de la paratext la text*, București, Editura Universității din București,
- Goffman, E., 1981, *Forms of Talk*, University of Pennsylvania Press.
- Ionescu-Ruxăndoiu, L., 2003, *Limbaj și comunicare – elemente de pragmatică lingvistică*, București, Editura ALL Educațional.
- Kerbrat-Orecchioni, C., C. Platin, 1995, „Le Trilogue”, Publication de l'URA 1347, *Groupe de Recherche sur les Interactions Conversationnelles*, CNSR –Université Lyon 2.
- Lochard, G., 1989, *Apprendre avec l'information télévisée*, Paris, Retz.
- Lochard, G., H. Boyer, 1998, *Comunicarea mediatică*, Iași, Institutul European.