

LA FORCE ARGUMENTATIVE DU DÉBAT DANS LES PROGRAMMES DE LA CHAÎNE CULTURELLE DE LA TÉLÉVISION PUBLIQUE ROUMAINE

Diana Ionela FRÎNCU

dianafrincu65@gmail.com

Université de Bucarest, Roumanie

Abstract: Cultural journalists are considered “journalists with a difference” (Forde, 2003 : 113) and have the ability to stage “artistic exceptionalism” (Harries & Wahl-Jorgensen, 2007:619) by producing an epistemological relationship with different branches of cultural fields. In addition to attributing journalistic skills, professional overspecialization through training and cultural expertise gives journalists the legitimacy to produce knowledge (Forde, 2003). Media discourse thus focuses on types of explanatory, representational, or evaluative “savoir de connaissance” through which the expertise of cultural journalists is conveyed to their interlocutors (Charaudeau, 1997: 45-47).

TVR Cultural is the only program in the Romanian media landscape that “brings culture back to the forefront in all its complexity”¹ and encourages “critical thinking and debate”², imposing influential issues in the debate on cultural phenomena. The moderators of cultural debate programmes develop various argumentative strategies designed to influence the process through three levels that correspond to communication situations: “the level of problematisation, the level of subject positioning and the level of probation” (Charaudeau, 2008).

The research aims to bring into discussion the ways of influence that correspond to the process of organizing argumentative discourse at TVR Cultural, with the aim of highlighting the strength of the arguments, ideas and reasoning presented by cultural journalists (Charaudeau, 2008). Through the cultural debate shows “Intrare liberă”, “România Literară TV” and “4 cititori, o singură carte”, the public television aims to create a “space of dialogue”³ through “defining cultural themes for contemporary Romanian society”⁴ (“Intrare liberă”), to offer “a comprehensive

¹ SRTv 2023 Activity Report, p. 5, available at: <http://mediatvr.tvr.ro/media-tvr/other/202404/tvr-raport-de-activitate-2023-1- 40952100.pdf>.

² Ibidem, p. 125.

³ http://cultural.tvr.ro/intrare-libera-la-evenimente-exceptionale-cu-tvr-cultural_39782.html.

⁴ SRTv 2023 Activity Report, p. 21, available at: <http://mediatvr.tvr.ro/media-tvr/other/202404/tvr-raport-de-activitate-2023-1- 40952100.pdf>.

*image of Romanian literature*⁵ (“România Literară TV”) and to present “a space of conversation without emphasis, without sterile praise, with opposed opinions”⁶ (“4 cititori, o singură carte”).

The corpus consists of 9 editions of the three debate broadcasts, from 2024, to which I will apply discourse analysis (Charaudeau, 2007; 2006; 2004) to explore the argumentation strategies used by the hosts of the broadcasts, following the argumentative influence model proposed by Patrick Charaudeau (2008).

Keywords: debate, argumentative strategies, types of knowledge, cultural journalists.

Introduction

Cette recherche se propose de démontrer comment, à travers un processus discursif de construction argumentative participant d'un acte d'influence, modérateurs et participants au débat culturel dans les émissions de la chaîne *TVR Cultural*, ancré dans les logiques journalistique et esthétique, contribuent à la production de types de savoirs à l'intention du public.

Dans la littérature spécialisée, le journalisme culturel est considéré comme un genre de journalisme distinct de celui d'information, ayant des fonctions, des pratiques et des rôles spécifiques (Harries & Wahl-Jorgensen, 2007 ; Kristensen & Riegert, 2017) et s'orientant, dans la plupart des cas, selon la « logique de l'esthétique » et moins selon celle de l'information objective (Hovden & Kristensen, 2018 : 689). Le paradigme esthétique se concentre sur des produits de la haute culture et vise un public connaisseur du domaine culturel et artistique, tout en se distinguant par son caractère critique et normatif (Jaakkola, 2015 : 118-120). Les journalistes culturels sont considérés comme des « journalistes différents » (Forde, 2003 : 113) qui ont le rôle de mettre en scène un « exceptionnalisme artistique » (Harries et Wahl-Jorgensen, 2007 : 619) en établissant une relation épistémologique avec différentes branches des champs culturels. Outre l'attribution de compétences journalistiques, la surspécialisation professionnelle, issue de leur formation et de leur expertise culturelle, confère à ces journalistes la légitimité nécessaire de produire du savoir (Forde, 2003).

Le caractère « hétérogène, complexe et interdisciplinaire » de la culture est transféré au journalisme (Silva & Silva, 2014 : 171), qui n'acquiert sa légitimité que s'il est pratiqué par une personne spécialisée dans un domaine artistique et qui maîtrise suffisamment le capital culturel pour être qualifiée de journaliste culturel (Hellman & Jaakkola, 2012 : 787). En manifestant leurs connaissances en matière de musique, de théâtre, de littérature, d'art ou d'autres disciplines, les journalistes acquièrent « l'autorité et la capacité » de relater, d'évaluer ou d'analyser les phénomènes culturels (Hovden & Kristensen, 2018 : 694).

Les journalistes culturels remplissent des rôles spécifiques de médiation, de légitimation culturelle, d'éducation ou de *gatekeepers* (Skulte, 2015 ; Hovden & Kristensen, 2018). En tant que tel, le rôle de « médiateurs culturels » place les journalistes culturels comme lien entre, d'une part, le domaine culturel et les médias et, d'autre part, le public et les producteurs culturels (Hovden & Kristensen, 2018 : 694). Le rôle de médiateur est doublé de celui de « gardien culturel », par lequel le journaliste se concentre sur la sélection et la mise en valeur de certains sujets et biens culturels, tout en négligeant d'autres (Skulte, 2015 : 48).

Le journaliste culturel s'attache, ainsi, à légitimer la culture de qualité et contribue, par des « débats évaluatifs, à valoriser les produits culturels » (Kristensen & From, 2018 : 80). Le reportage sur les phénomènes et les événements culturels, la présentation d'opinions ou le

⁵ http://cultural.tvr.ro/emisiuni/romania-literara-tv_40379.html.

⁶ http://www.tvr.ro/patru-cititori-o-singura-carte_48220.html.

portrait de personnalités artistiques de premier plan jouent un rôle éducatif. Le contenu éducatif est produit pour offrir une meilleure compréhension des phénomènes et événements culturels ou sociétaux, les journalistes présentant des perspectives subjectives à travers leur propre « filtre culturel » (Hovden & Kristensen, 2018 : 700). L'hybridité du journalisme culturel renforce la performativité et attribue au journaliste le rôle de promoteur de « la légitimité, de l'esthétique, des critères analytiques et argumentatifs » (Silva & Silva, 2014 : 173). Dans cette perspective, la télévision devient « une arène de débat et de réflexion » (Kristensen & Riegert, 2017 : 10) dans laquelle le journaliste culturel valorise le discours argumentatif à travers lequel « il facilite les luttes symboliques et les conflits de valeurs dans un forum culturel et social » (Hellman & Jaakkola, 2012 : 786).

Cadre théorique

La conceptualisation du débat comme forme structurée de discours est introduite par le linguiste français Patrick Charaudeau (2017), qui en propose une approche socio-discursive. Il définit le débat comme « confrontation de points de vue, les interlocuteurs échangeant entre eux », avec pour objectif de clarifier les positions adoptées par les participants dans un cadre privé ou public (Charaudeau, 2017 : 26). En fonction des caractéristiques qui lui sont attribuées, le débat oscille entre la discussion, lorsque le discours est « serein, apaisé, instructif », et la controverse, lorsque le discours devient « tendu, polémique et controversé » (idem). Selon Charaudeau (2017 : 27), le débat constitue le « discours social » ayant le pouvoir de configurer « au fil du temps, les opinions collectives et, au-delà, les savoirs sociaux sur le monde, dans un processus de subjectivation qui se rationalise ».

Le débat se déroule en trois étapes principales : (1) le déclenchement d'un événement qui soulève une question destinée à être discutée ; (2) le moment du débat, qui peut donner lieu à une discussion ou à une polémique ; (3) l'effet produit sur l'opinion publique, mais aussi sur les décisions politiques dans le cas de débats publics ayant des implications au niveau d'une société (Charaudeau, 2017 : 99). En fonction de l'effet produit, le débat se caractérise par divers rôles tels qu'« un rôle d'alerte, un rôle d'influence, un rôle de révélateur » (Charaudeau, 2017 : 99). Les rôles et les étapes du déroulement d'un débat mettent en évidence le caractère triangulaire de la mise en scène discursive, impliquant, tour à tour, les participants au débat qui « échangent leurs arguments ou leurs opinions en face à face ou par écrit » et la présence d'un public qui peut être physiquement présent ou absent (Charaudeau, 2015 : 15). La triangulation du débat devient encore plus prononcée dans le cas des programmes télévisés où la discussion se déroule non seulement entre les participants sur le plateau, mais s'adresse également à un public qui n'est pas physiquement présent. Tout cet échange se déroule dans le cadre d'un questionnaire organisé, en présence de participants « légitimés dans leur prise de parole », qui représentent, dans la plupart des cas, des groupes professionnels ou des institutions (Charaudeau, 2015 : 15-17). De même, le processus de légitimation des participants tient compte du « statut ou des qualités sociales qui justifient leur présence, en relation avec son thème et son questionnement » (Charaudeau, 2017 : 102-103). Par conséquent, le contenu et les thèmes des discours influencent, à la fois, la sélection des personnes qui participent au débat et le déroulement des actes de parole, ce qui finit par classer le débat dans l'une des deux catégories suivantes : discussion ou controverse.

Entre les participants au débat, des relations de pouvoir se mettent en place, conditionnées par la force d'« agir sur l'autre, une exigence de soumission de l'autre, un quelque chose au nom de quoi est justifiée cette exigence. » (Charaudeau, 2004 : 167). Ces trois aspects conduisent à l'établissement de la légitimité, qui représente la capacité de celui qui communique « d'agir conformément aux attributs de valeur que lui accorde la position qu'il occupe. » (Charaudeau, 2004 : 168). Cependant, dans certaines situations, la légitimité n'est pas suffisante pour affirmer une position de pouvoir par rapport aux interlocuteurs. Le sujet doit « faire preuve d'autorité » dans le cadre d'un processus d'influence, tout en marquant la relation « moi-toi » (Charaudeau, 2004 : 168). « Tout échange verbal repose sur un jeu d'influences mutuelles » qui utilise le langage pour déclencher une action sur l'autre (Amossy, 2008 : 1). Le principe sur lequel repose tout processus argumentatif est celui de « l'altérité », qui inscrit la question de l'influence dans la manière dont « tout sujet parlant cherche à faire partager à l'autre son univers de discours » (Charaudeau, 2007 : 1). Ainsi, le principe d'altérité implique celui d'influence et vise à établir des relations réciproques dans lesquelles l'interlocuteur peut résister, rejeter ou répondre à la tentative d'influence en mettant en œuvre une « contre-influence » (Charaudeau, 2004 : 166).

« Les processus de raisonnement et maniement d'arguments est un instrument au service de la persuasion » (Charaudeau, 2017 : 155). La persuasion est définie par Charaudeau (2017 : 115) comme étant « la force tout orientée vers l'auditoire » et obtenue par le biais d'un « processus argumentatif ». Cependant, la persuasion ne serait pas possible sans l'imposition d'une « problématique d'influence » que les protagonistes d'un débat mettent en œuvre auprès de leurs interlocuteurs dans le but de défendre leurs opinions (Charaudeau, 2005 : 29). L'argumentation devient ainsi un mode de raisonnement doté d'une « force d'influence », qui s'inscrit dans le processus persuasif et se manifeste dans une situation de communication spécifique (Charaudeau, 2008).

Du point de vue de l'activité langagière, l'argumentation remplit une double fonction, étant (1) un « mode d'organisation du discours se structurant autour d'une matrice cognitive de causalité » ; (2) une « stratégie discursive relevant de procédés variables selon les visées situationnelles » (Charaudeau, 2007 : 11). Outre la question de l'influence, la mise en scène argumentative a pour point de référence la situation de communication (Charaudeau, 2008). Celle-ci est définie par la constitution d'« un cadre de contraintes psychosociales dont devront tenir compte les partenaires de l'échange faute de quoi l'intercompréhension serait compromise » (Charaudeau, 2015 : 2). L'ensemble des contraintes instituées par la situation de communication fournit des instructions relatives à la mise en scène du discours par la définition de l'objectif communicationnel, l'établissement des identités discursives de ceux qui échangent les paroles et la délimitation des instructions liées aux circonstances et à l'environnement dans lesquels se déroule le discours (Charaudeau, 2015 : 2).

La raison argumentative relève de la responsabilité du sujet qui communique, celui-ci devenant « maître d'œuvre de stratégies discursives qui ne prennent sens que dans la mesure où ce sujet doit en même temps respecter les instructions contraignantes de la situation de communication » (Charaudeau, 2007 : 2). Par conséquent, le sujet dispose d'une « compétence communicationnelle » déterminée par la situation, qui met en évidence sa capacité à se rapporter à l'identité de ses interlocuteurs, à l'objectif et au contenu communiqué (Charaudeau, 2002). La force argumentative attribuée aux discours de chaque participant au débat est donnée par « les savoirs de connaissance » à travers lesquels « se construisent des visions du monde en univers de discours qui résultent de la façon dont les êtres sociaux, à force d'échanges

langagiers, se représentent le monde » (Charaudeau, 2006 : 2). Ainsi, le sujet communicateur possède à la fois une « compétence communicationnelle » et une « compétence sémantique » qui concerne la construction de l'imaginaire socio-discursif basé sur une activité de sémantisation (idem). La connaissance est partagée dans le « mécanisme de l'interdiscursivité », lequel relie « divers discours porteurs de savoirs sur le monde dont on suppose qu'ils sont inscrits dans une mémoire collective » (Charaudeau, 2006 : 2).

Charaudeau (2006 : 4) introduit trois types distincts de connaissances qui s'opèrent à travers les savoirs de croyance : « un savoir d'opinion commune », « un savoir d'opinion relative » et un « un savoir d'opinion collective ». Dans toute situation de communication, la force de persuasion des discours est donnée par « un jeu de glissements entre ces différents types de savoir » (Charaudeau, 2006 : 4).

Par conséquent, l'argumentation est considérée comme une pratique sociale caractérisée par le pouvoir d'influence des participants au débat, par le pouvoir coercitif de l'argument inscrit dans une situation de communication spécifique et par le pouvoir d'individualisation et de persuasion de chaque participant qui utilise des stratégies discursives dans le but de se rendre crédibles et de captiver les interlocuteurs du débat et le public. Les effets des stratégies utilisées imposent divers enjeux : de légitimation (qui consolide la position d'autorité du sujet) ; de crédibilisation (par lequel l'orateur crée son *ethos* et expose ses connaissances et son savoir-faire); de captation (par lequel le sujet fait appel au *pathos* et choisit différents comportements discursifs pour émouvoir ses interlocuteurs et son public) ; de vérité (utilisation à travers le *logos* d'arguments rationnels, destinés à justifier, prouver ou expliquer) (Charaudeau, 2017 : 124-125). Dans le cadre argumentatif d'un débat, les quatre enjeux ci-dessus coexistent, ce qui montre que « le même procédé langagier pourra avoir, à la fois, un effet de légitimation, de crédibilité, de captation et/ou de vérité » (Charaudeau, 2017 : 124-125).

Méthodologie de recherche

L'objectif de la recherche est d'examiner comment le débat culturel dans les émissions de la chaîne *TVR Cultural* contribue à la production de connaissances à travers la construction d'un discours argumentatif. L'étude part de la mission de cette chaîne qui consiste à proposer au public des dialogues culturels et du débat d'idées, en encourageant la pensée critique. Les questions de recherche auxquelles nous essayons de répondre sont les suivantes : Q1. Quelles stratégies argumentatives les modérateurs utilisent-ils dans trois émissions de débat sélectionnées sur la chaîne *TVR Cultural*? ; Q2. Comment la mise en scène argumentative est-elle déterminée par la situation de communication de chaque émission? ; Q3. Comment le partage des savoirs par l'argumentation façonne-t-il l'ancre dans la logique esthétique et/ou journalistique de la chaîne culturelle?

Pour explorer les stratégies argumentatives des modérateurs dans les émissions sélectionnées dans le corpus, cette étude utilise une approche qualitative, en appliquant le modèle socio-communicationnel d'analyse du discours à travers le prisme de l'argumentation, modèle proposé par Patrick Charaudeau (2007, 2008). Pour Charaudeau (2007), le sujet qui entame l'argumentation, dans notre cas le modérateur de l'émission, initie une « triple activité » en ce sens vis-à-vis de son interlocuteur et, plus largement, du public : *il problématise* (le sujet a le devoir de poser et de questionner le problème dans le discours), *il se positionne* (il adopte une position pour ou contre par rapport au problème exposé) et *il démontre* (il présente des preuves susceptibles d'amener l'interlocuteur à adhérer

à l'argument proposé). Cette activité discursive repose sur le devoir des modérateurs qui s'engagent dans l'argumentation de tenir compte les instructions de la situation de communication. Les débats télévisés se déroulent dans un cadre contrôlé et bien structuré, dans lequel la configuration de la situation de communication offre un ensemble de contraintes sur l'objectif communicationnel, l'identité des partenaires, l'espace et le milieu de diffusion. Selon Charaudeau (2008), les formes discursives de type argumentatif impliquent le sujet locuteur dans un processus d'influence qui tient compte (1) de l'établissement du contact avec l'interlocuteur et de la relation qui engendre des positions discursives de supériorité ou d'infériorité ; (2) de la construction de l'image du sujet locuteur (*ethos*) qui contribue à l'adoption d'une position d'autorité par celui-ci ; (3) de la captation de l'interlocuteur par le biais du processus langagier qui se rapporte au « pathos de la rhétorique » ; (4) de l'organisation du discours de manière argumentative afin de se mettre au service d'un enjeu d'influence.

Le discours argumentatif se distingue par son caractère imposant à l'interlocuteur et au public une certaine façon de penser, tout en leur offrant la possibilité de l'évaluer selon leur propre point de vue (Charaudeau, 2008). La mise en scène discursive de l'acte argumentatif suppose trois conditions de rationalisation : la problématisation, le positionnement et la démonstration (Charaudeau, 2008).

La stratégie de problématisation se caractérise par « l'imposition d'un domaine thématique et d'un cadre de questionnement » qui s'inscrit dans « la condition de disputabilité » (Charaudeau, 2008 : 7). Cette stratégie argumentative vise « la factualité des événements, leur cause, leur conséquence et leur signification profonde » (Charaudeau, 2017 : 120). Les journalistes organisent la discussion autour de questions telles que : « quand ? », « où ? », « pourquoi ? », « quels effets ? », « quelle signification ? ». Le processus de problématisation détermine l'examen critique de la validité, de la véracité et de la justification de certaines affirmations, nécessitant une remise en question permanente d'une vérité qui se trouve « en attente » (Charaudeau, 2008 : 7).

La stratégie de positionnement implique la présentation d'un avis sur les thèmes abordés, ainsi le sujet doit se positionner « par rapport à la problématisation proposée » (Charaudeau, 2008 : 7). Le positionnement fait référence à l'adoption par le modérateur de l'émission d'un argumentaire en faveur d'une position ou contre celle-ci. Le sujet peut également adopter une « position de pondération », c'est-à-dire qu'il n'exprime pas d'opinion définitive, mais analyse les caractéristiques de chaque position, en soulignant les avantages et les inconvénients par une approche équilibrée et critique de chaque argument (Charaudeau, 2007).

La stratégie de démonstration valorise la position adoptée et lui confère une validité (Charaudeau, 2008). Pour les modérateurs engagés dans la rhétorique argumentative, la démonstration implique un double processus discursif. Tout d'abord, l'argumentateur sélectionne les arguments les plus convaincants pour justifier sa position, tout en s'assurant de l'impact persuasif sur ses interlocuteurs (Charaudeau, 2017 : 121). Ensuite, il adopte un mode de raisonnement « inéluctable », renforçant ainsi la crédibilité de l'argument (idem). La force des arguments est obtenue par l'opérationnalisation de modes de raisonnement à fonction causale, reliant deux ou plusieurs affirmations contextuelles (Charaudeau, 2008). Les formes de raisonnement classées par Patrick Charaudeau (2008 : 18) se divisent en : « raisonnement par déduction, raisonnement par analogie, raisonnement par opposition, raisonnement par calcul ». Dans le discours

argumentatif, le journaliste peut choisir un seul mode de raisonnement ou en intégrer plusieurs. De même, dans le cadre de la stratégie de démonstration, le choix des arguments se fait par le biais de types de connaissances ou de croyances qui ont une valeur sémantique et qui « sont partagées entre le sujet qui argumente et son public », produisant un « effet d'adhésion de la part du destinataire » (Charaudeau, 2008 : 10). Les connaissances peuvent prendre diverses formes : académiques, spécialisées ou expérientielles, et les croyances sont introduites dans le discours argumentatif sous forme de révélation ou d'opinion (Charaudeau, 2007 : 10-11). Enfin, la force d'un argument est transmise par la « modalisation énonciative » qui peut varier entre « l'explicite et l'implicite du discours » (Charaudeau, 2008 : 10-12).

La force des arguments qui s'inscrivent dans une problématique d'influence est générée dans le discours argumentatif par « l'articulation entre mode de raisonnement, type de savoir et modalisation » (Charaudeau, 2008 : 12). Les stratégies argumentatives fonctionnent comme des mécanismes spécifiques dans le processus d'influence et contribuent directement à l'initiation de la persuasion.

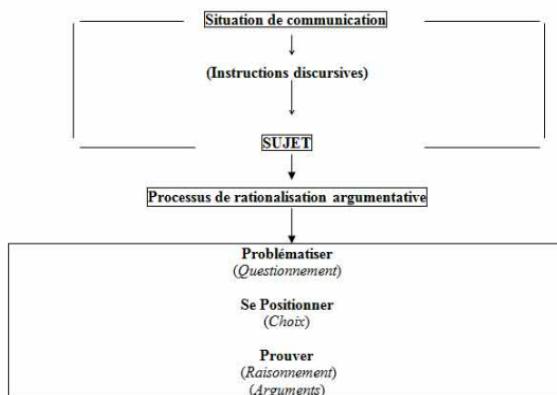


Figure 1. Le modèle du processus discursif de l'argumentation selon Patrick Charaudeau (2008)

Cette recherche utilise comme grille d'analyse (Figure 1) le modèle de mise en scène discursive de l'acte argumentatif proposé par Charaudeau (2008), qui opérationnalise les stratégies argumentatives et le cadre dans lequel elles se déroulent. L'application de la grille et l'analyse du discours permettent de comprendre en profondeur comment la situation de communication imposée par le format de chaque émission donne aux modérateurs les instructions discursives sur la base desquelles ils initient le processus de rationalisation des arguments en utilisant des stratégies argumentatives de problématisation, de positionnement et de démonstration.

Cette grille d'analyse a été appliquée à un corpus composé de 9 éditions de trois émissions de débat produites par la chaîne culturelle de la télévision publique : « Intrare liberă » (« Entrée gratuite »), « România Literară TV » (« Roumanie littéraire – TV ») et « 4 cititori, o singură carte » (« 4 lecteurs, un livre »).

Chaque émission a un modérateur et plusieurs invités qui débattent une variété de sujets culturels. Ont été sélectionnées, de manière aléatoire, trois éditions de chaque émission, entre octobre et décembre 2024.

La chaîne *TVR Cultural* se déclare être la seule télévision du paysage médiatique roumain à « ramener la culture au premier plan dans toute sa complexité »⁷ et à encourager le débat, posant ainsi des questions influentes dans la discussion des phénomènes culturels.

Résultats

Les conditions de mise en scène discursive argumentative

Les émissions analysées appartiennent au genre du débat culturel télévisé et se distinguent par des formats proposés par la chaîne. Dans les trois émissions, « *Intrare liberă* », « *România Literară TV* » et « *4 cititori, o singură carte* », le débat est animé par un modérateur et réunit entre 3 et 7 invités. Le format de l'émission « *Intrare liberă* » se distingue par l'alternance de deux « modérateurs charismatiques et expérimentés »⁸, Marius Constantinescu et Mirela Nagăț, qui animent des débats sur des thèmes culturels d'actualité, ayant des interlocuteurs que légitiment leur fonction et leur statut professionnels : « Une analyse appliquée avec mes invités : l'éditrice Lidia Bodea et directrice générale de la maison d'édition Humanitas, Oana Boca Stănescu, responsable culturelle, et l'écrivain Cosmin Perța » (« *Intrare liberă* », 22 octobre 2024). Les émissions durent en moyenne une heure et 40 minutes et sont diffusées quotidiennement du lundi au vendredi dans la grille des programmes de *TVR Cultural*. Le débat télévisé proposé élargit son format en incluant aussi des invités qui participent par transmission en ligne.

Le format de l'émission « *România Literară TV* » impose un cadre de discussion pondéré, axé à la fois sur la critique littéraire et des sujets connexes, chaque édition étant animée par différents écrivains. Y participent des représentants de la revue culturelle *România Literară*, des critiques littéraires, des écrivains, des poètes et des historiens. Les éditions de cette émission durent entre 40 et 48 minutes et sont diffusées chaque semaine.

L'émission « *4 cititori, o singură carte* », quant à elle, propose un « format détendu »⁹ dans lequel la modératrice Ioana Bâldea Constantinescu, accompagnée de ses interlocuteurs, « amis et bibliophiles »¹⁰, discute de l'expérience de lecture des œuvres littéraires contemporaines. L'émission est diffusée chaque semaine et dure en moyenne 50 minutes. À la différence des deux autres émissions, le format de « *4 cititori, o singură carte* » offre à la modératrice la possibilité de se placer également comme interlocutrice dans le débat, aspect qu'elle met en évidence dès le début de l'émission : « Je commence par une question que nous allons nous poser les uns aux autres et j'espère que cela permettra à notre discussion de se développer d'une manière organique. Je vais vous demander à chacun comment vous avez lu ce livre et je vous promets de ne pas m'écartez de la question » (« *4 lecteurs, un seul livre* », 19 octobre 2024).

Les formats médiatiques produits par *TVR Cultural* se concrétisent dans des concepts originaux qui individualisent le débat sur divers phénomènes culturels relevant de la « haute culture », tels que la littérature, le cinéma et la critique littéraire. Les concepts des

⁷ SRTv 2023 Activity Report, p. 5, available at: http://mediatvr.tvr.ro/media-tvr/other/202404/tvr-raport-de-activitate-2023-1-_40952100.pdf

⁸ http://cultural.tvr.ro/emisiuni/intrare-libera_38718.html

⁹ „4 cititori, o singură carte”, Édition du 16 novembre 2024

¹⁰ idem

programmes renforcent le caractère dialogique et argumentatif de la chaîne culturelle s'alignant sur la mission qu'elle se donne, à savoir de « ramener l'art, la culture et le débat d'idées au premier plan de la scène publique »¹¹.

Le concept de l'émission « *Intrare liberă* » repose sur la création d'un « espace de dialogue où s'expriment des créateurs et des professionnels possédant de compétences réelles »¹², le débat culturel étant « documenté par des arguments que modérateurs et invités proposent dans un style colloquial et détendu »¹³. Le concept de l'émission « *România Literară TV* » offre au public un « tableau complet de ce qui se passe d'important dans la littérature roumaine »¹⁴ et se distingue par « les critères de sélection des invités »¹⁵, mais aussi par l'ampleur du débat auquel participent « plusieurs critiques et écrivains d'autorité littéraire reconnue »¹⁶. En ce qui concerne la troisième émission, « *4 cititori, o singură carte* », le concept vise à présenter au public une série de débats qui « marqueront définitivement la littérature de ce début de siècle »¹⁷. L'objectif principal du concept est de « rapprocher le public du phénomène littéraire » et de faire intervenir dans le débat des participants « ayant le goût de la conversation et des opinions opposées »¹⁸.

Les formats et les concepts des trois émissions constituent un cadre de débat pluraliste et délibératif dans lequel diverses perspectives sont articulées, contestées, examinées de manière critique. La chaîne culturelle de la télévision publique se positionne ainsi comme promotrice du dialogue et de la réflexion critique sur les sujets culturels, en offrant un espace structuré, mais également ouvert au débat. Les programmes analysés correspondent à l'engagement de *TVR Cultural* à promouvoir la pensée critique et la diversité des opinions, tout en assumant la « responsabilité des approches »¹⁹.

L'analyse des émissions s'appuie sur le modèle de Charaudeau (2008), qui conditionne la mise en scène du discours argumentatif de la situation de communication. Les modérateurs des émissions de *TVR Cultural* initient des univers discursifs argumentatifs tant pour les participants au débat que pour les téléspectateurs, en utilisant un « jeu interdiscursif de stratégies » dans un but d'influence (Charaudeau, 2006). L'interdiscursivité ne serait pas possible sans que tous les participants connaissent la situation de communication. Celle-ci est régie par des instructions liées à la finalité de l'échange discursif, aux identités et au cadre de déroulement, chaque émission imposant une situation de communication spécifique dans laquelle s'inscrivent les partenaires de la parole.

« *Intrare liberă* » a une finalité communicationnelle persuasive du public, ainsi que des institutions, à travers les sujets culturels d'actualité discutés. « FEM100 propose au grand public une archive numérique contenant les récits de créatrices (...) une discussion sur la revisite du passé (...) et sur les nombreuses lacunes des politiques publiques à cet égard » (« *Intrare liberă* », édition du 4 décembre 2024). L'émission a, en outre, l'objectif de faire connaître aux autorités les problèmes qui existent dans les secteurs culturels et leur

¹¹ http://cultural.tvr.ro/despre-cultural_39401.html.

¹² http://cultural.tvr.ro/intrare-libera-la-evenimente-exceptionale-cu-tvr-cultural_39782.html.

¹³ *Idem*.

¹⁴ <https://romanaliterara.com/2023/03/literatura-romana-la-televizor/>.

¹⁵ *Idem*.

¹⁶ *Idem*.

¹⁷ http://cultural.tvr.ro/patru-cititori-o-singura-carte_48220.html.

¹⁸ *Idem*.

¹⁹ Rapport d'activité SRTv 2023, p. 5, disponible à l'adresse : <http://mediatvr.tvr.ro/media-tvr/other/202404/tvr-raport-de-activitate-2023--1- 40952100.pdf>.

rendre justice, en faisant pression sur les décisions publiques : « Mirela Nagăt : <L'idée de protéger le marché du livre me semble devoir devenir une évidence pour les autorités> » (édition du 22 octobre 2024).

La situation de communication de l'émission « România Literară TV » inclut la finalité de stimuler le débat axé sur la réflexion critique et esthétique : « Gabriel Chifu : <Lorsque nous lisons des ouvrages littéraires, nous devons impérativement faire preuve d'esprit critique. Dites-moi, est-ce également votre principe ou considérez-vous qu'outre le critère de la valeur esthétique, d'autres approches d'une œuvre sont également valables, par exemple à travers des études multiculturelles ?> » (édition du 22 décembre 2024). L'émission propose des sujets d'actualité strictement liés au domaine littéraire, tels que la littérature à l'ère de la numérisation ou le regain d'intérêt pour la lecture. « Răzvan Voncu : <Nous vivons dans un monde où de nombreuses publications sont passées au numérique. Comment la civilisation numérique vous influence-t-elle en tant que journalistes et, de manière générale, comment influence-t-elle l'émergence de cette concurrence virtuelle ?> » (édition du 17 novembre 2024).

Le déroulement discursif de l'émission « 4 cititori, o singură carte » est conditionné par l'intention communicationnelle de stimuler la pluralité des idées. L'émission porte sur l'expérience de lecture d'œuvres contemporaines, en mettant l'accent sur le développement de perspectives différentes sur un même produit littéraire : « Ioana Bâldea Constantinescu : <Le livre "Vers le paradis", de Hanya Yanagihara (...), je pense qu'il nous a tous marqués d'une certaine manière. Nous sommes 4 voix, 4 visions, 4 façons d'aborder ce livre.> » (édition du 19 octobre 2024). En même temps, la situation de communication marque « une nouvelle formule, profondément différente des lancements de livres classiques », dans laquelle les participants « parlent de manière détendue et assumée de ce qui se passe sur le marché du livre » (« 4 cititori, o singură carte », édition du 28 décembre 2024). Enfin, la finalité de cette situation de communication est d'inspirer, de motiver les téléspectateurs à redécouvrir le plaisir de la lecture à travers de multiples perspectives de l'analyse littéraire. Cette situation incite plutôt le public à se forger sa propre opinion : « Nous vous invitons à suivre une discussion détendue, mais animée (...) qui vous invite à retrouver le plaisir de lire, d'observer et de parler d'un livre en toute tranquillité, entre amis » (« 4 cititori, o singură carte », édition du 19 octobre 2024).

Les intentions communicationnelles des émissions analysées sont complétées par la finalité du « faire savoir-faire » (Charaudeau, 2015 : 1). Il s'agit pour le journalisme culturel de la télévision publique d'exposer, à travers les contenus diffusés, le caractère essentiel de l'expertise dans la connaissance approfondie des domaines culturels. Tant les modérateurs que les participants au débat participent à ce transfert de connaissances :

« Angelo Mitchievici, modérateur : <Paradoxalement, pendant la période que nous considérons comme hostile à la culture, c'est-à-dire l'après-guerre ou le communisme, la lecture était très prisée. (...) On parle même d'une culture centrée sur la littérature, où toutes les autres épistémologies bloquées déversent en quelque sorte une partie de leur forme de connaissance dans la littérature.> » (« România Literară TV », édition du 10 novembre 2024)

« Ion Bogdan Lefter, écrivain : <La période immédiatement post-communiste a été une période de rattrapage, d'envie de lire ce qui n'avait pas pu l'être auparavant, ce qui s'explique par des situations concrètes (...) telles que la presse imprimée à des tirages

vertigineux. (...) Il existe des moments historiques qui favorisent certains comportements, y compris la lecture.> » (« România Literară TV », édition du 16 novembre 2024).

Toute situation de communication impose les conditions matérielles dans lesquelles se déroule l'échange communicationnel. Les trois émissions présentent des dispositifs scéniques de débat culturel qui, par le type de lieu où elles sont filmées, l'organisation des participants au débat et le décor choisi, créent un espace performatif de communication. Chaque émission se distingue par le cadre qu'elle introduit. L'émission « Intrare liberă » est filmée dans le studio de télévision de la chaîne *TVR Cultural*, proposant un environnement de discussion structuré et professionnel, dans un décor moderne. Les deux autres émissions, « România Literară TV » et « 4 cititori, o singură carte », présentent des espaces étroitement liés à la thématique culturelle et littéraire, les débats se déroulant dans le cadre bohème et intime de la bibliothèque. Le décor est élégant et classique. Le caractère unique du cadre du débat est souligné par les modérateurs des émissions eux-mêmes : « Ioana Bâldea Constantinescu : <Nous nous trouvons dans le salon anglais de Cărtureşti Verona, un espace bourgeois qui se définit comme un hommage stylistique aux grandes bibliothèques du monde.> » (« 4 cititori, o singură carte », édition du 19 octobre). Le lieu où se déroule l'émission devient ainsi le reflet de l'intellectualité. Les participants au débat sont placés face à face dans un concept de « table ronde », dans un espace qui valorise le flux du discours et favorise un échange équitable des arguments.



Figure 2. L'espace de débat dans « România Literară TV »
(édition 17 novembre 2024)



Figure 3. L'espace de débat dans « 4 cititori, o singură carte »
(édition 28 décembre 2024)



Figure 3. L'espace de débat dans « Intrare liberă »
(édition 22 décembre 2024)

Dans chaque programme médiatique, la situation de communication impose des instructions relatives aux identités psycho-sociales des sujets qui sont prévues par le statut et

le rôle social (Charaudeau, 2009). Les modérateurs des émissions analysées ont une double identité sociale, déterminée précisément par leur qualification de journalistes culturels. La situation de communication insère, à la fois, l'identité de journaliste et celle d'écrivain de Ioana Bâldea Constantinescu, modératrice de l'émission « 4 cititori, o singură carte », statut social dont elle témoigne dans le cadre des débats culturels par sa compétence littéraire.

Dans le cas de l'émission « Intrare liberă », les deux modérateurs, Mirela Nagăt et Marius Constantinescu, combinent leur identité sociale de journalistes avec l'expertise (de dramaturge et écrivain) dans les domaines culturels, tels que le théâtre, le cinéma et la littérature, etc.

L'émission « România Literară TV » se distingue par le fait que les modérateurs n'ont pas de formation journalistique. Ils se voient attribuer l'identité journalistique uniquement dans le cadre du débat, lorsqu'ils abordent les sujets et interrogent les invités. Chaque édition de l'émission a des modérateurs différents avec des statuts complexes dans le domaine littéraire : Angelo Mitchievici, essayiste et critique littéraire, Gabriel Chifu, écrivain, et Răzvan Voncu, critique et historien littéraire.

Les identités imposées par les situations de communication des émissions de *TVR Cultural* marquent « la relation de pertinence par rapport à l'acte de parole » et impliquent chaque modérateur dans un mécanisme qui « justifie son droit à la parole » (Charaudeau, 2009 : 3). En même temps, les modérateurs des émissions dont les identités sont déterminées par leur statut social établissent une « relation d'altérité intersubjective » avec les participants au débat (Charaudeau, 2006 : 2). Toutes les éditions analysées présentent des invités que légitime leur statut : écrivains, poètes, journalistes, managers culturels, critiques littéraires, critiques de cinéma, réalisateurs, producteurs, etc. Ainsi, les participants aux débats sont convoqués en tant « qu'experts » en raison de leurs compétences et de leur statut (Charaudeau & Ghiglione, 2005 : 108). L'expertise des participants au débat se montre discursivement par des arguments solidement étayés et des références culturelles riches. Les interlocuteurs agissent comme co-créateurs de sens, et la mise en scène discursive s'inscrit dans un principe de coopération.

Les conditions de mise en scène de l'activité discursive argumentative placent les modérateurs et les invités de ces émissions sous la responsabilité de construire leur discours argumentatif en tenant compte, à la fois, des contraintes de la situation de communication et de la liberté de mettre en œuvre les stratégies argumentatives qu'ils jugent appropriées pour atteindre la finalité communicationnelle.

La force de l'argumentation dans les débats de la chaîne *TVR cultural*

Selon le modèle de réalisation du processus d'argumentation établi par Charaudeau (2007, 2008), les modérateurs utilisent des stratégies argumentatives spécifiques à travers lesquelles ils questionnent le sujet du débat, adoptent un certain positionnement vis-à-vis de la problématisation et démontrent la validité des arguments.

Dans chaque édition analysée, les modérateurs sont chargés de proposer le domaine thématique à débattre et le font à travers une stratégie de problématisation. Pour que le débat ait un déroulement systématique, le modérateur définit la question centrale qui sera abordée, mais veille également à fournir un contexte dans lequel il encadre cette question soumise au débat.

« Mirela Nagăt : <On parle de plus en plus aujourd’hui de la revalorisation des figures féminines ayant contribué à la création de notre histoire culturelle. Des recherches sont menées par des historiens, des critiques littéraires et des critiques de théâtre, et nombre d’entre elles aboutissent à des résultats surprenants. J’ai choisi ce soir de vous parler d’un projet récent, les archives théâtrales féministes FEM100, (...) qui recensent les créatrices du théâtre roumain non répertoriées par l’histoire dite officielle.> » (« Intrare liberă », édition du 4 décembre 2024).

Ensuite, les modérateurs imposent le cadre de discussion. Ils lancent des questions ouvertes qui offrent aux participants la possibilité d’adopter des perspectives d’argumentation distinctes. La relance de la stratégie de problématisation est visible tout au long de ces émissions. Les modérateurs veillent à maintenir un cadre de débat organisé et dynamique, encourageant une argumentation approfondie et le développement de nouvelles pistes de débat.

« Angelo Mitchievici : <Les auteurs devraient se soumettre en ne publant que ce qui a vraiment de la valeur. Nous savons pertinemment que les auteurs ne le font pas. (...) Dans ce paysage qui semble quelque peu désolé, ma question est : quelle serait la meilleure stratégie marketing ?> » (« România Literară TV », édition du 10 novembre 2024).

« Ioana Bâldea Constantinescu : <Je commencerai par poser la question que je souhaite faire circuler entre nous. Que signifie publier une littérature de qualité en Roumanie ?> (...)

<J’ai toujours dû aborder cette question, car nous partageons d’une certaine manière plusieurs univers fictionnels, éditoriaux et journalistiques. Je souhaite la faire circuler à nouveau entre nous et je ne m’en détournerai pas. Qu’est-ce qui vous motive dans votre lutte pour une plus grande diversité culturelle ?> » (« 4 cititori, o singură carte », édition du 28 décembre 2024).

Dans le développement discursif de l’argumentation, les modérateurs utilisent la stratégie de positionnement pour faire connaître leur point de vue sur la question qui régit l’échange de paroles. Une intervention stratégique se remarque au cours de la discussion, par laquelle les modérateurs

- oscillent entre neutralité journalistique et subjectivité esthétique (« Răzvan Voncu : <Si je devais sortir un instant de la peau du modérateur et me mettre dans la peau du professeur de littérature, je dirais que le *like* est un jugement de goût. La critique littéraire n'est pas un jugement de goût.> » - « România Literară TV », édition du 22 décembre 2024) ;
- lancent de nouvelles pistes de discussion (« Marius Constantinescu : < Il me semble que l'une des directions les plus utiles dans l'approche d'un documentaire en tant qu'espèce est cette capacité à générer du dialogue, à générer des conversations. Comment ces variables ont-elles été prises en compte dans le cas du documentaire « Tata » ?> » - « Intrare liberă », édition du 26 novembre 2024) ;
- mettent en lumière des expériences personnelles (« Ioana Bâldea Constantinescu : <Pour moi, c'est le premier livre de Hanya Yanagihara que j'ai abordé avec beaucoup de réticence. (...) C'est vraiment le genre de livre qu'il est

très difficile de lâcher, il est très difficile de revenir à sa vraie vie, comme vous l'avez dit. (...) Il me semble que c'est une histoire de la littérature qui se déroule dans ces pages, et c'est magistralement écrit. C'est d'une intelligence rare.> » - « 4 cititori, o singură carte », édition du 19 octobre 2024).

La stratégie de positionnement est doublée de celle de la démonstration, à travers les arguments avancés, les modérateurs se légitimant par leur expertise culturelle.

« Răzvan Voncu : < La critique littéraire n'est pas un jugement de goût. Elle commence par un jugement de goût, mais doit contenir une démonstration, et le jugement de valeur doit se fonder sur cette démonstration qui est, comme le disait Lovinescu, la politesse obligatoire du critique.> » (« România Literară TV », édition du 17 novembre 2024).

« Mirela Nagăt : <Depuis quelques jours, je lis ces archives comme un roman passionnant, comme une histoire parallèle du théâtre roumain. Pour quelqu'un qui a fréquenté le milieu théâtral, comme moi, je découvre une histoire qui n'est pas enseignée à l'école. Nous avons des réalisatrices dont on ne parle pas vraiment (...) et ce geste récupérateur me semble naturel.> » (« Intrare liberă », édition du 4 décembre 2024).

Un processus d'influence se manifeste au niveau de la mise en scène des stratégies argumentatives, par la force des arguments. Le recours à des stratégies de problématisation, de positionnement et de démonstration encourage l'échange verbal et la diversité des opinions, et sert de modèle pour reconstruire le processus de lecture (dans l'émission « 4 cititori, o singură carte »), partager des expériences littéraires (dans l'émission « România Literară TV ») et imposer des convictions sur les nouvelles tendances ou les enjeux culturels de celles-ci (dans l'émission « Intrare liberă »).

Les éditions analysées de ces émissions se distinguent par l'articulation des savoirs intégrant connaissances, dont la validation est régie par la logique et la démonstration, et croyances, liées à des expériences personnelles et à des valeurs. La visée d'influence des interlocuteurs dans l'échange passe également par la puissance des arguments fondés sur les croyances. Suite à l'analyse des éditions incluses dans le corpus, nous avons observé une valorisation des croyances s'appuyant sur la confiance en le jugement personnel et la compétence perçue.

« Ioana Bâldea Constantinescu : <Nous parlons de 'Trust' d'Hernan Diaz, lauréat du prix Pulitzer 2023 (...). Pour ceux qui ne l'auraient pas lu, c'est un livre à plusieurs niveaux (...), qui intègre de nombreux thèmes et de nombreuses clés de lecture. On peut le lire comme un livre sur le typhon des années 1920 en Amérique, sur les relations familiales ou sur les relations de couple. Personnellement, je pense que c'est avant tout un livre sur les relations de pouvoir et, plus précisément, sur la relation entre le narrateur et l'histoire. Je demanderai à chacun d'entre vous comment vous l'avez lu.> » (« 4 cititori, o singură carte », édition du 16 novembre 2024).

Le processus discursif d'influence argumentative implique un flux d'interdiscursivité où modérateurs et invités s'engagent, dans un cadre réglé de débat, dans un processus commun de production de connaissances culturelles à l'intention du public, indissociable de la production de sens et de la construction de l'identité experte.

Conclusion

Cette recherche met en évidence la force argumentative des débats culturels sur *TVR Cultural*, en tant que mécanisme de co-production et de transfert de connaissances vers le public résultant de l'interaction entre modérateurs et participants. Dans toutes les éditions analysées, on observe l'initiation d'un « jeu d'influences mutuelles » (Amossy, 2008 : 1), où le débat se situe dans la sphère de la discussion, s'encadrant plutôt comme un espace d'expression d'opinions différentes et de confrontation d'idées, et non comme une polémique (Charaudeau, 2017 : 10-11). La force des arguments est déterminée par le mode de raisonnement adopté dans chaque émission. Alors que dans les éditions de « România literară TV », on observe une rationalisation des arguments dans la sphère critique et esthétique, proposant des preuves à valeur empirique qui s'appliquent strictement à la rigueur thématique imposée par le format de l'émission - relative à la littérature -, les deux autres émissions combinent le mode de raisonnement de la possibilité avec celui de la probabilité. La mise en scène discursive dans « Intrare liberă » et « 4 cititori, o singură carte » est fondée sur le dialogue ouvert à l'interprétation, à la délibération et à la réflexion. Les interlocuteurs cherchent à imposer, dans ce type de dispositif discursif, suivant « une sorte d'autonomie du discours » de chaque participant (Beciu et Lazăr, 2015 : 42), leur propre système de valeurs à travers la relation modérateur-invité. Dans toutes les éditions analysées, les arguments sont avancés dans un régime consensuel, de coopération verbale, où les partenaires du débat partagent leur univers discursif tout en visant un enjeu d'influence à des fins de crédibilité.

Les modérateurs adoptent une « position délibérative » (Charaudeau, 2017), configurant l'espace de débat comme une scène d'interaction régulée, où la répartition des rôles est claire, mais où la dynamique reste ouverte. Les modérateurs des émissions lancent des thèmes, formulent des questions ouvertes et stimulent des perspectives d'argumentation distinctes. Parallèlement, les invités sont placés dans l'espace de débat en fonction de leur statut professionnel et de leur compétence culturelle. Le capital symbolique des invités (écrivains, poètes, gestionnaires culturels, critiques littéraires, critiques de cinéma, réalisateurs) atteste de leur autorité et de leur reconnaissance sociale, leur donnant le « droit à la parole » (Charaudeau, 2009). Ils souscrivent au contrat de communication imposé par l'émission, tiennent compte de l'orientation thématique et situationnelle posée par l'animateur, mais apportent de la substance aux débats en produisant des types de savoirs.

À travers les formats et les concepts proposés, la chaîne *TVR Cultural* affirme son statut de garante du pluralisme des idées dans le débat des phénomènes culturels et réaffirme son rôle de « gardien de la culture » (Skulte, 2015 : 48). La télévision devient ainsi un espace de réflexion critique, argumentée, journalistes culturels et invités aux débats créant un espace propice à la médiation culturelle et au transfert vers le public de « savoirs de connaissance ». Les émissions « Intrare liberă », « 4 cititori, o singură carte » et « România Literară TV » illustrent comment le débat des sujets culturels devient un dialogue ouvert et réciproque, apportant la pluralité des perspectives dans un sens critique et encadrant l'organisation discursive dans une logique esthétique de valorisation des sujets culturels.

REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES

- AMOSSY, Ruth, (2008), « Argumentation et Analyse du discours : perspectives théoriques et découpages disciplinaires », dans *Argumentation et Analyse du Discours*, 1, pp. 1-18.
- BECIU, Camelia, & LAZĂR, Mirela, (2015), « Production d'identités et modes d'engagement dans les débats médiatiques sur la migration en Europe : Le cas de la Roumanie », dans *Social Science Information*, vol. 54 no. 1, pp. 38-51.
- CHARAUDEAU, Patrick, (2017), *Le débat public. Entre controverse et polémique. Enjeu de vérité, enjeu de pouvoir*, Limoges, Lambert-Lucas.
- CHARAUDEAU, Patrick, (2015), « De la situation au contrat de communication », dans *La médiation des controverses scientifiques*, Paris, Unisciel.
- CHARAUDEAU, Patrick, (2009), « Identité sociale et identité discursive. Un jeu de miroir fondateur de l'activité langagière », dans Patrick Charaudeau (Ed.), *Identités sociales et discursives du sujet parlant*, Paris, L'Harmattan, disponible en ligne : <https://www.patrick-charaudeau.com/Identite-sociale-et-identite.html>.
- CHARAUDEAU, Patrick, (2008), « L'argumentation dans une problématique d'influence. Argumentation et Analyse du Discours », dans *Argumentation et analyse du discours*, 1, disponible en ligne : <http://journals.openedition.org/aad/193>.
- CHARAUDEAU, Patrick, (2007), « De l'argumentation entre les visées d'influence de la situation de communication », dans *Argumentation, Manipulation, Persuasion*, Paris L'Harmattan, pp. 1-12, disponible en ligne : <http://www.patrick-charaudeau.com/De-l-argumentation-entre-les.html>.
- CHARAUDEAU, Patrick, (2006), « La situation de communication comme lieu de conditionnement du surgissement interdiscursif », dans *Tranel. Interdiscours et intertextualité dans les médias*, 44, Neuchâtel, Institut de linguistique de l'Université de Neuchâtel, disponible en ligne : <http://www.patrick-charaudeau.com/La-situation-de-communication.html>.
- CHARAUDEAU, Patrick, (2004), « Comment le langage se noue à l'action dans un modèle socio-communicationnel du discours. De l'action au pouvoir », dans *Cahiers de linguistique française*, n°26, pp. 151-175.
- CHARAUDEAU, Patrick, (2002), « A communicative conception of discourse », dans *Discourse Studies*, 4(3), London, Sage Publications, pp. 301-318, disponible en ligne : <http://www.patrick-charaudeau.com/A-communicative-conception-of.html>.
- CHARAUDEAU, Patrick, (1997), *Le discours d'information médiatique. La construction du miroir social*, Paris, Nathan.
- CHARAUDEAU, Patrick, & GHIGLIONE, Rodolphe, (2005), *Talk show-ul: despre libertatea cuvântului ca mit*, Iași, Polirom.
- FORDE, Eamonn, (2003), “Journalists With a Difference: Producing Music Journalism”, dans Simon Cottle (Ed.), *Media Organization and Production*, Thousand Oaks, CA, Sage Publications, pp. 113-130.
- HARRIES, Gemma & WAHL-JORGENSEN, Karin, (2007), “The culture of arts journalists: Elitists, saviors, or manic depressives?”, dans *Journalism*, 86, pp. 619-639.
- HELLMAN, Heikki & JAAKKOLA, Maarit, (2012), “From aesthetes to reporters: The paradigm shift in arts journalism in Finland”, dans *Journalism*, 13, pp. 783-801.
- HOVDEN, Jan Fredrik & KRISTENSEN, Nete Nørgaard, (2018), “The Cultural Journalist Around the Globe: A Comparative Study of Characteristics, Role Perceptions, and Perceived Influences”, dans *Journalism*, 22(3), pp. 689-708.
- KRISTENSEN, Nete Nørgaard & FROM, Unni, (2018), “Cultural journalists on social media”, dans *MedieKultur: Journal of Media and Communication Research*, 34(65), pp. 76-97, disponible en ligne : <https://doi.org/10.7146/mediekultur.v34i65.104488>.
- KRISTENSEN, Nete Nørgaard & RIEGERT, Kristina, (2017), *Cultural Journalism in Nordic countries*, Gothenburg, Nordicom.

- PICARD, Robert, (2013), “Economics and the Challenges of Broadcast Policy-Making”, dans Robert G. Picard & Paolo Siciliani (Eds.), *Is there Still a Place for Public Service Television? Effects of the Changing Economics of Broadcasting*, Oxford, Reuters Institute for the study of journalism, pp. 3-8.
- SILVA, Marisa Torres & SILVA, Dora Santos, (2014), “Trends and transformations within cultural journalism: A case study of newsmagazine Visão”, dans *Osservatorio*, 8(4), pp. 171-185.
- SKULTE, Ilva, (2015), “The Concept of Cultural Journalism: What the Editors in Latvia Think They Do When Doing Cultural Journalism”, dans *Žurnalistikos Tyrimai*, 8, pp. 38-69.

Sources en ligne :

- România Literară, (2023), *Literatura română la televizor*, disponible en ligne : <https://romanialiterara.com/2023/03/literatura-romana-la-televizor/>.
- TVR Cultural, (2022), *Despre TVR Cultural*, 14 décembre, disponible en ligne : http://cultural.tvr.ro/despre-cultural_39401.html.
- TVR Cultural, (2023), „*Intrare liberă” la evenimente exceptionale, cu TVR Cultural*, 22 février, disponible en ligne : http://cultural.tvr.ro/intrare-libera-la-evenimente-exceptionale-cu-tvr-cultural_39782.html.
- TVR Cultural, *Intrare liberă*, disponible en ligne : http://cultural.tvr.ro/emisiuni/intrare-libera_38718.html.
- TVR Cultural, *România literară TV*, disponible en ligne : http://cultural.tvr.ro/emisiuni/romania-literara-tv_40379.html.
- TVR, (2024), *Patru cititori, o singură carte*, 18 octobre, disponible en ligne : http://www.tvr.ro/patru-cititori-o-singura-carte_48220.html.
- TVR, (2024), *Rapport d'activité SRTv 2023*, 15 avril, disponible en ligne : <http://mediatvr.tvr.ro/media-tvr/other/202404/tvr-raport-de-activitate-2023--1-40952100.pdf>.