

## Actori pe scena cuvintelor. Strategii identitare în spațiul de vorbire

În cazul talk-show-ului de televiziune, scena cuvintelor nu e o simplă aproximare metaforică pentru un spațiu din interiorul dispozitivului televizual, ci reprezintă punctul de incidență dintre parametrii contextului de producție și al schimburilor verbale și o valoare dramaturgică și spectaculară pe care protagoniștii invitați și publicul integrat care asistă la derularea unei emisiuni o conferă platoului de televiziune.

Constrânși de normele dispozitivului televizual care încadrează luările de cuvânt, subiecții vorbitori sunt convocați să susțină și să subscrie unei partituri delimitate de un orizont de așteptare televizuală, care le prescrie roluri discursive și anumite poziții de reciprocitate, cu scopul de a-i mobiliza în vederea schimburilor dintr-un spațiu de vorbire.

Ceea ce ne-am obișnuit să numim expresivitate a schimbului de replici într-un talk-show de televiziune reprezintă în fapt activarea unor strategii de negociere și de construcție a propriilor imagini identitare pe care protagoniștii le fac să evolueze într-un spațiu al cuvântului. Altfel spus, scena de cuvinte din cadrul dispozitivului televizual se organizează în jurul unui ansamblu de parametri situaționali, între care figurează identitățile deja edificate ale protagoniștilor invitați, convocate să se activeze într-un context specific.

Făcând o analiză a mai multor tipuri de interacțiuni din spațiul de vorbire, R. Vion distinge, în cazul dispozitivului televizual, *un cadru interactiv și un spațiu interactiv* :

A. în *cadru interactiv* teoreticianul cuprinde „natura relației sociale stabilite de intrarea *prin* și *în* situația de comunicare, raport care se menține până la termenul interacțiunii” (Vion, 1992, p. 110) ;

B. *spațiul interactiv* „se construiește *în* și *prin* interacțiune, uneori independent de variabilele și de parametrii contextualii” (p. 110).

În relația directă cu *cadru interactiv* și cu *spațiul interactiv*, scena de cuvinte precedă interacțiunea mediatică, impunându-și așadar propriile constrângeri relaționale, de spațiu, de timp și de instituire a cuvântului, „prin care se joacă piesa schimburilor sociale” (Charaudeau, 1997, p. 67), în așa fel încât ea se afirmă deopotrivă ca o *reprezentare* încadrată de parametrii specifici (ai spațiului, ai mizelor editoriale și ai identităților atribuite participanților) și ca *spectacol* jucat.

Nu e nevoie de o expertiză mediatică pentru a observa că, pe orice scenă de cuvinte, interlocutorii afirmă *posturi sociale* (cine sunt?), *posturi enunțiative* (în ce calitate sunt invitați să se exprime) și *posturi revendicate* (în ce calitate reușesc să se exprime efectiv) (Brown, Fraser, 1979, pp. 38-62).

Conform abordărilor interacționiste ale lui Brown și Fraser, orice situație de comunicare este inițiată într-un amplasament care comportă una sau mai multe scene pe care evoluează participanți definiți atât prin numărul și identitățile lor sociale, cât și prin scopurile lor acționale. Parametri situaționali care ne interesează aici sunt identitățile puse în joc de către participanții la o emisiune de cuvinte și cadrul interactiv înțeles ca „dispozitiv scenografic” (Nel, 1994, p. 197) care organizează un platou de televiziune în care sunt instalați participanții convocați.

De reținut că scena de cuvinte și cadrul interactiv, aflate într-o relație activă, generează un dispozitiv reproductibil de la o emisiune la alta, un fel de „macrotip” (Amey, 2009, p. 90) care face recognoscibilă o emisiune dată și succesiunea ei pe parcursul unui stagi de programare.

### *Roluri și identități sociale ale participanților*

Posturile sociale ale participanților la un talk-show de televiziune se evidențiază ca *roluri de vorbitor* care precedă interacțiunea ce urmează să se instituie într-un studio. Transgresate din aria socială în spațiul mediatic, aceste *posturi sociale* exprimă identități sociale sau personale care servesc, simultan cu alte atribute ale personalității participantului (relație, competență comunicațională, elocință) la legitimarea prezenței respectivului interlocutor în platoul de televiziune.

Aceste legitimități contextuale ale participanților corespund tot atâtor „atribuții identitare potențial mobilizate pentru unul și același subiect, de către instanța de producție, cu scopul de a fonda prezența acestuia într-o emisiune sau într-o secvență a unei emisiuni de cuvinte” (Leclerc, 2002, p. 149).

În funcție de așteptările televizuale posibile într-o emisiune de platou, *posturile sociale* ale participanților convocați sunt subscrise unor strategii de punere în vizibilitate, în urma cărora acestea sunt susceptibile să devină : *revendicate* de către protagoniști printr-un act de autodesemnare, care pune în scenă o identitate socială și inițiază schimburi verbale în conformitate cu această poziție (de exemplu : un reprezentant al unei

comunități se exprimă asupra problemelor și intereselor acestei comunități); exhibate de către instanța televizuală, care, prin recurs la banda de subtitraj și la ritualul de reprezentare a invitaților de către un jurnalist sau un animator instituie un cadraj al intervenției respectivului participant (de exemplu: a determina un invitat să vorbească în calitate de deținător al unei expertize); *ocultate* de către instanța televizuală (în situația când recrutarea invitaților e determinată de calitatea de martor a acestora, postură care maschează atributele sociale ale participantului în schema fixă a unui profil).

Așadar, instanța de producție determină și direcționează criteriile de recrutare și de legitimare a invitaților dintr-o emisiune, iar această legitimitate consimțită de mediul televizual combină două tipuri de autoritate: *enunțiativă* și *instituțională* (Leclerc, 1996, p. 7). Cea dintâi confirmă „puterea socială de care dispune un enunțiator, un autor de a genera încredere și de a se transforma în încredere” (p. 8). Cea de-a doua definește „puterea legitimă de care dispune un individ sau un grup de a impune ascultare celor pe care pretinde că îi conduce” (p. 8). Altfel spus, *autoritatea instituțională* este un adjuvant al funcției și al statutului unui invitat, deținător al unei competențe dintr-un câmp social și profesional, în timp ce *autoritatea enunțiativă* este expresia atributelor personale (reputație, charismă) ale unui invitat și a aptitudinilor comunicative pe care acesta le deține și le activează.

În pofida opiniei generalizate că, în ultimele două decenii, oamenii obișnuiți au luat cu asalt platourile de televiziune, S. Rouquette inventariază de pildă logicile sociale, profesionale și normativele care au dictat, în perioada 1958-2000, convocarea invitaților – în studioul unei emisiuni de cuvinte – pentru toate canalele de expresie franceză, ajungând la concluzia surprinzătoare că, de fapt, „popularea televiziune rămâne o forță impopulară” prin faptul că foarte multe categorii socioprofesionale ale cetățenilor se situează constant în afara interesului micului ecran (2001, p. 14). Este vorba despre muncitori, agricultori și alți agenți sociali care sunt în continuare minoritari față de procentul profesiunilor pe ai căror exponenți televiziunea îi „cultivă” în maniera clasică a debaterilor din anii '80: deputați, miniștri, purtători de cuvânt, reprezentanți ai sindicatelor și ai numeroaselor organizații afiliate statului de drept. Cu alte cuvinte, statutul de *actor autorizat* (Amey, 2009, p. 92) pentru micul ecran include cu preponderență o ancorare socioprofesională și ierarhică a invitatului (poziția într-o organigramă sau structură decizională) și abia în grad secund o identitate de altă natură. Excepție fac

rarele situații de competență enciclopedică a intervenantului, ceea ce Chevalier numește „poliexpertiza” (Chevalier, 1999, p. 84), în care se îmbină o recunoaștere academică, exercitarea unei practici și renumele ca principiu de legitimare.

Când identitatea socială a unui convocat într-o emisiune de platou nu este efectul unei competențe profesionale și nici al unei poliexpertize, atunci identitatea care îl face eligibil pentru instanța televizuală este determinată de apartenența sa la grupuri și colectivități referente, calitate la fel de stabilă și susceptibilă de a garanta un rol de vorbitor, precum alte competențe pe care le-am enunțat. Inventariate de către Guy Lochard, aceste „atribute identitare” pot să convoace, în funcție de tema emisiunii și de contextul comunicațional, *identități etnico-culturale* (de exemplu, maghiari și germani din nordul României), *identități rezidențiale* (studenți medicinști din țările Orientului Apropiat, rezidenți în campuri bucureștene), *identități sexuale* (mamă de familie, celibatar, fiu adoptat) sau *identități civice* (reprezentant al Asociației Eroilor Revoluției din decembrie etc.).

Aceste criterii identitare sunt vizibile și active în majoritatea așa-ziselor talk-show-uri profane, apărute la sfârșitul anilor '90, ai căror protagoniști sunt oameni obișnuiți sau în formatele în care devine operațională apartenența invitatului la o categorie generațională definită în extensia: „tineri”, „pensionari cu hobby-uri”, „elevi din învățământul gimnazial”.

De notat că foarte multe dintre identitățile „profane” ale invitaților într-un platou de televiziune reprezintă mixajul dintre două sau mai multe variabile sociale (de exemplu, tânără, casnică, reprezentantă a etniei rome).

În concluzie, se pot delimita emisiuni de cuvinte cu o configurație interlocutivă construită pe echivalența sau pe complementaritatea competențelor de expertiză (este cazul talk-show-urilor politice și culturale, al dezbaterilor specializate, pe chestiuni economice sau financiare, difuzate de televiziuni tematice) și emisiuni cu configurații interlocutive inegale, în care pozițiile participanților sunt diferențiate și asimetrice și în care se face simțită o inegalitate de resurse lingvistice și de competență.

În ultimul deceniu, instanța televizuală menține și stimulează decalajele de poziționare între invitați, pe care le contabilizează în profitul spectacolului la scenă deschisă, ca să nu mai vorbim despre cazurile în care incompetența unui intervenant e tratată de acesta cu o detașare insolentă, care trece drept pitoresc și charismă televizuală în proiectul de intenționalitate al celor care îl convoacă.



## „Experți” și „profani” – poziționări enunțiative

Dacă am admis că instanța televizuală consimte la a conferi legitimitate unor persoane convocate să participe la o emisiune de platou în funcție de pozițiile statutare (vârstă, sex, apartenență comunitară sau etnică), ceea ce ne interesează sunt principalele configurații identitare care survin din coprezența în platou a acestor invitați.

Dar, mai întâi, o definiție a *poziționării enunțiative* așa cum o înțelege Patrick Amey :

Determinată de combinația sintagmatică a identităților locutorilor, de mizele dominante ale emisiunii (a revela un adevăr, a informa, a determina un invitat să se confeseze), o *poziționare enunțiativă* constituie punerea în prezență a două poziții statutare complementare : încadrarea prin cronotaxie a schimburilor – adică prin temporalitatea care marchează ritualizarea luărilor de cuvânt (cine și când poate și trebuie să vorbească ?) –, aceste poziții statutare sunt, deci, construcții tributare dispozitivului interlocutiv (2009, p. 95).

Teoreticianul e de părere că în forumuri și în diverse variante de talk-show-uri (polemice sau profane) poziționările enunțiative se distribuie pe trei axe principale : *gradul de cunoaștere și abilitate* al actorilor mediatici (experți *versus* profani) ; *valorizarea axiologică și normativă* a luării de cuvânt (victime *versus* acuzați) și *reprezentativitatea enunțiatorului* (cetățean *versus* purtător de cuvânt).

Acreditând distribuția poziționărilor enunțiative pe cele trei axe, așa cum le delimitează Amey, se poate spune că în numeroase secvențe din emisiunile de platou caracterizate printr-o asimetrie statutară între invitați, diviziunea protagoniștilor în *experți versus profani* devine regulă. Operativitatea ei se face vizibilă mai ales în situațiile de enunțare în care prevalează o repetiție inegală a resurselor lingvistice și a abilităților celor convocați. Este mai ales cazul schimburilor verbale în care temele tratate abordează polemic faptele de societate sau din domeniul vieții private, optând pentru un cadraj particularizat al unei probleme. În asemenea situații de comunicare sunt puse în coprezență persoane obișnuite, martori care își relatează experiențele intime sau sociale și specialiști (avocați, universitari, terapeuți), care își valorifică și își expun o experiență profesională ca bază argumentativă pentru evaluarea „poveștilor” ce s-au derulat în spațiul public. În sincronism cu o tendință de evoluție a televiziunilor

europene din ultimii 15 ani și în formate românești de psihoshow sau forumuri cu oameni obișnuți – difuzate după '90 –, solicitarea în platou a unui terapeut sau a unui psiholog are ca finalitate încadrarea și glosarea unei „mărturii” publice a unui interlocutor obișnuit pentru a-i acorda un grad de generalitate.

Când complementaritatea pozițiilor „expert” și „profan” este angrenată într-un schimb de reciprocitate și colaborare, sunt convocate două registre de expresie : unul din arsenalul *emoționalului*, care însoțește de obicei orice depoziție publică, valorizată ca autentică, a unei persoane obișnuite, prezente în platou, și un registru *didactic și explicativ*, asigurat de abilitatea experților de a etala o postură metadiscursivă.

Ar mai fi de menționat categoria emisiunilor de cuvinte cu miză informativă sau de elucidare a unei problematici sociale, în care cetățeni obișnuți, desemnați ca locutori autorizați, din categoria profanului, de către instanța televizuală, nu sunt prezenți în platou alături de experții cu care dezvoltă o relație de complementaritate. Coprezența lor se realizează prin includerea în derularea emisiunii a ceea ce se numește „telefonul telespectatorului” sau relaționarea lor cu un expert convocat în studio se produce prin intermediul unui jurnalist care vorbește în numele lor. Alteori, interlocutorii cu statut „profan” sunt prezenți în dispozitivul televizual în rândurile publicului integrat și sunt solicitați să intervină la un moment prestabilit.

În ansamblu, o similitudine de construcție și de poziționare spațială și temporală apropie emisiunile de cuvinte care au o miză explicativă și de informare de cele care conțin mărturii și confesiuni ale oamenilor obișnuți, atunci când e vorba de corelarea statutului „expert”/„profan” : *delimitarea spațială și temporală* a celor două poziții atribuite invitaților. Un marcaj *spațial*, în sensul că specialiștii și martorii pot să ocupe locuri departajate în scena platoului de televiziune și un *marcaj temporal* în măsura în care secvențele narative ale interlocutorilor profani și secvențele didactic-explicative (și, deci, metadiscursive) ale experților care evaluează și „diagnostichează” depozițiile celor dintâi sunt disociate prin ritualuri de adresare ale moderatorului, prin benzi de subtitraj pe ecran și, uneori, printr-o încadrare diferită a luărilor de cuvânt.