

Marques de didacticité dans le talk-show culturel

Lăcrămioara COCÎRLĂ

École doctorale, Université de Suceava

Abstract: The cultural talk-show is essentially a place of transmitting knowledge, where interesting discourses of some representative personalities for the Romanian spirituality are allowed to circulate. Our study aims at emphasizing the didactic marks of this type of show at the three levels: situational, formal and functional. In the situational plan, the didactic marks analysis is developed around the three instances: the science, the audience and the moderator; in formal plan the didacticity is present in the semiotic, linguistic and discourse constructs, made obvious by such figures as: definition, explanation, exemplification, analogy, illustration or quotation; in functional plan, one may discover didactic signs in interlocutors' intention and goal of showing, explaining or persuading. People often state that the aim of the television is less to educate and more to seduce, however, it is obvious that, with the aid of the cultural talk-show, the television has the chance to fight this one-sided tendency of influencing, fully displaying its instructive-formative valences.

Keywords: didacticity, didactic procedures, situational/formal/functional level,

1. Introduction

Notre démarche analytique porte sur des talk-shows culturels, réalisés par des noms consacrés de la télévision roumaine: Cătălin Ștefănescu (*Garantat 100%*), Eugenia Vodă (*Profesioniștii*), Marina Constantinescu (*Nocturne*) et Horia-Roman Patapievici (*Înapoi la argument*). Ces talk-shows proposent des

dialogues avec des personnalités distinguées du monde culturel, des invités qui ne sont pas seulement des personnalités médiatisées, mais aussi des gens de culture moins connus par le grand public. Le rôle principal de ces émissions est celui de promouvoir un autre genre de talk-show: le débat culturel qui met en circulation des idées, des discours expressifs et intéressants, des personnalités représentatives pour la spiritualité roumaine. Le talk-show devient ainsi un lieu de transmission de connaissances et on trouve ici «*les manifestations d'une intention réelle, simulée, voire inconsciente, d'apporter à l'autre des savoirs nouveaux*»¹ - des traits bien connus de la didacticité.

2. Marques de didacticité au plan situationnel

Du point de vue *situationnel*, la didacticité dans le talk-show culturel se manifeste dans la *situation de communication* qui représente le cadre naturel de la parole, défini par la dimension spatio-temporelle (*ici-maintenant*), par le cadre référentiel du discours et visualisé par l'image sur le petit écran comme un décor de théâtre.

On distingue dans le talk-show *une configuration de rôles*², une structure à trois places: la Science représentée par les informations culturelles transmises, le public récepteur et le modérateur au milieu. La Science, cet «*élément inanimé mais non moins dynamique de la relation pédagogique, élément autour duquel se définissent les rapports de communication entre l'enseignant et les élèves*»³ est représentée dans le talk-show culturel par de multiples personnalités qui expriment leur identité; leurs noms propres prestigieux assurent plus qu'une information, en offrant «*un effet de réel et une animation du discours de la*

¹ Jean Claude Béacco, Sophie Moirand, *Autour des discours de transmission de connaissances dans Langages*, n° 117, p. 33.

² *Ibidem*, pp. 38-39.

³ Dospinescu, Vasile, 1998, *Semiotică și discurs didactic*, Ed. Didactică și Pedagogică, București, p. 354.

Science»,⁴ leur autorité en donnant une caution de sérieux à cette mise en scène de la parole.

Le modérateur «*n'est énonciateur qu'en réponse à une demande [...] pour remplir „un devoir”, „une mission; il se donne entre l'originalité de l'auteur et la transparence du scripteur – un statut ambigu de commentateur – compilateur, s'évertuant, dans l'effacement, à mettre les deux pôles en contact.*»⁵ Il veut convaincre et il organise son discours par choix et planification comme dans tout discours pédagogique.

La situation de communication est conçue comme une condition de production, génératrice du discours télévisuel. Ayant une fonction essentielle dans l'activité communicative elle s'enrichit d'une dimension sociale caractérisée par un *déséquilibre cognitif*⁶: l'animateur du talk-show détient des informations et des connaissances supérieures et se trouve dans la situation d'être obligé ou de désirer les transmettre au grand public, fait qui peut être considéré comme un contrat didactique plus ou moins ferme:

Ex.: E.V.: – *Spuneam dinainte despre chipurile dumneavoastră parăsite. Vreau să vă propun în emisiunea... de astăzi să încercăm să redescoperim împreună niște chipuri parăsite ale lui Andrei Pleșu, pe care poate chiar dumneavoastră le-ați uitat. Ce-ar fi să vorbim despre formație, despre ANDREI PLEȘU de la grădiniță până la Noica...*

(le talk-show *Profesioniștii*)

Tout dépend des connaissances que le public a sur l'instance médiatique: le choix des invités, le studio, les stratégies d'animation. Le modérateur est le maître de la scène discursive, il utilise une stratégie évidente en détenant le monopole des questions. Ici, entre en jeu la *situation psychologique* qui se traduit par les comportements affectifs des participants à la communication.

⁴ Jean Claude Béacco, Sophie Moirand, *op. cit.*, pp. 38-39.

⁵ *Ibidem*, 39.

⁶ Cf. Dospinescu, Vasile, 1998, *op. cit.*, p. 139.

La situation psychologique doit être prise en compte par le modérateur qui veut former une compétence culturelle et une compétence idéologique chez les spectateurs. Le discours du talk-show culturel est en son essence un discours de vulgarisation qui s'adresse à un interlocuteur collectif qui a des compétences socio-culturelles pas facilement délimitables; il s'agit des téléspectateurs occasionnels qui jouissent de cette liberté de choisir tous seuls les produits discursifs offerts par les médias. L'énonciateur-animateur est contraint par la liberté du public; il doit recourir au procédé de «*captatio benevolentiae*»⁷, situation bien différente du discours pédagogique dans lequel la bienveillance est assurée par les contraintes extérieures imposée par l'institution même. Le public récepteur et le modérateur se trouvent, ainsi, dans une situation dissymétrique, tous les deux collaborant à un effort de transmission de connaissances qui se présente comme méritoire et fructueux.

Le talk-show, vu de cette perspective, est non seulement un moyen de communication des connaissances mais aussi le lieu de transmission des connaissances et le moyen de mettre en scène cette communication. Nous assistons à une double mise en scène de l'activité énonciative: d'une part le discours de la Science nous est montré en train de se dire, d'autre part celui-ci nous est montré en train de se transmettre.

3. Marques de didacticité au plan formel

Le format du talk-show exploite des genres divers (des interviews, des reportages, des confessions, de la musique etc.) qui augmentent la tension, l'effet sur le public étant bien plus fort. Le modérateur du talk-show a la mission de provoquer, de déclencher un état émotionnel chez les invités, mais surtout chez les téléspectateurs qui regardent l'émission.

Au plan *formel*, la didacticité est manifestée dans les traces d'ordre iconique, prosodique ou kinésique, les marqueurs d'orga-

⁷ *Ibidem.*

nisation et de planification, les formes de questionnement, les procédures de résumé ou de récapitulation; elle se manifeste aussi dans les réalisations sémiotiques, linguistiques et discursives, mises en évidence par des procédés comme: la définition, l'explication, l'exemplification, que nous allons analyser.

Tout talk-show est ouvert par une phase de contact initial, qui, comme dans un module pédagogique, peut accrocher ou susciter un rejet; c'est un moment qui donne le ton, crée une ambiance propice d'aller plus loin avec les personnes qui nous sont proposées. C'est une phase qu'il s'agit toujours d'inventer à chaque nouvelle rencontre:

Ex.1: C.Ș.: «–*Da. Salutare! Salutare la toată lumea! ...Doamnelor și domnilor, suntem bucuroși să-i spunem „Bun venit la Garantat 100 % regizorului și scenaristului Cristi Puiu.»*
(le talk-show *Garantat 100 %*)

Ex.2: E.V.:«–*Bine v-am găsit, stimați telespectatori! Am invitat în studio o figură de prim-plan a culturii românești contemporane: Andrei Pleșu.»*
(le talk-show *Profesioniștii*)

Ex.3: H.-R.P.: «–*Bună seara! De cinci ani, primii trei sub numele de „Idei în libertate”, ultimii doi sub numele de „Înapoi la argument”, fac această emisiune pentru TVR Cultural. Cinci ani – o viață de om adult. Aș vrea să închei acest ciclu, acest lustru cu Andrei Pleșu pe care îl invit să discutăm despre chestiunea crucială a vieții noastre. Aș formula chestiunea crucială a vieții noastre în felul următor.»*
(le talk-show *Înapoi la argument*)

Le modérateur, avec son intention *de faire comprendre*⁸, joue le rôle du professeur et il crée une relation didactique, en provo-

⁸ Charaudeau, Patrick; Ghiglione, Rodolphe, 2005, *Talk Show-ul. Despre libertatea cuvântului ca mit*, Ed. Polirom, Iași. Trad. Oana Pocovnicu. Tit. orig. *La parole confisquée. Un genre télé-visuel: le talk show*, Armand Colin, Paris, 75.

quant un discours explicatif qui est «*le moteur du discours en général, le support et l'instrument de la connaissance, avec un potentiel euristique tout particulier*»⁹. L'effet de celui-ci est de déclencher le désir de connaître:¹⁰

Ex.: C.Ș.: «–Da, uite...cum se simte lucrul ăsta? Ai vorbit într-un interviu, foarte interesant interviul cu pricina, despre diferența între publicul de festival și publicul de-aici din România, publicul obișnuit să meargă la cinematograful sau nu. Oamenii care se duc mai des sau mai rar, spre deosebire de cinefilii care se duc la...la un Festival.»

C.P.: «– Ăă... păi da, pentru că e exact diferența dintre cititorii care stau acasă și citesc și cititorii care se duc la bibliotecă. Știi?... Dacă intri...oamenii pe care-i găsești acolo, sunt acolo ca să citească, sunt foarte interesați de cărțile care se află acolo. Dacă nu de toate cel puțin de anumite cărți. Oamenii care vin, care...ăă...publicul de Festival sunt cinefili în marea lor majoritate, oameni din branșă. Ei sunt prezenți acolo, ei sunt foarte curioși să vadă și să afle ce s-a mai petrecut nou. Ăă... publicul celălalt, marele public, ăă...se duce de regulă la cinema pentru a se destinde și din cauza asta...ăă...fratele gea-măn al filmului de artă care este filmul comercial este...ăă...cel mai iubit, așa, de pe pământ.»

(le talk-show *Garantat 100 %*)

Il y a dans le talk-show une intention bien évidente d'expliquer «*de mettre en rapport les manières de dire et les manières de faire, d'établir des liens de cohérence entre un fait et un phénomène nouveau et les autres savoirs établis ou supposés chez les interlocuteurs*»¹¹ Les fonctions de ce procédé discursif – l'explication – sont étroitement liées par la nature des savoirs transmis et par les domaines impliqués:

⁹ Dospinescu, Vasile, 1998, *op. cit.*, p. 356.

¹⁰ *Idem*, p.76.

¹¹ Jean Claude Béacco, Sophie Moirand, *op. cit.*, p. 43.

Ex.: C.P.: «–Păi în primul rând pentru că finalul era deja marcat în titlu : e moartea domnului Lăzărescu. Apoi... ăă... moartea domnului Lăzărescu e tot filmul; el moare progresiv, el se stinge progresiv.»

(le talk-show *Garantat 100 %*)

La demande d'explication s'actualise sous des formes variées, parfois y compris l'utilisation du verbe *expliquer* :

Ex.: C.Ș.: «–Să mă și explic ce vreau să spun. Un foarte bun prieten spunea, pe bună dreptate cu câteva zile în urmă, că în România există două mari instituții când e vorba de artă: una care funcționează prost și una care nu funcționează deloc. Aia care funcționează prost dar merge cât de cât, este instituția admirației, dar instituția respectului nu există absolut deloc. În termenii aceștia, fie de admirație, fie de respect, este vreun regizor român căruia-i datorezi ceva, de care te legi într-un fel?»

(le talk-show *Garantat 100 %*)

La vocation argumentative-explicative des discours des co-énonciateurs du talk-show s'accomplit par l'acte de la *définition* qui ouvre la voie vers la connaissance et la représentation du monde. L'énonciateur veut imposer sa définition à l'énonciataire qui la reçoit, la comprend et devrait finalement l'accepter:

Ex.: A.P.: «– [...] *Specializarea este o formă de fidelitate: la unii vine mai devreme, la unii mai târziu...*»

(le talk-show *Profioniștii*)

Les définitions dont on parle ici ne donnent pas le sens d'un mot, mais elles mettent en évidence des aspects d'une réalité qui, autrement, resterait cachée; il s'agit ici d'une catégorie de *définitions oratoires*¹² qui n'ont pas le rôle de nommer, analyser ou désigner, mais celui d'agir sur le lecteur:

¹² Cf. Vasile Dospinescu, *op. cit.*, p. 251.

Ex.: A.P.: «—O țară normală e o țară în care tu îți decizi ritmurile. O țară prost grădinărită, aflată într-un moment prost al istoriei ei e o țară care își omogenizează cetățenii punându-i în ritmuri care îi sunt străine sau care apar ca niște ritmuri impuse, erodante.»

(le talk-show *Înapoi la argument*)

Pour faciliter la compréhension, les invités du talk-show recourent souvent au procédé de l'analogie par laquelle on dévoile «des ressemblances, des correspondances, des rapports entre des objets de pensée apparemment très différents à première vue.»¹³ L'analogie met en relation un objet ou un fait problématique avec un autre mieux connu, ce procédé étant un mode de comparaison qui pose l'accent sur des similarités¹⁴ qui, à première vue, sont peu observables, mais une fois dévoilées, elles sont projetées d'un objet / phénomène à un autre:

Ex.: C.P.: «—Nu-mi place deloc să vorbesc despre filmele mele...Eu am probleme și cu mamele care vorbesc despre copiii lor...Pentru că ce-o să spună?...N-o să spună: „Am copii tâmpii” o să spună: „Copilul meu e minunat, frumos, deștept.” Eu ce-o să spun? Așa că mai bine tac.»

(le talk-show *Garantat 100 %*)

Il y a un effet d'authenticité que les co-énonciateurs obtiennent souvent par leur recours à la citation, procédé discursif qui peut être interprété comme un argument d'autorité mais aussi comme la non-implication du locuteur dans son discours:

Ex.: E.V.: «—Chiar atunci aveai conștiința faptului că multe eseuri, chiar atunci, nu vă mai reprezentau dar ați spus că le includeți în carte ca o suită de chipuri părăsite, ziceți „chipuri părăsite” ale lui Andrei Pleșu. Ei, și iată ce motto ați ales la cartea dumneavoastră din *Cetatea Soarelui Campanela*: „Cine se

¹³ *Idem*, p. 359.

¹⁴ *Idem*, p. 259.

laudă numai cu o singură știință nu o știe cu adevărat nici pe aceea, nici altele. Și cine este apt numai pentru o singură știință buchisită din cărți este inert și mărginit.” Într-un fel m-am gândit: citatul ăsta nu contrazice ideea de profesionalism, de specializare...,ziceți tot dumneavoastră în altă parte,...maniacală cu un singur... pe o singură porțiune?»

(le talk-show *Profioniștii*)

Les co-énonciateurs du talk-show culturel sont, par essence, des énonciateurs didactiques; ils sont des détenteurs «d'une compétence paraphrastique, qui, dans le plan du transphrastique, celui du discours, consiste dans la capacité, l'habileté même, de paraphraser et de contracter les discours de la science»:¹⁵

H.-R. P.: «—Aș formula chestiunea crucială a vieții noastre în felul următor: într-un fel glumeț, precum Cațavencu a făcut-o în anii '90 când au spus: „Avem o țară. Cum procedăm?” Noi toți avem o viață: întrebarea este: Cum procedăm cu ea? Ce facem cu ea? Ce facem cu viețile noastre?»

(le talk-show *Înapoi la argument*)

À son tour, le public récepteur devient un interprète, un traducteur pour réussir comprendre et apprendre pour soi, dans ce but du transfert du sens qui est le but de la communication interhumaine.¹⁶

Le modérateur ou les invités du talk-show procèdent souvent à l'énonciation d'un fait particulier (Ex.2) qui illustre, matérialise et confirme en même temps une vérité générale (Ex. 1) par les séquences discursives d'exemplification et d'illustration qui tiennent de la théâtralité de l'argumentation¹⁷:

Ex.1: H.P.: «—Pentru că viața pe care o ducem, îndatoririle pe care le avem, serviciile de pe urma cărora trăim, toate acestea ne mănâncă toată viața și cu toate astea atunci când deschidem o

¹⁵ *Ibidem*, p. 365.

¹⁶ *Ibidem*, p. 364.

¹⁷ *Ibidem*, p. 257.

carte vedem că viețile care se derulează acolo, problemele pe care le putem găsi în acea carte, toate astea nu vorbesc despre modul în care noi ne cheltuim toată viața, ci despre altceva, viața noastră este mereu în altă parte, mereu nouă ne scapă printre degete și ce așa vrea să facem în încheierea acestor cinci ani de Idei în libertate și Înapoi la argument ar fi dragă Andrei să ne oprim puțin în loc, să tragem aer în piept și să încercăm să răspundem la întrebarea: Dacă trăim cum trăim, unde mai e viața noastră?»

(le talk-show *Înapoi la argument*)

Ex.2: H.-R. P.: «– Dă-mi voie să spun ceva : acum deja 5 luni, am stat să mă gândesc, pentru că e ca ieri episodul pe care vreau să-l povestesc, primesc foarte devreme dimineața un telefon. Mă uit: Lupu Mihai. Lupu Mihai este vechi coleg de școală generală cu care făceam tot felul de năzbâtii printre care ocheade foarte echivoce spre picioarele frumoase ale profesoarelor noastre și ... era un extraordinar prieten. Mă rog, fiecare a făcut altă facultate. [...]

– Stai să-ți spun: îi zic, măi, Mihai nu acuma, nu acuma mă grăbeam să ajung repede la serviciu. Sună din nou: zic Mihai nu acuma te sun de pe drum. Și sună a treia oară, îi răspund: Măi, Mihai, lasă-mă nițel! Și nu era Mihaim era fratele lui care îmi spune că Mihai a murit azi- noapte. Nu împlinise 50 de ani, stop cardiac, am fost la înmormântare, în biserică la căpătâiul lui Mihai, în mod neverosimil mort, el arăta a adolescent, arăta ca la 20 de ani, era ceva îngrozitor, și mama lui mi-a spus: Dragă Horia, știi cum era Mihai? De dimineața până seară alerga, i-am zis: „Oprește-te maică puțin, nu mai alerga așa”, da tot timpul alerga și uite acum, uite unde mi l-a adus... »

(le talk-show *Înapoi la argument*)

4. Marques de didacticité au plan fonctionnel

Au plan fonctionnel, les marques de didacticité trouvent leur expression dans l'intention et la finalité de montrer / expliquer ou persuader. Les talk-shows offrent des informations en les mettant en scène plutôt par *séduction* que par *persuasion*, la vérité étant dévoilée par un spectacle de la parole qui présente un «être-ici» ce processus accomplit une condition de co-temporalité, qui crée l'illusion de co-présence du monde réelle, le téléspectateur ayant l'impression de se trouver en contact avec la réalité (*re*)présentée¹⁸, phénomène qui produit des effets d'authenticité par la manière d'une *représentation perceptive*:¹⁹

Ex.: E.V.: «– Bine v-am găsit, stimați telespectatori! Am invitat în studio o figură de prim-plan a culturii românești contemporane: Andrei Pleșu.

– Stimate domnule Andrei Pleșu, m-am gândit să vă prezint ca un profesionist al înțelepciunii.»

(le talk-show *Profioniștii*)

Dans le talk-show culturel il y a une «activité de diffusion vers l'extérieur, de connaissances scientifiques déjà produites et circulant à l'intérieur d'une communauté plus restreinte; cette diffusion se fait hors de l'institution scolaire - universitaire et ne vise pas à former des spécialistes, c'est-à-dire à entendre la communauté d'origine.»²⁰ Lieu de mise en scène de la communication, le discours du talk-show offre une répartition inégale du savoir qu'il renforce: les interlocuteurs et les téléspectateurs représentent un couple d'interlocuteurs qui surmontent les obstacles de la communication dans leur désir de savoir. Le modérateur est placé dans une position supérieure, qui lui permet de faire des suggestions et des recommandations, position dans la-

¹⁸ *Idem*, p. 60.

¹⁹ *Idem*, p. 61.

²⁰ Jacqueline Authier, «La mise en scène de la communication dans des discours de vulgarisation scientifique», dans *Langue française*, n° 53 / 1982, p. 34.

quelle «l'appréciation devient un argument ou une justification venant renforcer un dire de faire implicite»²¹ et la transmission des connaissances découle des questions que celui-ci imagine chez les destinataires:

Ex.: M.C.: –*Dar ce te faci cu cei care trăiesc în mijlocul naturii, că am vorbit despre maramureșeni, și se întorc cu spatele la ea și acceptă acest model pe care televizoarele sau imaginea...*

R.C.: –*Nu sunt eu specialist, dar...*

M.C.: –*...sau imaginile o aduc... o aduce în casele lor ?*

R.C.: –*Da, cred pur și simplu că este urmarea culturii comuniste care a pus accentul pe cultura urbană, pe peisajul urban cu cultura blocului, ca să zic așa...*»

(le talk-show *Nocturne*)

5. Conclusion

Notre étude a essayé de mettre en évidence les marques de didacticité du talk-show culturel, l'analyse se déroulant sur trois niveaux: situationnel, formel et fonctionnel. Au plan situationnel, il y a *la science, le public et le modérateur* – les trois instances de tout discours didactique que nous avons révélées dans leur entreprise commune de transmission de connaissances; vu dans cette perspective, le talk-show est un lieu de communication des connaissances et un moyen de mettre en scène cette communication. Au plan formel, la didacticité connaît des réalisations multiples (sémiotiques, linguistiques et discursives), mises en évidence par des procédés comme: *la définition, l'explication, l'exemplification, l'analogie, l'illustration ou la citation* qui construisent l'argumentation, particularité de tout discours didactique. Au plan fonctionnel, les marques de didacticité se trouvent dans l'intention et la finalité du modérateur et de ses invités de montrer, expliquer ou convaincre, le talk-show devenant, ainsi, une façon idéale du remplacement du livre avec cette „mise en spectacle de la parole.”²² Même si on affirme souvent que

²¹ Jean Claude Béacco, Sophie Moirand, *op. cit.*, p. 38.

²² Patrick Charaudeau, Rodolphe Ghiglione, 2005, *op. cit.*, p.112.

l'homme moderne s'est habitué à lire seulement sur le petit écran, que le but de la télévision est moins de cultiver et beaucoup plus de séduire, il est évident que par le talk-show culturel, la télévision a la chance de contrecarrer cette tendance unilatérale de sensibilisation, en manifestant pleinement ses valences éducatives-formatives.

Bibliographie

- Authier, Jacqueline, 1982, «*La mise en scène de la communication dans des discours de vulgarisation scientifique*», dans *Langue française*, n° 53.
- Beacco, Jean-Claude; Moirand Sophie, 1995, «*Autour des discours de transmission de connaissances*», dans *Langages*, n° 117, pp. 32-35.
- Charaudeau, Patrick, (coord.), 1991, *La télévision. Les débats culturels «Apostrophes»*, Didier Érudition, Paris.
- Coculeanu, Steluța, 2004, **Stratégies de communication: coopération et polémique dans le débat télévisuel**, Editura Universității din Ploiești.
- Defleur, Melvin L.; Ball-Rokeach, 1999, **Teorii ale comunicării de masă**, Editura Polirom, Iași. Trad. engl.: Ducu Harabagiu și Cătălina Harabagiu, Tit. orig.: **Theories of mass communication**.
- Charaudeau, P., Ghiglione, R., 2005. **Talk Show-ul. Despre libertatea cuvântului ca mit**, Ed. Polirom, Iași. Trad.: Oana Pocovnicu. Tit. orig. **La parole confisquée. Une genre télévisuel: le talk show**, Armand Colin, Paris.
- Charaudeau, Patrick., 2005, **Les médias et l'information. L'impossible transparence du discours**, Ed. De Boeck, Bruxelles.
- Dospinescu, Vasile, 1998, **Semiotică și discurs didactic**, Ed. Didactică și Pedagogică, București.
- Dospinescu, Vasile, 1998, **Semne și cunoaștere în discursul didactic**, Ed. Junimea, Iași.

Sitographie

- Moirand, Sophie, 1997, «*Formes discursives de la diffusion des savoirs dans les médias*», sur http://documents.irevues.inist.fr/bitstream/2042/15040/1/HERMES_1997_21_33.pdf.

Corpus d'analyse

- Le talk-show *Garantat 100 %* (modérateur Cătălin Ștefănescu, invité, Cristi Puiu).
- Le talk-show *Înapoi la argument* (modérateur Horia-Roman Patapievici, invité Andrei Pleșu).
- Le talk-show *Nocturne* (modérateur Marina Constantinescu, invité Eugen Ciocan).
- Le talk-show *Profesioniștii* (modérateur Eugenia Vodă, invité Andrei Pleșu).