TITLUL DE PRESĂ ŞI ANSAMBLUL REDACȚIONAL. PARATEXTUL JURNALISTIC

Elena Rodica Opran
Universitatea din Craiova
elena_bratu2006@yahoo.com

Rezumat

Înscriindu-se în sfera mai largă a unei cercetări consacrate titlului jurnalistic, prin prezentul articol încercăm să demonstrăm, în cadrul acestei analize, faptul că titlul este un element fundamental în configurarea complexă a paratextului jurnalistic.

Corpusul este reprezentat de titluri selectate din cotidienele *Le Monde* şi *Adevărul*, ediții din perioada 2011 – 2012. Scopul cercetării constă în demonstrarea faptului că titlul este un instrument fundamental în procesul de comunicare şi că, deşi poate fi analizat ca un text autonom, producător de sens, esențial pentru întregirea sensului operei sau al articolului pe care îl precedă, titlul nu îşi dezvăluie pe deplin semnificațiile, din punctul nostru de vedere, decât în relație cu celelalte componente ale ansamblului redacțional.

Pentru a înțelege conceptul de *ansamblu redacțional* este necesar să ne raportăm mai întâi la acela de *paratext jurnalistic*. Importanța acordată ansamblului redacțional şi abilitatea ziarelor de a-şi segmenta textele în module multiple, reduse ca dimensiuni şi de a propune lectorului de a circula în interiorul paginilor, sunt puse în evidență şi de elementele constitutive ale primei pagini ale unui cotidian. Pornind de la schema propusă de către Yves Agnès, vom realiza o analiză comparativă pe două prime pagini de titlu ale cotidienelor *Adevărul* şi *Le Monde*.

Concluzia articolului este că titlul, prin modul în care se raportează la actualitate, prin forța lui de persuasiune şi de seducție, prin concentrarea conținutului informativ al unui articol, poate să vândă, sau să arunce într-un con de umbră, un ziar, o revistă.

Cuvinte cheie: ansamblu, comunicare, paratext, presă, titlu

Vorbind despre spațialitatea textului, Dominique Maingueneau arată că „o dată cu scrierea şi mai ales cu imprimeria, textul exploatează din ce în ce mai mult faptul că el ocupă un *anumit spațiu material*” (Maingueneau 2007),

BDD-V1819 © 2014 Sitech
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-16 16:54:20 UTC)

spațializarea specifică conferind titlului o poziție privilegiată, ea însăşi creatoare de sens.

Mai mult, deşi poate fi analizat ca un text autonom, producător de sens, esențial pentru întregirea sensului operei sau al articolului pe care îl precedă, titlul nu îşi dezvăluie pe deplin semnificațiile, din punctul nostru de vedere, decât în relație cu celelalte componente ale ansamblului redacțional.

Pentru a înțelege conceptul de *ansamblu redacțional* este necesar să ne raportăm mai întâi la acela de *paratext jurnalistic*.

Conceptul de *paratext* a fost definit de către Gérard Genette în lucrarea sa *Palimpsestes* (1982), reluat şi dezvoltat câțiva ani mai târziu în *Seuils* (1987). Pentru Genette, paratextul reprezintă:

> ce par quoi le texte se fait livre et se propose comme tel à ses lecteurs [...]. Plus que d'une limite ou d'une frontière étanche, il s'agit ici d'un seuil, ou – mot de Borges à propos d'une préface d'un «vestibule» qui offre à tout un chacun la possibilité d'entrer ou de rebrousser chemin. «Zone indécise» entre le dedans et le dehors, elle-même sans limite rigoureuse, ni vers l'intérieur (le texte) ni vers l'extérieur (le discours du monde sur le texte), lisière, ou, comme disait Philippe Lejeune «frange du texte imprimé qui en réalité commande toute la lecture [*Le pacte autobiographique*]». Cette frange, en effet, toujours porteuse d'un commentaire auctorial, ou plus ou moins légitimé par l'auteur, constitue, entre texte et hors texte, une zone non seulement de transition, mais de transaction: lieu privilégié d'une pragmatique et d'une stratégie, d'une action sur le public au service, bien ou mal compris ou accompli, d'un meilleur accueil du texte et d'une lecture plus pertinente [...]
>
> [53](Genette 1987).

Genette distinge două tipuri de paratext, *auctorial* şi *editorial*, regrupând practicile heteroclite ale autorului sau editorului.

La rândul său, paratextul este compus din:

- *peritext* (paratextul situat în interiorul cărții şi care cuprinde titlul,

[53] „elementul prin care textul devine carte şi se propune ca atare cititorilor săi [...]. Mai mult decât o limită sau o frontieră etanşă, vorbim aici despre un prag, sau – expresie a lui Borges în legătură cu o prefață, de un «vestibul» care oferă oricui posibilitatea de a intra sau de a se întoarce din drum. «Zonă indecisă» între interior şi exterior, ea-însăşi fără limită riguroasă, nici către interior (textul) nici către exterior (discursul lumii asupra textului, lisieră sau, după cum o numea Philipe Lejeune «margine a textului imprimat care în realitate comandă toată lectura [*Le pacte autobiographique*]». Această margine, într-adevăr, totdeauna purtătoare a unui comentariu auctorial, ori mai mult ori mai puțin legitimat de un autor, constituie, între text şi extra-text, o zonă nu numai de tranziție ci şi de tranzacție: spațiu privilegiat al unei pragmatici şi al unei strategii, al unei acțiuni asupra publicului în serviciul, bine sau prost înțeles, unei mai bune primiri a textului şi a unei lecturi mai pertinente [...]", trad. n.

BDD-V1819 © 2014 Sitech
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-16 16:54:20 UTC)

subtitlurile, intertitlurile, numele autorului şi al editorului, data editării, prefața, notele, postfața, ilustrațiile, tabla de materii etc.) şi din

- *epitext* (paratextul situat în exteriorul cărții şi care cuprinde interviuri ale autorului, corespondență, jurnale etc.).

Reluând conceptele lui Gérard Genette, Philippe Lane, în *Des discours aux textes,* susține necesitatea reconceptualizării lingvistice a paratextului şi propune o serie de analize remarcabile din această perspectivă.

La rândul său, Finn Frandsen, având ca punct de plecare aceeaşi lucrare de referință a lui Genette, dezvoltă o teorie a paratextului jurnalistic în studii precum *News Discourse: The Paratextual Structure of News Texts* (1990) sau *Éléments pour une théorie du paratexte journalistique* (1990). Finn Frandsen vede în paratextul jurnalistic

> un ensemble de petites unités textuelles qui précèdent ou parcourent l'article de journal et auxquelles le jargon journalistique a donné les beaux noms de «titraille», de «chapeau», d'«accroche» etc.[54] (Frandsen 1990).

Gilles Lugrin dezvoltând o teorie a unei forme recente de scriitură jurnalistică, *ansamblul redacțional* („ensemble redactionnel") în care titlul este o componentă de bază, sintetizează teoria lui Frandsen şi încearcă să meargă mai departe. Astfel, Lugrin insistă pe faptul că:

> le texte journalistique (c'est-à-dire l'article) ne peut être appréhendé que comme un tout complexe déterminé par une topographie (mise en page), une typographie (mise en forme) et enfin un texte (corps de l'article). À partir de ce constat, le paratexte journalistique peut être défini comme l'ensemble des éléments liés à l'article et pouvant guider, influencer, voire stimuler la lecture de celui-ci[55] (Lugrin 2000).

Pornind de la analiza paratextului jurnalistic făcută de Frandsen şi de la distincția *peritext/epitext* propusă de Genette, Lugrin defineşte peritextul jurnalistic după cum urmează:

> Le péritexte journalistique regroupe les unités rédactionnelles et non rédactionnelles qui précèdent, entourent ou s'intègrent au corps de

[54] („un ansamblu de mici unități textuale minimale care preced sau parcurg articolul de ziar şi pe care jargonul jurnalistic le-a numit «titraille», «chapeau», «accroche» etc.", trad. n.).

[55] („textul jurnalistic [adică articolul] nu poate fi abordat decât ca un tot complex determinat de o topografie [punere în pagină], o tipografie [punere în formă] şi în sfârşit un text [corpul articolului]. Pornind de la această constatare, paratextul jurnalistic poate fi definit ca un ansamblu de elemente legate de articol şi care poate ghida, influența, chiar stimula lectura acestuia", trad. n.).

BDD-V1819 © 2014 Sitech
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-16 16:54:20 UTC)

l'article. Ces éléments peuvent être subdivisés en deux catégories: le péritexte du journal et le péritexte de l'article[56] (Lugrin 2000).

Peritextul ziarului reuneşte elemente mai mult sau mai puțin invariante cum ar fi numele ziarului, indicațiile referitoare la rubrici şi la gen, în timp ce peritextul articolului cuprinde elemente variabile, plurisemiotice, aparținând articolului, pe care Lugrin le sintetizează în tabelul de mai jos:

1. Supratitlu, manşetă, cuvinte-cheie	7. Note ale redacției
2. Titlu	8. Trimitere
3. Subtitlu	9. Semnătură, sursă
4. Sumarul articolului	10. Imagine
5. Şapou, lead, memo	11. Legendă
6. Intertitlu, fereastră	12. Indicații accesorii (adresă, oră, rezultat sportiv etc.)

Pentru a ilustra clasificarea de mai sus, vom analiza multitextul *Sortir du nucléaire peut coûter cher, y rester aussi* din cotidianul *Le Monde* din 25 noiembrie 2011.

Pe prima pagină, titlul dosarului este însoțit de un sumar: *Pro- et antinucléaires multiplient les chiffrages «au doigt mouillé»; Mauvais stress tests sur la sécurité des centrales européennes; Ce train de déchets radioactifs qui se faufile entre les manifestants*, de o trimitere la paginile la care se află articolele care compun multitextul şi de o notă a redacției anunțând un număr hors-série de 100 de pagini consacrat energiei nucleare. Pagina 8 a cotidianului conține un streamer cu un supratitlu: *Évaluer le coût de la sortie du nucléaire*. Urmează titlul primului articol din dosar, care reia uşor modificat titlul dosarului de pe prima pagină: *Sortir ou rester dans le nucléaire coûtera cher*. Titlul este însoțit de un şapou: *Dans les scénarios qui font la comparaison, les chiffrages atteignent plusieurs centaines de milliards d'euros*, de un grafic referitor la producția şi consumul de energie nucleară în Franța şi de semnătura autoarei, Marie-Béatrice Baudet. Un singur intertitlu segmentează textul articolului: *La visite décennale du réacteur 2 de la centrale de fessenheim*

[56] („peritextul jurnalistic reuneşte unități redacționale şi non redacționale care preced, înconjoară sau se integrează în corpul articolului. Aceste elemente pot fi subdivizate în peritextul ziarului şi peritextul articolului", trad. n.).

BDD-V1819 © 2014 Sitech
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-16 16:54:20 UTC)

pourrait coûter plus de 200 millions d'euros. La finalul articolului, după semnătura autoarei, într-o fereastră, este prezentată coperta numărului *hors-série* anunțat pe prima pagină, imagine însoțită de o legendă care anunță titlul acestui număr şi precizează locul unde poate fi achiziționat, numărul de pagini şi prețul.

Gilles Lugrin defineşte articolul de presă ca o sumă a corpului articolului şi a peritextului său, ceea ce s-ar exprima astfel: Articol = Corpul articolului + Peritextul articolului.

În ceea ce priveşte conceptul de *ansamblu redacțional*, pornind de la definiția articolului, Lugrin consideră că se poate vorbi despre ansamblu redacțional:

> lorsqu'il y a présence d'un élément auxiliaire au corps de l'article et à son peritexte, élément lié thématiquement et graphiquement à ces derniers. [...] L'ensemble rédactionnel est un élément de structuration de l'information, intermédiaire et facultatif, situé entre le journal et l'article. Il trouve son origine dans un processus d'éclatement ou de réunion et est formé d'un ensemble plurisémiotique d'articles et d'images graphiquement regroupés et thématiquement complémentaires[57] (Lugrin 2000).

Lugrin propune deci o diferență între *articol, hiperstructură* şi *multitext*.

Hiperstructura este un element de structurare a informației intermediar şi facultativ situat între ziar şi articol, formată "d'un ensemble d'articles et d'images graphiquement regroupés et thématiquement complémentaires bornés à la limite matérielle de l'aire scripturaire vi-lisible de la double page"[58] (Lugrin 2000).

Prototipul hiperstructurii este reprezentat fie de un articol şi o infografie, fie de un articol şi o fotografie însoțită de legendă. Autorul distinge, de asemenea, două cazuri particulare de hiperstructuri: hiperstructura formată din fotografii puse în scenă (*photo-récit*) şi cea cu dominantă infografică (cazul rubricii meteo).

Multitextul este forma dezvoltată a hiperstructurii, care se distinge de aceasta printr-un element material: pagina dublă. „Il est formé d'un ensemble d'articles et d'images graphiquement regroupés et thématiquement complémentaires, s'étalant sur un espace homogène dépassant la double page"[59] (Lugrin 2000).

---

[57] („atunci când există un element auxiliar corpului articolului şi peritextului său, element legat tematic şi grafic de acestea din urmă [...]. Ansamblul redacțional este un element de structurare a informației, intermediar şi facultativ, situat între ziar şi articol. El se naşte dintr-un proces de sfărâmare sau de reunire şi este format dintr-un ansamblu plurisemiotic de articole şi de imagini grafic regrupate şi tematic complementare", trad. n.).

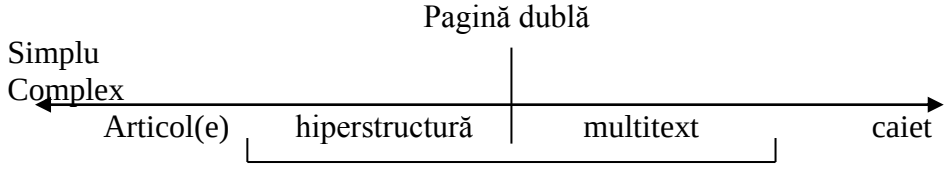
[58] („dintr-un ansamblu de articole şi de imagini grafic regrupate şi tematic complementare care se opresc la limita materială a ariei scripturale vi-lizibilă a paginii duble", trad. n.).

[59] („El este alcătuit dintr-un ansamblu de articole şi de imagini grafic regrupate şi tematic complementare care se întind pe un spațiu omogen care depăşeşte pagina dublă", trad. n.).

BDD-V1819 © 2014 Sitech
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-16 16:54:20 UTC)

Astfel, suprafața materială a dublei pagini fiind depășită, circulația sensului va dobândi o nouă dimensiune în raport cu articolul sau cu hiperstructura.

Grafic, raportul articol, hiperstructură, multitext, poate fi reprezentat astfel (Lugrin 2000):



De exemplu, *Les ados menacés de «textonite aiguë»* de Sylvie Kerviel (*LM*, 25.12.2011) este un articol de dimensiuni reduse, care conține un singur intertitlu: *apaiser les pouces*. Paginile doi şi trei din acelaşi număr al cotidianului conțin un exemplu de hiperstructură format din două articole care ocupă o dublă pagină, *Taëz, place forte de la liberté dans les montagnes yéménites*, de François Xavier Trégan şi *Le président du Yémen va quitter le pouvoir* de Gilles Paris, însoțite de două fotografii cu legendă şi o hartă a Yemenului, grupare consacrată problemelor politice ale Yemenului. În cazul articolelor grupate sub titlul *Sortir du nucléaire peut coûter cher, y rester aussi*, avem de a face cu un multitext compus din cinci articole grupate tematic, însoțite de un grafic şi de două fotografii cu legendă şi care ocupă mai mult de o pagină dublă.

Ansamblul redacțional se dovedeşte, în opinia noastră, un mod important de structurare a informației în presa scrisă, iar funcțiile sale, identificate de Gilles Lugrin, se actualizează incontestabil în spațiul celor două cotidiene care constituie corpusul nostru.

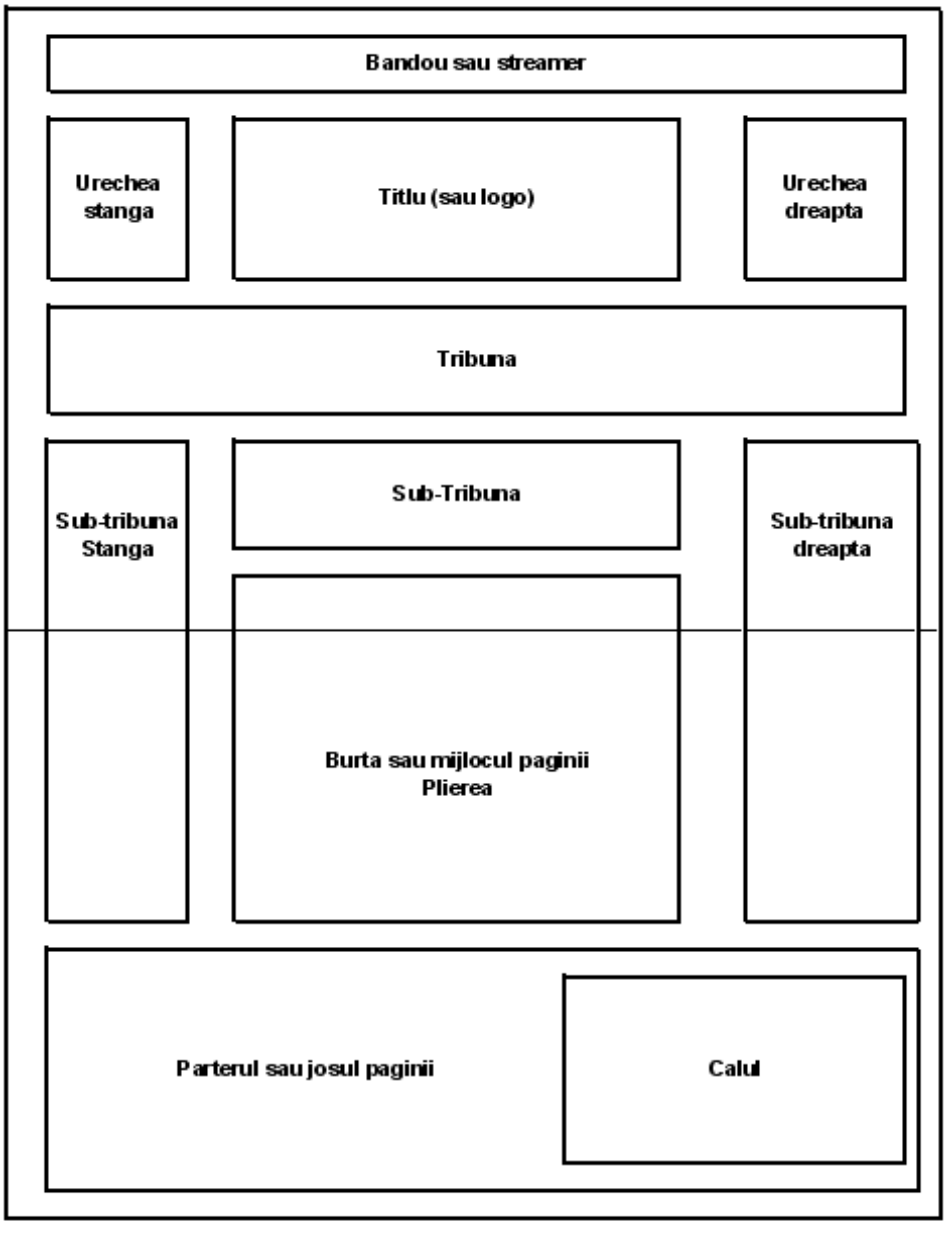
Funcțiile ansamblului redacțional constau în:

1. Réduction de la longueur moyenne des articles.
2. Augmentation du nombre d'entrées possibles dans un sujet, lecture sélective et mosaïque.
3. Renforcement des genres journalistiques, notamment par l'éclatement en unités plus autonomes.
4. Production de liens privilégiés entre les différents constituants.
5. Circulation du sens à l'intérieur des ensembles rédactionnels.
6. Mise en spectacle de l'information (développement du visuel et de la mise en page)[60] (Lugrin 2000).

[60] („Reducerea lungimii medii a articolelor; creşterea numărului de intrări posibile pentru un subiect, lectură selectivă şi structură în mozaic; consolidarea genurilor jurnalistice, în special prin segmentarea în unități autonome; crearea de conexiuni speciale între diferitele componente; circulația sensului în interiorul ansamblurilor redacționale; prezentarea spectaculoasă a informației (dezvoltarea elementelor vizuale şi a punerii în pagină)", trad. n.).

BDD-V1819 © 2014 Sitech
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-16 16:54:20 UTC)

Importanța acordată ansamblului redacțional şi „l'habileté des journaux à éclater leurs textes en de multiples petits modules"[61] (Mouriquand 1997) şi de a propune lectorului „de circuler dans les pages"[62] (Mouriquand 1997) despre care vorbeşte Jacques Mouriquand, sunt puse în evidență şi de elementele constitutive ale primei pagini ale unui cotidian prezentate în schema următoare de către Yves Agnès (Agnès 2011).



[61] („abilitatea ziarelor de a-şi segmenta textele în module multiple, reduse ca dimensiuni", trad. n.).
[62] („de a circula în interiorul paginilor", trad. n.).

BDD-V1819 © 2014 Sitech
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-16 16:54:20 UTC)

Pornind de la această schemă, vom analiza două prime pagini de titlu ale cotidienelor *Adevărul* şi *Le Monde*.

Cea dintâi ilustraţie este reprezentată de prima pagină a ziarului *Adevărul* din data de 3 ianuarie 2012. Remarcăm manşeta fără streamer şi cu o singură ureche ocupată, cea dreaptă, de informaţiile referitoare la dată, numărul apariţiei, preţ, adresa electronică, numărul de pagini al ziarului şi numărul de exemplare în care a fost tipărit. Impactul logo-ului este amplificat de prezenţa acvilei în locul brevei (căciuliţei) de pe litera *ă*, imaginea sugerând, în opinia noastră, precizie, forţă, amploare, impact maxim al informaţiei propuse cititorului precum şi capacitate de observaţie şi de reacţie rapidă din partea jurnaliştilor. Deja, pentru atragerea cititorilor titlul ziarului mizează pe punerea în relaţie a două coduri: vizual şi verbal.

Tribuna prezintă în paralel două titluri preponderent informative *Liderii Europei anunţă un 2012 mai greu ca 2011*, titlu încadrat de fotografiile lui Nicolas Sarkozy şi a Angelei Merkel. Cel de al doilea titlu, *Vagabondul milionar în varianta românească*, titlu mizând pe elementul intertextual, este însoţit de fotografia lui Andrei Leonte, câştigătorul concursului „X Factor" şi, prin informaţia pozitivă, vine să contrabalanseze impactul negativ al primului titlu. Cele două titluri sunt scrise cu caractere albe, cel dintâi pe fond roşu, cel de al doilea pe fond negru, contrastul culorilor de fond accentuând la rândul său contrastul informaţiilor transmise.

Subtribuna este consacrată unui titlu incitant, *Unde ne e mesajul de revelion?*, care anunţă un ansamblu care va continua pe două pagini interioare pe tema absenţei unui mesaj televizat al preşedintelui ţării şi a tradiţiei mesajului de anul nou în România. Burta este ocupată de o fotografie care, printr-o sugestivă punere în abis, prezintă, în cadrul ecranului unui televizor de epocă, un colaj conţinând fotografii ale foştilor şefi de stat români imortalizaţi în timpul mesajelor adresate populaţiei cu ocazia începerii unui nou an. Coloana din dreapta este ocupată de câteva titluri de apel, în timp ce parterul este consacrat primei părţi a articolului.

Analizând ediţia din 26 februarie 2013 a cotidianului *Adevărul*, remarcăm o organizare aproape identică a primei pagini, care indică coerenţă şi continuitate în structurarea acesteia, dar şi o anumită reproducere banală a unei structuri-clişeu. Manşeta nu prezintă decât diferenţe minore (nu apare menţiunea Ediţie de Oltenia, adresa electronică a ziarului este imprimată cu caractere roşii, codul de bare apare în cadrul urechii drepte sus). Tribuna are şi ea o compoziţie identică cu cea a numărului din 3 ianuarie 2012: două titluri de apel, unul din actualitatea internă – „Biserica e mută în cazul *Episcopul Paisie anchetat de DNA*" – şi unul din actualitatea externă – „Oscar 2013: De ce îl urăşte Hollywoodul pe Spielberg", ambele însoţite de fotografiile protagoniştilor articolelor, care amplifică dimensiunea informativă a titlului. Structura tribunei drepte prezintă o rubrică în plus. Ceea ce frapează este lipsa de dinamism a paginii în discuţie, supradimensionarea şapo-ului şi a titlului şi

BDD-V1819 © 2014 Sitech
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-16 16:54:20 UTC)

cea a fotografiei frontale, cu puternic efect referențial, a şefului statului, care, spre deosebire de pagina numărului din ianuarie 2012 ocupă atât burta, cât şi parterul paginii. Fotografia nu mai este însoțită de o parte din textul articolului, ci doar de legendă, care ocupă decât un spațiu insignifiant. În cazul ambelor prime pagini din cotidianul *Adevărul* analizate, surprinde plasarea titlului editorialului în spațiul „calului", deci, dacă facem o lectură clasică în „Z" a paginii, în ultima zonă pe care se focalizează privirea cititorului şi în care, de obicei, sunt plasate informații de mai mic interes. Considerăm, însă, că în cazul de față e vorba de o strategie de manipulare a cititorului, în sensul că acesta ar putea să rețină în special acest ultim titlu citit şi să decidă să citească în primul rând editorialul, depăşind astfel prima pagină parcursă şi progresând în interiorul ziarului. În opinia noastră, pe lângă numele cotidianului, structura repetitivă a primei pagini, chiar dacă prezintă riscul căderii în clişeu, face parte dintr-o strategie de creare a unei identități vizuale, care contribuie în mod decisiv la fidelizarea publicului-țintă.

Pagina de titlu a cotidianului *Le Monde* din 23 noiembie 2011 conține, la rândul său, o manşetă, fără streamer şi fără urechi. Numele ziarului este imprimat pe fond alb şi domină prin sobrietatea şi clasicismul caracterelor, este foarte vizibil şi este în sine, ca şi în cazul cotidianului *Adevărul*, garanția unui contract serios de lectură cu cititorul, a calității informației. De altfel, conform unui studiu al Audipresse Premium, în 2011 *Le Monde* s-a impus drept prima marcă de presă din Franța, atât în varianta scrisă, cât şi cea electronică (informația este publicată chiar în numărul menționat, p. 16).

Titlul mare al tribunei este consacrat evenimentelor violente din Siria: *Syrie: six mois de massacre à huis clos* şi este însoțit, pe coloana din dreapta, până la nivelul subtribunelor, de sinteza temelor care vor fi dezvoltate în paginile interioare. Coloana din stânga anunță sobru moartea Daniellei Mitterrand.

Subtribunele conțin titlurile unor articole consacrate unor subiecte de actualitate şi care, la rândul lor, vor fi dezvoltate în paginile interioare: *Les ressorts du candidat Sarkozy face à Hollande* (subtribuna stângă), *Meurtre d'Agnès: les pistes contestées du gouvernement* (subtribuna centrală) şi *Eva Joly accuse le PS d'être «en bois de marionnette»*.

„Burta" este consacrată primei părți a editorialului: *L'heure de vérité pour les généraux égyptiens*, în timp ce parterul conține rubrica *Le regard de Plantu*, un „cal" – *Le Larzac, bastion d'une utopie française*. Coloana dreaptă este completată de un titlu de apel şi de un anunț publicitar.

Prima pagină a numărului din 26 februarie 2013 a cotidianului *Le Monde*, deşi nu prezintă nici ea diferențe majore în comparație cu cea a numărului din 23 noiembrie 2011, are o structură uşor modificată a spațiului de deasupra plierii, ceea ce denotă intenția de a amplifica impactul informației asupra cititorului şi de a exploata la maximum acest spațiu. Manşeta nu mai este consacrată exclusiv denumirii cotidianului, urechea stângă anunțând şi titlul

BDD-V1819 © 2014 Sitech
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-16 16:54:20 UTC)

dosarului principal care va fi discutat în acest număr: „Éco & Entreprise". Tribuna conține trei titluri: „Scandales de la viande: on n'a encore rien vu", „Philippe Torreton, un formidable Cyrano" şi „L'Hiver d'Armani sera pastel et sensuel", în timp ce spațiul sub-tribunei este consacrat subiectelor centrale dezvoltate în paginile interioare: „Chômage: Hollande empêtré dans sa promesse intenable", „Éco & Entreprise. La bulle des coopératives" şi „Succession au MEDEF. Tous contre Laurence Parisot", însoțite de fotografii şi de câteva fraze de acroşare, care rezumă informația. Se observă densitatea şi diversitatea informațiilor care sunt propuse cititorului doar în spațiul relativ redus de deasupra plierii. Spațiul editorialului rămâne neschimbat, acesta ocupă „burta" paginii şi tratează un subiect de maxim interes din sfera educației: „Les enseignants ne connaissent pas la crise... des vocations". De asemenea, sub-tribunele conțin subiecte de interes major: „Liberté, sexualité, retraités" şi „Loire polluée, faune touchée", în timp ce rubricii tradiționale de caricatură, „Le regard de Plantu", îi este rezervat spațiul obişnuit, sub editorial. Parterul paginii este completat de două rubrici publicitare, cea mai importantă plasată, ca de obicei, în spațiul calului.

Concluzie

Astfel, comparând cele patru prime pagini, remarcăm atenția acordată diversității informației şi încercarea de a prezenta cât mai precis, mai clar şi mai compact informații de maxim interes, care să „vândă" cele două cotidiene. *Adevărul* este mai orientat spre subiecte de interes național, în timp ce *Le Monde* pare să acorde o pondere egală subiectelor de interes național şi internațional.

Subliniem, referindu-ne strict la paginile menționate, o prezentare mai compactă a informației de către *Le Monde,* o mai judicioasă exploatare a spațiului de deasupra plierii, spre deosebire de *Adevărul*, a cărui primă pagină, în ciuda atenției acordate grafiei titlurilor şi vizibilității acestora, pare mai „săracă" şi puțin mai dezorganizată.

Grafismul titlurilor şi modul de structurare a primei pagini evidențiază, şi în cazul *Le Monde*, şi în cazul *Adevărul*, importanța acordată creării unei identități vizuale a celor două cotidiene, care să le permită, pe de o parte, demarcarea de alte media concurente şi fidelizarea unui public cât mai diversificat, pe de altă parte.

Bibliografie

Agnès, Yves, 2011. *Introducere în jurnalism,* traducere de Ovidiu Nimigean. Iaşi: Editura Polirom

Bratu, Elena Rodica (2012). *Titlul jurnalistic. Constrângeri şi funcții*. In *Comparatism, identitate, comunicare*. Craiova: Editura Universitaria.

BDD-V1819 © 2014 Sitech
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-16 16:54:20 UTC)

Frandsen, Finn, 1990. Éléments pour une théorie du paratexte journalistique. *Actes du onzième congrès des Romanistes scandinaves*.Trondheim

Genette, Gérard, 1987. *Seuils*. Paris: Seuil

Lugrin, Gilles, 2000. Les ensembles rédactionnels: multitexte et hyperstructure. Médiatiques. nr. 21. Louvain-la-Neuve. „Observatoire du récit médiatique"

Maingueneau, Dominique, 2007. *Analyser les textes de communication*. Paris: Armand Colin

Mouriquand, Jacques, 1997. *L'écriture journalistique*. Paris: P.U.F

Opran, Elena Rodica (2014). Book review. Sandu Frunză: Comunicare simbolică și seducție (2014). *Social Sciences and Education Research Review*, 1.

Vlăduțescu, Ștefan, Voinea, Dan Valeriu, & Opran, Elena Rodica (2014). *Theory and practical of the paradoxist aesthetics.* In *Neutrosophy, Paradoxism and Communication*. Craiova: Sitech.

BDD-V1819 © 2014 Sitech
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-16 16:54:20 UTC)