

„Ștefan cel Mare” University in Suceava

PhD Thesis

Summary

DISCURS ȘI IMAGINE

- O PERSPECTIVĂ SEMIOTICĂ ASUPRA LIMBAJULUI

PhD Student: Carmen-Claudia PAVEL

PhD Supervisor:

Professor Sanda-Maria ARDELEANU

SUCEAVA

2026

DISCURS ȘI IMAGINE

- O PERSPECTIVĂ SEMIOTICĂ ASUPRA LIMBAJULUI

CUPRINS

Introducere	6
Cuprins	10
Capitolul I. Reality-show-ul – un tip de discurs media (perspectivă diacronică: 1948-2025)	13
1.1. Tipologia genului	14
1.1.1. Istoricul reality-show-ului	15
1.1.2. Tipuri / sub-tipuri de reality-show	17
1.1.2.1. Reality-show-ul înainte de 1989	18
1.1.2.1.1. Reality-show-ul cu camera ascunsă	18
1.1.2.1.2. Reality-show-ul în instanță	19
1.1.2.2. Perioada 1989-1999: prima generație de reality TV	19
1.1.2.2.1. Docusoap-ul	19
1.1.2.2.2. Reality-show-ul cu celebrități	20
1.1.2.2.2.1. Celebrealitate, celebrificare, celebritism, a celebritiza, celebritizare, celetoid	21
1.1.2.2.2.2. Ciclul celebrității	23
1.1.2.2.2.3. Celebritatea și cetățeanul-participant	23
1.1.2.2.3. Reality-show-ul de aplicare a legii	25
1.1.2.3. Perioada 1999-2000: a doua generație de reality TV	26
1.1.2.3.1. Reality game show-ul	26
1.1.2.4. Perioada 2001-2005: a doua generație de reality TV	26
1.1.2.4.1. Reality-show-ul de întâlniri	26
1.1.2.4.2. Reality-show-ul de transformare	27
1.1.2.5. Perioada 2002-2012: a treia generație de reality TV	27
1.1.2.5.1. Real-com-ul / reality-com-ul / sitcom-ul	27
1.1.2.5.2. Reality-show-ul de talente	28
1.1.3. Gradul de autenticitate al reality-show-ului	28
1.1.3.1. Realitatea	28
1.1.3.2. Realitatea regizată	29
1.1.3.3. Reality-show-ul și autenticitatea	30
1.1.4. Modelele de consum al reality-show-ului	32

1.1.5. Efectele / implicațiile consumului de reality-show	32
1.1.6. Tipuri de abordări ale reality-show-ului	33
1.1.6.1. Utilizări	34
1.1.6.2. Gratificații	35
1.2. Considerații etice privind reality-show-ul	36
1.3. Concluzii parțiale	37
Capitolul al II-lea. Analiza discursului – domeniu lingvistic și metodă de cercetare în științele limbajului	38
2.1. Discursul: considerații generale	38
2.1.1. Definiție	38
2.1.2. Teoria integrată a discursului	38
2.1.3. Categorii / tipuri	39
2.2. Metode de cercetare	40
2.2.1. Analiza conceptuală și analiza empirică	42
2.2.1.1. Analiza conceptuală	42
2.2.1.2. Analiza empirică	42
2.3. <i>Design</i> -ul / proiectarea cercetării	43
2.4. Cercetarea calitativă vs. cercetarea cantitativă	44
2.4.1. Cercetarea calitativă	44
2.4.2. Cercetarea cantitativă	44
2.5. Analiza discursului	44
2.5.1. Considerații generale	44
2.5.2. Tipuri de analiză a discursului	48
2.6. Metode de analiză a discursului	52
2.6.1. Metode lingvistice de analiză a discursului	52
2.6.2. Metode socio-politice de analiză a discursului	52
2.7. Efectuarea analizei discursului	54
2.8. Concluzii parțiale	56
Capitolul al III-lea. Tehnici și strategii semio-discursive în analiza corpusului de studiu	57
3.1. Considerații cu caracter general	57
3.1.1. Caracteristici	57

3.1.2. Funcții	58
3.1.3. Tipuri de discurs în reality-show	58
3.2. Modele de analiza a discursului la nivel mondial	59
3.3. Analiza lingvistică a discursului reality-show-ului	62
3.3.1. Macrostructura textului în reality-show	63
3.3.2. Cadrul discursului în reality-show	64
3.3.3. Analiza narativă	64
3.4. Analiza multimodalității în reality-show	64
3.4.1. Analiza comunicării verbale în reality-show	65
3.4.1.1. Fonetica și fonologia	65
3.4.1.2. Sintaxa și gramatica	65
3.4.1.3. Semantica	65
3.4.1.4. Semiologia / semiotica	66
3.4.1.5. Pragmatica	67
3.4.1.6. Analiza discursului	68
3.4.1.7. Sociolingvistica	69
3.4.1.8. Analiza conversației	69
3.4.2. Analiza comunicării non-verbale în reality-show	70
3.4.2.1. Atingerea	70
3.4.2.2. Contactul vizual	70
3.4.2.3. Expresiile faciale	70
3.4.2.4. Gesturile	71
3.4.2.5. Limbajul corpului	71
3.4.2.6. Postura	71
3.4.2.7. Utilizarea spațiului	71
3.4.2.8. Utilizarea timpului	71
3.5. Corpusul de studiu	71
3.5.1. Obiective în constituirea corpusului de studiu	74
3.5.1.1. Asigurarea cerințelor de constituire a corpusului de studiu	74
3.5.1.2. Gruparea eșantioanelor de limbă după criterii bine determinate	75
3.6. Concluzii parțiale	77
Capitolul al IV-lea. Discursul reality-show-ului – mărci de identitate și	79

funcționare în limbajul verbal	
4.1. Limbajul verbal: mărci identitare și funcționare	79
4.1.1. Alternanța registrelor lingvistice	80
4.1.1.1. Registrul argotic	80
4.1.1.2. Registrul colocvial / familiar / informal	92
4.1.1.3. Registrul formal	126
4.1.1.4. Registrul jurnalistic	126
4.1.1.5. Registrul popular	129
4.1.2. Code-switching	132
4.1.3. Cultura pop	137
4.1.4. Elementele persuasive	139
4.1.5. Interjecțiile	149
4.1.6. Limbajul colocvial spontan	159
4.1.7. Structura fragmentată	160
4.1.8. Utilizarea deicticelor	162
4.2. Arhetipurile din reality-show-urile difuzate în România	178
4.2.1. Arhetipurile din reality-show-ul <i>Asia Express – Drumul Zeilor</i> (sezonul 7, episoadele 1-10)	180
4.2.2. Arhetipurile din reality-show-ul <i>Chefi la cuțite</i> (sezonul 15, episoadele 7-8)	181
4.2.3. Arhetipurile din reality-show-ul <i>Insula Iubirii</i> (sezonul 7, episoadele 3-4)	181
4.3. Concluzii parțiale	181
Capitolul al V-lea. Discursul reality-show-ului – mărci de identitate și funcționare în limbajul nonverbal	185
5.1. Perspectiva semiotică asupra limbajului non-verbal în reality-show	185
5.1.1. Perspectiva semiotică a imaginii în <i>Asia Express – Drumul Zeilor</i> (Sezonul 7, Episoadele 1-10)	185
5.1.2. Perspectiva semiotică a imaginii în <i>Chefi la cuțite</i> (Sezonul 15, Episodul 7)	186
5.1.3. Perspectiva semiotică a imaginii în <i>Insula Iubirii</i> (Sezonul 7, Episoadele 3-4)	186
5.2. Limbajul nonverbal: mărci identitare și funcționare	187
5.2.1. Reality-show-ul <i>Asia Express – Drumul Zeilor</i> (Sezonul 7, Episoadele 1-	191

10)	
5.2.1.1. Caracteristicile și funcțiile imaginilor	191
5.2.1.2. Arhetipurile	192
5.2.2. Reality-show-ul <i>Chefi la cuțite (Sezonul 15, Episodul 7)</i>	208
5.2.2.1. Caracteristicile și funcțiile imaginilor	208
5.2.2.2. Arhetipurile	209
5.2.3. Reality-show-ul <i>Insula Iubirii (Sezonul 7, Episoadele 3-4)</i>	210
5.2.3.1. Caracteristicile și funcțiile imaginilor	210
5.2.3.2. Arhetipurile	211
5.3. Concluzii parțiale	212
Capitolul al VI-lea. Concluzii generale	215
Bibliografie	221
Anexe – Corpusuri de studiu	244

REZUMAT

Scopul cercetării doctorale cu titlul „*Discurs și imagine – o perspectivă semiotică asupra limbajului*” a fost unul complex și interdisciplinar, având în vedere că titlul sugerează o abordare semiotică – studiul semnelor și al proceselor de semnificare – aplicată atât discursului verbal cât și imaginii vizuale.

Scopul general al cercetării a fost *analiza modului în care discursul și imaginea funcționează ca sisteme de semne în procesul de comunicare, din perspectiva semioticii, pentru a evidenția interacțiunile, complementaritățile și tensiunile dintre limbajul verbal și cel vizual.*

Prezenta cercetare doctorală răspunde, direct sau indirect, la întrebări de genul: *Ce tipuri de semne predomină în comunicarea vizual-verbală?, Cum se construiește sensul prin interacțiunea dintre discurs și imagine? sau În ce mod influențează imaginea interpretarea discursului și invers?*

Analiza corpusurilor de reality-show-uri este un domeniu în plină dezvoltare, cu abordări interdisciplinare din analiza discursului, semiotică, sociologie și studiul academic al mass media. **Stadiul actual al cercetărilor** arată concentrarea asupra următoarelor aspecte:

- **abordările discursive și semiotice: reality-show-urile** sunt studiate ca forme hibride de comunicare, în care limbajul verbal și vizual se împletesc pentru a construi conflicte, identități și narative cu ajutorul unor metode ca *analiza discursului critic*, *multimodalitatea* (Siefkes, 2015; Adami, 2016; Thabet, 2024) și *sociolingvistica interacțională* (Garcés-Conejos Blitvich & Lorenzo-Dus, 2013);
- **construcția identității și impolitețea:** în *reality-show-uri*, participanții își construiesc identitatea prin gesturi, interacțiuni tensionate și stiluri de vorbire, adesea în contexte conflictuale (Garcés-Conejos Blitvich & Lorenzo-Dus, 2013);
- **dezvoltarea metodelor de analiză automată a limbajului și imaginii** din *reality-show-uri* cu ajutorul inteligenței artificiale pentru a detecta tipare de comportament, discurs și emoții și constituirea de corpusuri digitale și *Big Data* („seturi de date extrem de mari care pot fi analizate computațional pentru a revela modele, tendințe și asocieri, în special în ceea ce privește comportamentul uman și interacțiunile” – *Oxford Languages*);
- **etica și reprezentarea:** se analizează tot mai mult modul în care *reality-show-urile* exploatează vulnerabilitatea participanților și perpetuează stereotipurile;
- **impactul cultural și social: reality-show-urile** influențează modelele de comportament, normele sociale și percepția asupra celebrității, cu precizarea că, în România, emisiuni ca *Bravo, ai*

still, *Exatlon* sau *Ferma* sunt analizate pentru modul în care reflectă și modelează valorile societății (*Fascinația față de reality-show-urile din România*, 2023; *Descoperă lumea reality-show-urilor: cele mai populare formate și trend-uri actuale*, 2024);

- **percepția publicului și manipularea emoțională: reality-show-urile** sunt produse pentru a genera reacții emoționale intense cu ajutorul controverselor, dramatismului și voyeurismului, care sunt percepute ca „reale” doar într-o măsură limitată (autenticitatea lor este, adesea, pusă sub semnul întrebării) (Das, Sarkar & Hussain, 2021).

Aici am detaliat problema **impactului cultural și social** al **reality-show-ului** din perspectivă jungiană. Deși psihiatrul, psihologul și psihoterapeutul elvețian Carl Gustav Jung (1875-1961) nu a apucat să vadă niciun **reality-show**, teoriile sale ajută la interpretarea acestui tip de program TV în care se regăsesc următoarele concepte jungiene:

- **arhetipul**: Jung credea în roluri și simboluri universale (e.g., Eroul, Șmecherul sau Umbra) care există în inconștientul colectiv al oamenilor – or, **reality-show-urile** îi plasează, adesea, pe concurenți / participanți în aceste roluri arhetipale intenționat sau nu (e.g., „mentorul” dintr-un concurs de talente sau „ticălosul” dintr-un show de dating) (Jung, 1980; Mijares, 2024);
- **cartografia simbolică**: după Jung, locațiile exotice nefamiliare simbolizează *inconștientul* în care au loc transformările, iar țările și încercările / probele / provocările sunt stadii în călătoria *psihicului* spre integrare (Jung, 1976b);
- **individualizarea** este procesul de a deveni adevăratul sine – or, **reality-show-urile** transformative (al căror format se bazează pe

supraviețuire sau terapie) pot fi văzute ca niște călătorii moderne de individualizare în care concurenții se confruntă cu conflicte interioare și evoluează: în *Asia Express – Drumul Zeilor*, de exemplu, concurenții sunt lipsiți de orice confort (e.g., nu au telefoane, dispun de numai 1 Euro pe zi și trebuie să se bazeze doar pe străini), ceea ce îi forțează să se adapteze și să crească (Jung, 1972);

- **persona vs. umbra**: Jung a descris *persona* ca fiind masca pe care o purtăm în public, iar *umbra* ca fiind părțile noastre ascunse – or, **reality-show-urile TV** prosperă prin dezvăluirea *umbrei* (i.e. momentele brute, nefiltrate, când oamenii își dau jos măștile): în *Asia Express – Drumul Zeilor*, de exemplu, telespectatorii asistă la confruntarea dintre *persona* și *umbra* sa, și văd cum își dezvăluie *persona* emoțiile din cauza foamei, oboselii sau stresului (Jung, 1979);
- **proiecția** este văzută ca un mecanism psihologic-cheie care dezvăluie mai multe despre observator decât despre ceea ce este observat – or, telespectatorii își proiectează adesea propriile dorințe, judecăți și temeri asupra concurenților / participanților la **reality-show**, admirându-le reziliența sau judecându-le slăbiciunile: în *Asia Express – Drumul Zeilor*, de exemplu, **inconștientul colectiv** care îi unește pe concurenți / participanți și pe telespectatori dă naștere *miturilor căutării, încercării și transformării* (Jung, 1980; Mijares, 2024);
- **psihicul** nu este doar o reflecție a lumii înconjurătoare, ci are propria sa realitate: or, deși **reality-show-urile** sunt, adesea, prelucrate și dramatizate, ele exploatează adevăratele dinamici

psihologice acționând ca o oglindă în care ne vedem pe noi prin comportamentul altora (Jung, 1976aș Smith, 2021).

Paglia (1991, 57) continuă, în cartea sa despre “măști” (i.e. arhetipuri), linia conceptelor jungiene atunci când se întreabă „Cum a început frumusețea?” și când răspunde „Cultul pământului, suprimarea ochiului îl închid pe om în pânțelele mamei. Nu este nimic, insist, nimic frumos în natură. Natura este puterea primară, aspră și turbulentă. Frumusețea este arma noastră împotriva naturii; prin ea, facem obiecte pe care le înzestrăm cu limite, simetrie, proporții. Frumusețea oprește și îngheață fluxul topirii din natură. Frumusețea a fost făcută de oamenii care au acționat împreună. [...]. Frumusețea este licența obiectului pentru viață. Obiectul există de unul singur, divin. Frumusețea este lumina din interior a obiectului de artă. Știm asta deoarece vedem. Frumusețea este evadarea noastră din învelișul tulbure al cărnii care ne ține prizonieri.” Am încercat, în prezenta teză de doctorat, să văd în ce măsură se aplică toate acestea în cazul **reality-show-ului**.

Obiectivele specifice acestei cercetări doctorale au fost:

- analiza relației dintre text și imagine în **reality-show**;
- aplicarea unor modele semiotice (Barthes, Peirce, Eco etc.) în interpretarea mesajelor complexe multimodale (Siefkes, 2015; Adami, 2016; Thabet, 2024);
- descrierea discursului specific **reality-show-ului**;
- explorarea funcțiilor semiotice ale limbajului în construcția sensului și în influențarea percepției;
- identificarea și clasificarea semnelor utilizate în discursul verbal și în imaginea vizuală;
- impactul asupra dinamicii limbii române;

- studierea modului în care imaginea poate completa, contrazice sau substitui discursul verbal.

În cercetarea doctorală „*Discurs și imagine – o perspectivă semiotică asupra limbajului*”, **metodologia de cercetare** reflectă caracterul interdisciplinar al temei, îmbinând analiza semiotică cu metode din studiile de discurs și de comunicare vizuală.

Metodologia generală are în vedere *tipul de cercetare – calitativă* (cu posibilă integrare de elemente multimodale și comparative) și *exploratorie și interpretativă* (axată pe înțelegerea proceselor de semnificare) și *cadrul teoretic – semiotica clasică și modernă* (Peirce, Saussure, Barthes, Eco), *teoria multimodalității* (van Leeuwen, 2005; Kress, 2015; Siefkes, 2015; Adami, 2016; Thabet, 2024), *analiza discursului* (Fairclough, Foucault) și *teorii ale imaginii și vizualității* (Mitchell, Rose).

Etapele metodologiei de cercetare au inclus:

- **delimitarea corpusului** prin *alegerea unui corpus de materiale care combină discursul verbal și imaginea* (secvențe din trei *reality-show-uri* distribuite în România) pe baza unor *criterii* ca accesibilitatea, diversitatea semiotică și relevanța tematică;
- **codarea și segmentarea** prin *identificarea unităților de analiză* (semne verbale și vizuale) utilizând o *grilă de codare semiotică* (tipuri de semne, relații de semnificare, conotații, denotații);
- **analiza semiotică propriu-zisă** la trei niveluri: *analiza semnelor verbale* (registre, stiluri, structuri narrative, tropi), *analiza imaginii* (compoziție, culoare, relația cu textul, simboluri) și *analiza multimodală* (cum interacționează discursul și imaginea pentru a construi sensul);

- *interpretarea contextuală* prin încadrarea mesajelor în contextul cultural, mediatic și social și identificarea strategiilor de esteticizare, manipulare sau persuadare.

Tehnicile alese pentru această cercetare doctorală sunt *analiza retorică și stilistică pentru expresivitatea limbajului și analiza vizuală pentru interpretarea imaginilor*.

Cercetarea doctorală „*Discurs și imagine – o perspectivă semiotică asupra limbajului*” și-a propus să genereze următoarele **rezultate**:

- *dezvoltarea unei metodologii aplicabile corpurilor multimodale* prin propunerea unei grile de analiză semiotică adaptată pentru texte vizual-verbale și validarea metodologiei prin aplicarea pe un corpus relevant (e.g., secvențe din *reality-show-uri*);
- *elaborarea unui cadru teoretic integrat* prin definirea și articularea unui model semiotic aplicabil simultan discursului verbal și imaginii vizuale și clarificarea conceptelor de semn, cod, conotație, denotație, multimodalitate și intersemiotism în contextul comunicării contemporane;
- *interpretarea funcțiilor semiotice ale limbajului* prin evidențierea modului în care discursul și imaginea contribuie la construcția esteticii, identității, ideologiei și persuasiunii și analiza modului în care limbajul vizual influențează interpretarea discursului și viceversa;
- *tipologizarea relațiilor dintre discurs și imagine* prin identificarea principalelor tipuri de interacțiune între limbajul verbal și cel vizual (complementaritate, contradicție, redundanță,

substituție) și stabilirea unor tipare recurente de semnificare în discursul specific *reality-show-ului*.

Importanța cercetării doctorale „*Discurs și imagine – o perspectivă semiotică asupra limbajului*” în contextul științelor limbajului s-a dorit a fi una triplă:

- *să contribuie teoretic la științele limbajului* prin consolidarea abordărilor multimodale în lingvistică, oferind instrumente pentru analiza comunicării complexe și extinderea domeniului semioticii aplicate în studiul limbajului prin integrarea dimensiunii vizuale;
- *să aducă o inovație metodologică* prin oferirea unei metodologii riguroase și replicabile pentru analiza corpurilor vizual-verbale care poate fi aplicată în cercetări interdisciplinare (antropologie vizuală, comunicare, lingvistică și studiul academic al mass mediei);
- *să aibă o relevanță socială și culturală* datorită înțelegerii mecanismelor prin care limbajul și imaginea modelează comportamente, ideologii și percepții în societatea contemporană și susținerii alfabetizării vizuale și discursive în context digital, educațional și mediatic.

Rezultatele estimate și importanța lor în contextul cercetării științifice din domeniul științelor limbajului sunt date de perspectiva multiplă din care sunt abordate aspectele legate de discurs și imagine în *reality show-urile* analizate – lingvistică generală, semiotică, analiza discursului, comunicare, socio-lingvistică).

Cercetarea și-a propus să **deschidă multiple direcții de explorare științifică** atât în cadrul semioticii, cât și în domenii conexe ale științelor limbajului și comunicării ca, de exemplu:

- ***aplicarea modelului semiotic în analiza discursului politic și ideologic:***
 - cercetarea modului în care imaginea este utilizată strategic în discursurile politice pentru a construi emoții, identități și polarizări;
 - studiul afișelor, campaniilor și spoturilor video electorale din perspectiva retoricii vizuale;
- ***dezvoltarea unei pedagogii semiotice prin:***
 - elaborarea unor programe educaționale care să includă alfabetizarea discursivă și vizuală;
 - formarea competențelor de analiză critică a mesajelor multimodale în rândul elevilor și studenților;
- ***explorarea semioticii spațiului și arhitecturii discursului prin:***
 - analiza modului în care spațiile publice (expoziții, muzee, reclame stradale) devin medii de comunicare multimodală;
 - studiul „discursului urban” ca formă de exprimare vizual-verbală cu funcții sociale și culturale;
- ***extinderea analizei către alte forme de discurs multimodal*** ca, de exemplu:
 - *investigarea discursului educațional vizual* (manuale, prezentări interactive, platforme de e-learning) și impactul semiotic asupra învățării;
 - *studiul discursului digital* (memes, povestiri, vloguri) din perspectiva interacțiunii dintre text, imagine, sunet și mișcare;

- *studierea interdisciplinarității cu domenii emergente* prin:
 - colaborări cu psihologia cognitivă pentru a înțelege procesarea simultană a semnelor vizuale și verbale;
 - integrarea semioticii vizual-discursive în studiile de inteligență artificială și interfețe grafice (UX/UI design).

Capitolul I oferă o analiză concisă și densă a fenomenului *reality-show*, punând accent pe natura sa paradoxală și pe implicațiile sale culturale și sociale deoarece *reality-show-ul*:

- este un fenomen contemporan – un format TV centrat pe celebrități și/sau oameni obișnuiți filmați în contexte cotidiene sau în provocări create, format care, deși se pretinde autentic, prezintă o realitate manipulată sau regizată pentru efect dramatic;
- are o istorie scurtă, dar prolifică – a apărut acum peste patru decenii și a cunoscut o dezvoltare accelerată, împărțită în patru perioade distincte (pre-1989, 1989-1999, 2001-2005, 2002-2012), și a generat peste 20 de sub-genuri, ceea ce sugerează o tendință de multiplicare și repetitivitate;
- are un conținut regizat, deși termenul **reality** sugerează veridicitate, ceea ce ridică multe semne de întrebare de natură epistemologică și etică în legătură cu termenul „real”;
- are: trăsături comune – accent pe conflicte și pe transformările personale și/sau sociale (e.g., dobândirea celebrității); concentrarea pe evenimente care creează tensiune sau dramă și care fracturează rutina zilnică; participanți neprofesioniști proveniți, adesea, din clase sociale inferioare și care sunt puși în situații cotidiene sau tensionate; telespectatori invitați să judece succesul sau eșecul participanților;

- presupune două tipare de consum și implicațiile acestora – perspectiva utilizării (de ce consumăm *reality-show*) și perspectiva gratificațiilor (ce obținem din consumul de *reality-show*), suscitând probleme etice legate de comercializarea intimității, exploatarea emoțională și manipularea percepției.

Privirea metodologică asupra modului în care poate fi aplicată *analiza discursului* în cercetarea *reality-show-urilor* *Asia Express: Drumul Zeilor*, *Chefi la cuțite* și *Insula Iubirii* din **Capitolul al II-lea** oferă o bază solidă pentru o cercetare interdisciplinară, în care *reality-show-ul* devine un teren fertil pentru analiza discursului ca formă de construcție socială, performativitate mediatică și ritual de autenticitate deoarece:

- analiza discursului este o metodă de cercetare aplicabilă *reality-show-ului* deoarece discursul acestuia este definit și analizat printr-o teorie integrată cu condiții prelabile care pot fi extrapolate la formatul *reality-show-ului*, iar tipurile de discurs identificate în teoria generală se regăsesc, parțial, și în discursul *reality-show-urilor*;
- analiza discursului în *reality-show-urile* difuzate în România este făcută printr-o abordare duală – analiza conceptuală (i.e. teoretizarea fenomenului) și analiza empirică (i.e. aplicarea concretă pe exemple extrase din cele trei *reality-show-uri* analizate);
- designul cercetării detaliază pașii metodologici – formularea întrebării de cercetare, selecția conținutului, colectarea datelor, identificarea autorului discursului, analiza structurală și interpretarea funcțională;

- atât cercetarea calitativă, cât și cercetarea cantitativă sunt prezentate ca fiind complementare și utile în analiza *reality-show-urilor*;
- analiza discursului este făcută în două mari direcții – lingvistică (prin analiza enunțurilor, a structurii textului și a stilului) și socio-politică ((prin poziționarea discursului în contextul mediatic și social).
- în cadrul studiilor de caz, sunt analizate discursurile celor trei *reality-show-uri* difuzate în România prin definirea întrebării de cercetare, selectarea și contextualizarea conținutului, identificarea locutorului-emițător și a poziției sale și examinarea structurii și interpretarea funcționalității discursului.

Capitolul al III-lea – o punte între teoria discursului și analiza concretă a producțiilor media – oferă un cadru robust pentru înțelegerea reality-show-ului ca fenomen cultural, discursiv și performativ, și o sinteză complexă și stratificată a modului în care poate fi analizat, la nivel mondial, discursul *reality-show-ului*, cu aplicabilitate directă la producțiile românești, demonstrând relevanța globală a metodologiei și specificitatea culturală a producțiilor românești prin:

- perspectiva globală asupra discursului *reality-show-ului* din două direcții – ingredientele de bază ale discursului (agresivitate, emoție, identitate, impolitețe, putere, reprezentare culturală) și prin modelele de analiză internaționale (metode validate global care pot fi aplicate și în contextul românesc);
- funcțiile discursului în *reality-show*, care contribuie la consolidarea sau contestarea stereotipurilor, construcția narațiunii

și a identității participanților și reflectarea culturii și influențarea publicului telespectator;

- **reality-show**, care combină mai multe registre discursive – competitiv (provocări și rivalitate), confesional (revelații personale), interpersonal (interacțiuni directe), judiciar (evaluare și judecată), narativ (construcția poveștii) și performativ (acțiunile cu valoare simbolică);
- modelele de analiză internaționale aplicate, care includ analiza critică a discursului (ideologie și putere), analiza de gen (roluri și stereotipuri), analiza lingvistică a politeții și impoliteții (stiluri de comunicare), multimodalitatea (integrarea verbalului și a nonverbalului) și sociolingvistica interacțională (contextul social al limbajului);
- analiza lingvistică și multimodală, care investighează cadrul discursiv (context și intenție), comunicarea nonverbală (gesturi, spațiu, timp), comunicarea verbală (sintaxa, semantica, pragmatica) și macrostructura textului (organizarea discursului).

Capitolul al IV-lea oferă o analiză lingvistică și simbolică detaliată a limbajului verbal din cele trei **reality-show-uri** analizate – **Asia Express: Drumul Zeilor**, **Chefi la cuțite** și **Insula Iubirii** – funcționând ca o hartă lingvistică și simbolică a discursului **reality-show-ului** românesc, evidențiind modul în care limbajul devine un instrument de construcție identitară, de divertisment și de influențare socială, demonstrând:

- diversitatea registrelor lingvistice (ca marcă identitară) – argotic (expresiv, dar controversat – stereotipuri, vulgaritate), code-switching (devenind un instrument comic, identitar și narativ), colocvial / informal (esențial pentru autenticitate, empatie și

umor), formal (evocând autoritate, ierarhie și profesionalism), jurnalistic (oferind obiectivitate, reflexivitate mediatică și structură) și popular / regional (creând identitate locală și savoare culturală);

- funcțiile expresive și persuasive ale limbajului folosit strategic în angajarea emoțională a participanților și a publicului telespectator; construirea arhetipurilor și a personajelor; crearea tensiunii și a dramatismului prin interjecții, repetiții și structuri fragmentate; și manipularea percepției și orientarea interpretării;
- *reality-show-ul Asia Express: Drumul Zeilor* se distinge, în comparație cu celelalte două programe, prin alternanța registrelor lingvistice, gramatica vizuală fragmentată adaptată mediului digital, replicile memorabile pline de umor și utilizarea intensă a deicticelor (persoană, spațiu și timp);
- *reality-show-ul* influențează comportamentele și valorile sociale, implicarea emoțională și formarea de comunități, stilul de comunicare cotidian (care duce la normalizarea conflictului și a colocvialității), tendințele culturale (prin cultura pop și prin sinergia social media) și voyeurismul (prin consumul pasiv al intimității altora).

Capitolul al V-lea arată cum se transformă limbajul nonverbal într-un sistem de semne cu funcții dramatice, identitare și ritualice, și oferă o analiză semiotică și funcțională a limbajului nonverbal în cele trei *reality-show-uri* românești evidențiind modul în care imaginea, gestul și spațiul devin semne culturale, dramatice și identitare prin:

- limbajul nonverbal ca sistem semiotic, în care imaginea nu este doar decorativă, ci și funcționează ca text vizual cu semnificații

- culturale, emoționale și narrative iar spațiile (Asia, bucătăria sau insula) devin simboluri ale alterității, competiției și inițierii;
- funcțiile vizuale comune tuturor celor trei *reality-show-uri* (concrenții ca figuri arhetipale, spațiile simbolice), comune pentru doar două *reality-show-uri* (coduri vizuale și intertextualitate – *Asia Express: Drumul Zeilor*, *Chefi la cuțite*; conflicte și emoții ca semne dramatice – *Chefi la cuțite*, *Insula Iubirii*) și specifice (confesiunea ca semn de autenticitate, cuplul instabil, ispita ca alteritate – *Insula Iubirii*; conflicte dramatice și farfuria ca semn iconic – *Chefi la cuțite*; competiția, identitatea vizuală, inițierea și semnele drumului – *Asia Express: Drumul Zeilor*);
 - participanți, care sunt construiți ca arhetipuri vizuale (Eroul, Expertul, Ispitorul, Outsiderul) prin decoruri, expresii, gesturi sau posturi, imaginea devenind, astfel, un vehicul de identitate și de performativitate;
 - impactul asupra publicului – prin auto-reflexivitate (imaginea este un mijloc de auto-cunoaștere și auto-vânzare), comportamente sociale (promovarea unor standarde de atractivitate și de succes), emoții și voyeurism (accesul la intimitate, dramatismul individual) și percepția corporală (generatoare de insatisfacție și tulburări alimentare);
 - funcțiile semiotice ale imaginii care explică concepte fără cuvinte (doar prin decoruri și gesturi), influențează ce se arată și cum se arată (constrângere media), intensifică dramatismul și suspansul prin fragmentarea vizuală (cadre parțiale, montaj) și oferă plăcere privirii (făcând din estetică o parte a narațiunii).

Cred că această teză de doctorat are, prin modul în care articulează o analiză stratificată și interdisciplinară a fenomenului *reality-show* în România o relevanță multiplă:

- **academică și metodologică**, deoarece are o dualitate teoretică și empirică, este interdisciplinară și integrează analiza discursului;
- **culturală și mediatică**, deoarece construiește arhetipuri, normalizează conflictul și voyeurismul și reflectă valori sociale;
- **epistemologică și etică**, deoarece problematizează autenticitatea și comercializarea intimității;
- **globală / internațională**, deoarece are specificitate culturală și, în același timp, validează prin modele internaționale.

Din câte am reușit să constat prin consultarea bibliografiei în domeniu, este singura încercare de acest gen atât în România cât și pe plan extern.

BIBLIOGRAFIE

A – SEMIOTICĂ

- Academia Română, Institutul de Lingvistică. (2010). *Micul dicționar academic*, ediția a II-a. București: Editura Univers Enciclopedic. (MDA2)
- Academia Română, Institutul de Lingvistică. (2016). *Dicționarul explicativ al limbii române* (ediția a II-a revăzută și adăugită). București: Editura Univers Enciclopedic Gold. (DEX)
- Adjiman, R. (2022). La Sémio-pragmatique: modèles ou théorie? *HAL open science*, 1-13.
- Aijmer, K. (2002). *English discourse particles: evidence from a corpus*. Amsterdam – Philadelphia, PA: John Benjamins Publishing Company.
- Ardeleanu, S.-M. (2003b). Semnificații ale gestualității mâinii – studiu de caz. *Analele Universității „Ștefan cel Mare” din Suceava, Secția Filologică* (11-14). Ed. Universității Suceava.
- Arroyo, J. L. B. (2013). ‘No eres inteligente ni para tener amigos... Pues anda que tú’ [‘You are not even clever enough to have any friends... Look who’s talking!’]: a quantitative analysis of the production and reception of impoliteness in present-day Spanish reality television. În N. Lorenzo-Dus & P. Garcés-Conejos Blitvich (eds.), *Real Talk: Reality Television and Discourse Analysis in Action* (218-244). Basingstoke – New York, NY: Palgrave Macmillan.

- Barthes, R. (1977). *Image Music Text*. Essays selected and translated by Stephen Heath. London: Fontana Press.
- Baudrillard, J. (1981). *Simulacres et simulations*. Paris: Editions Galilée.
- Baudrillard, J. (1993). *Symbolic Exchange and Death*. Translated by Iain Hamilton Grant with an Introduction by Mike Gane. London – Thousand Oaks, CA – New Delhi: SAGE Publications.
- Bednarek, M. (2018). *Language and Television Series. A Linguistic Approach to TV Dialogue*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Berry, M. (2019). Neoliberalism and the Media. In M. Meyers (ed.), *Media and Society* (57-82). London: Bloomsbury.
- Bidu-Vrânceanu, A., Călărășu, C., Ionescu-Ruxândoiu, L., Mancaș, M. & Gabriela Pană Dindelegan, G. (1997). *Dicționar General de Științe. Științe ale limbii*. București: Editura Științifică. (DGSSL)
- Biressi, A. & Nunn, H. (2003). The especially remarkable: Celebrity and social mobility in Reality TV. *Mediactive*, 2, 44-58.
- Blair, J. L. (2010). Surviving Reality TV: The Ultimate Challenge for Reality Show Contestants. *Loyola of Los Angeles Entertainment Law Review*, 31(1), 1-24.
- Boklund-Lagopoulou, K. & Lagopoulos, A. P. (2012). Semiotics Today: An Introduction. *Gramma: Journal of Theory and Criticism*, 20, 7-34.
- Bondebjerg, I. (2002). The Mediation of Everyday Life: Genre, Discourse and Spectacle in Reality TV. In A. Jerslev (Ed.), *Realism and 'reality' in Film and Media* (159-192). Copenhagen: Museum Tusulanum Press.
- Borțun, D. (2001). *Semiotică. Limbaj și comunicare*. București: SNSP.
- Brown, P. & Levinson, S. C. (1987). *Politeness: some universals in language usage*. Cambridge, NY: Cambridge University Press.
- Carvalho, A. (2000). Discourse analysis and media texts a critical reading of analytical tools. *International Conference on Logic and Methodology, 33rd meeting (International Sociology Association), Köln, 3-6 October 2000*, 1-40.
- Chandler, D. (2007). *Semiotics: the basics*. London – New York, NY: Routledge.
- Cobley, P. (ed.). (2010). *The Routledge Companion to Semiotics*. London – New York, NY: Routledge.
- Constantinescu-Dobridor, G. (1998). *Dicționar de termeni lingvistici*. București: Editura Teora. (DTL)
- Couldry, N. & Littler, J. (2008). The work of work: reality TV and the negotiation of neoliberal labour in The Apprentice. In T. Austin & W. de Jong (Eds.), *Rethinking documentary: new perspectives and practices* (258-267). Maidenhead: Open University Press.
- Couldry, N. (2008). Reality TV, or the secret theater of neoliberalism. *Review of education, pedagogy, and cultural studies*, 30 (3), 3-13. DOI: 10.1080/10714410701821255.
- Coyne, S. M., Robinson, S. L. & Nelson, D. A. (2010). Does Reality Backbite? Physical, Verbal, and Relational Aggression in Reality Television Programs. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 54(2), 282-298. DOI: 10.1080/08838151003737931.
- Crible, L. & Cuenca, M.-J. (2017). Discourse markers in speech: Characteristics and challenges for corpus annotation. *Dialogue and Discourse*, 8(2), 149-166. DOI: 10.5087/dad.2017.207.
- Culpeper, J. & Holmes, O. (2013). (Im)politeness and exploitative TV in Britain and North America: The X Factor and American Idol. In N. Lorenzo-Dus & P. Garcés-Conejos Blitvich (eds.), *Real Talk: Reality Television and Discourse Analysis in Action* (169-199). Basingstoke – New York, NY: Palgrave Macmillan.

- Cutting, J. (2002). *Pragmatics and Discourse: A Resource Book for Students*. London – New York, NY: Routledge.
- Danesi, M. (2004). *Messages, Signs, and Meanings: A Basic Textbook in Semiotics and Communication Theory*, 3rd Edition. Toronto: Canadian Scholars' Press Inc.
- Daylight, R. (2017). Introduction: special issue on the 100th anniversary of the publication of the *Cours de linguistique Générale*. *Semiotica*, 217, 1-8. <https://doi.org/10.1515/sem-2016-0114>.
- Dijk, T. A. van. (1943/1980). *Macrostructures: an interdisciplinary study of global structures in discourse, interaction, and cognition*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, Inc., Publishers.
- Dusi, N. (2015). Intersemiotic translation: Theories, problems, analysis. *Semiotica*, 206, 181-205. DOI: 10.1515/sem-2015-0018.
- Eco, U. (1979). *A Theory of Semiotics*. Bloomington, IN: Indiana University Press.
- Eco, U. (1996). *Limitele interpretării*. Traducere de Ștefania Mincu și Daniela Bucșă. Constanța: Editura Pontica.
- Eco, U. (2018). The future of semiotics. În A. Gałkowski & M. Kopytowska (eds.), *Current Perspectives in Semiotics: Signs, Signification, and Communication* (27-39). Berne & Pieterlen: Peter Lang.
- Fairclough, N. (2000). Language and neo-liberalism. *Discourse & Society*, 11(2), 147-148.
- Ferguson, C. J., Salmond, K. & Modi, K. (2013). Reality Television Predicts Both Positive and Negative Outcomes for Adolescent Girls. *The Journal of Pediatrics*, 162(6), 1175-1180. <https://doi.org/10.1016/j.jpeds.2012.11.067>.
- Gałkowski, A. & Kopytowska, M. (2018). Semiotic perspectives on language, signification and communication. În A. Gałkowski & M. Kopytowska (eds.), *Current Perspectives in Semiotics: Signs, Signification, and Communication* (3-25). Berne & Pieterlen: Peter Lang.
- Gamson, W. & Modigliani, A. (1989). Media Discourse and Public Opinion on Nuclear Power: a Constructionist Approach. *American Journal of Sociology*, 95(1), 1-37. <https://doi.org/10.1086/229213>.
- Gibson, B., Thompson, J., Hou, B. & Bushman, B. J. (2014). Just “Harmless Entertainment”? Effects of Surveillance Reality TV on Physical Aggression. *Psychology of Popular Media Culture*, 5(1), 66-73. <http://dx.doi.org/10.1037/ppm0000040>.
- Gilbert, J. (2003). Small faces: the tyranny of celebrity in post-Oedipal culture. *Mediactive*, 2, 86-58-109.
- Giles, D. C. (2002). Keeping the public in their place: audience participation in lifestyle television programming. *Discourse & Society*, 13(5), 603-628.
- Gordon, C. (2013). ‘You are killing your kids’: framing and impoliteness in a health makeover reality TV show. În N. Lorenzo-Dus & P. Garcés-Conejos Blitvich (eds.), *Real Talk: Reality Television and Discourse Analysis in Action* (245-265). Basingstoke – New York, NY: Palgrave Macmillan.
- Gramigna, R. & Madisson, M.-L. (2023). Unravelling semiotics in 2022: A year in review. *ng semiotics in 2022: A year in review. Sign Systems Studies*, 51(3/4), 709-733.
- Hall, S. (1973/2018). Encoding and Decoding in the Television Discourse. În D. Morley (ed.), *Essential Essays, Volume 1: Foundations of Cultural Studies* (257-276). New York, NY: Duke University Press. <https://doi.org/10.1515/9781478002413-014>.
- Hodge, R. & Kress, G. (1988). *Social Semiotics*. Ithaca, NY: Cornell University Press.
- Holborow, M. (2015). *Language and liberalism*. London – New York, NY: Routledge.
- Ibrahim, Y. (2007). Transformation as Narrative and Process: Locating Myth and Mimesis in Reality TV. *Nebula*, 4(4), 41-58.

- Ikalyuk, L. M. & Doronyuk, O. I. (2015). Reality Show As A Type Of Media Discourse (A Study Of The Reality Show *Keeping Up With The Kardashians*). *Journal of Vasyl Stefanyk Precarpathian National University*, 2(2-3), 71-76. DOI: 10.15330/jpnu.2.2-3.71-76.
- Jung, C. G. (1972). *Two Essays in Analytical Psychology*. New York, NY: Princeton University Press.
- Jung, C. G. (1976a). *Psychological Types*. New York, NY: Princeton University Press.
- Jung, C. G. (1976b). *Symbols of Transformation. An Analysis of The Prelude to A Case of Schizophrenia*. New York, NY: Princeton University Press.
- Jung, C. G. (1979). *Aion. Researches into The Phenomenology of The Self*. New York, NY: Princeton University Press.
- Jung, C. G. (1980). *The Archetypes and The Collective Unconscious*. London: Routledge.
- Kavka, M. (2012). *Reality TV*. Edinburgh: University Press.
- Kress, G. (2015). Applied Linguistics and a social semiotic account of Multimodality. *AILA Review*, 28, 49-71. DOI: 10.1075/aila.28.03kre.
- Kress, G. (2015). Applied Linguistics and a social semiotic account of Multimodality. *AILA Review*, 28, 49-71. DOI: 10.1075/aila.28.03kre.
- Kurnia, M. (2020). *What are the Elements in Reality-TV Shows That Result in High Viewership and Engagement in the Audience?* London: Coventry University. DOI: 10.13140/RG.2.2.35148.97928.
- Lavie, N. (2017). Justifying Trash: Regulating Reality TV in Israel. *Television & New Media*, 20(4), 1-22. <https://doi.org/10.1177/1527476417742970>.
- Lidov, D. (1998). Sign. În P. Bouissac (ed.), *Encyclopedia of Semiotics (572-575)*. New York, NY – Oxford: Oxford University Press.
- Lorenzo-Dus, N. & Garcés-Conejos Blitvich, P. (eds.), *Real Talk: Reality Television and Discourse Analysis in Action*. Basingstoke – New York, NY: Palgrave Macmillan.
- Marcu, F. & Maneca, C. (1986). *Dicționar de neologisme*. București: Editura Academiei. (DN)
- Martin, B. & Ringham, F. (2000). *Dictionary of Semiotics*. London – New York, NY: CASSELL.
- Martinelli, D. (ed.) (2018). *CROSS-INTER-MULTI-TRANS. Proceedings of the 13th World Congress of the International Association for Semiotic Studies (IASS/AIS), Kaunas 2017, 26-30 June*. DOI: 10.5755/e01.9786090215548.
- Mazzali-Lurati, S. (2014). Boris Uspenskij and the semiotics of communication: An essay and an interview. *Semiotica*: 199, 109-124. DOI: 10.1515/sem-2013-0121.
- Mijares, S. G. (2024). Archetypes, Ego States, and Subpersonalities. An Exploration of Diverse Expression Within Somatic Awareness. *International Body Psychotherapy Journal*, 22(2), 81-89.
- Mirrlees, T. (2016). Reality TV's Low-Wage and No-Wage Workforce. *Alternate Routes: A Journal of Critical Social Research*, 27, 187-212.
- Nöth, W. (1990). *Handbook of Semiotics*. Bloomington, IN: Indiana University Press.
- Nöth, W. (2018). The semiotics of models and the nature of semiotic modeling. În A. Galkowski & M. Kopytowska (eds.), *Current Perspectives in Semiotics: Signs, Signification, and Communication* (113-132). Berne & Pieterlen: Peter Lang.
- Paglia, C. (1991). *Sexual Personae. Art and Decadence from Nefertiti to Emily Dickinson*. New York, NY: Vintage Books.
- Paglia, C. (1991). *Sexual Personae. Art and Decadence from Nefertiti to Emily Dickinson*. New York, NY: Vintage Books.

- Petrilli, S. & Ponzio, A. (2002). Sign Vehicles for Semiotic Travels: Two New Handbooks. *Semiotica. Journal of the International Association for Semiotic Studies*, 141(1/4), 203-350. <https://doi.org/10.1515/semi.2002.055>.
- Petrilli, S. & Ricciardone, S. M. (2023). Semiotics in the arts and social sciences. În J. Pelkey, S. Petrilli & S. M. Ricciardone (eds.), *Bloomsbury Semiotics*, 3 (1-16). New York, NY: Bloomsbury Academic.
- Petrilli, S. (1993). Signs and values: For a critique of cognitive semiotics. *Journal of Pragmatics*, 20, 239-251.
- Pitcher, S. (2021). Here Come My 600-Pound Quintuplets A Discussion of Reality Television as a Freak Discourse. *Media and Communication*, 9(3), 189-197. <https://doi.org/10.17645/mac.v9i3.4107>.
- Prior, P. (2014). Semiotics. In C. Leung & B. Street (eds.), *The Routledge Companion to English Studies* (160-173). London, UK: Routledge.
- Quaglio, P. (2016). The One Based on 738,032 Words. În K. B. Fägersten (ed.), *Watching TV with a Linguist* (307-334). Syracuse, NY: Syracuse University Press.
- Rabab'ah, G. & Abuseileek, A. F. (2012). The Pragmatic Functions of Repetition in TV Discourse. *Research in Language*, 10(4), 445-460. DOI:[10.2478/v10015-012-0004-x](https://doi.org/10.2478/v10015-012-0004-x).
- Redden, G. (2017). Is Reality TV Neoliberal? *Television & New Media*, 19(5), 1-16. DOI: 10.1177/1527476417728377.
- Reysen, S. & Katzarska-Miller, I. (2017). Association Between Reality Television and Aggression: It Depends on the Show. *AASCIT Journal of Psychology*, 3(5), 56-71.
- Riccio, V. (2007). Media, Images of Justice, and Brazilian Reality Television. *Observatorio Journal*, 2, 147-166.
- Richardson, K. (2010). *Television dramatic dialogue: a sociolinguistic study*. Oxford: Oxford University Press.
- Roberts, J. (2011). *Keeping It Real: A Historical Look at Reality TV*. MA Thesis. Morgantown, WV: School of Journalism.
- Rocavert, CM (2022). *Reality television and the change in the character of discourse*. PhD Thesis. Hobart: University of Tasmania. <https://doi.org/10.25959/23247050.v2>.
- Rockwell, D. & Giles, D. C. (2009). Being a Celebrity: A Phenomenology of Fame. *Journal of Phenomenological Psychology*, 40(2), 178-210. DOI: 10.1163/004726609X12482630041889.
- Roventă-Frumușani, D. (2012). *Analiza discursului: ipoteze și ipostaze*. București: Editura Tritonic.
- Scharrer, E. & Blackburn, G. (2017). Is Reality TV a *Bad Girls Club*? Television Use, Docusoap Reality Television Viewing, and the Cultivation of the Approval of Aggression. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 95(1), 1-23. <https://doi.org/10.1177/1077699017706482>.
- Sebeok, T. A. (2001). *Signs: an introduction to semiotics*. 2nd edition. Traducere de Sorin Mărculescu. București: Humanitas. Toronto: University of Toronto Press.
- Siefkes, M. (2015). How Semiotic Modes Work Together in Multimodal Texts: Defining and Representing Intermodal Relations. *10plus1: Living Linguistics*, 1, 113-131.
- Siefkes, M. (2015). How Semiotic Modes Work Together in Multimodal Texts: Defining and Representing Intermodal Relations. *10plus1: Living Linguistics*, 1, 113-131.
- Sindoni, M. G. (2014). Through the looking glass: a social semiotic and linguistic perspective on the study of video chats. *Text&Talk*, 34(3), 325-347. DOI 10.1515/text-2014-0006.
- Smith, J. A. & Fieldsend, M. (2021). Interpretative Phenomenological Analysis. In P. M. Camic (Ed.), *Qualitative Research in Psychology: Expanding Perspectives in*

- Methodology and Design* (147-166). Washington, DC: American Psychological Association. <https://doi.org/10.1037/0000252-008>.
- Stoian, C. E. (2015). Analysing Images: A Social Semiotic Perspective. *Buletinul Științific al Universității Politehnica Timișoara Seria Limbi moderne*, 14(1), 23-30.
- Thabet, R. M. (2024). Multimodal Social Semiotic Theory: Origins and Developments. *Bulletin of The Faculty of Arts*, 73(2), 57-86.
- Thompson, A., Stringfellow, L., Maclean, M., MacLaren, A. & O’Gorman, K. (2015). Puppets of Necessity? Celebritisation in Structured Reality Television. *Journal of Marketing Management*, 31(5-6), 478-501. <https://doi.org/10.1080/0267257X.2014.988282>.
- Tincknell, E. & Raghuram, P. (2002). Big Brother: Reconfiguring the 'active' audience of Cultural Studies? *European Journal of Cultural Studies*, 5(2), 199-215. <https://doi.org/10.1177/1364942002005002159>.
- Van Leeuwen, T. (2005). *Introducing Social Semiotics*. London – New York, NY: Routledge.
- Véron, E. (1994). De l'image sémiologique aux discours. Le temps d'une photo. *Espaces publics en images*, 1, 45-64. DOI: 10.4267/2042/15515.
- Walter, T. (2010). Jade and the journalists: media coverage of a young British celebrity dying of cancer. *Social Science and Medicine*, 71(5), 853-860. <https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2010.06.003>.
- Wasik, Z. (2003). *Epistemological perspectives on Linguistic Semiotics*. Frankfurt am Main – Berlin – Bern – Bruxelles – New York – Oxford – Wien: Peter Lang.
- Wasik, Z. (2014). *Lectures on the Epistemology of Semiotics*. Wrocław: Philological School of Higher Education in Wrocław Publishing.
- Watts, R. (2004). Visualizing the message: why semiotics is a way forward. In S. Oliver (ed.), *A Handbook of Corporate Communication and Public Relations* (1-15). London: Routledge.
- Wayne, M. L. (2015). Guilty Pleasures and Cultural Legitimation: Exploring High-Status Reality TV in the Postnetwork Era. *The Journal of Popular Culture*, 48(5), 990-1009. <https://doi.org/10.1111/jpcu.12337>.

B – LINGVISTICA

- Academia Română, Institutul de Lingvistică. (2010). *Micul dicționar academic*, ediția a II-a. București: Editura Univers Enciclopedic. (MDA2)
- Academia Română, Institutul de Lingvistică. (2016). *Dicționarul explicativ al limbii române* (ediția a II-a revăzută și adăugită). București: Editura Univers Enciclopedic Gold. (DEX '16)
- Adami, E. (2016). Multimodality. În O. Garcia, N. Flores & M. Spotti (eds.), *Oxford Handbook of Language and Society*. Oxford: Oxford University Press.
- Akmajian, A., Demers, R. A., Farmer, A. K. & Harnish, R. M. (2001). *Linguistics. An Introduction to Language and Communication*. Cambridge, MA – London: The MIT Press.
- Anderson, S., Bateman, H., Harris, E. & McAdam, K. (2006). *Dictionary of Media Studies*. London: A&C Black.
- Ardeleanu, S.-M. & Balașchi, R. (2007d). Le paratexte médiatique entre l'arbitraire du signe et la réalité langagière. *CADISS* (12-32), 4, Suceava: Editura Universității Suceava.
- Ardeleanu, S.-M. (1998). *Limbaje, etnie, cultura*. Suceava: EDITURA.
- Ardeleanu, S.-M. (2003a). Les registres de langue dans l'oralité. *Analele Universității „Ștefan cel Mare” din Suceava, A. Lingvistică*, IX(2), 9-14.
- Ardeleanu, S.-M. (2005b). Plurilinguisme et dialogue des langues. *Actele Colocviului Internațional „La Linguistique entre la recherche et l'application”, Chișinău, Republica Moldova* (116-120).

- Ardeleanu, S.-M. (2005c). Une „langue unique” dans une situation linguistique complexe. *Analele Universității „Ștefan cel Mare” Suceava, Seria Științe ale Educației* (128-138), IV(1).
- Ardeleanu, S.-M. (2006a). Economie linguistique et usage oral de la langue. În M. Lopéz Díaz & M. Montes Lopéz (coord.), *Perspectives fonctionnelles: emprunts, économie et variation dans les langues* (253-256), AXAC, Lugo-Spain.
- Ardeleanu, S.-M. (2006c). Producțiile mediatică și o gramatică a greșelilor. *Analele Universității „Ștefan cel Mare” Suceava, Filologie* (29-36), XII.
- Ardeleanu, S.-M. (2007b). Innover, inventer, transgresser – une affaire du locuteur. *Limbaje și comunicare IX* (118-125), Suceava: Editura Universității Suceava.
- Ardeleanu, S.-M. (2020). Diversitatea lingvistică și socioculturală, quo vadis? *Intertext* (9-13), no. 1-2 (53/54) ULIM, Chișinău.
- Ardeleanu, S.-M. (2022). Influența multilingvismului asupra dinamicii limbii. *Actele Colocviului Internațional Multi-/plurilingvism, contrastivitate și comunicare interculturală*, ULIM, Chișinău (XXX).
- Bednarek, M. (2018). *Language and Television Series. A Linguistic Approach to TV Dialogue*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Bloomfield, L. (1973). *Language*. London: George Allen & Unwin Ltd.
- Brown, K. (2006). *Encyclopedia of Language and Linguistics*. Amsterdam: Elsevier.
- Bussmann, H. (1996). *Routledge Dictionary of Language and Linguistics*. Translated and edited by Gregory Trauth and Kerstin Kazzazi. London – New York, NY: Routledge.
- Candrea, I.-A. (1926-1931). *Dicționarul enciclopedic ilustrat*. Editura Cartea Românească. (DEI)
- Constantinescu-Dobridor, G. (1998). *Dicționar de termeni lingvistici*. București: Editura Teora. (DTL)
- Cook, G. (2003). *Applied Linguistics*. Oxford: University Press.
- Cornish, F. (2006). Understanding Spoken Discourse. În K. Brown (ed.), *Encyclopedia of Language & Linguistics*, Second Edition (227-230). Amsterdam: Elsevier. DOI: 10.1016/b0-08-044854-2/04296-6.
- Coteanu, I. (coord.) (2010). *Micul dicționar academic (ediția a II-a)*. Academia Română, Institutul de Lingvistică. București: Editura Univers Enciclopedic Gold. (MDA2)
- Coteanu, I., Seche, L. & Seche, M. (coord.) (2016). *Dicționarul explicativ al limbii române*. București: Editura Univers Enciclopedic. (DEX'16)
- Crystal, D. (2008). *A Dictionary of Linguistics and Phonetics*. London: Blackwell Publishing.
- Danesi, M. (2009). *Dictionary of media and communications*. Armond, NY&London: M. E. Sharpe.
- Davies, A. & Elder, C. (eds.) (2004). *The Handbook of Applied Linguistics*. London: Blackwell Publishing.
- Diaz, M. A. (2011). Manipulation of Teenagers through Advertising: A Critical Discourse Approach. *Revista de Lingüística y Lenguas Aplicadas*, 6, 25-37.
- Dicționarul ortografic al limbii române*. (2002). București: Editura Litera Internațional. (DOLR)
- Dima, E. (2007). *Dicționarul explicativ ilustrat al limbii române*. București: Editura Gunivas & Arc. (DEILR)
- Dimitrescu, F. (1997). *Dicționar de cuvinte recente*, ediția a II-a. București: Editura Logos. (DCR2)

- Dontcheva-Navratilova, O. (2008). Reporting Verbs as Indicators of Stance in Academic Discourse. *Debrecen. Porta Lingea-2008. Szakember, szaktudás, szakuyelv* (97-104).
- Evans, V. & Green, M. (2006). *Cognitive Linguistics: An Introduction*. Edinburgh: Edinburgh University Press.
- Fairclough, N. (2000). Language and neo-liberalism. *Discourse & Society*, 11(2), 147-148.
- Fromkin, V., Rodman, R. & Hyams, N. (2003). *An Introduction to Language*. Stamford, CT: Thomson – Wadsworth.
- Gałkowski, A. & Kopytowska, M. (2018). Semiotic perspectives on language, signification and communication. În A. Gałkowski & M. Kopytowska (eds.), *Current Perspectives in Semiotics: Signs, Signification, and Communication* (3-25). Berne & Pieterlen: Peter Lang.
- Gauker, C. (2003). *Words without Meaning*. Cambridge, MA – London: The MIT Press.
- Geeraerts, D. & Cuyckens, H. (2007). *The Oxford Handbook of Cognitive Linguistics*. Oxford: Oxford University Press.
- Geeraerts, D. (ed.) (2006). *Cognitive Linguistics: Basic Readings*. Berlin – New York, NY: Mouton de Gruyter.
- Holborow, M. (2015). *Language and liberalism*. London – New York, NY: Routledge.
- Karpenko-Seccombe, T. (2022). Communicative and linguistic features of reality show interactions: A case study of *Love Island UK*. În C. Schubert & V. Werner (eds.), *Stylistic Approaches to Pop Culture* (1-30), New York, NY: Routledge.
- Lycan, W. G. (2002). *Philosophy of Language: A Contemporary Introduction*. London – New York, NY: Routledge.
- Macrea, D. & Petrovici, E. (1955-1957). *Dicționarul limbii române literare contemporane*. București: Editura Academiei Republicii Populare Române. (DLRLC)
- Macrea, D., Stanciu, I., Seche, M., Canarache, A. & Bulgăr, G. (1958). *Dicționarul limbii române moderne*. București: Editura Academiei. (DLRM)
- Malmkjaer, K. (ed.) (2010). *The Routledge Linguistics Encyclopedia*, Third Edition. London – New York, NY: Routledge.
- Marcu, F. & Maneca, C. (1986). *Dicționar de neologisme*. București: Editura Academiei. (DN)
- Marcu, F. (2000). *Marele dicționar de neologisme*. București: Editura Saeculum. (MDN)
- Noul dicționar explicativ al limbii române*. (2002). București: Editura Litera Internațional. (NDELRL)
- Oprea, I. (2024). *Probleme de conceptualizare în lingvistica actuală*. Iași: Institutul European.
- Oxford Languages*. Disponibil la: <https://languages.oup.com>. Accesat la 12.07.2024.
- Piller, I. (2007). Linguistics and Intercultural Communication. *Language and Linguistic Compass*, 1(3), 208-226. DOI: 10.1111/j.1749-818x.2007.00012.x.
- Popa, M. S., Stănculescu, A., Florin-Matei, G., Tudor, A., Zgăvârdici, C. & Chiriacescu, R. (1993-2009). *Dicționar enciclopedic*. București: Editura Enciclopedică. (DE)
- Quaglio, P. (2016). The One Based on 738,032 Words. În K. B. Fägersten (ed.), *Watching TV with a Linguist* (307-334). Syracuse, NY: Syracuse University Press.
- Radford, A., Atkinson, M., Britain, D., Clahsen, H. & Spencer, A. (2009). *Linguistics: An Introduction*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Richardson, K. (2010). *Television dramatic dialogue: a sociolinguistic study*. Oxford: Oxford University Press.
- Riemer, N. (2010). *Introducing Semantics*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Saeed, J. I. (2003). *Semantics*, Second Edition. London: Blackwell Publishing.

- Saussure, F. de. (1995). *Cours de linguistique générale*. Publié par Charles Bailly et Albert Séchehaye. Paris: Payot.
- Scriban, A. (1939). *Dicționarul limbii românești*. București: Institutu de Arte Grafice „Presa Bună”. (DLR)
- Seche, M. & Seche, L. (1982). *Dicționarul de sinonime al limbii române*. București: Editura Academiei RSR. (DSLRL)
- Seche, M. & Seche, L. (2002). *Dicționar de sinonime*. București: Editura Litera Internațional. (DS)
- Siefkes, M. (2015). How Semiotic Modes Work Together in Multimodal Texts: Defining and Representing Intermodal Relations. *10plus1: Living Linguistics*, 1, 113-131.
- Stokoe, E. H. & Weatherall, A. (2002). Gender, language, conversation analysis and feminism. *Discourse & Society*, 13(6), 707-713.
- Șăineanu, L. (1929). *Dicționar universal al limbii române*, ediția a VI-a. (DULR)
- Ștef, D. (2021). *Dicționar de regionalisme și arhaisme din Maramureș*, ediția a treia. Cluj-Napoca: Casa Cărții de Știință. (DRAM3)
- Trask, R. L. (2007). *Language and Linguistics: The Key Concepts*. Edited by Peter Stockwell. London: Routledge.
- Trask, R. L. (2010). *Why Do Languages Change?* Cambridge: Cambridge University Press.
- Vintilă-Rădulescu, I. (2021). Dicționarul ortografic, ortoepic și morfologic al limbii române, Ediția a III-a revăzută și adăugită. București: Editura Univers Enciclopedic Gold. (DOOM3)
- Volceanov, G. (2007). *Dicționar de argou al limbii române*. București: Editura Niculescu. (DALR)
- Widdowson, H. G. (2009). *Linguistics*. Oxford: Oxford University Press.
- Yang, W. & Sun, Y. (2010). Interpretation of 'Discourse' from Different Perspectives: A Tentative Reclassification and Exploration of Discourse Analysis. *Language Society and Culture*, 31, 127-138.
- Yule, G. (2010). *The Study of Language*. Cambridge: Cambridge University Press.

C – SEMIOLINGVISTICĂ

- Barthes, R. (1964). Rhétorique de l'image. *Communications*, 4, 1964. 40-51. DOI: 10.3406/comm.1964.1027.
- Baudrillard, J. (2001). *Selected Writings*. Edited and Introduced by M. Poster. Redwood City, CA: Stanford University Press.
- Baudrillard, J. (2011). *Why Hasn't Everything Already Disappeared?* Translated by Chris Turner. London – New York, NY – Calcutta: Seagull Books.
- Bidu-Vrânceanu, A., Călărășu, C., Ionescu-Ruxăndoiu, L., Mancaș, M. & Gabriela Pană Dindelegan, G. (1997). *Dicționar General de Științe. Științe ale limbii*. București: Editura Științifică. (DGSSL)
- Binet, M. G. J. (1998). Pour une sémiologie du rite. *Éléments de théorie et de méthode*. Arquivos da Memória, 4, 9-33.
- Charaudeau, P. (1995). Une analyse sémiolinguistique du discours. *Langages*, 117, 96-111. DOI : <https://doi.org/10.3406/lgge.1995.1708>.
- Hendricks, W. O. (1980). The Semiolinguistic Theory of Narrative Structures. În E. Forastieri-Braschi, G. Guinness & H. López Morales (eds.), *On Text and Context: Methodological Approaches to the Contexts of Literature* (35-52). San Juan: University of Puerto Rico Press.
- Visetti, Y.-M. (2019). Motifs et imagination sémiolinguistique. În A. Hénault (ed.), *Le sens, le sensible, le réel* (1-23). Paris : Sorbonne Université Presses.

Wildgen, W. (2022). Un aperçu de la sémiolinguistique de Per Aage Brandt. *Estudos Semióticos*, 18(1), 9-24.

D – ANALIZA DISCURSULUI

- Academia Română, Institutul de Lingvistică. (2010). *Micul dicționar academic*, ediția a II-a. București: Editura Univers Enciclopedic. (MDA2)
- Academia Română, Institutul de Lingvistică. (2016). *Dicționarul explicativ al limbii române* (ediția a II-a revăzută și adăugită). București: Editura Univers Enciclopedic Gold (DEX)
- Adam, J.-M. (2006). Intertextualité et interdiscours: filiations et contextualisation de concepts hétérogènes. *Travaux neuchâtelois de linguistique*, 2006, 44, 3-26.
- Agmon, G., Jaeger, M., Tsarfaty, R. & Bleichner, M. G. (2023). “Um..., It’s Really Difficult to... Um... Speak Fluently”: Neural Tracking of Spontaneous Speech. *Neurobiology of Language*, 4(3), 1-41. DOI: [10.1162/nol_a_00109](https://doi.org/10.1162/nol_a_00109).
- Aijmer, K. (2002). *English discourse particles: evidence from a corpus*. Amsterdam – Philadelphia, PA: John Benjamins Publishing Company.
- Alexander, R. J. (2009). *Framing Discourse on the Environment: A Critical Discourse Approach*. New York, NY – London: Routledge.
- Ardeleanu, S.-M. & Balațchi, R. (2004b). Which Norm(s) for Spoken Discourse?, *Proceedings of the 1st International Conference on British and American Studies – ‘Messages, Sages and Ages’* (311-319). Suceava: Editura Universității Suceava.
- Ardeleanu, S.-M. & Rață, G. (1997). Argumentarea - suport referențial de al Investigației Textuale. *Actele Colocviului Internațional de Științe ale Limbajului, Suceava – 1995* (187-191), Iași, Editura Institutului European.
- Ardeleanu, S.-M. (1997). *Repères et principes fondamentaux dans l’analyse du discours*. Suceava: Editura Universității Suceava.
- Ardeleanu, S.-M. (2005a). Le discours médiatique entre Norme(s) et créativité linguistique. *Limbe și comunicare VII, Actele Colocviului Internațional de Științe ale Limbajului* (27-37). Suceava: Editura Universității Suceava.
- Ardeleanu, S.-M. (2006). Où en est l’Analyse du Discours: concepts et corpus. *Actele Colocviului Internațional „Învățământul superior și cercetarea-piloni ai societății bazate pe cunoaștere” dedicată jubileului de 60 de ani al Universității de Stat din Moldova, Chișinău* (61-62).
- Ardeleanu, S.-M. (2007). Pentru o lingvistică de corpus. *Actele Colocviului In Honorem Silviu Berejan, Chișinău* (1-10).
- Ardeleanu, S.-M. (2023). De la rețetele de familie la Colecția de carte „Poale-n brâu” (Gastronomie veche românească). În A Grădinaru (coord.), *Actele Conferinței Științifice Internaționale „Gastronomia în textul (non)literar – o abordare interculturală*, Chișinău, 4 mai 2023 (43-50).
- Ardeleanu, S.-M. et al. (2014). Le texte descriptif, Le texte narratif, Le texte argumentatif. *Pour comprendre et produire des textes écrits en français –Recueil de fiches d’activités Niveau 2* (53-67). Craiova: Editura Universitară.
- Ardeleanu, S.-M., Malanciu, A. & Dumitrov Finaru, A. (coord.) (2023). Discursul gastronomic și dinamica lingvistică în spațiul bucovinean. *Contribuția bibliotecii la afirmarea diversității culturale în spațiul românesc* (147-155). Suceava: Editura Universității „Ștefan cel Mare” din Suceava.
- Asmussen, J. (2006). Towards a methodology for corpus-based studies of linguistic change: Contrastive observations and their possible diachronic interpretations in the Korpus 2000 and Korpus 90 General Corpora of Danish. În A. Wilson, D. Archer & P. Rayson (eds.), *Corpus linguistics around the world* (33-48). Amsterdam & New York, NY: Rodopi.

- Bamyeh, M. A. (1999). *The Social Origins of Islam: Mind, Economy, Discourse*. Minneapolis, MN – London: University of Minnesota Press.
- Bednarek, M. (2011). The stability of the televisual character: a corpus stylistic case study. In R. Piazza, M. Bednarek & F. Rossi (eds), *Telecinematic Discourse: Approaches to the Language of Films and Television Series* (185-204). Amsterdam – Philadelphia, PA: John Benjamins Publishing Company.
- Biber, D. (1993). Representativeness in corpus design. *Literary and Linguistic Computing*, 8(4), 243-257.
- Biber, D. (2012). Register as a predictor of linguistic variation. *Corpus Linguistics and Linguistic Theory*, 8(1), 9–37. DOI: 10.1515/cllt-2012-0002.
- Biber, D. (2014). Using multi-dimensional analysis to explore cross-linguistic universals of register variation. *Languages in Contrast*, 14(1), 7-34. DOI: 10.1075/lic.14.1.02bib.
- Borg, E. (2003). Discourse Community. *ELT Journal*, 57(4), 398-400.
- Brown, G. & Yule, G. (1988). *Discourse Analysis*. Cambridge – New York, NY – New Rochelle, NY – Melbourne – Sydney: Cambridge University Press.
- Cap, P. (2020). Critical Discourse Analysis – Theories, Methodologies, Domains. *Dyskursy o Kulturze*, 13, 215-254. DOI: 10.36145/DoC2020.09.
- Carvalho, A. (2000). Discourse analysis and media texts a critical reading of analytical tools. *International Conference on Logic and Methodology, 33rd meeting (International Sociology Association), Köln, 3-6 October 2000*, 1-40.
- Cohen, L., Manion, L. & Morrison, K. (2007). *Research Methods in Education, Sixth Edition*. New York, NY – London: Routledge.
- Cornish, F. (2006). Understanding Spoken Discourse. In K. Brown (ed.), *Encyclopedia of Language & Linguistics*, Second Edition (227-230). Amsterdam: Elsevier. DOI: 10.1016/b0-08-044854-2/04296-6.
- Cremades, P. S. (2007). An Overview of The Critical Discourse Analysis Approach to Mass Communication. In J. . B. Paniagua, G. L. García, P. S. Cremades & E. S. Allegre (eds.), *Critical Discourse Analysis of Media Texts* (17-38). València: Universitat de València.
- Crible, L. & Cuenca, M.-J. (2017). Discourse markers in speech: Characteristics and challenges for corpus annotation. *Dialogue and Discourse*, 8(2), 149-166. DOI: 10.5087/dad.2017.207.
- De Fornel, M. (1993). Violence, sport et discours médiatique : l'exemple de la tragédie du Heysel. *Réseaux*, 11(57), 29-47. DOI : <https://doi.org/10.3406/reso.1993.1022>.
- Dingemanse, M. (2024). Interjections at the Heart of Language. *Annual Review of Linguistics*, 10, 257-277. <https://doi.org/10.1146/annurev-linguistics-031422-124743>.
- Donesch-Jezo, E. (2010). Corpus concordancing in teaching academic discourse writing to medical students. *International Conference „ICT for Language Learning, 3rd edition”* (1-6).
- Dontcheva-Navratilova, O. (2008). Reporting Verbs as Indicators of Stance in Academic Discourse. *Debrecen. Porta Lingea-2008. Szakember, szaktudás, szakuyelv* (97-104).
- Dooley, R. A. & Levinsohn, S. H. (2000). *Analyzing Discourse: A Manual of Basic Concepts*. Grand Forks, ND: University of North Dakota.
- Drid, T. (2018). The Study Of News: A Discourse Analysis Perspective. *Mandumah*, 35, 701-708. DOI: 10.35156/1869-000-035-062.
- Ehrlich, S. (2016). ‘Sociolinguistic’ dimensions of discourse analysis. *Journal of Sociolinguistics*, 20(2), 229-240.

- Farkas, D. F. & Swart, H. de. (2003). *The Semantics of Incorporation: From Argument Structure to Discourse Transparency*. Stanford, CA: CSLI Publications.
- Florio-Ruane, S. & Morrell, E. (2011). Discourse Analysis: Conversation. In M. H. Mallette & N. K. Duke (eds.), *Literacy Research Methodologies*, Second Edition (1-28). New York, NY: Guilford.
- Gambäck, B. & Das, A. (2016). Comparing the Level of Code-Switching in Corpora. *Proceedings of the Tenth International Conference on Language Resources and Evaluation, May 2016, Portorož, Slovenia* (1850-1855).
- Gee, J. P. (2011). *An introduction to discourse analysis: theory and method*. New York, NY – Abingdon: Routledge.
- Glynos, J., Howarth, D., Norval, A. & Speed, E. (2009). *Discourse Analysis: Varieties and Methods*. Southampton: National Centre for Research Methods.
- Gorjanc, V. (2006). *Corpus linguistics around the world*. Leiden: Brill. DOI: https://doi.org/10.1163/9789401202213_008.
- Gries, S. T. & Stefanowitsch, A. (eds.) (2006). *Corpora in Cognitive Linguistics: Corpus-based approaches to syntax*. Berlin – New York, NY: Mouton de Gruyter.
- Harris, Z. S. (1952). Discourse Analysis. *Language*, 28(1), 1-30.
- He, A. W. (2003). Discourse Analysis. In *The Handbook of Linguistics* (1-14). Oxford: Blackwell Publishing. DOI: 10.1111/b.9781405102520.2002.00019.x.
- Hébert, L. (2019). *An Introduction to Applied Semiotics: Tools for Text and Image Analysis*. London – New York, NY: Routledge.
- Henderson, R. (2005). A Faircloughian approach to CDA: principled eclecticism or a method searching for a theory? *Melbourne Studies in Education*, 46 (2), 9-24.
- Hornoiu, D. (2015). Some considerations on indexicality and deixis. *The Annals of UOC: the Philology Series*, 2, 1-15.
- Hundt, M., Nesselhauf, N. & Biewer, C. (2007). *Corpus Linguistics and the Web*. Amsterdam – New York, NY: Rodopi.
- Janks, H. (1997). Critical Discourse Analysis as a Research Tool. *Discourse: Studies in the Cultural Politics of Education*, 18(3), 329-342. <https://doi.org/10.1080/0159630970180302>.
- Jaspers, J. (2023). Interactional sociolinguistics and discourse analysis. In M. Hanford & J. P. Gee (eds.), *The Routledge Handbook of Discourse Analysis*, Second Edition (1-13), London: Routledge.
- Kang, S., Kim, D. & Kim, Y. (2019). A visual-physiology multimodal system for detecting outlier behavior of participants in a reality TV show. *International Journal of Distributed Sensor Network*, 15(7), 1-13. <https://doi.org/10.1177/15501477198648>.
- Kennedy, G. (1998). *An Introduction to Corpus Linguistics: Studies in Language and Linguistics*. London: Longman.
- Lee, S., Kim, J. H. & Rosen, D. (2009). A Semantic Network and Categorical Content Analysis of Internet and Online Media Research. *The Open Communication Journal*, 3, 15-28.
- Liddicoat, A. J. (2007). *An Introduction to Conversation Analysis*. London – New York, NY: Continuum.
- Lindquist, H. (2008). *Corpus Linguistics and the Description of English*. Edinburgh: Edinburgh University Press.
- Lindström, A. & Eklund, R. (2009). Cross-lingual influence: The integration of foreign items. In A. Lüdeling & M. Kytö, M. (eds.). *Corpus Linguistics: An International Handbook*. Volume 1 (1024-1042). Berlin & New York, NY: Walter de Gruyter.

- Lovejoy, K. B. & Lance, D. M. (1989). Discourse Analysis: Part I, Information Management and Cohesion. *140th Conference on College Composition and Communication*, Seattle, WA, March 16-18, 1989, 1-59.
- Lubis, F. K. & Bahri, S. (2021). Colloquial Speech of University Students' Utterance. *Southeast Asia Language Teaching and Learning Journal*, 4(1), 1-10. DOI: <https://doi.org/10.35307/saltel.v4i1.59>.
- Lüdeling, A. & Kytö, M. (eds.) (2008/2009). *Corpus Linguistics: An International Handbook*. Volume 1. Berlin & New York, NY: Walter de Gruyter.
- Lugea, J. (2024). Stylistic Approaches To Pop Culture: Christoph Schubert and Valentin Werner. *Applied Linguistics*, <https://doi.org/10.1093/applin/amae051>.
- McEnery, T. & Hardie, A. (eds.) (2012). *Corpus Linguistics*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Meyer, C. F. (2004). *English Corpus Linguistics: An Introduction*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Mishra, S. B. & Alok, S. (2017). *Handbook of Research Methodology: A Compendium for Scholars & Researchers*. New Delhi: Educreation Publishing.
- Nishina, Y. (2017). A Study of Pop Songs based on the Billboard Corpus. *International Journal of Language and Linguistics*, 4(2), 125-134.
- O'Keeffe, A. & McCarthy, M. (eds.) (2010). *The Routledge Handbook of Corpus Linguistics*. London & New York, NY: Routledge.
- Oakes, M. P. (1998). *Statistics for Corpus Linguistics*. Edinburgh: Edinburgh University Press.
- Odin, R. (2011). *Spaces of Communication. Elements of Semio-Pragmatics*. Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Paniagua, J. M. B., García, G. L., Cremades, P. S. & Alegre, E. S. (ed.) (2007). *Critical Discourse Analysis of Media Texts*. Valencia: Universitat de Valencia.
- Patten, M. L. & Newhart, M. (2018). *Understanding Research Methods: An Overview of the Essentials*. New York, NY – London: Routledge.
- Perez, A. C. D. & Perez, L. B. (2025). Corpus-Based Analysis of Code-Switching in the Teaching of Tertiary-Level English Courses. *Puissant*, 6, 2819-2833.
- Piqué-Angordans, J. (2006). Do we need to standardize written scientific discourse? *Ibérica*, 12, 5-8.
- Pustejovsky, J. (1986). *An Integrated Theory of Discourse Analysis*. Amherst, MA: University of Massachusetts.
- Romedea, A.-G. (2007). *Formes discursives*. Bacău: Editura Alma Mater.
- Roulet, E. (1991). Vers une approche modulaire de l'analyse du discours. *Cahiers de Linguistique Française*, 1, 53-81.
- Roventă-Frumușani, D. (2012). *Analiza discursului: ipoteze și ipostaze*. București: Editura Tritonic.
- Rusu, O.-C. (2016). A Corpus-Based Approach on The Relevance of Translating Interjections. *Professional Communication and Translation Studies*, 9, 167-176.
- Sakyi, K. A., Musona, D. & Mweshi, G. (2020). Research Methods and Methodology. *Advances in Social Sciences Research Journal*, 7(3) 296-302. DOI: 10.14738/assrj.73.7993.
- Salkie, R. (1995). *Text and Discourse Analysis*. London – New York, NY: Routledge.
- Sarfati, G.-E. (2001). *Éléments d'analyse du discours*. Paris: Nathan.
- Saussure, P. (2011). Pragmatic Issues in Discourse Analysis. *Critical Approaches to Discourse Analysis Across Disciplines*, 1(1), 179-195.
- Săndulescu, C. G. (2015). *Constraints on Discourse*. Bucharest: The University of Bucharest.

- Scheu, D. & Lopez-Maestre, M. D. (2003). *Discourse Analysis Today*. Murcia: Universidad de Murcia.
- Schönefeld, D. (2006). From conceptualization to linguistic expression: Where languages diversify. În S. T. Gries & A. Stefanowitsch (eds.), *Corpora in Cognitive Linguistics: Corpus-Based Approaches to Syntax and Lexis* (297-344). Berlin & New York, NY: Mouton de Gruyter.
- Schrøder, K. C. (2002). Discourses of fact. În K. B. Jensen (ed.), *A Handbook of Media and Communication Research: Qualitative and Quantitative Methodologies* 98-116). London – New York, NY: Routledge.
- Semyonova, I. & Askhatova, A. (2020). Spontaneous speech: analysis of methods. *Sciences of Europe*, 47, 27-29.
- Shepherd, L. J. (2008). *Gender, Violence and Security: Discourse as Practice*. London – New York, NY: ZED BOOKS.
- Smith, C. S. (2003). *Modes of Discourse: The Local Structure of Texts*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Soderland, S. & Lehnert, W. (1994). Corpus-Driven Knowledge Acquisition for Discourse Analysis. *Proceedings of the Twelfth National Conference on Artificial Intelligence, 1994*, 1-6.
- Stab, C. & Gurevytch, I. (2014). Annotating Argument Components and Relations in Persuasive Essays. *Proceedings of COLING 2014, the 25th International Conference on Computational Linguistics: Technical Papers, pages 1501–1510, Dublin, Ireland, August 23-29 2014*, 1501-1510.
- Stab, C. & Gurevytch, I. (2017). Parsing Argumentation Structures in Persuasive Essays. *Computational Linguistics*, 43(3), 619-659. https://doi.org/10.1162/COLI_a_00295.
- Stefanowitsch, A. (2020). *Corpus linguistics: A guide to the methodology*. Berlin: Language Science Press. DOI: 10.5281/zenodo.3735822.
- Stokoe, E. H. & Weatherall, A. (2002). Gender, language, conversation analysis and feminism. *Discourse & Society*, 13(6), 707-713.
- Strzalkowski, T. (1989). *A logic-based approach to discourse analysis*. New York, NY: New York University.
- Șovea, M. (2024). *De la stereotipuri și reprezentări la un imaginar mediatic francofon*. Cluj-Napoca: Casa Cărții de Știință.
- Taylor, S. (2013). *What Is Discourse Analysis?* London – New Delhi – New York, NY – Sydney: Bloomsbury.
- Temitope, B. (2024). Deixis And Indexicals As Meaning Making Devices In Selected Spoken And Written Texts. *Journal of Studies in Language, Culture and Society*, 7(3), 1-11.
- Tracy, K. (2003). Action-Implicative Discourse Analysis: A Communication Approach to Analyzing Talk. *Texas Linguistic Forum*, 47, 219-237.
- Valatka, R. (2016). Perception of intertexts and identification of the cultural circle in publicistic texts. *Lietuvių kalba*, 10, 1-22. DOI: <http://dx.doi.org/10.15388/Lietkalb.2016.10.9917>.
- Van Dijk, T. A. (1993). Principles of critical discourse analysis. *Discourse & Society*, 4(2), 249-283.
- Van Dijk, T. A. (1999). Critical Discourse Analysis and Conversation Analysis. *Discourse & Society*, 10(4), 459-460.
- Van Dijk, T. A. (2001). Critical discourse analysis. In D. Tannen, D. Schiffrin & H. Hamilton (eds.), *Handbook of discourse analysis* (352-371). Oxford: Blackwell.
- Van Dijk, T. A. (2003). Ideological Discourse Analysis. În T. A. Van Dijk (ed.), *The Handbook of Discourse Analysis* (135-161). London: Academic Press.

- Vanhaverbeke, M., Enghels, R., Parafita Couto, M. d. C. & Ivanova, I. (2025). Enhancing Code-Switching Research Through Comparable Corpora: Introducing the El Paso Bilingual Corpus. *Languages*, 10(7), 174. <https://doi.org/10.3390/languages10070174>.
- Vaughan, E. & O’Keeffe, A. (2015). Corpus Analysis. In K. Tracy (ed.), *The Interantional Encyclopedia of Language and Social Interaction* (1017). Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.
- Werner, V. (2021). Catchy and conversational? A register analysis of pop lyrics? *Corpora*, 16(2), 237-270. <https://doi.org/10.3366/cor.2021.0219>.
- Williams, J. (1994). Discourse Analysis: Why Do We Need It? *28th Annual Meeting of the Teachers of English to Speakers of Other Languages, Baltimore, MD, March 8-12, 1994*, 1-13.
- Williams, N. (2020). Deixis and Indexicals. *The International Encyclopedia of Linguistic Anthropology* <https://doi.org/10.1002/9781118786093.iela0092>.
- Wooffitt, R. (2005). *Conversation Analysis & Discourse Analysis: A Comparative and Critical Introduction*. London – Thousand Oaks, CA – New Delhi: SAGE Publications.
- Yang, W. & Sun, Y. (2010). Interpretation of 'Discourse' from Different Perspectives: A Tentative Reclassification and Exploration of Discourse Analysis. *Language Society and Culture*, 31, 127-138.

E – COMUNICARE / MASS-MEDIA / REALITY SHOW

- Abrams, L. C. & Maibach, E. W. (2008). The Effectiveness of Mass Communication to Change Public Behaviour. *Annual Review of Public Health*, 29, 219-234.
- Absar, S. & Verma, A. (2023). Revisiting “Celebrity, Social Mobility and the future of Reality TV”. *Journal of Communication and Management*, 2(2), 139-144.
- Agarwal, N. (2020). Impact of Reality Shows on Delhi-NCR Youth. *International Journal for Research in Applied Science & Engineering Technology*, 8, 712-719. <https://doi.org/10.22214/ijraset.2020.31990>.
- Ahadi, M. & Shahidi, S. (2023). Putting fame and celebrity in a psychosocial framework: A scientific analysis. *Changing Societies & Personalities*, 7(4), 140-157. <https://doi.org/10.15826/csp.2023.7.4.255>.
- Andrejevic, M. (2008). Watching Television Without Pity: The Productivity of Online Fans. *Television & New Media*, 9, 24-46. DOI: 10.1177/1527476407307241.
- Ardeleanu, S.-M. (2004a). La communication – un point, c’est tout. *Analele de Lingvistică ale Universității „Ștefan cel Mare”, Seria Filologie* (15-22). Suceava: Editura Universității Suceava.
- Berti, S. B. (2016). *Confessions in the Courtroom: An Audience Research on Court Shows*. PhD Thesis. Amherst, MA: University of Massachusetts.
- Bhoje, G. (2017). Effects of Reality Shows on Teenagers. *International Journal of Research in Engineering, IT and Social Sciences*, 7(11), 22-28.
- Biltreyst, D. (2014). Media Audiences and the Game of Controversy: On Reality TV, Moral Panic and Controversial Media Stories. *Journal of Media Practice*, 5(1), 7-24. DOI: 10.1386/jmpr.5.1.7/0.
- Boateng, J. (2023). The Perception of Intimacy: Are Dating Reality TV Shows Affecting Relationships. *Canadian Journal of Family and Youth*, 15(2), 33-43.
- Bondebjerg, I. (2002). The Mediation of Everyday Life: Genre, Discourse and Spectacle in Reality TV. In A. Jerslev (Ed.), *Realism and ‘reality’ in Film and Media* (159-192). Copenhagen: Museum Tusulanum Press.
- Bratich, J. Z. (2006). “Nothing Is Left Alone for Too Long.” Reality Programming and Control Society Subjects. *Journal of Communication Inquiry*, 30(1), 65-83.

- Browning Helsel, P. (2019). Judging the Self: A Pastoral Theological Analysis of Reality Television. *Pastoral Psychology*, 68, 549-559. <https://doi.org/10.1007/s11089-019-00863-8>.
- Buckingham, D. (2003). *Questioning the Media: A Guide for Students*. UNESCO: MENTOR.
- Chin-Yi, C. (2007). Hyperreality, the Question of Agency, and the Phenomenon of Reality Television. *Nebula*, 4(1), 31-44.
- Church, S. H., Robinson, T., Callahan, C., Klotzer Barboza, K. & Montez, D. (2019). Savvy viewers and (simulated) reality TV An analysis of The Bachelor's appeal to viewers. *Journal of Popular Television*, 8(1), 23-43. DOI: 10.1386/jptv_00002_1.
- Cohen, J. & Weimann, G. (2008). Who's Afraid of Reality Shows? Exploring the Effects of Perceived Influence of Reality Shows and the Concern Over Their Social Effects on Willingness to Censor. *Communication Research*, 35(3), 382-397. DOI: 10.1177/0093650208315964.
- Cosentino, G. (2016). Representing local identities through global television formats in China and India: A comparative analysis of *Super Girl* and *Indian Idol 3*. *Communicatio. Media. Design*, 1(3), 1-14.
- Craig, G. (2010). Everyday Epiphanies: Environmental Networks in Eco-Makeover Lifestyle Television. *Environmental Communication*, 4(2), 172-189. DOI: 10.1080/17524031003775620.
- Danesi, M. (2009). *Dictionary of media and communications*. Armond, NY&London: M. E. Sharpe.
- Das, S., Sarkar, P. & Hussain, A. (2021). Perception Analysis of TV Reality Shows: Perspective of Viewers' and Entertainment Industry Professionals. *International Journal of Media, Journalism and Mass Communications*, 7(2), 22-31. <https://doi.org/10.20431/2454-9479.0702003>.
- Deery, J. (2004). Reality TV as Advertainment. *Popular Communication*, 2(1), 1-20.
- Deller, R. A. (2014). Religion as makeover: Reality, lifestyle and spiritual transformation. *International Journal of Cultural Studies*, 18(3), 291-303. DOI: 10.1177/1367877913513687.
- Descoperă lumea reality-show-urilor: cele mai populare formate și trend-uri actuale.* (2024). Disponibil la: <https://www.mediapub.ro/descopera-lumea-reality-show-urilor-cele-mai-populare-formate-si-trend-uri-actuale/>. Accesat la 21.12.2025.
- Dimovski, D., Popović Knežević, I. & Vujičić, M. (2019). The Relationship Between Courts and Media. *Facta Universitatis. Series: Law and Politics*, 17(1), 55-72. <https://doi.org/10.22190/FULP1901055D>.
- Donovan, P. (1998). Armed With the Power of Television: *Reality Crime Programming and the Reconstruction of Law and Order in the United States*. În M. Fishman & G. Cavender (eds.), *Entertaining Crime: Television Reality Programs* (117-137). New York, NY: Aldine de Gruyter.
- Driessens, O. (2013). The Celebritization of Society and Culture: Understanding the Structural Dynamics of Celebrity Culture. *International Journal of Cultural Studies*, 16(6), 641-657. DOI: 10.1177/1367877912459140.
- Dural, A. B. (2010). Reality Shows and Isolated Societies The "Mahmut Tuncer Show" as a Case Study. *The International Journal of Diversity in Organisations, Communities and Nations*, 10(1), 173-183.
- Egbert, N. & Belcher, J. D. (2012). Reality bites: An investigation of the Genre of Reality Television and Its Relationship to Viewers' Body Image. *Mass Communication and Society*, 15, 407-431. DOI: 10.1080/15205436.2011.583545.

- Ezeakolam, A. A. & Awofadeju, P. O. (2022). Audience Perception of Indecency on Television Reality Show (Big Brother Naija Bbnaija). *Sapientia Global Journal of Arts, Humanities and Development Studies*, 5(3), 41-49.
- Faiz, Z., Azeem, A. & Thakur, I. (2022). Impact of Reality TV Shows on University Student's Performance. *Pakistan Journal of Social Research*, 4(3), 464-470. <https://doi.org/10.52567/pjsr.v4i03.736>.
- Fascinația față de reality-show-urile din România. (2023). Disponibil la: <https://www.mediapub.ro/fascinatia-fata-de-reality-show-urile-din-romania>. Accesat la 21.12.2025.
- Feltwell, T., Wood, G., Long, K., Brooker, P., Schofield, T., Petridis, I., Barnett, J., Vines, J. & Lawson, S. (2017). "I've been manipulated!": Designing Second Screen Experiences for Critical Viewing of Reality TV. *CHI 2017, May 6-11, 2017, Denver, CO, USA* (2252-2263).
- Feuer, J. (2015). "Quality" Reality and the Bravo Media Reality Series. *Camera Obscura* 88, 30(1), 185-195. DOI: 10.1215/02705346-2885497.
- Frisby, C. M. (2004). "America's Top Model Meets The Bachelor on an Un-Real World": Examining Viewer Fascination with Reality TV. In K. A. Ackley (Ed.), *Perspectives on contemporary issues: Reading across the disciplines* (6th ed.) (1-29). Boston, MA: Cengage Learning.
- Garcés-Conejos Blitvich, P. & Lorenzo-Dus, N. (2013). Reality television: a discourse-analytical perspective. In N. Lorenzo-Dus & P. Garcés-Conejos Blitvich (eds.), *Real Talk: Reality Television and Discourse Analysis in Action* (9-23). London: Palgrave Macmillan.
- Gee, C. (2015). Reality-Based Television Versus the Civil Right to Privacy: A Battle of Access. *Journal of Film and Video*, 67(3-4), 79-93.
- Georgiu, G. (2010). *Comunicarea interculturală*. București: Editura Comunicare.ro.
- Giles, D. C. (2002). Keeping the public in their place: audience participation in lifestyle television programming. *Discourse & Society*, 13(5), 603-628.
- Gologoț, C. (2017). Television Ethics: How Does It Work On the Manipulation in TV Shows. An Ethical Attitude. Short Approach for Romania Case. *Agathos*, 8(14), 155-160.
- Grant, J. (1992). Prime Time Crime: Television Portrayals of Law Enforcement. *Journal of American Culture*, 15(1), 57-68. <https://doi.org/10.1111/j.1542-734X.1992.00057.x>.
- Griffen-Foley, B. (2004). From Tit-Bits to Big Brother: A Century of Audience Participation in the Media. *Media, Culture & Society*, 26(4), 533-548. DOI: 10.1177/0163443704044216.
- Grimm, J. (2010). From reality TV to coaching TV: Elements of theory and empirical findings towards understanding the genre. In A. Hetsroni (Ed.), *Reality Television – Merging the Global and the Local* (211-258). Hauppauge, NY: Nova Science Publishers, Inc.
- Grindstaff, L. & Murray, S. (2015). Reality Celebrity Branded Affect and the Emotion Economy. *Public Culture*, 27(1), 109-135. DOI: 10.1215/08992363-2798367.
- Guerrero-Solé, F., Besalú, R. & López-González, H. (2014). Save me, save them! Trash talk shows and the third-person effect. *Communications*, 39(2), 193-214.
- Gunther, A. C. & Storey, J. D. (2003). The Influence of Presumed Influence. *Journal of Communication*, 53(2), 199-215. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2003.tb02586.x>.
- Habermas, J. (1970). Towards a theory of communicative competence. *Inquiry*, 13(1-4), 360-375. <http://dx.doi.org/10.1080/00201747008601597>

- Habermas, J. (1984). *The Theory of Communicative Action. Volume 2: Lifeworld and System: A Critique of Functionalist Reason*. Cambridge: Polity Press.
- Hall, A. (2009). Perceptions of the Authenticity of Reality Programs and Their Relationships to Audience Involvement, Enjoyment, and Perceived Learning. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 53(4), 515-531. DOI: 10.1080/08838150903310468.
- Haridakis, P. M. & Rubin, A. M. (2003). Motivation for Watching Television Violence and Viewer Aggression. *Mass Communication & Society*, 2003, 6(1), 29-56.
- Hartley, J. (2008). *Television Thruths*. Hoboken, NJ: Blackwell Publishing.
- Hearn, A. (2009). Hoaxing the “Real”: On the Metanarrative of Reality Television. In S. Murray & L. Ouellette (eds.), *Reality TV: Remaking Television Culture* (165-178). New York, NY – London: New York University Press.
- Hellmueller, L. C. & Aeschbacher, N. (2010). Media and celebrity: Production and consumption of “well-knownness”. *Communication Research Trends*, 29(4), 3-35.
- Hill, A., Weibull, L. & Nilsson, A. (2005). *Audiences and factual and reality television in Sweden*. Jonkoping, Sweden Hogskolan i Jonkoping.
- Ibrahim, Y. (2007). Transformation as Narrative and Process: Locating Myth and Mimesis in Reality TV. *Nebula*, 4(4), 41-58.
- Ignatieff, M. (1985). Is Nothing Sacred? The Ethics of Television. *Daedalus*, 114(4), 57-78.
- Imre, A. & Tremlett, A. (2011). Reality TV Without Class: The Postsocialist Anti-Celebrity Docusoap. In H. Wood & B. Skeggs (eds.), *Reality Television and Class* (88-103). London: BFI/Palgrave.
- Johnson, R. (2014). Morality, makeovers and marketing: (re)constructing “worth” in reality television. A case study of The Block New Zealand. *Proceedings of 5th Annual Popular Culture Association of Australia and New Zealand (PopCAANZ), Hobart, 24-26 June, 2014*, 151-162.
- Katz, E., Blumler, J. G. & Gurevitch, M. (1973-1974). Uses and gratifications research. *Public Opinion Quarterly*, 37(4), 509–523. <https://doi.org/10.1086/268109>.
- Kavka, M. (2012). *Reality TV*. Edinburgh: University Press.
- Kazaz, M. & Bayar, S. (2019). Analysis of news courts programs in the context of critical discourse analysis as a type of news discussion programs: example of atv, tv8, star tv. *2nd International Conference on Cultural Informatics, Communication & Media Studies, Mytilene, Greece 13-15 June 2019* (1-10).
- Kjus, Y. (2009b). Idolizing and Monetizing the Public: The Production of Celebrities and Fans, Representatives and Citizens in Reality TV. *International Journal of Communication*, 3, 277-300.
- Klein, B. & Coleman, S. (2021). Look at me, I’m on TV: the political dimensions of reality television participation. *Media, Culture & Society*, 44(3), 1-47. <https://doi.org/10.1177/016344372111036979>.
- Klug, D. (2017). “Where Do They Come From, Where Do They Go?” Celebriality Show Participants and the Fame Cycle. *6th International Conference of the European Popular Culture Association, University of the Arts, London, 25.07.-27.07.2017*.
- Kolo, C. & Haumer, F. (2018). Social media celebrities as influencers in brand communication: An empirical study on influencer content, its advertising relevance and audience expectations. *Journal of Digital&Social Media Marketing*, 6(3), 273-282.
- Krijnen, T. (2009). Understanding Television and Morality – Integrating Media Studies and Media Psychology. In C. Holtz-Bacha, G. Reus & L. B. Becker (eds.), *Wissenschaft*

- mit Wirkung. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften (1-14). https://doi.org/10.1007/978-3-531-91756-6_8.
- Lanigan, R. L. (2013). Information Theories. În P. Cobley & P. Schulz (eds.), *Theories and Models of Communication*, 1(58-83). Berlin – Boston, MA: De Gruyter Mouton.
- Lavie, N. (2017). Justifying Trash: Regulating Reality TV in Israel. *Television & New Media*, 20(4), 1-22. <https://doi.org/10.1177/1527476417742970>.
- Lazăr, M. (2008). *Noua televiziune și jurnalismul de spectacol*. Iași: Editura Polirom.
- Levin, J. (2013). *Representations of Victims, Suspects and Offenders: A Content Analysis of Four Television Crime Shows*. Undergraduate Honors Theses. Paper 422. 1-63.
- Lewis, T. (2008a). *Smart living, lifestyle media and popular expertise*. New York, NY: Peter Lang.
- Lewis, T. (2008b). Transforming citizens? Green politics and ethical consumption on lifestyle television. *Continuum: Journal of Media&Cultural Studies*, 22(2), 227-240. DOI: 10.1080/10304310701864394.
- Lewis, T. (2014). Lifestyle Media. În J. Smith Maguire & J. Matthews (eds.), *The Cultural Intermediaries Reader* (1-13). London: Sage.
- Li, X. & Feng, J. (2022). Influenced or to be influenced: Engaging social media influencers in nation branding through the lens of authenticity. *Global Media and China*, 7(2), 219-240. <https://doi.org/10.1177/20594364221094668>.
- Linder, L. R. (2005). From Ozzie to Ozzy: The Reassuring Nonevolution of the Sitcom Family. I M. Dalton & L. R. Linder (Eds.), *The sitcom reader: America viewed and skewed* (77-89), New York NY: State University of New York Press.
- Littler, J. (2017). *Against Meritocracy: Culture, power and myths of mobility*. Abingdon: Taylor&Francis.
- Lucas, J. M. & Lazarus, S. (2014). Audience Perception on the Impact of Television Reality Shows on the Moral Lives of Adolescents in Taraba State. *International Journal of Humanities, Education annd Social Sciences*, 2(22), 204-230. <https://doi.org/10.58578/ijhess.v2i2.3242>.
- Lundy, L. K., Ruth, A. M. & Park, T. D. (2008). Simply irresistible: Reality TV consumption patterns. *Communication Quarterly*, 56, 208-225.
- Lunt, P. & Lewis, T. (2008). Oprah.com: Lifestyle expertise and the politics of recognition. *Women & Performance: a Journal of Feminist Theory*, 18(1), 9-24. DOI: 10.1080/07407700801902775.
- Mason, P. (2003). The Thin Blurred Line: Reality Television and Policing. În R. Tarling (ed.), *The British Criminology Conference: Selected Proceedings. Volume 5. Papers from the British Society of Criminology Conference, Keele, July 2002*. 1-10.
- Mehrad, J. & Tajer, P. (2016). Uses and Gratification Theory in Connection with Knowledge and Information Science: A Proposed Conceptual Model. *International Journal of Information Science and Management*, 14(2), 1-14.
- Mirrlees, T. (2016). Reality TV's Low-Wage and No-Wage Workforce. *Alternate Routes: A Journal of Critical Social Research*, 27, 187-212.
- Mufamadi, K. B. & Koen, L. J. (2022). Promoting Access to Justice through the Broadcasting of Legal Proceedings. *PER / PELJ*, 25, 1-28. DOI <http://dx.doi.org/10.17159/1727-3781/2022/v25i0a8122>.
- Müller, F., Klijn, M. & Van Zoonen, L. (2012). Disability, Prejudice and Reality TV: Disablism Through Media Representations. *Telecommunications Journal of Australia*, 62(2), 28.1-28.13.
- Murray, S. & Ouellette, S. (eds.) (2004). *Reality TV: Remaking Television Culture*. New York: New York University Press.

- Nabi, R. L., Biely, E. N., Morgan, S. J. & Stitt, C. R. (2003). Reality-Based Television Programming and the Psychology of Its Appeal. *Media Psychology*, 5, 303-330.
- Narwal, M. & Arora, G. (2012). Societal Perception of Reality Shows. *International Journal of Marketing & Business Communication*, 1(3), 11-23.
- Nunes, V. (2018). Reality Television. In P. Greenhill, J. T. Rudy, N. Hamer & L. Bosc. *The Routledge Companion to Media and Fairy-Tale Cultures* (590-597). Abingdon-on-Thames: Routledge. DOI: [10.4324/9781315670997-66](https://doi.org/10.4324/9781315670997-66).
- Nunn, H. & Biressi, A. (2013). Class, Gender and the Docusoap: The Only Way Is Essex. In C. Carter, L. Steiner & L. McLaughlin (eds.), *The Routledge Companion to Media & Gender* (269-279), Abingdon-on-Thames: Routledge.
- Oliver, M. B. & Armstrong, G. B. (1995). Predictors of Viewing and Enjoyment of Reality-Based and Fictional Crime Shows. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 72(3), 559-570.
- Omoera, O. S. & Ihekwoaba, I. (2022). A comparative study of urban and rural reality tv viewership patterns of who wants to be a millionaire in Nigeria. *Revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales*, 24(3), 799-818.
- Ouellette, L. (2016). *Lifestyle TV*. New York, NY: Routledge.
- Papacharissi, Z. & Mendelson, A. L. (2007). An Exploratory Study of Reality Appeal: Uses and Gratifications of Reality TV Shows. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 51(2), 355-370.
- Raphael, C. (2009). The political-economic origins of Reali-TV. In S. Murray & L. Ouellette (Eds.), *Reality TV: Remaking television culture* (123-140), 2nd ed. New York, NY: New York University Press.
- Reichman, A. (2008). The Production of Law (and Cinema): Preliminary Comments on An Emerging Discourse. *Southern California Interdisciplinary Law Journal*, 17, 457-508.
- Reiss, S. & Wiltz, J. (2004). Why People Watch Reality TV. *Media Psychology*, 6(4), DOI: [10.1207/s1532785xmep0604_3](https://doi.org/10.1207/s1532785xmep0604_3).
- Robson, P. & Silbey, J. (eds.) (2012). *Law and Justice on the Small Screen*. Boston, MA: Suffolk University.
- Rockwell, D. & Giles, D. C. (2009). Being a Celebrity: A Phenomenology of Fame. *Journal of Phenomenological Psychology*, 40(2), 178-210. DOI: 10.1163/004726609X12482630041889.
- Rose, R. L. & Wood, S. L. (2005). Paradox and the Consumption of Authenticity through Reality Television. *Journal of Consumer Research*, 32, 284-296.
- Rubin, A. M. (2009). The uses-and-gratifications perspective on media effects. In J. Bryant & M. B. Oliver (Eds.), *Media Effects: Advances in Theory and Research* (165-184). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates Publishers.
- Sender, K. (2012). Self-Projects: *Makeover Shows and the Reflexive Imperative*. In K. Sender, *The Makeover* (1-25). New York, NY: NYU Press.
- Sette Lopes, M. (2011). Jurisprudence under the Perspective of the New Media and its Effect on the Communication of Law. 25th IVR World Congress LAW SCIENCE AND TECHNOLOGY Frankfurt am Main 15-20 August 2011 (1-18).
- Shoemaker, P. J. & Reese, S. D. (1996). *Mediating the Message: Theories of Influences on Mass Media Content*, 2nd edition. New York, NY: Longman Publishers.
- Soulliere, D. M. (2003). Prime-Time Murder: Presentations of Murder on Popular Television Justice Programs. *Journal of Criminal Justice and Popular Culture*, 10(1), 12-38.
- Soulliere, D. M. (2004). Policing On Prime-Time: A Comparison of Television and Real-World Policing. *American Journal of Criminal Justice*, 28(2), 215-233.

- Stagi, L. (2014). Lifestyle television and diet: body care as a duty. *Italian Journal of Sociology of Education*, 6(3), 130-152.
- Steiner, E. & Xu, K. (2018). Binge-watching motivates change: Uses and gratifications of streaming video viewers challenge traditional TV research. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 26(1), 1-20. <https://doi.org/10.1177/1354856517750365>.
- Stepniak, D. (2008). Broadcasting of Court Proceedings – A Comparative Perspective. *Judges and The Media Pillars of Democracy Seminar, Misty Hills Country Hotel, Underdrift, South Africa, 25 October 2008*, 1-40.
- Tan, C. (2024). A Study of Emotional Consumption Patterns in Emotionally Observational Reality TV Shows. *Proceedings of the 5th International Conference on Education Innovation and Philosophical Inquiries* (124-129). DOI: 10.54254/2753-7048/56/20241639.
- Thiry-Cherques, H. R. (2010). Baudrillard: Work and Hyperreality. *RAE Eletrônica*, 9(1), 1-11.
- Thompson, A., Stringfellow, L., Maclean, M., MacLaren, A. & O’Gorman, K. (2015). Puppets of Necessity? Celebritisation in Structured Reality Television. *Journal of Marketing Management*, 31(5-6), 478-501. <https://doi.org/10.1080/0267257X.2014.988282>.
- Tsay-Vogel, M. & Krakowiak, K. M. (2015). Exploring Viewers’ Responses to Nine Reality TV Subgenres. *Psychology of Popular Media Culture*, 6(4), 348-360. <http://dx.doi.org/10.1037/ppm0000103>.
- Tsay-Vogel, M. (2020). Third-Person Effect. In J. V. den Bulck, D. Ewoldsen, M.-L. Mares & E. Scharrer (Eds), *The International Encyclopedia of Media Psychology* (1-9). Hoboken, NJ: John Wiley & Sons, Inc.
- Waisbord, S. (2004). Mc TV: Understanding the Global Popularity of Television Formats. *Television & New Media*, 5(4), 359-383. DOI: 10.1177/1527476404268922.
- Wayne, M. L. (2015). Guilty Pleasures and Cultural Legitimation: Exploring High-Status Reality TV in the Postnetwork Era. *The Journal of Popular Culture*, 48(5), 990-1009. <https://doi.org/10.1111/jpcu.12337>.
- Xie, Y., Al Imran Yasin, M., Alsagoff, S. A. S. & Ang, L. H. (2021). Authenticity in Reality Television – The Case of ‘Sing! China’. *Journal of Social Sciences & Humanities*, 29(1), 527-546. DOI: <https://doi.org/10.47836/pjssh.29.1.29>.
- Xu, W. (2021). The stigma of dementia and the media: An analysis of reality shows about older people with dementia running a pop-up restaurant. *Journal of Aging Studies*, 59, 1-8. <https://doi.org/10.1016/j.jaging.2021.100967>.
- Yang, L. (2014). Reality Talent Shows in China: Transnational Format, Affective Engagement, and the Chinese Dream. In L. Ouellette (ed.), *A Companion to Reality Television* (516-540), Hoboken, NJ: John Wiley & Sons, Inc.
- Yang, L. (2014). Reality Talent Shows in China: Transnational Format, Affective Engagement, and the Chinese Dream. In L. Ouellette (ed.), *A Companion to Reality Television* (516-540), Hoboken, NJ: John Wiley & Sons, Inc.
- Yılmaz, O. C. & Derman, G. S. (2023). The Reality Paradox: Controversies, Reflections, and Responsibilities. *International Journal of Social and Economic Sciences*, 13(1), 32-45.
- Zeca-Buzura, D. (2009). *Veridic. Virtual. Ludic. Efectul de real al televiziunii*. Iași: Editura Polirom.
- Zhang, X., Hasan, N. A. M., Yaakup, H. S. & Fang, N. C. (2023). From Global to Local: Examining the Localization Strategies of Transnational Format Reality TV *The*

Voice of China. International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences, 13(8), 312-331.

F – DICȚIONARE

- Academia Română, Institutul de Lingvistică. (2010). *Micul dicționar academic*, ediția a II-a. București: Editura Univers Enciclopedic. (MDA2)
- Academia Română, Institutul de Lingvistică. (2016). *Dicționarul explicativ al limbii române* (ediția a II-a revăzută și adăugită). București: Editura Univers Enciclopedic Gold. (DEX '16)
- Anderson, S., Bateman, H., Harris, E. & McAdam, K. (2006). *Dictionary of Media Studies*. London: A&C Black. (DMS)
- Berg, I. (1968). *Dicționar de cuvinte, expresii, citate celebre*. București: Editura Științifică. (DCECC)
- Bidu-Vrânceanu, A., Călărășu, C., Ionescu-Ruxăndoiu, L., Mancaș, M. & Gabriela Pană Dindelegan, G. (1997). *Dicționar General de Științe. Științe ale limbii*. București: Editura Științifică. (DGSSL)
- Bussmann, H. (1996). *Routledge Dictionary of Language and Linguistics*. Translated and edited by Gregory Trauth and Kerstin Kazzazi. London – New York, NY: Routledge.
- Candrea, I.-A. (1926-1931). *Dicționarul enciclopedic ilustrat*. Editura Cartea Românească. (DEI)
- Ciorănescu, A. (1958-1966). *Dicționarul etimologic român*. Tenerife: Universidad de la Laguna. (DER)
- Constantinescu-Dobridor, G. (1998). *Dicționar de termeni lingvistici*. București: Editura Teora. (DTL)
- Coteanu, I. (coord.) (2010). *Micul dicționar academic (ediția a II-a)*. Academia Română, Institutul de Lingvistică. București: Editura Univers Enciclopedic Gold. (MDA2)
- Coteanu, I., Seche, L. & Seche, M. (coord.) (2016). *Dicționarul explicativ al limbii române*. București: Editura Univers Enciclopedic. (DEX'16)
- Crystal, D. (2008). *A Dictionary of Linguistics and Phonetics*. London: Blackwell Publishing.
- Danesi, M. (2009). *Dictionary of media and communications*. Armond, NY&London: M. E. Sharpe. (DMC)
- Dicționarul ortografic al limbii române*. (2002). București: Editura Litera Internațional. (DOLR)
- Dima, E. (2007). *Dicționarul explicativ ilustrat al limbii române*. București: Editura Gunivas & Arc. (DEILR)
- Dimitrescu, F. (1997). *Dicționar de cuvinte recente*, ediția a II-a. București: Editura Logos. (DCR2)
- Macrea, D. & Petrovici, E. (1955-1957). *Dicționarul limbii române literare contemporane*. București: Editura Academiei Republicii Populare Române. (DLRLC)
- Macrea, D., Stanciu, I., Seche, M., Canarache, A. & Bulgăr, G. (1958). *Dicționarul limbii române moderne*. București: Editura Academiei. (DLRM)
- Marcu, F. & Maneca, C. (1986). *Dicționar de neologisme*. București: Editura Academiei. (DN)
- Marcu, F. (2000). *Marele dicționar de neologisme*. București: Editura Saeculum. (MDN)
- Martin, B. & Ringham, F. (2000). *Dictionary of Semiotics*. London – New York, NY: CASSELL.
- Noul dicționar explicativ al limbii române*. (2002). București: Editura Litera Internațional. (NDELR)

- Popa, M. S, Stănciulescu, A., Florin-Matei, G., Tudor, A., Zgăvârdici, C. & Chiriacescu, R. (1993-2009). *Dicționar enciclopedic*. București: Editura Enciclopedică. (DE)
- Scriban, A. (1939). *Dicționarul limbii românești*. București: Institutu de Arte Grafice „Presă Bună”. (DLR)
- Seche, M. & Seche, L. (1982). *Dicționarul de sinonime al limbii române*. București: Editura Academiei RSR. (DSLRL)
- Seche, M. & Seche, L. (2002). *Dicționar de sinonime*. București: Editura Litera Internațional. (DS)
- Șăineanu, L. (1929). *Dicționar universal al limbei române*, ediția a VI-a. (DULR)
- Ștef, D. (2021). *Dicționar de regionalisme și arhaisme din Maramureș*, ediția a treia. Cluj-Napoca: Casa Cărții de Știință. (DRAM3)
- Vintilă-Rădulescu, I. (2021). *Dicționarul ortografic, ortoepic și morfologic al limbii române*, Ediția a III-a revăzută și adăugită. București: Editura Univers Enciclopedic Gold. (DOOM3)
- Volceanov, G. (2007). *Dicționar de argou al limbii române*. București: Editura Niculescu. (DALR)

G – WEBOGRAFIE

- Abdelfettah, N. I. (2024). *Analyse de discours: concepts, démarches et pratique*. Disponibil la : <https://oercommons.org/authoring/26968-analyse-de-discours-concepts-d%C3%A9marches-et-pratique/5/view>. Accesat la 01.10.2025.
- Alek. (2023). *Discourse Analysis, Its characteristics, Types, and Beyond*. Disponibil la: <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/73450>. Accesat la 23.10.2024.
- Bowen, N. (2012). *Persuasive strategies in ‘How to Look Good Naked’*. Disponibil la: https://www.academia.edu/1802909/Rhetorical_persuasion_in_Lifestyle_TV_How_to_look_good_naked_2012. Accesat la 12.10.2024.
- Britannica*. Disponibil la: <https://www.britannica.com/>. Accesat la 11.07.2024.
- Cambridge Dictionary*. Disponibil la: <https://dictionary.cambridge.org/>. Accesat la 03.07.2024.
- Collins Dictionary*. Disponibil la: <https://www.collinsdictionary.com/>. Accesat la 03.07.2024.
- Definitions*. Disponibil la: <https://www.definitions.net/>. Accesat la 03.07.2024.
- Descoperă lumea reality-show-urilor: cele mai populare formate și trend-uri actuale*. (2024). Disponibil la: <https://www.mediapub.ro/descopera-lumea-reality-show-urilor-cele-mai-populare-formate-si-trend-uri-actuale/>. Accesat la 21.12.2025.
- Dictionary*. Disponibil la: <https://www.dictionary.com/>. Accesat la 03.07.2024.
- dicție.ro*. Disponibil la: <https://www.dicție.ro/cum-controlam-ritmul-cu-care-vorbim/>. Accesat la 18.11.2024.
- Dicționar intern dexonline*. Disponibil la: <https://dexonline.ro/sursa/intern>. Accesat 20.05.2025. (DID)
- Dicționar Online*. Disponibil la: <https://dexonline.net/>. Accesat la 13.05.2025.
- Fascinația față de reality-show-urile din România*. (2023). Disponibil la: <https://www.mediapub.ro/fascinatia-fata-de-reality-show-urile-din-romania>. Accesat la 21.12.2025.
- McLeod, S. (2024). *Discourse Analysis*. Disponibil la: <https://www.simplypsychology.org/>. Accesat la 14.10.2024.
- Merriam-Webster*. Disponibil la: <https://www.merriam-webster.com/>. Accesat la 03.07.2024.
- Oxford Languages*. Disponibil la: <https://languages.oup.com>. Accesat la 12.07.2024.

- Smith, R. D. (2008). *Introduction to Language and Communication*. Disponibil la: <http://faculty.buffalostate.edu/smithrd/UAE%20Communication/Intro.htm>. Accesat la 13.09.2024.
- TheFreeDictionary*. Disponibil la: <https://www.thefreedictionary.com/>. Accesat 20.05.2025.
- Urbandictionary*. Disponibil la: <https://www.urbandictionary.com/>. Accesat la 29.10.2024.
- White, E. J. (2009). *Bakhtinian dialogism: A philosophical and methodological route to dialogue and difference?* Disponibil la: https://www.researchgate.net/publication/242580201_Bakhtinian_dialogism_A_philosophical_and_methodological_route_to_dialogue_and_difference. Accesat la 01.10.2025.
- Winzenburg, S. (2007). *The Reality TV Revolution*. Disponibil la: https://www.academia.edu/38734062/THE_REALITY_TV_REVOLUTION_2007. Accesat la 20.11.2024.
- Zeilinger, M. (2013). *Frames of Mediation and the Spectacle of Everyday Life*. Disponibil la: <https://www.academia.edu/>. Accesat la 03.07.2024.