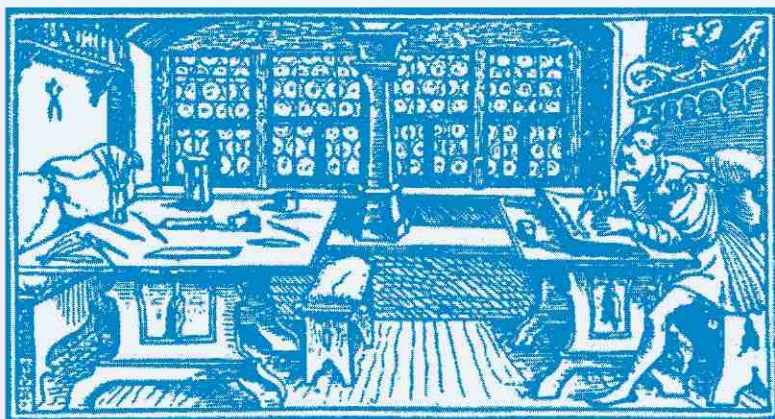


STUDIA

UNIVERSITATIS
BABEȘ-BOLYAI

E p h e m e r i d e s
C L U J - N A P O C A 2 0 0 6

Cluj University Press



**EDITORIAL BOARD OF
STUDIA UNIVERSITATIS BABEȘ-BOLYAI EPHEMERIDES**

EDITORIAL OFFICE OF EPHEMERIDES: M. Kogălniceanu no. 1, 400084 Cluj-Napoca ♦
Phone 0264-40.53.00

EDITOR-IN-CHIEF:

Prof. dr. CĂTĂLIN BABA, "Babeș-Bolyai" University Cluj-Napoca, Romania

EDITORIAL BOARD:

Conf. dr. I. MAXIM DANCIU, "Babeș-Bolyai" University Cluj-Napoca, Romania
Prof. dr. ILIE RAD, "Babeș-Bolyai" University Cluj-Napoca, Romania
Prof. dr. CSEKE PETER, "Babeș-Bolyai" University Cluj-Napoca, Romania
Prof. dr. AUREL CODOBAN, "Babeș-Bolyai" University Cluj-Napoca, Romania
Prof. dr. MIHAI COMAN, University Bucharest, Romania
LIBUSE VALENTOVA, Charles University, Prague, Czech Republic
JOHN HARTSOCK, State University of New York College at Cortland, USA
KENNETH STARCH, School of Journalism and Communication, Iowa, USA
PETREA LINDENBAUER, Institute fur Roamnistik, Wien, Austria

EXECUTIVE EDITOR:

Conf. dr. I. MAXIM DANCIU, "Babeș-Bolyai" University Cluj-Napoca, Romania
Conf. dr. ELENA ABRUDAN, "Babeș-Bolyai" University Cluj-Napoca, Romania

S T U D I A
UNIVERSITATIS BABEȘ – BOLYAI
EPHEMERIDES

2

Editorial Office: 400015, Cluj-Napca, Republicii Street, no. 24 ♦ Phone: 0264405352

CUPRINS – CONTENT – SOMMAIRE – INHALT

HANNA ORSOLYA VINCZE, The Beginnings of the Hungarian Translation Culture and its Implications on the Public Sphere.....	3
SERGIU GHERGHINA, GEORGE JIGLAU, Enhancing Citizens' Political Engagement: Communication in the European Union	15
MADALINA GRIGORE-MURESAN, Langue de bois et communication: la crise du dialogue dans le theatre de Eugene Ionesco	25
ANGELA PATTON, Design Principles and Theory: the Primordial Language of Visual Expression.....	39
ELENA ABRUDAN, The Economic and Business Journalism	47
ANDREEA MOGOȘ, Analiza discursului mediatic	53
MIHAELA MUREȘAN, Funcțiile lingvistice ale stilului jurnalistic.....	59
LIANA OTILIA PĂTRAȘ, Strategii lingvistice de manipulare în presă.....	75
IOAN LAZA, Presa pentru imigranții români din Italia	93
ILEANA COTELEA, România Mare, obsesia conspirației și mitul Salvatorului	105
ȘTEFAN MELANCU, Jürgen Habermas – Etica discursului	119
FLORENTINA RACATAIANU, Aspecte ale postmodernismului literar.....	135
 CONSEMĂRI	
ILIE RAD, Profilul unui publicist: Lucian Mândruță	159
ROBERT TURCESCU, Înfirmarea unui mit: adio, presă liberă!.....	167

THE BEGINNINGS OF THE HUNGARIAN TRANSLATION CULTURE AND ITS IMPLICATIONS ON THE PUBLIC SPHERE

HANNA ORSOLYA VINCZE

According to a recent book on the history of translation, in contemporary Anglo-American practice, the good translator seems to be the invisible translator: the translator the existence of whom we are not aware of. The book called *The translators's invisibility* made reference in its title to the view that a translation is appropriate

when it reads fluently, when the absence of any linguistic or stylistic peculiarities makes it seem transparent, giving the appearance that it reflects the foreign writer's personality or intention or the essential meaning of the foreign text – the appearance, in other words, that the translation is not in fact a translation, but the original.¹

This view leads to an editorial practice in which translators of books are often not named, or not on the title-page, not even in fields belonging to the humanities, where language is much less likely to be regarded as a transparent tool than in everyday life.

In Hungary, at least in fields such as literature or the humanities, the opposite is the case. The great poets and writers of the 19th and early 20th century national pantheon were known translators. The preeminence of the original author and the preeminence of the translator are related: even today, prominent works in the humanities are expected to be translated by prominent academics of the respective fields, and failure to do so can damage the reputation of a publisher.

The importance of translations in Hungarian culture goes back in time to the beginnings of the use of the Hungarian vernacular as the language of print culture. Hungarian-language books came to outnumber books printed in Latin in Hungary by the 1570's.² The majority of these books were translations throughout the hundred years ranging from the mid 16th to the mid 17th century, the period customarily referred to as formative for the making of Hungarian written culture – a national culture thus largely made in translation.

The corpus of translations

The spread of the vernacular was connected with the needs of Protestant and then Catholic reforms, but even before that, as can be expected, the first translations

An earlier version of this text was presented as a read paper in the East and East-Central Europe Seminar, University of Oxford, May 26 2006. I am grateful to the members of the seminar for their comments.

¹ Lawrence Venuti: *The Translator's Invisibility: A History of Translation*. London and New York: Routledge, 1995. 1.

² Cf. Tibor Klaniczay, ed., *A magyar irodalom története I.*, Budapest: Akadémiai, 320.

were Bible translations. Thus the first important group of translators were erasmian court literati who translated parts of the Bible following the recommendation of Erasmus that the Bible should be made available to everybody in the vernacular, and using his edition of the Bible. The first Hungarian-language printed book is a translation of the letters of St Paul.³ This was followed by a translation of the gospels and of Aesop's fables, again based on Erasmus's editions, by a member of the Transylvanian chancery.⁴ These books printed abroad, in Cracow, were followed by the first Hungarian-language book printed in Hungary, again a Bible-translation, more exactly a translation of the new Testament, again based on Erasmus.⁵ The Protestant reformation than made it its programme to provide a complete Bible-translation, which after several attempts by a series of protestant preachers⁶ was completed in 1590 by a single person, Gáspár Károlyi, himself a protestant minister.⁷ The protestant Bible-translation was followed by a complete Catholic translation three decades later.⁸

Translations of other works were at first also seen as serving the need to spread the knowledge of the Bible by spreading the ability to read in the vernacular. As the author of the first Hungarian-language primer put it,

Books translated to our language are a major help to the whole community in reading the Holy Scripture. But one comes to writing via the knowledge of letters and reading. We must all learn these, so that we can all read the Holy Scripture, inquire about the will of God, and have a support to lean against among so many confusions.⁹

Translation had long been a pedagogical exercise used in the teaching of Latin, as testified by the growing number of bilingual textbooks, and now it was being applied to the opposite effect, to aid the spread of the use of the vernacular. As to spread the ability to read in the vernacular appeared to require translations other than the Bible, the scope of this programme soon grew wider than answering religious needs. As the same introduction to the primer immediately added,

Our knowledge to read and write, apart from guiding us to the Scripture, where our salvation lies, also helps us write to each other, so that we do not have to seek others' help in every minute thing.¹⁰

There are two separate processes involved in the spread of the use of the vernacular. One is the widening of the reading public: using the vernacular in the Bible-translations and religious works like books of prayers was aimed at reaching

³ Benedek Komjáthy, transl., *Epistolae Pauli lingua hungarica donatae*, Cracow, 1533.

⁴ Pestí Gábor, transl., *Novum Testamentum seu quattuor euangelioru(m) volumina lingua Hungarica donata*, Vienna, 1536. *Aesopi Phrygis fabulae*, Vienna, 1537.

⁵ Sylvester János, *Újtestamentum magyar nyelven*, Sárvár, 1541.

⁶ Several such parts were printed in his Cluj printshop by Gáspár Heltai.

⁷ Gáspár Károlyi, transl., *Szent Biblia...*, Vizsoly, 1590.

⁸ György Káldi, *Szent Biblia...*, Vienna, 1626.

⁹ Mátyás Dévai Bíró, *Orthographia Vngarica*, Krakow, 1549 (first edition 1538?), introduction.

¹⁰ *Ibid.*

a wider reading public. The other process we witness here is the elevation of the status of the vernacular: Hungarian language becomes fit for the domains of law and theology as well. If in the sixteenth century theological debates were printed in Latin, in the seventeenth the vernacular overtook Latin in this field, too. Calvin's *Institutes* were translated in 1624.¹¹ On the Catholic side, archbishop Pázmány, who himself wrote a very influential compendium of Catholic doctrine in Hungarian,¹² translated the meditations of Thomas à Kempis.¹³ The field of theology is important because, as the highest specialisation in the university, its status was obviously very high, and the moment when the vernacular is deemed fit for theology marks a significant raise in its status.

The vernacular appears in the other queen of the disciplines, law, even sooner. The handbook of Hungarian customary law, Werbőczy's *Tripartitum*, was translated into Hungarian in 1565, and printed at Debrecen, Eastern Hungary. The Hungarian translation was reprinted two more times in the 16th century in Hungary (at Alba Iulia and Cluj), whereas the Latin version continued to be printed, as the original was, in Vienna. In the 17th c it was typically printed in bilingual editions.¹⁴

In the corpus of translations, the largest group of texts is made up of works serving religious needs, like Bibles, psalters, catechisms, hymnals, books of prayers. There are two further large categories of works translated: "histories" and books of conduct.

"Histories" or stories included classical histories narrating the fall of Troy,¹⁵ or the life of Alexander.¹⁶ Further examples include translations from Ovid,¹⁷ from Sallust¹⁸ or Aesop.¹⁹ These were entertaining, but also moralising and educational tales, and the translators made sure that the moral message was not lost by inserting

¹¹ by Albert Szenci Molnár, Frankfurt, 1624.

¹² *Isteni igazságra vezetleó kalavz*, Pozsony, 1613.

¹³ PÁZMÁNY Péter [transl.]: *Kempis Tamásnak Christvs követeserül négy könyuei*, Bécs, 1624. "A fordítás eredetije a *De imitatione Christi libri quattuor című elmélkedő könyv*, amely a középkor végétől számtalan kiadásban terjedt el. Szerzője Thomas Hemmerlein a Kempis, közismert nevén Kempis Tamás németalföldi ágostonrendi kanonok, a vallásos élet megújítását célzó középkorvégi irányzat, a *devotio moderna* úttörője." (RMNY).

¹⁴ Five bilingual prints until the middle of the seventeenth century (Bártfa, Lócse, Debrecen). It may be noted here that the book was also translated to Croatian (from Hungarian) and to German. The Hungarian translator was Balázs Veres, the Croatian was Ivanus Persgosiae.

¹⁵ Ferenc Hunyadi: *Historia de obsidione decennali antiqvissimae et excelsissimae vrbis Troianae atqve rvina memorabili [e]tc.* Kolozsvár, 1577. Based on Homer, Vergilius and Ovidius, as well as later commentaries. Translated by the court physicist of Stephan Báthory, prince of Transylvania and king of Poland.

¹⁶ *Nagy Sandornac historiaia*. Kolozsvár 1572–1574. Probably translated by Heltai, from a 10th c. Latin novel of Greek origins.

¹⁷ Anonym., *Páris és Görög Ilona históriája*. Debrecen, 1576. ("ex scriptis poetae Nasonis")

¹⁸ Baranyai Decsi János, transl., *Az Caius Crispsvs Salvstiusnac ket historiaia*. Szeben, 1596. (*De Catilinae conjuratione and Bellum Jugurthinum.*)

¹⁹ Pesti Gábor, transl., *Aesopi Phrygis fabulae*, Vienna, 1537; Heltai Gáspár, transl., *Száz fabula*, Kolozsvár, 1566.

conclusions to the fables or actualising commentaries to the ancient histories. A practice similar to the insertion of actualising commentaries was the transposition of the translated text to a setting familiar to the audience: this is the case of a translation of Sophocle's *Electra*, re-set in Hungary.²⁰ Such moralising and at the same time entertaining histories were also found in Plutarch, the *Gesta Romanorum*, and also Petrarch, Boccaccio,²¹ and German popular novels.²² A further characteristic of this group of translations is that they were often adaptations into verse of originals in prose.

The other large category of translated works were books of conduct. These included books of manners like the Erasmian *Civilitas morum*²³, books on the exercise of spiritual and practical piety like Lewis Bayly's *Praxix pietatis*,²⁴ books on courtly life like Antonio Guevara's *Libro aureo de Marco Aurelio*²⁵ or books on military conduct and discipline.²⁶

Source languages

The primary source-language was Latin: not only translations from classical authors, but also translations from contemporary ones were generally made from Latin. As there was no requirement that the translation should be made from the language the book was originally written in, translations were often made "second-hand." This also meant that of the contemporary works, it was the ones that had a Latin edition that were more likely to be translated into Hungarian. Latin served as an intermediary language, and it was also one of the filters built into the process of the transmission of ideas and texts. In many cases translations into Hungarian were made from works originally written in a European vernacular like Spanish or English, and then translated into Latin with the explicit aim to reach a wider European audience.

The other main source-language was German from the very beginning,²⁷ and from the 1630's translations from English also appeared. Both English and German could also serve as intermediary languages, primarily for works written in French. As the knowledge of English spread towards the middle of the seventeenth century, English, like previously Latin, could also serve as an intermediary language for the translation of French for example.

²⁰ Péter Bornemisza, transl., *Tragoedia magyar nyelvű az Sophocles Electraiból*. Vienna, 1558.

²¹ Pál Istvánfi, transl., *Historia regis Volter*. Debrecen, 1579, from Petrarch's Latin. Also Gáspár Szegedi Veres, *Szep roevíd historia két nemes iffiaknac igaz baratságokról*, Kolozsvár 1578, adaptation of a Latin translation of Boccaccio.

²² E.g. *Az Fortvnatvsrol valo szép historia, énece szerint szereve ...* Kolozsvár, 1580, unidentified German source.

²³ Debrecen, 1591, several reprints.

²⁴ transl. Medgyesi Pál, Debrecen, 1636.

²⁵ Book II translated by János Draskovich, Graz, 1610, books I and III translated by András Prágai, Bártfa, 1628.

²⁶ E.g. Lukács Pécsi, transl., *Az keresztyen hadakozasnac tüköre...* Nagyszombat, 1595

²⁷ Heltai translated catechisms, meditations and a book of Aesopian fables from German in the middle of the sixteenth century. A large number of calendars also seem to have been translated from German.

Translator-figures

In his sociology of the Renaissance European translator, Peter Burke²⁸ distinguished two main types of translators: the professionals, who translated for money and spent a significant time of their life translating, and the amateurs, who translated either as an aristocratic pass-time, or only translated works related to their profession, like physicists translating herbals, or artists and connoisseurs translating treatises on art and architecture. A significant part of European translators were apparently go-betweens, whose personal history would account for their proficiency in foreign languages: “merchants, diplomats, teachers, missionaries, inhabitants of border regions and displaced persons.”²⁹

Hungarian translator-figures generally fit into this typology. True, we do not really find among them professionals who would make a living out of translating, but in Europe in general even the most proficient translators would have had some other primary occupation like teaching, working as a secretary or pursuing a church career.

There are two figures that came closest to the professional type. One is Albert Molnár, who translated the Geneva Psalter³⁰ and the Institutes of Calvin, and also authored two major linguistic reference works, a Hungarian grammar and a Latin-Hungarian, Hungarian-Latin dictionary. Molnár worked in Germany, but accepted the offer of the prince of Transylvania, Gábor Bethlen, to take up a position in his court that would have entailed only the translation of books,³¹ which would have been a remarkable position indeed, had the prince not died before Molnár could have taken it up. Although Molnár for a number of years managed to live of the income gained from his works, he still depended on patronage. Apart from allowances received from margrave Moritz of Hesse and from different patrons at the Heidelberg court, his income also consisted of the other typical source of income for authors and translators, rewards received for dedications. Another way to fund a translation was the so-called *collecta*, similar to a modern public subscription: people, typically townsmen would donate money for the printing of a book. The books funded this way tended to be religious works (like a book of sermons translated by Molnár)³² or books for school use.

²⁸ Peter Burke, “The Renaissance Translator as Go-between,” in *Renaissance Go-Betweens. Cultural Exchange in Early Modern Europe*. Spectrum Literature, Comparative Studies 2. Ed. by Andreas Höfele and Werner von Koppenfels, Berlin, New York: Walter de Gruyter, 2005.17-31.

²⁹ *Op.cit.* 20.

³⁰ By Clement Marot and Theodore Béza. (*Psalterium Ungaricum*, Herborn, 1607). This was one of the major literary achievements of the Hungarian Reformation, translated from a German translation.. This is even more remarkable as the Psalter was meant to be sung, and the translation needed to follow the rhythm and tune of the original via an intermediary language.

³¹ Cf. Keserű Bálint, szerk., *Adattár XVII. századi szellemi mozgalmaink történetéhez. I. Polgári és kulturális törekvések a század első felében. Herepei János cikkei*. Budapest-Szeged, 1965. 10.

³² Postilla Scultetica, Oppenheim, 1617. Heltai notes that the power of patronage of the townsmen of Nagyszombat rivalled that of prince Bethlen.

The other translator-figure that exemplifies this professional / or rather semi-professional type is Gáspár Heltai. As opposed to Molnár, he worked at home, in Cluj, where he was a Lutheran, then Calvinist, then Antitrinitarian minister. He was also the owner and master of the local printing shop. So he partly translated to satisfy the religious needs of his congregation, and partly to provide the printshop with marketable texts. The types of works he translated are consequently quite various, ranging from Luther's small catechism and a book of prayers to the fables of Aesop, a calendar with predictions, a history of the Spanish inquisition, a collection of thoroughly secular stories of Indian origins and a history of Hungary.³³ Apart from Latin, he mostly translated from German, and also printed several of the German originals of his translations into Hungarian.

Heltai is considered one of the fathers of Hungarian prose-style. He is also very important figure in the history of Hungarian language because as a printer he consciously tried to contribute to the development of a uniform spelling and of a normative version of the written language. He also exemplified what Burke called the go-between, although he included in this category inhabitants of linguistic borderlands or travellers. Heltai was neither, as Kolozsvár was not a linguistic borderland, but it was multilingual, and Heltai himself was bilingual. Moreover, his first language was German, and at the beginning of his career as an author he even apologised in print for not writing proper Hungarian.³⁴

Burke included in the second group of early modern translators, the group he called amateurs, persons translating occasionally as either a pastime, an exercise in language or in piety, or persons translating books pertaining to their profession. In the Hungarian case, this group is exemplified by aristocrats translating as a pastime or pious exercise. Two such figures are worth mentioning here. One is Bálint Balassi, the first great poet writing in the vernacular Hungarian, and also the first in a long series of Hungarian poet-translators.³⁵ Balassi claimed he translated to comfort his parents;³⁶ similarly, János Draskovich, another aristocrat translated a book on family life, as he claimed, for the elevation and comfort of his wife.

The largest group of translators are however ecclesiastic figures translating religious literature. What is particular about this group is that many of them translated and had their translations printed abroad. In early modern Europe, displaced persons like religious refugees made use of their linguistic skills and make a living as translators or teachers of languages. In early seventeenth century England for example such persons set up the first private schools as language schools teaching Italian or

³³ *Catechismus minor*, Kolozsvár, 1550; *Imádságok a hét napjaira*. Kolozsvár, 1570; *Száz fabvlla...* Kolozsvár 1566; *Judicium magyar nyelven...* Kolozsvár 1568; *Háló*, Kolozsvár, 1570; *Ponciánus históriája*, Kolozsvár, 1571-74.; *Chronica az magyaroknak dolgairól...* Kolozsvár, 1575.

³⁴ *A részegségnek és tobzódásnak veszedelmes voltáról való dialógus*, Kolozsvár, 1552.

³⁵ He translated from German a book of Lutheran meditations, a theological treatise of the English Jesuit Edmund Campion, and probably also a love-story, printed anonymously, as such works tended to be. Balassi claimed he translated to comfort his parents.³⁵

³⁶ "szerelmes szwleijnek haborswagokban valo vigasztalására", in *Beteg lelkeknek...*

French. As opposed to these however, Hungarian translators working abroad translated into Hungarian, and for the Hungarian audience back home. This phenomenon is connected to the characteristics of the training of the Hungarian ecclesiastic elites. As there was no university in the country until 1635, when a Jesuit academy was founded at Nagyszombat (Trnava), they went to study abroad. Yet they rarely studied for a degree, and visited several universities. These peregrine students as they were called would then prove that they acquired the expected erudition by publishing something. These publications tended to be brief and unoriginal dissertations recounting the teaching of a professor, but some such students had translations printed.³⁷

These latter translations from English Puritan divines mark a change in the reception of translations and foreign ideas that come with them. Throughout this period translation of foreign books, and sometimes printing them abroad was mostly regarded as welcome and necessary, and as I have mentioned Molnár was held in high regard and continuously implored to return home. This situation changed with the reception of English Puritanism³⁸ via the translation of Lewis Bayly's *Praxis Pietatis*³⁹ by a former student who visited England, a series of catechisms and conduct-books translated also by a student and printed in Utrecht, and two translations from Perkins.⁴⁰ This is a moment when the spread of foreign ideas appears as menacing, and students travelling abroad were required to state their allegiance to extant reformed doctrine in Eastern Hungary.⁴¹

Defining the reading public

Literary history saw the significance of the 16th century in the development of a reading public for Hungarian-language works, and in the development of a vernacular, although primarily religious and/or moralising written culture that was to become the basis of national, secular literature.⁴² It is rarely if at all mentioned that the national vernacular culture the birth of which is dated to the 16th century was born out of translations.

³⁷ This is how King James I&VI's *Basilikon Doron* came to be translated into Hungarian in Heidelberg and printed in Oppenheim, along with Bullinger's confession (also in Oppenheim.) Erasmus's *Enchiridion militis Christiani* was translated by a Leiden student and printed in Leiden, a treatise on conscience by Perkins in Amsterdam and several catechisms and conduct-books in Utrecht.

³⁸ On the Hungarian reception of English puritanism in general see László Makkai, "The Hungarian Puritans and the English Revolution," *Acta Historica Academiae Scientiarum Hungaricae*, V., 1958. 14-44, also Graeme Murdock, *Calvinism on the Frontier, 171-197*.

³⁹ Transl. by Pál Medgyesi, Debrecen, 1636, six more editions in the century. This is the first translation from English.

⁴⁰ Iratosi T. János, transl., *Az ember eletenek bodogul valo igazgatásának modgyáról*. Lőcse, 1637; Anonymous, transl., *A lelki-ismeretnek akadekirol...* Amsterdam, 1648. A previously translation from Puritan literature was Kecskeméti C. János, transl., *Catholicvs reformatvs*, Kassa, 1620.

⁴¹ See also Murdock op.cit. 171: synods in Nyírbátor and Debrecen attempted restrict students' access to foreign ideas and limit Western contacts. (Those labelled "puritans" in Hungary and Transylvania seemed to challenge the recently established authorities of the Reformed church by the promotion of lay presbyteries.)

⁴² Cf. Klaniczay op.cit. 322.

Several implications stem from here. As we have seen in the introduction to the first primer, these translations were consciously meant to form a reading public by spreading knowledge of reading in the Hungarian vernacular. Studies on the social impact of the print media generally explain that prominent among these effects were the development of a reading – and soon reasoning, politically conscious - public.⁴³ For the Hungarian case it has also been suggested that with the spread of printing a kvazi-publicity came into being, made up of the urban merchants and craftsmen, the lower strata of the estates, the secretaries of the upper nobility.⁴⁴

When addressing themselves to their patrons and intended audience however, in introductions, dedications and similar paratextual elements, translators also made conscious attempts at shaping the way this public would be formed, and the normative attributes it would take on.

In the period under discussion, the printing of works was supported by patrons aiming to fulfil their representational needs, including the need for political propaganda. The same patrons were then addressed by different paratextual elements.⁴⁵ These were customarily the loci of outright flattery, expressing thanks for the received patronage or hoping to acquire it in the future. In print however, the speech situation was complicated by the fact that there was another, wider intended audience addressed by the translator. This double audience could then be used by the translators to represent their own conceptions, values and ideals of conduct as normative. In this sense, these literati can be considered a relevant public who could formulate expectations regarding the practice of political power. The double meaning of the word *raepresentatio* in the period well reflects the situation: apart from referring to the public display of status, highness, excellence etc., it also means grievances, the presentation of requests and accusations of breach of laws, received freedoms and customary norms on part of the ruler before him.

This was made possible due to a central feature of text reception in the period: many times, the works were regarded as exemplary tales that should be read and followed. One of the most frequently emphasized uses of the translated works was that they could help their readers better their lives. To put it differently, translations often put forward the explicit or implicit claim that the intended audience should regulate their lives (and the life of the community) according to the norms set forth in the works translated. This of course also has to do with the character of the works translated, most of them being religious, historical, moral and political treatises.

⁴³ Cf. Elisabeth Eisenstein, *The Printing Press as an Agent of Change*, 2 vols., Cambridge: Cambridge University Press, 1979; Asa Briggs – Peter Burke, *A Social History of the Media. From Gutenberg to the Internet*. Cambridge: Polity Press, 2002.

⁴⁴ Sándor Bene, *Theatrum Politicum: Nyilvánosság, közvélemény és irodalom a kora újkorban*. (Publicity, public opinion and literature in the early modern period.) Debrecen: Kossuth, 1999.

⁴⁵ For a wide-ranging analysis of such elements see Gerard Genette, *Paratexts. Thresholds of interpretation*. Cambridge University Press, 1997.

Dedications of books to patrons however generally also claimed that the rationale for dedicating the work to the specific person was that he is the embodiment of all the virtues that can be learned from the book. This is the rhetorical strategy by which prince Bethlen could be fashioned as a new Alexander or the embodiment of protestant piety by translations from Curtius or Calvin⁴⁶

What we witness here is a characteristic feature of the early modern public sphere: the texts produced serve the representational needs of the patrons ordering these texts – and in this sense we are dealing with the habermasian representative publicity – but at the same time the producers of the texts use the possibility to voice their own expectations towards the ruler. The speech situation was thus complicated by the fact that there were two intended audiences: the reading public – which was not very wide, and is basically coextensive with the literati producing these texts – and their patrons, to whom the works were addressed in a double sense. Works were dedicated to them and meant to illustrate their virtues, but at the same time they were also meant to point out the standards to which they are expected to live up to.

For example, the already mentioned translation of the life of Alexander the Great by Quintus Curtius, commanded by Bethlen, contains in the preface a lengthy description of the prince's life and rule in most admiring terms. The translator's dedication to the prince draws a lengthy parallel between Bethlen and Alexander, showing quite clearly that the work was chosen for translation to serve the representational needs of the prince and the mythization around him. The elements chosen by the translator to emphasize from the prince's rule are however ambivalent: they all stress that the prince is for now up to the standard set forth there because he respects the traditions and the laws of the country, and supports the literati by sponsoring their studies, funding schools and sponsoring the printing of books.

The complexities inherent in this speech situation are the most clearly illustrated by a preface to a 1681 translation of a political treatise on good government.⁴⁷ The work is dedicated to a Transilvanian aristocrat, counsellor to the emperor, who commanded and funded the translation.⁴⁸ The dedication states that the government of the world rests with the Holy Roman Emperor, whose counsellor the aristocrat is. He then tells an anecdote illustrating the point that rulers should listen to their advisors even when they tell them what they don't want to hear. The translator then applies the anecdote to the receiver of the dedication and the similar aristocrats in position to give advice to rulers. But he also applies it to his relationship with his patron commanding the translation, implicitly claiming for himself the role of the councillor previously assigned to the aristocrat, and asks him to model his life according to the

⁴⁶ See dedications in Pál Háportoni Forró, transl., *Qvintvs Cvrtivsnak az Nagy Sandornak macedonok kiralyanak viseltetet dolgairol irattatot historiaia...* Debrecen, 1619; Albert Szenci Molnár, transl., *Az keresztyeni religiora es igaz hitre valo tanitas...* Hanover, 1604.

⁴⁷ István S. Pataki, *Ez Világnak Dolgainak Igazgatasanak Mestersege...* Kolozsvár, 1681.

⁴⁸ The translation is dedicated to Teleki Mihály.

teaching of the book. Which is not too presumptuous to ask, he goes on to say, because the patron is already the embodiment of all virtues.

The translator is struggling here with the complicated task of reconciling the need to formulate what was regarded as universally true with the needs of nobiliar representation. The problem is characteristically solved by the creation of a double speech situation in which the speaker and receiver of the advices could shift places depending on readership.

Translators and transmitters of Western political thought thus spoke the language of obedience to law, and the moralising one of neo-stoic self-government, both addressed at the prince. Thus these texts were both concerned with directing (or even constraining) princely power *and* representing it as the one to be obeyed for the public.

Implications on the concept of the public sphere

The difficulty in conceptualising these translators as forming a relevant, reasoning public is that what they were doing was not reasoning or deliberating, but putting forward values and norms to be observed in an epideictic rather than deliberative tone, whereas the classical definitions of the public sphere claim that this is a deliberative space from which matters of values, needs, conceptions of good life are relegated to a private sphere.⁴⁹ In Habermas's model of the public sphere,⁵⁰ this early modern "publicness" framed by religious and moral norms would be called representative publicity. This usage of representation does not allow for a relevant public opinion, for a public sphere of argumentation and deliberation, in fact not even for a public proper. With representative publicity, publicness is defined as a status attribute, and representation only means making visible the extant status, power, grandeur.⁵¹

A different theoretical problem making it more difficult for us to understand the complex stakes involved in the speech situation described above, or the different meanings and uses of representation, is the customary opposition between the normative and deliberative that underlies theories of the public sphere. As summarised by Charles Hirschkind, there is a tendency in liberal thought "to view the individual as necessarily in conflict with the community and the forms of collective discipline that undergrid it."⁵² The polarity Hirschkind senses in framing the analysis of the uses of modern religious media, the polarity between deliberative and normative processes, is characteristic of a wide body of works, with scholars focusing on deliberative aspects

⁴⁹ cf. Sheyla Benhabib, "Models of Public Space: Hannah Arendt, the Liberal Tradition, and Jürgen Habermas," in Craig Calhoun, ed., *Habermas and the Public Sphere*, Cambridge, MA: The MIT Press, 73-88.

⁵⁰ Jürgen Habermas, *The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society*, Cambridge, MA:

⁵¹ see chapter 1.

⁵² Charles Hirschkind, "Civic Virtue and Religious Reason: An Islamic Counterpublic," *Cultural Anthropology* 16. 2001. 3.

stressing “the possibilities of argument, contestation and dialogue,” while those focusing on the normative aspects stressing the disciplinary, ideological ones.⁵³ And, as Sheyla Benhabib put it, Habermas does inherit from liberal political theories the opposition between publicly established social norms and the private matters of values, needs, conceptions of good life.⁵⁴ Thinking in the framework of this opposition leads to serious difficulties in conceptualising non-democratic political systems and the place of the public in them. It indeed gives birth to the presupposition that a relevant public sphere is a prerogative of liberal democracies.

The speech situation framed by the above cited reflections on translation cannot be described by the normative vs. deliberative opposition, common to many theories of the public sphere. In the early modern context even deliberative texts were printed with intentions of representation, in both senses of the word. Whether the fact that all texts are produced with some intention and agenda does not require the surpassing the same opposition in modern contexts as well is a question that would need another discussion. But the opposite is also true.

Translations did serve needs of representation, and the books containing them could be representative as objects as well. This was the case of the complete translation of Guevara, the folio printing of which was funded by György Rákóczi, future prince of Transylvania, who then used the books as princely gifts. But the gift triggered critical comments on the corruption of courtly life. Having received the book as a gift from Rákóczi, the poet János Rimay reacted by sending him back a letter commenting on the translation, the significance of which has only been recognized as an instance of literary criticism, as a set of technical comments and a first instance of Hungarian-language translation-theory.⁵⁵ The Rimay’s comments however touched on issues much wider than the technical problems of style and translation: he engaged in a lengthy description of all corruptions at court, and urged new standards of behaviour. Urging new standards of behaviour based on the texts translated was, as we have seen previously as well, a general characteristic of paratextual elements attached to these.

The explicit or implicit claim that these audiences should regulate their lives and actions according to the norms set forth in the works translated thus could serve two representational needs: that of the patrons and that of their translators, according to the two meanings of the word “representation” in the period. Representation could refer both to the representation of the power and greatness of a ruler before an audience, but it could also mean grievances, more precisely representing and voicing grievances addressed to the ruler. The thrusts of arguments could thus change depending on the audience. When Rimay in his letter argued that the translation served the greater glory of the nation, and added that this lofty aim would be served even

⁵³ *ibid.*

⁵⁴ cf. Benhabib, *op.cit.* 88.

⁵⁵ János Rimay, Letter to prince György Rákóczi I., May 25. 1629., repr. in Tarnóc Márton, ed., *Magyar gondolkodók 17. század.* (17th century Hungarian thinkers), Bp., 1979. 517.

better if the country's office-holders lived up to the reading presented to them, this argument could serve two functions. It represented learning as a value possessed by the book and implicitly by the commissioner of the translation, thus translation and letter contributing to princely representation, but it also represented it as a requirement to be observed by the very same commissioner.

One possibility to theoretically deal with this speech situation would be to entirely discard the notion of representative publicness or accept the classification, but try to broaden the eighteenth century, so as to show that the characteristics of the bourgeois public sphere can be found in earlier periods as well, to show the public use of reason and criticism is not particular to the 18th century, and that there were genuine public debates prior to the Enlightenment as well: there were pamphlet wars, there was propaganda, public preaching etc. This is a strategy quite often met in works dealing with early modern publics: the introduction to the papers of the MLA conference panels tellingly entitled "When is a public sphere" commented that

Indeed, it was our sense that the length of the eighteenth century was increasing at a striking rate, for we had begun to notice – in books, articles, and dissertation chapters – frequent assertions of the emergence of a bourgeois public sphere in the sixteenth century, and particularly in the print culture of the sixteenth century.⁵⁶

This article argues for a third possibility: that these texts perform both functions, normative and deliberative, representative and critical. They do represent power before the people, but they also perform the political function of publicly discussing the proper exercise of political power. They are however doing so not by putting forward rational and critical arguments with regard to universalizability, but by putting forward norms, values, conceptions of good life, often competing ones, which, according to the classical liberal definitions of the public sphere should be issues relegated to the private domain.

This may be important not only in understanding early modern speech situations. There is an unspoken premise that informs much of the current thinking about political systems that are not liberal democracies: namely, that in these cases there can be no public opinion that governments would take into account, as manifestations that control and guide the exercise of political power in these societies do not conform to the norm of a neutral critical debate without references to subjective or personal values and conceptions of what the "good." It may be more than a theoretical issue that there are other possibilities of conceiving of publics.

⁵⁶ Joseph Loewenstein and Paul Stevens, "Introduction: charting Habermas's 'literary' or 'precursor' public sphere", *Criticism*, Spring 2004, 191.

ENHANCING CITIZENS' POLITICAL ENGAGEMENT: COMMUNICATION IN THE EUROPEAN UNION

SERGIU GHERGHINA, GEORGE JIGLAU

In his definition of democracy, Robert Dahl considers citizens' involvement in politics to be one central element.¹ Consistent with this opinion, Verba and Nye consider that "where few take part in decisions there is little democracy".² Following the same logic, we can identify two direct effects produced by citizens' political involvement. The first is represented by an increased credibility and legitimacy of the institutions, citizens' influences varying a lot from case to case. The second effect is that the political engagement leads to the articulation of citizens' demands and to build a system through which their representatives can account: „individual and otherwise quiet voices multiply and are amplified”.³ In his research of Italian communities, Putnam highlighted the relationship between civicism (active participation in public affairs) and governance performance of regional institutions.⁴ Furthermore, the conclusions of a study made on central and Eastern European countries showed the importance of citizens' involvement in politics in building a sustainable democracy.⁵

All the above mentioned lead to the conclusion that for a democratic polity to exist, it is necessary for a participatory society to exist.⁶ The focus of the research was, until present, on national states and on the mechanisms they developed to enhance citizens engagement in politics. As the international and transnational politics grew in importance considerably lately, we decided to check for citizens' engagement in politics at the level of the European Union. In doing so, we combine the frameworks used for analysing different aspects of this participatory activity at national level and we emphasize the importance of communication in establishing the participatory role of the EU citizens. We go on by presenting present some key theoretical considerations. In the following section we take a look at three referenda (Ireland, France and the Netherlands), which emphasize how lack of communication of the EU with its citizens eventually backlashed and affected the EU politics in fundamental aspects. Finally, we provide an overview of the measures taken by the EU in order to address this communicational deficit.

¹ Robert A. Dahl, *Democracy and Its Critics*, Yale University Press, New Haven and London, 1989,

² Sidney Verba and H. Norman Nye, *Participation in America: Political Democracy and Social Equality*, Harper Row. New York, 1972, p. 1.

³ Robert D. Putnam, *Bowling Alone. The Collapse and Revival of American Community*, Simon and Shuster. New York, 2000, p. 338.

⁴ Robert D. Putnam, *Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy*, Princeton University Press, Princeton, New Jersey, 1993.

⁵ Natalia Letki, "Socialization for Participation? Trust, Membership and democratization in East-Central Europe", *Political Research Quarterly*, vol. 57, no. 4, 204, p. 674.

⁶ Pateman, Carole, *Participation and Democratic Theory*, Cambridge University Press, Cambridge, 1970.

POLITICAL CULTURE – AN ESSENTIAL CONCEPT

As the EU headed towards enlargement, a „democratic deficit” became obvious within the Union. Policy making, from putting forward regular directives to drafting major treaties, seemed to involve to a very little extent the public in member states, while national governments did not seem to pay to much attention to transmitting the message of the EU to their citizens. Legitimacy of EU elites seemed to be missing, as there was no mechanism for them to be held accountable. In this respect, during his lecture at the University of Oslo, Phillippe C. Schmitter suggests the creation of a genuine political party system at the EU level would correct these system failures to some extent. We argue that, while the political party system might take a while to develop, the democratic deficit in the EU can be diminished and the legitimacy of institutions can be faster acquired through communication that enhances citizens’ participation.⁷

Almond and Verba are the first ones to develop three ideal types of political culture, an essential concept in our analysis. The parochial political culture implies no expectations from the political system and no specialized political roles; the subject political culture involves specialized government authority and affective orientation of the subject to it with a relationship towards the system on the general level, a passive relationship; the participant political culture implies that the members of the society tend to be oriented to the system as a whole and to both its political and administrative branches, having an active role in the polity.⁸ More important, the combined types prove to be of a higher relevance and can be more successfully applied to empirical research than the ideal types. Thus, the parochial-subject culture includes the phase of the shift from a parochial phase to a centralized authority. The subject-participant culture implies a specialized input orientation and an activist set of self-orientation, while most of the population is oriented towards an authoritarian governmental structure with a relatively passive set of self-orientation. In the parochial-participant culture the main problem is to develop specialized output and input orientations belonging to the two different cultures simultaneously.⁹

Based on the analysis of the citizens behavior in the last years in the EU and on their attitudes expressed in referenda and euro-barometers, we consider that the culture that reflects the best the situation is the subject-participant. Our goal is to show how, through the communication process initiated at European level, this culture has a tendency towards the participant type.

⁷ Conference held on October 30, 2006 at the University of Oslo. Its resume can be found at www.arena.uio.no, last accessed at November 5, 2006.

⁸ Gabriel Almond, and Sidney Verba, *The Civic Culture. Political Attitudes and Democracy in Five Nations*, Princeton University Press, Princeton New Jersey, 1963, pp. 17–20.

⁹ Gabriel Almond, and Sidney Verba, *idem*, pp. 23–27.

THREE COMMUNICATIONAL FAILURES

Having in mind these theoretical considerations, we now take a look at three cases that show the failures of communication between the EU elites and its citizens and how citizens “punish” the elites for not allowing for an increased participation from their side. We see the referenda in Ireland, in 2001 (for the Treaty of Nice), and in France and the Netherlands, in 2005 (for the Constitutional Treaty) as being relevant in this respect.

Ireland

The Treaty of Nice was adopted by the European Council on December 11th, 2000, after tough negotiations among heads of states and governments of the 15 EU member states. The treaty was crucial for the future of the Union. It amended the Treaty of Rome and the Treaty of Maastricht and its main goal was to prepare the institutions of the EU for the massive enlargement towards Central and Eastern Europe, that followed in the next years.¹⁰ The treaty could not have been implemented unless all the EU countries ratified it. In 14 of the 15 member states, ratification was the attribute of Parliament and it was carried out without any significant problems. The only exception was Ireland. A ruling of the Supreme Court, mentioned also in the constitution, specifies that any decision over the European treaty has to be voted first by Parliament, but the decisive word belongs to the citizens, who have to accept or reject the treaty in a referendum. The referendum on the Treaty of Nice was held in Ireland on June 7th, 2001, after Parliament already accepted it. Despite the strong support given by the main political parties and by the government, the “No” campaign prevailed, being more united and having stronger arguments, that appealed to a significant number of Irish citizens, unsatisfied with the EU. Meanwhile, the “Yes” campaign did not take any consistent effort to mobilize citizens favorable to the treaty, thinking that this treaty will be massively accepted by the population, as were previous EU treaties. They ignored the warning signs given by pre-referendum polls, that predicted a low turnout, one of the major advantages for the “No” vote. Thus, the referendum resulted into a rejection of the Treaty of Nice by Ireland. Turnout was less than 35%, and over 53% of those who voted said “No.”

The vote in Ireland had many voices inside the EU saying that enlargement was almost impossible, without the Treaty of Nice in place. It was a clear sign for the EU elites that leaving the task of communication between the EU and its citizens only in the hands of national governments could have negative consequences. Eventually, Ireland held a second referendum on October 19th, 2002, and this time almost 63% of Irish citizens who voted said “Yes” to the treaty. This result was due mainly to a significant increase in turnout, which was now about

¹⁰ Full text of the Treaty of Nice is available at [http://europa.eu.int/eur-lex/lex/en/treaties/dat/12001C/htm/12001C.html], last accessed at October 21, 2006.

50%. Almost all those who voted in the second referendum, but not in the first one, voted in favor of the treaty, while the number of the who said “No” remained almost the same. This change was due to a close cooperation between the Irish government and the EU, which allowed the Irish government to pass several new regulations that would improve communication between it and Irish citizens of matters concerning the EU affairs. Among others, government representatives had to report to Parliament after every important EU meeting. With these new arguments, the “Yes” partisans were able to convince enough voters that adopting the Treaty of Nice was essential and that they had to overturn the previous vote. If Ireland had rejected the treaty again, it would have not been implemented at all, since the deadline for ratification was the end of 2002.¹¹

France

The EU as a whole suffered an even greater blow in 2005, when France and the Netherlands rejected, also through referenda, the Constitutional Treaty, was supposed to unite all the other fundamental treaties of the Union into one single text, that aimed to set the guide-lines for the functioning of the new, enlarged EU. All regulations about the single market, the Euro, the relations among political institutions (such as the Commission or the European Parliament) and other provisions were included in the Constitution written by a commission led by former French president Valerie Giscard d’Estaing.¹² Some states, such as Germany, Austria or Finland, opted for ratification only by national parliaments, while others, like France, the Netherlands or Spain, asked their citizens to have their say.

In the end of May 2005, France organized a referendum for the European Constitution. The context was not a very favorable one. The main campaigner on the “Yes” side was president Jaques Chirac and his right wing government. After being re-elected in 2002, Chirac lost the support of the population, despite his opposition to the US regarding the Iraq war. Meanwhile, the voice of the extreme right, led by Jean Marie Le Pen, which has repeatedly for France to leave the EU, remained powerful, after his accession in the second round of the last presidential elections. Other prominent figures from the Socialist opposition, such as the former prime-minister Laurent Fabus, also opposed the treaty. Apart form the political context, France was also troubled by social issues regarding the Muslim community¹³, and the “No” side exploited this and asked the French people to

¹¹ For an overview of both referenda in Ireland, see Karin Gilland, “Referendum briefing no 1. Ireland’s second referendum on the treaty of Nice, October 2002”, available at [<http://www.sussex.ac.uk/sei/documents/irelandno1.pdf>], last accessed at October 21, 2006, and Vaughne Miller, “The Irish Referendum on the Treaty of Nice”, June 21st, 2001, available at [<http://www.parliament.uk/commons/lib/research/rp2001/rp01-057.pdf>], last accessed at October 21, 2001.

¹² Full text of the Constitutional Treaty available at [http://europa.eu/constitution/en/1stoc1_en.htm], last accessed at October 22, 2006.

¹³ In 2004, a law was passed in order to ban the use of the Muslim veil in public schools.

reject the admission of Turkey in the EU through a negative vote for the Constitution, though these two were directly linked in any way. However, this strategy worked. Almost 55% voted “No”, with a turnout of over 70%, which showed quite a high degree of mobilization of the population. French people feared not only that Turkey would become a member of the EU, but also that the EU endangers, for instance, the well established welfare system. On the other hand, the EU did not manage to explain to the French citizens what the Constitutional Treaty was actually about, and the French government, the main vehicle for transmitting the European message, lacked credibility. Without having any other way to express their fears and to make their voice heard at the level of the EU elites, French voters seized the first chance they had to make their voice heard and to show that they are capable of influencing the political system of the EU.¹⁴

The Netherlands

A similar story took place in the Netherlands, only 3 days after the referendum in France. Over 62% of the Dutch went to vote, and almost 62% of them said “No” to the Constitution, an even more resounding result than in France. Again, the government was on the “Yes” side, but it failed to convince the public that the Constitutional Treaty is not a threat. Some of the opinions expressed by those who opposed the treaty, in the wake of the vote, clearly show that people actually opposed the attitude of the EU and tried to send a message that an increased degree of participation of the citizens in EU affairs should be allowed, in order to make it a credible institution. For instance, a leader of the Socialists, who campaigned for a “No” vote, said “...things were managed, manipulated, not just by our government, but by the authorities in Brussels. The arrogance! Being so sure of themselves without speaking to the people of Europe, deciding for themselves!”¹⁵. “People are unhappy with the fact that Europe is a project of the elite, not the ordinary people. (...) The decision to introduce the euro was taken in 1992 in Maastricht, but at the time there was no public discussion. The enlargement of the EU was agreed in 1993, but it was only when it actually happened that the debate began.”, said Michiel van Hulten, a former Dutch MEP,¹⁶ underlining the communicational gap between the EU elites and citizens and the inability of national governments to fill it.

These last two mentioned referenda had the biggest impact on the EU, because both France and the Netherlands are one of the six founding states of the organization. Since citizens in these two countries said “No” to the European

¹⁴ For an overview of the referendum in France, see for instance Katrin Benhold and Graham Bowley, “Charter <<not dead>>, EU insists,” in *International Herald Tribune*, May 31st, 2005.

¹⁵ See Stephen Mulvey’s report for BBC News, in the evening of June 1st, 2005, “Varied reasons behind Dutch <<No>>”, available at [<http://news.bbc.co.uk/2/hi/europe/4601731.stm>], last accessed at October 21st, 2006.

¹⁶ *Ibid.*

Constitution, the ratification process was put on a hold and the other states where referenda were scheduled postponed them, because they feared further “No” votes could mean a decisive blow to the Constitution, not only to the current project, but to the idea as a whole. The EU faced other negative messages from its citizens, when Sweden and Denmark, for instance, said “No” in referenda for the adoption of the Euro. However, the referenda in Ireland, France and the Netherlands were the most “painful” ones for the EU and they clearly showed that the process of communication between its elites and the public was not working and that citizens are frustrated because they cannot participate in the daily affairs of an organization that has a lot of impact on their daily lives. In other words, the EU system did not allow them to participate and gave them a statute of subjects. Thus, the EU lacked the legitimacy of the people and a democratic deficit threatened its credibility.

A CHANGE IN ATTITUDE – BETTER LATE THAN NEVER

After the three mentioned referenda (and even after the 2004 enlargement, when 10 new countries joined the EU), the Commission had a visible change in discourse regarding the relation between it and its citizens. Until then, there has been no clear policy or official approach of the issue of communication between the EU elites and citizens. This was regarded rather as an attribute of governments form member states. However, the EU did not acknowledge the risks that came together with this simplistic view. In order to build a credible image in the eyes of the European “society”, the EU should not have left this task in the hands of domestic elites, who may not have a good image in their own state, may not be at all Euro-enthusiasts or may not be interested or capable to perform this task. As the degree of integration within the EU grew continuously, people felt that major decisions that affected their daily lives were no longer the responsibility of elected governments, but of bureaucrats and politically appointed EU official (such as members of the Commission), which had no kind of accountability to them. However, the Commission did not take any clear and direct action to tackle this issue not even after the resounding first referendum on the Nice Treaty in Ireland, which announced further blows for the EU and its legitimacy.

“Communication is more than information”

Since 2005 and the referenda in France and the Netherlands, the European Commission seemed determined to tackle the issue of communication with the EU citizens. The Directorate General (DG) Communication put forward three “key documents” in this respect. The first was published in July 2005¹⁷, and it clearly states the willingness of the Commission to make communication with the EU citizens one of

¹⁷ “Action plan to improve communicating Europe by the Commission”, 20.07.2005. Available at [http://ec.europa.eu/dgs/communication/index_en.htm], last accessed at October 20th, 2006.

its main goals: "This Commission has made communication one of the strategic objectives for its term of office, recognizing it fully as a policy in its own right. A renewed commitment to communication with Europe's citizens is of vital importance and this is a task that goes beyond the Commission's remit. Its success depends fundamentally on a partnership with all other key players in European politics inside the EU, and particularly with Member States' governments."¹⁸ The working definition of "communication", given by this document, clearly establishes a connection between the EU officials and institutions and the citizens: "Communication is more than information: it establishes a relationship and initiates a dialogue with European citizens, it listens carefully and it connects to people. It is not a neutral exercise devoid of value, it is an essential part of the political process."¹⁹ An interesting point is that this document acknowledges the fact that better communication between the EU institutions and its citizens can only be achieved by improving communication among these institutions themselves. "The Commission needs therefore to put its own house in order, through a more efficient organization and a better use of both human and financial resources and communication tools and services. ... Commission departments will improve the communication and image of this institution and of the European Union as a whole."²⁰ Moreover, Commissioners are attributed a direct role in improving communication in the specific field of each of them, while it is stressed the need that the entire Commission should present "a single face", in order not to confuse the general public.²¹ The Commission goes on to identify several weaknesses in the process of communication, the most relevant being that "messages [reflect] political priorities but [are] not necessarily linked to citizens' interests, needs and preoccupations"²² and goes on to establish the principles of the a new strategy: "listening", "communicating" and "connecting with citizens by 'going local'"²³. Essentially, this document acknowledges that citizens were only given so far a statute of subjects, being informed, but not involved in active communication. The three mentioned principles basically aim to transform citizens from subjects into participants.

"Reinvigorating European democracy"

DG Communication put forward a new document in October 2005,²⁴ addressing directly the rejection of the Constitutional Treaty. It aimed to establish the guidelines for domestic debate on the treaty, in order to involve actively not

¹⁸ *Ibid.*, p. 2.

¹⁹ *Idem.*

²⁰ *Idem.*

²¹ *Ibid.*, p. 5-6.

²² *Ibid.*, p. 3.

²³ *Ibid.*, p. 3-4.

²⁴ "The Commission's contribution to the period of reflection and beyond: Plan-D for Democracy, Dialogue and Debate", 13.10.2005, available at http://ec.europa.eu/dgs/communication/index_en.htm, last accessed at October 20th, 2006.

only political elites, but also citizens, during a “period o reflection and debate.”²⁵ “... [T]hese initiatives set out a long-term plan to reinvigorate European democracy and help the emergence of a European public sphere, where citizens are given the information and the tools to actively participate in the decision making process and gain ownership of the European project.”²⁶ The Commission also acknowledges the continuous decrease in the public approval of the EU and also of the percentage of people who feel their voice matters in the EU decision making process.²⁷ “Ending the blame-game, both by Member States and the European institutions, is an important change that must take place”²⁸ in order to change this situation, according to the Commission. Furthermore, a higher degree of involvement from the Commissioners is also underlined, while members of the European Parliament are also attributed a very important task in communicating with civil society in their home countries.²⁹ This signals a change in attitude. Communication between the EU and its citizens is no longer left in the hands of national elites. The EU aims now to “go local” through its own elites, the Commissioners and the MEP’s.

New communication mechanisms for a new EU

A third document put forward by DG Communication in order to address the need for better communication between the EU and its citizens was published in February 2006.³⁰ It goes on recognizing that the EU, throughout the process of transformation it underwent in the past decades, has not transformed its mechanisms of communication with the public.³¹ Furthermore, it clearly establishes communication “as a policy in its own right”³². The *White Paper* builds on the previous two documents and stresses the need to create a European public sphere, in the context of an ongoing development of a pan-European political culture and of pan-European political groups and foundations.³³ It also underlines the need to improve civic education and to improve communication not only between citizens and the EU institutions, but also horizontal communication among citizens.³⁴ National governments are now seen only as partners of the Commission, together with national political parties and organizations of the civil society. “Citizens have a right to information about Europe and its concrete projects, a right to express

²⁵ *Ibid.*, p. 2.

²⁶ *Ibid.*, p. 2-3.

²⁷ In October 2005, 53% of EU citizens felt their opinion does not count in the EU. *Ibid.*, p. 3.

²⁸ *Idem.*

²⁹ *Ibid.*, p. 7.

³⁰ *White paper on a European Communication Policy*, February 1st, 2006, available at [http://ec.europa.eu/dgs/communication/index_en.htm], accessed at October 20th, 2006.

³¹ *Ibid.*, p. 2.

³² *Ibid.*, p. 4.

³³ *Ibid.*, p. 4-5.

³⁴ *Ibid.*, p. 6-8.

their views about Europe and to be heard. This is the challenge of communication – to facilitate this exchange, the learning process, the dialogue.”³⁵

CONCLUSION

As argued in this paper, the EU efforts towards a good communication are meant to improve citizens' political engagement at transnational level. Developed at national level more than four decades ago, the typology of political culture can be successfully applied for the EU structure. Accordingly, for a democratic society to exist, participant culture has to be enhanced. This aspect might prove essential for the lack of democracy present at the EU level.

The three referenda, emphasizing the lack of communication of the EU with its citizens, affected the EU politics in fundamental respects. The measures taken by the EU in order to address this communicational deficit were necessary in order to diminish the negative effects and to foster positive ones in the shape of active involvement of as many citizens as possible in the decision making process.

The above mentioned three documents reveal the change in attitude of the Commission towards the EU citizens. The role of DG Communication has been increased and the fact that these documents were passed in less than one year show the determination to reduce the communicational gap between the EU and the public. The EU acknowledges that citizens should not only be informed about policies that directly affect them, but also involved in the decision-making process. In order to address the democratic deficit within the EU and to regain legitimacy, the EU elites realized that citizens cannot be regarded as subjects and that they reject this status. The referenda in Ireland, France and the Netherlands showed that citizens do not lose any opportunity to voice their frustrations with what is regarded as an elitist organization.

REFERENCES

- *** “Action plan to improve communicating Europe by the Commission”, July 20th, 2005.
- *** “The Commission's contribution to the period of reflection and beyond: Plan-D for Democracy, Dialogue and Debate”, October 13th, 2005.
- *** “White paper on a European Communication Policy”, February 1, 2006,
- *** ”Treaty establishing a Constitution for Europe”
- *** ”Treaty of Nice”

³⁵ *Ibid.*, p. 13.

- Almond, Gabriel and Sidney Verba, *The Civic Culture. Political Attitudes and Democracy in Five Nations*, Princeton University Press, Princeton New Jersey, 1963.
- Benhold, Katrin and Graham Bowley, "Charter <<not dead>>, EU insists," in *International Herald Tribune*, May 31, 2005.
- Dahl, Robert A., *Democracy and Its Critics*, Yale University Press, New Haven and London, 1989
- Gilland, Karin, "Referendum briefing no 1. Ireland's second referendum on the treaty of Nice", October 2002.
- Letki, Natalia, "Socialization for Participation? Trust, Membership and democratization in East-Central Europe", *Political Research Quarterly*, vol. 57, no. 4, 2004.
- Mulvey, Steven, "Varied reasons behind Dutch 'No'", June 1st, 2005, BBC News.
- Parsons, Talcott and Edward A. Shils, *Toward a General Theory of Action*, Mass, Cambridge, 1951.
- Pateman, Carole, *Participation and Democratic Theory*, Cambridge University Press, Cambridge, 1970.
- Putnam, Robert D., *Bowling Alone. The Collapse and Revival of American Community*, Simon and Shuster, New York, 2000.
- Putnam, Robert D., *Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy*, Princeton University Press, Princeton, New Jersey, 1993.
- Verba, Sidney and H. Norman Nye, *Participation in America: Political Democracy and Social Equality*, Harper Row, New York, 1972.

LANGUE DE BOIS ET COMMUNICATION: LA CRISE DU DIALOGUE DANS LE THEATRE DE EUGENE IONESCO¹

MADALINA GRIGORE-MURESAN*

Nous nous attendons à ce que le dialogue soit un moyen de communication entre des personnes qui parlent la même langue ou bien un échange d'idées qui fait réfléchir lors d'une conversation, comme l'indique l'étymologie du mot. En effet, le terme «dialogue» vient du mot grec «dialogos» qui veut dire «entretien, discussion»². En dialoguant au tribunal ou à l'assemblée, le citoyen de la Grèce antique défend ses droits ou participe aux décisions concernant la cité. En cas de désaccord sur un point, il peut faire des objections et apporter des arguments. L'échange verbal est employé tout d'abord par les philosophes, à l'exemple de l'entretien philosophique à la manière de Platon.

Mais, en réalité, le dialogue peut dégénérer souvent en simple rhétorique, en verbiage, en échange banal d'informations ou encore en dispute. Au XX^e siècle, on parle d'une véritable crise du dialogue qui perd sa cohérence et ses fonctions originelles, dans un monde privé de repères religieux, humanistes ou rationalistes, car séduit par les idéologies. Le théâtre de Ionesco se prête admirablement à une étude sur cette crise du dialogue, dans la mesure où plusieurs textes abordent la question d'un échange qui pose problème.

Une analyse de la communication dans quelques pièces de cet auteur nous permettra de voir quelles sont les difficultés qui apparaissent dans le dialogue entre les individus. Pourquoi le dialogue perd son rôle et ne constitue plus le chemin vers la raison? D'où vient le malentendu, dans quel but on emploie la langue de bois, quelle est la fonction du langage à double entente? Quelle est la source profonde de cette critique proposée par Ionesco des stéréotypes de pensée et de langage à travers le dialogue?

Pour répondre à ces questions, nous analyserons le langage des personnages dans les pièces *Rhinocéros*, *Tueur sans gages* et *La Soif et la faim*³.

* Docteur ès Lettres

¹ Cet article représente le chapitre remanié, «La déroute», de notre thèse de doctorat, *La «terreur de l'histoire» dans l'imaginaire littéraire du XX^e siècle. Etude de quelques aspects des œuvres d'A. Camus, E. Cioran, E. Ionesco et R. Char à la lumière des écrits de M. Eliade*, Université d'Angers, 1998, p. 262-295.

² A. Rey (sous la dir. de), *Dictionnaire historique de la langue française*, tome I, Paris, Le Robert, 2006, p. 1072.

³ *Rhinocéros* est une pièce mise en scène d'abord en Allemagne, en 1959, par K.-H. Stoux et ensuite à Paris, en 1960, par J.-L. Barrault. *Tueur sans gages* a été créée le 27 février 1959 au théâtre Récamier dans une mise en scène de José Quaglio. *La Soif et la faim* a été représentée d'abord en Allemagne, en 1964, et ensuite en France, en 1966, à la Comédie Française.

Rhinocéros fait référence, grâce à la langue de bois utilisée par certains personnages, au processus de «nazification d'un pays»⁴; nous allons voir comment, petit à petit, les paroles déshumanisent l'individu séduit par l'idéologie. Avec *Tueur sans gages* nous aborderons le rapport entre langage et mensonge dans le monde totalitaire ainsi que le discours politique qui incite à la violence. Enfin, le thème de l'éducation transformée en rééducation sera analysé à travers la pièce *La Soif et la faim* qui évoque la situation dramatique de l'homme qui vit dans l'univers concentrationnaire.

La langue de bois

Rappelons brièvement le sujet de *Rhinocéros*. Bérenger, le protagoniste principal de la pièce, fonctionnaire dans une entreprise privée, est témoin d'un phénomène extraordinaire: ses amis et ses collègues de bureau, ensuite tous les autres habitants de la ville de province se transforment en rhinocéros.

La métamorphose des hommes qui succombent à l'endoctrinement transparaît dans leur langage, notamment dans l'acte II qui se déroule dans le bureau de l'entreprise privée où travaille Bérenger. L'auteur, en faisant parler les personnages, renvoie à la langue de bois des idéologues. Ainsi, les propos obscurs, sans référent, abstraits, vagues et menaçants, prononcés par Botard, font référence au discours de la propagande. Botard s'acharne à prolonger au-delà des limites du bon sens un dialogue absurde avec ses collègues. Il s'obstine à nier l'évidence, il contredit la jeune femme, Daisy, ses collègues Bérenger et Dudard, tout en affirmant que l'apparition du rhinocéros dans la ville n'est qu'une «histoire à dormir debout»⁵. En s'adressant à Dudard, qui lui montre la nouvelle dans le journal, Botard prétend que l'histoire du rhinocéros qui circule librement dans la ville est un bruit répandu par la propagande, et par conséquent une mystification: «Votre histoire de rhinocéros, pardi! C'est votre propagande qui fait courir des bruits!»⁶.

Le terme de «propagande» renvoie clairement à l'histoire politique, alors que le langage et les réactions de ce personnage semblent être ceux d'un idéologue qui refuse de voir la réalité en face, étant aveuglé par son idéal. Rappelons que l'efficacité polémique de l'idéologie totalitaire, dans la vie quotidienne, consiste à inventer et à dénoncer l'idéologie adverse⁷. Intolérant, l'air terrible, sûr d'avoir raison, Botard emploie un langage qui devient de plus en plus menaçant. Le dialogue n'est plus un échange d'idées ou d'arguments, au contraire il dégénère à tel point qu'il se transforme en une suite de menaces proférées par celui qui a une position privilégiée dans la hiérarchie sociale.

⁴ E. Ionesco, *Notes et contre-notes*, Paris, Gallimard, 1966 (1962), p. 286.

⁵ Eugène Ionesco, *Rhinocéros*, in *Théâtre complet*, Paris, Gallimard, «Bibliothèque de la Pléiade», 1991, p. 573. Par la suite, toutes les références à l'œuvre théâtrale de Ionesco renvoient à cette édition.

⁶ *idem*, p. 580.

⁷ Voir à ce sujet F. Chatelet (sous la dir. de), *Histoire des idéologies*, Paris, Hachette, 1978, cité par B. Thiry, «Idéologie», in *Encyclopédie philosophique universelle, Les notions philosophiques*, tome 1, Paris, PUF, 1990, p. 1213.

En effet, l'appartenance à un parti politique puissant lui donne assurance et courage: «Nous nous expliquerons bientôt, entre nous», lance-t-il à son chef. Ensuite il s'adresse à ses collègues de bureau: «Je connais le pourquoi des choses, les dessous de l'histoire... [...]. Et je connais aussi les noms de tous les responsables. Les noms de tous les traîtres. Je ne suis pas dupe. Je vous ferai connaître le but et la signification de cette provocation! Je démasquerai les instigateurs»⁸. Botard parle des responsables, des traîtres, des instigateurs, alors que ses collègues ne font que commenter un événement inquiétant survenu dans la ville. Emetteur et récepteur ne s'entendent plus, car le code n'est pas clair. Pour tous les personnages qui prennent part au dialogue, les mots «traîtres», «instigateurs», etc. n'ont pas de sens, donc la communication est altérée.

Par ailleurs, la méthode qui consiste à culpabiliser un grand nombre de personnes innocentes, le refus d'accepter la réalité, sa volonté de dénoncer («je démasquerai») rappellent les pratiques employées par tous les régimes totalitaires, fascistes ou communistes. D'après E. Jacquart, Botard serait plutôt «l'incarnation du marxiste issu d'un milieu relativement modeste. [...] Fou de politique comme les personnages de Caragiale, il apparaît comme le type du communiste borné susceptible de devenir stalinien»⁹.

Le langage de Botard, première allusion de l'auteur aux effets nuisibles du discours-outil de la propagande, est signe de la détérioration de la parole. D'après E. Ionesco l'impossibilité de communiquer et l'altération des relations interhumaines sont des conséquences de l'essor que les idéologies politiques ont connu au XX^e siècle. C'est ce que souligne J. Le Marinel, lorsqu'il affirme que les formes idéologiques et politiques ont lourdement pesé sur la parole¹⁰. Cet auteur signale que la crise du langage des temps modernes, à laquelle font référence, entre autres, les représentants du théâtre de l'absurde, E. Ionesco, S. Beckett, A. Adamov, découle d'une série de phénomènes qui ont bouleversé le siècle dernier. Ainsi, les mutations sociales et historiques, l'échec des projets révolutionnaires de transformation du monde ont agi sur le langage, en le dégradant, en le subordonnant à la pratique politique.

Bien entendu, l'auteur ne se limite pas à noter uniquement la dégradation du langage et l'utilisation de la langue de bois; il attire l'attention sur la déshumanisation de l'individu qui se sert d'un tel langage vide de sens.

⁸ *Rhinocéros*, p. 588.

⁹ E. Jacquart, *E. Jacquart commente Rhinocéros d'Eugène Ionesco*, Paris, Gallimard, 1995, p. 53. Voir également S. Oron, «La métaphore du fléau dans *La Peste* d'Albert Camus et *Rhinocéros* d'Eugène Ionesco», in *Recherches sur l'imaginaire*, n° 2, 1993, pp. 531-553, ici p. 544.

¹⁰ J. Le Marinel, *La Mise en question du langage dans le «nouveau théâtre»*, thèse de doctorat, Université de Nice, 1978, p. 13, cf. aussi p. 7-8, 11.

La parole qui déshumanise

En refusant de penser par soi-même, en empruntant les idées ou les phrases répandues par les autres, par une idéologie, l'homme risque de perdre sa personnalité, de devenir un autre. Dans la pièce de Ionesco, il change également de peau, si bien que la métamorphose est complète et la régression irréversible. C'est le cas de Jean, un autre personnage de *Rhinocéros*, qui, en affirmant des propos insensés, en niant la morale et l'humanisme, se métamorphose en rhinocéros. Jean perd les attributs humains au fur et à mesure qu'il prononce des phrases incohérentes. Il articule de plus en plus mal, sa voix devient rauque, ses mots ne sont plus compréhensibles, car la pensée même perd sa clarté pour devenir opaque. Il change aussi de physique, son teint devient verdâtre, il tousse et respire bruyamment, tel un animal.

Mais quel est le langage de Jean? Quelles sortes de propos accompagnent ou provoquent le changement à la fois intérieur et extérieur? Ce personnage affirme vouloir devenir un rhinocéros parce qu'il n'a pas de préjugés et parce qu'il aime les changements. En réalité, il ne peut s'empêcher d'adhérer à une doctrine à la mode. Comme le remarque P. Vernois, Jean «introduit la catégorie du nouveau, de la mode, à laquelle on ne peut se soustraire. Il suit l'exemple de Botard dont on saura bientôt qu'il a voulu "suivre son temps"»¹¹. Tout en niant l'amitié («L'amitié n'existe pas. Je ne crois pas en votre amitié»¹²), Jean a de la sympathie pour les rhinocéros et affirme que les hommes le dégoûtent. Il n'hésiterait pas à les écraser: «JEAN, sans écouter Bérenger: A vrai dire, je ne déteste pas les hommes, ils me sont indifférents, ou bien ils me dégoûtent, mais qu'ils ne se mettent pas en travers de ma route, je les écraserais»¹³.

Dans ce dialogue des sourds, Jean n'écoute plus son ami, Bérenger, qui lui apporte des arguments, mais prend la parole pour exprimer son ressentiment à l'égard de l'espèce humaine. Paradoxalement, le langage ne sert pas à s'entendre, mais à exprimer son désaccord avec ses semblables.

Jean refuse la morale («La morale! Parlons-en de la morale, j'en ai assez de la morale, elle est belle la morale! Il faut dépasser la morale»¹⁴) qu'il veut remplacer par la nature («La nature a ses lois. La morale est antinaturelle»¹⁵). Lorsque Bérenger lui rappelle que «nous avons une philosophie que ces animaux n'ont pas, un système de valeurs irremplaçable» bâti durant des siècles de civilisation, Jean exprime encore une fois sa volonté de faire disparaître les valeurs,

¹¹ P. Vernois, «Le temps dans l'œuvre d'Eugène Ionesco», in Ionesco M. F. et Vernois P. (sous la dir. de), *Ionesco, situation et perspectives*, Colloque de Cerisy, Paris, Belfond, 1980, p. 208.

¹² *Rhinocéros*, p. 597

¹³ *idem*, p. 598.

¹⁴ *idem*, p. 600.

¹⁵ *ibidem*.

de renverser l'ordre des choses: «Démolissons tout cela, on s'en portera mieux»¹⁶. Il apparaît que Jean brave toutes les lois positives, pour obéir à la loi de la nature, que Bérenger, indigné, appelle «la loi de la jungle». Un autre personnage, Dudard, exprime les mêmes idées que Jean. Sympathisant des rhinocéros, il affirme qu'il «n'y a pas de vice véritable dans ce qui est naturel», en rajoutant: «quoi de plus naturel qu'un rhinocéros?»¹⁷. Les paroles de Jean et de Dudard sur la loi de la nature sont une référence à l'idéologie fasciste. Sans tenir compte des principes de la morale, le nazisme veut obéir à la loi de la Nature (tout comme le marxisme se propose de «respecter» à tout prix la loi de l'Histoire):

la légitimité totalitaire, dans son défi à la légalité et dans sa prétention à instaurer le règne direct de la justice sur la terre, accomplit la loi de l'Histoire ou de la Nature sans la traduire en normes de bien et de mal pour la conduite individuelle. Elle applique la loi directement au genre humain sans s'inquiéter de la conduite des hommes¹⁸.

Le discours de la propagande totalitaire permet aux hommes de donner libre cours aux instincts d'agressivité. En acceptant une idéologie qui exalte les forces instinctuelles de l'homme, Jean est la victime d'une régression vers le règne animal. Cette régression a lieu sous les yeux de Bérenger. Jean, qui ressemble de plus en plus à un animal, devient menaçant, il tourne en rond dans la chambre, et, au comble de la colère, «il fonce sur Bérenger, tête baissée», en lui lançant des menaces: «Je te piétinerai, je te piétinerai»¹⁹.

Effrayé, en danger, Bérenger réussit difficilement à se soustraire à la furie de Jean, en l'enfermant dans la salle de bains. Bérenger connaît donc l'isolement de l'homme qui, refusant de se plier aux événements historiques de son temps et de tenir le même discours que ses amis, risque d'être écrasé. Voulant s'échapper de chez son ami, Bérenger ne trouve plus aucune issue, parce que tous les chemins sont barrés par des rhinocéros. Les voisins de Jean, le concierge, les passants sont devenus des fauves. Bérenger, esseulé, encerclé, affolé, cherche une sortie:

BERANGER: Il y en a tout un troupeau maintenant dans la rue! Une armée de rhinocéros, ils dévalent l'avenue en pente!... (*Il regarde de tous les côtés*). Par où sortir, par où sortir! [...] (*Affolé, il se dirige vers toutes les portes, et vers la fenêtre, tour à tour, tandis que la porte de la salle de bains continue de s'ébranler et que l'on entend barrir et proférer des injures incompréhensibles [...]*)²⁰.

¹⁶ *idem*, p. 601.

¹⁷ *idem*, p. 616. Comme Jean, Dudard a tendance à effacer les différences entre les valeurs et les non-valeurs. Pour lui, choisir entre le bien et le mal est une question de goût: «Le mal, la mal! Parole creuse! Peut-on savoir où est le mal, où est le bien ? Nous avons des préférences, évidemment» (*Rhinocéros*, p. 613).

¹⁸ H. Arendt, *Le Système totalitaire*, trad. de l'américain par J. L. Bourget, R. Davreu et P. Lévy, Paris, Seuil, 1972 (1951), p. 206.

¹⁹ *Rhinocéros*, p. 602.

²⁰ *idem*, p. 604.

Ce personnage comprend vite qu'il ne peut plus discuter avec les gens qui sont autour de lui et envisage une autre forme de communication pour s'opposer au mal «lucidement, fermement»: «J'enverrai des lettres aux journaux, j'écrirai des manifestes [...]»²¹, dit-il. Cette nouvelle tentative de communiquer sera-t-elle efficace?

Au-delà de la fiction, il y a le dialogue auteur/lecteur sur la fonction de l'écriture. L'écriture apparaît ainsi comme une possibilité de protester contre la détérioration du langage, suivi par la dégénérescence, la régression irrémédiable de l'homme vers l'animal. Ecrire veut dire utiliser des mots afin d'exprimer sa révolte contre un état de choses inadmissible. Bérenger, le porte-parole de l'écrivain, est celui qui «s'aperçoit que l'histoire déraisonne, que les mensonges des propagandes sont là pour masquer les contradictions qui existent entre les faits et les idéologies qui les appuient»²². Sa résistance est signe de son intégrité morale. Il considère l'actualité avec un regard lucide et cela l'aide à ne pas céder à la tentation et à continuer à conserver son langage, à croire aux mêmes valeurs traditionnelles. Comme le remarque J. Guérin²³, si Bérenger résiste à la rhinocérite qui emporte tous les autres habitants de la ville ce n'est pas au nom d'une contre-idéologie, mais dans le but de sauvegarder le système de valeurs bâti durant des siècles.

Dans ces lignes consacrées à *Rhinocéros*, nous avons insisté sur les répercussions négatives de l'endoctrinement politique sur la nature humaine. Ionesco, visant la critique de la naissance du totalitarisme, dépeint en particulier les effets négatifs du discours de la propagande sur la chair et l'esprit de l'homme et l'altération des rapports interhumains, visible dans leur faux dialogue. Nous avons vu que, en devenant rhinocéros, Jean entend remplacer l'amitié par la haine. Prêt à piétiner Bérenger, il est l'homme capable d'exercer la terreur afin d'obéir à la «loi de la jungle» établie par le discours totalitaire, en dehors de toute morale et de toute légalité.

Le langage et le mensonge

Si *Rhinocéros* aborde la question de la perversion du langage à cause de l'adhésion à l'idéologie nazie, *Tueur sans gages* et *La Soif et la faim* évoquent le discours mensonger caractéristique de la propagande des pays communistes. Dans son entretien avec le dramaturge, G. Liiceanu rappelle: «À l'époque où en France la mode intellectuelle était au gauchisme, vous avez fait preuve de ce civisme supérieur que j'évoquais tout à l'heure et vous avez appelé les choses par leur nom en dénonçant les excès terrifiants qui se cachaient sous cette exaltation de la

²¹ *idem*, p. 612.

²² E. Ionesco, *Notes et contre-notes*, op. cit., p. 278.

²³ J. Guérin, «Ni rhinocéros ni Marx ni maître, Ionesco entre Camus et les “nouveaux philosophes”», in Ionesco M. F. et Vernois P. (sous la dir. de), *Ionesco, situation et perspectives*, op. cit., p. 275.

gauche»²⁴. C'est par respect à l'égard de la vérité que le dramaturge a dépeint les réalités du monde totalitaire et en a révélé l'horreur «grâce aux témoignages de personnes qui venaient de Roumanie»²⁵.

Le sujet de *Tueur sans gages* est très simple: en visitant la «Cité radieuse», quartier construit par l'Architecte municipal, Bérenger apprend qu'un assassin hante les rues de la ville en faisant d'innombrables victimes. Le protagoniste tombe par hasard sur un tas de papiers pouvant donner des indices sur l'identité du meurtrier et décide d'aller à la Préfecture avec ces «preuves». Plusieurs incidents l'empêchent d'atteindre son but, la nuit le surprend dans la rue, où il rencontre le tueur.

Le terme même de «Cité radieuse» renvoie à la cité idéale que les communistes, en prenant l'exemple des utopistes, se sont acharnés à matérialiser²⁶. En réalité, l'architecture des quartiers construits sur les indications du parti est d'une laideur inimaginable. Nous trouvons une référence à cette réalité dans les propos de Bérenger qui décrit la ville où il habite comme un endroit sombre, avec des «quartiers de deuil, de poussière, de boue»²⁷. Au début de la pièce, Bérenger croit avoir pénétré dans un nouveau quartier, tout neuf, appelé tantôt la Cité radieuse, tantôt la Cité lumineuse. Il croit voir «des rues ensoleillées, des avenues ruisselantes de lumière»²⁸, des belles maisons construites en briques et en ciment, ou encore un buisson fleuri d'aubépine. Or, les didascalies indiquent uniquement des endroits vides, signalant l'écart existant entre les paroles et leurs référents. Contre toute attente, l'Architecte de cette cité radieuse, que Bérenger rencontre dans la rue, ne conteste pas les affirmations de ce dernier et reçoit ses félicitations avec orgueil et détachement à la fois. Tout dans le comportement de l'Architecte suggère une grande disponibilité à s'entretenir sur une réalité illusoire, sur une cité radieuse inexistante. Comme dans la société communiste, l'illusion du bien-être des citoyens est maintenue à tout prix et contre toute évidence. Cet aspect du totalitarisme a été souligné par A. Besançon:

[...] L'éducation communiste ne consiste pas à persuader les sujets de *vouloir* le socialisme, mais de le *voir*. Le Parti ne met pas seulement son énergie à construire le socialisme, mais à faire admettre la fiction qu'il fonctionne déjà, qu'il est incarné actuellement et à obtenir des sujets la reconnaissance de cette fiction²⁹.

²⁴ G. Liiceanu, «Tout finit dans l'Horreur», entretien avec E. Ionesco, trad. du roumain par M. F. Ionesco, in *Magazine littéraire*, n° 335, consacré à E. Ionesco, septembre 1995, pp. 20-24, ici p. 20.

²⁵ *idem*, p. 22.

²⁶ E. Ionesco connaît fort bien les réalités du monde totalitaire comme l'atteste, entre autres, *Pour la culture, contre la politique*, texte français suivi de la traduction allemande, St. Gallen, Erker-Verlag, 1991 (1979). L'auteur y souligne l'écart entre le rêve des utopistes et la société socialiste, gouvernée par l'État excessif, oppressif, «d'une violence et d'une intolérance énormes» (pp. 16-17).

²⁷ E. Ionesco, *Tueur sans gages*, p. 473.

²⁸ *ibidem*.

²⁹ A. Besançon, *Les Origines intellectuelles du léninisme*, Paris, Calmann-Lévy, 1978, p. 292. Voir surtout le chapitre «L'empire du faux».

Cette reconnaissance passe par le langage, dont la fonction a été pervertie, car il n'a plus rien à voir avec la vérité: Bérenger fait semblant d'admirer une prétendue œuvre architecturale juste pour ne pas entrer en contradiction avec les représentants du pouvoir. Le dialogue qui commence entre les deux personnages permet d'évoquer toute l'absurdité des paroles prononcées pour faire plaisir aux dirigeants et échapper à l'étiquette d'ennemi du peuple. Par ailleurs, l'Architecte déclare avoir construit la Cité radieuse sur l'ordre de la Municipalité, il ne se permettrait d'ailleurs pas «d'avoir des initiatives personnelles...»³⁰. Dans la société totalitaire, l'homme ne fait qu'exécuter les ordres, il n'est plus un être créateur.

De plus, il ne peut agir librement, la liberté étant un mensonge: Bérenger est soumis à une surveillance dissimulée, mais continue, l'Architecte étant prévenu de sa visite. Dans l'acte II, la concierge est chargée de contrôler les mouvements de Bérenger, elle est au courant de son emploi du temps, elle se permet d'ouvrir son courrier personnel pendant son absence. Communiquer avec autrui, envoyer ou recevoir des lettres, s'exprimer, échanger des idées sont autant d'activités dangereuses. J.-J. Wunenburger souligne que la terreur propre à la société totalitaire est générée, entre autres, par cette surveillance mutuelle entre les citoyens. La terreur est définie comme une «force obscure qui peut s'incarner à travers tout homme, toute situation et qui représente l'interpellation irrationnelle à la soumission au tout de la collectivité et de sa volonté»³¹. Le vrai dialogue reste-t-il possible dans ces conditions là?

Outre cette surveillance, la tension et la terreur sont entretenues par la présence menaçante du Tueur. La propagande vante le bonheur des citoyens et le calme de la «cité radieuse», mais la réalité est tout autre. Les actes du criminel semblent être tolérés par l'Administration parce qu'ils perpétuent l'état de peur collective. Seuls les fonctionnaires de l'Administration peuvent jouir d'une «vie sans péril», les autres citoyens étant exposés au danger. «Je suis fonctionnaire, dit l'Architecte. Mais pour beaucoup d'autres, la réalité peut tourner au cauchemar...»³². Lorsque Mlle Dany s'apprête à démissionner, l'Architecte le lui déconseille en lui rappelant: «Chez nous, vous avez pourtant l'avenir assuré, et la vie... et la vie! Vous ne craignez pas le danger»³³. Les conseils font ensuite place à la menace: «Si vous ne faites plus partie de nos services, l'Administration ne vous prend plus sous sa protection. Le savez-vous? Etes-vous bien consciente des dangers qui vous guettent?»³⁴. Mlle Dany est vue comme un opposant virtuel au pouvoir, dans la mesure où elle ose se plaindre de l'Administration et demander sa démission. Elle est la victime suivante du Tueur, ce qui permet de faire un rapprochement entre ce personnage agissant sans raison et l'appareil répressif d'un régime totalitaire.

³⁰ E. Ionesco, *Tueur sans gages*, p. 473.

³¹ J.-J. Wunenburger, *L'Utopie ou la crise de l'imaginaire*, Strasbourg, Editions Universitaires, 1979, p. 218.

³² E. Ionesco, *Tueur sans gages*, p. 482.

³³ *idem*, p. 481.

³⁴ *idem*, pp. 483-484.

Parfois, entre amis, le mensonge n'existe plus et le dialogue véritable est possible. Dans l'acte II, Bérenger fait part à son ami, Édouard, de son angoisse. Meurtri, désespéré, inconsolable, il avoue à son ami: «Ce n'est pas pour moi... ou pas seulement pour moi, que je souffre en ce moment, que je refuse d'accepter! Il vient un moment où l'on ne peut plus admettre les choses horribles qui arrivent...»³⁵. Ici, les paroles du personnage font penser plutôt à une confession qu'à un échange. C'est comme si Bérenger ressentait, à lui seul, tout le poids de la tyrannie. Le dramaturge exprime ici sa propre angoisse provoquée par l'essor du totalitarisme dans plusieurs pays du monde. D'après E. Jacquart, cette pièce, écrite peu après l'invasion soviétique (novembre 1956) de la Hongrie insurrectionnelle, exprime l'hostilité de l'auteur envers le stalinisme³⁶.

Le personnage du Tueur n'est pas le seul meurtrier de cette pièce. Un autre protagoniste menaçant est la Mère Pipe, experte en rhétorique politique.

Le discours politique pervers

Dans l'acte III de la pièce «Tueur sans gages», la Mère Pipe, grosse bonne femme, s'adresse à la foule, comme le ferait un homme politique pendant la campagne électorale. Sous les acclamations de la foule, la Mère Pipe vante les avantages du régime politique fondé sur la terreur. Son langage, vide de sens, trahit la volonté de puissance et le goût d'asservir. Elle propose à ses électeurs une société dans laquelle les contraintes, les privations, la répression ne seront pas abolies mais changeront de nom:

Nous n'allons plus persécuter, mais nous punirons et nous ferons justice. Nous ne coloniserons pas les peuples, nous les occuperons pour les libérer. Nous n'exploiterons pas les hommes, nous les ferons produire. Le travail obligatoire s'appellera travail volontaire. La guerre s'appellera paix et tout sera changé, grâce à moi et à mes oies [...] Quant aux intellectuels... Nous les mettrons au pas de l'oie! Vive les oies! En démystifiant les mystifications depuis longtemps démystifiées, les intellectuels nous foutront la paix³⁷.

La désaliénation est un autre point du programme de cette femme autoritaire: «Nous allons désaliéner l'humanité! [...] Pour désaliéner l'humanité il faut aliéner chaque homme en particulier... et vous aurez la soupe populaire!»³⁸. Il semble que l'utilisation du terme «aliénation» dans la pièce soit une ironie d'E. Ionesco à l'adresse de K. Marx et de ses idées sur une révolution désaliénante,

³⁵ *idem*, p. 508.

³⁶ E. Jacquart, Notice sur *Tueur sans gages*, in Eugène Ionesco, *Théâtre complet*, op. cit., p. 1629.

³⁷ E. Ionesco, *Tueur sans gages*, pp. 520-521.

³⁸ *idem*, p. 520.

exposées dans *Manuscrits de 1843-1844*³⁹. Pour Marx, l'aliénation a sa source dans l'exploitation de l'homme par l'homme. Or, cette exploitation, loin d'être diminuée dans les systèmes totalitaires mis en place dans le XX^e siècle, a été renforcée. Comme le laisse entendre le discours de la Mère Pipe, les hommes doivent produire, se rendre à un travail obligatoire, être obéissants comme les oies. En parlant du thème de l'aliénation dans *Tueur sans gages*, G. Féal compare la fascination exercée par le Tueur au pouvoir de séduction de la Mère Pipe. L'auteur rappelle que le Tueur attire ses victimes en leur montrant une photo représentant l'image d'un colonel. «La nature de la photo – c'est celle du colonel – rattache le thème de l'aliénation individuelle et celui de l'aliénation collective: les passants agissent comme des soldats subjugués par l'autorité du chef, ce qui équivaut à agir comme les oies de la Mère Pipe. L'endoctrinement, militaire ou politique, détruit l'être humain aussi sûrement que la violence du Tueur»⁴⁰. Les actes du Tueur, ainsi que le discours de la Mère Pipe, marquant l'écart entre la parole et la réalité⁴¹, concourent à donner une image du monde totalitaire.

Dans la version originale de la pièce, le discours de la Mère Pipe est beaucoup plus développé, tout en faisant allusion à la dictature – «La tyrannie instaurée s'appellera discipline et liberté» – et à la violence – «Notre raison sera fondée sur la colère»⁴². Comme l'a remarqué P. Vernois, la Mère Pipe, «justifiant son nom, leurre le peuple en jouant sur les mots et en substituant une tyrannie à un despotisme»⁴³. Cette substitution d'un mal à un autre mal, signe d'un cercle vicieux, définit le monde totalitaire sans avenir, sans aucune possibilité de renouvellement politique. Les électeurs voteront à l'unanimité le programme proposé à travers un discours faux et mensonger⁴⁴. Dans la dictature communiste, où il n'y a pas d'opposition, le programme électoral reste toujours le même.

La gardeuse d'oies ne tarde pas à mettre en pratique ses propres théories développées devant la foule depuis sa tribune. En considérant l'Homme ivre, qui ne l'acclame pas, comme ennemi du peuple, et ennemi de l'Histoire, elle le dénonce à

³⁹ Une présentation claire des formes de l'aliénation selon K. Marx se trouve dans P. Ricœur, *L'Idéologie et l'utopie*, trad. de l'américain par M. R. d'Allonnes et J. Romain, Paris, Seuil, 1997 (1986), les chapitres «Marx: Le premier *Manuscrit*» et «Marx: Le troisième *Manuscrit*», pp. 61-102.

⁴⁰ G. Féal, «La Mère Pipe et le tueur, ou la psychopathologie de la vie politique selon Ionesco», in *The French Review*, U. S. A., volume 64, no 2, décembre 1990, p. 320.

⁴¹ A. Besançon, dans *Les Origines intellectuelles du léninisme*, op. cit., parle du «langage ne rencontrant pas de résistance dans la réalité, mais constituant à lui seul le simulacre de celle-ci» (p. 295).

⁴² E. Ionesco, *Tueur sans gages*. Le texte original de la pièce est donné comme variante, p. 1650.

⁴³ P. Vernois, *La Dynamique théâtrale d'Eugène Ionesco*, Klincksiek, 1991, p. 126. N. Satijn fournit une explication du nom de ce personnage, tout en insistant sur les connotations négatives, dans *Le Labyrinthe de la cité radieuse. Les pérégrinations de Bérenger chez Ionesco*, Amsterdam, Rodopi, 1982, p. 61, note 41.

⁴⁴ A. Besançon, op. cit., pp. 296-297.

la tribune, tout en incitant la foule au meurtre⁴⁵. Lorsque l'Homme ivre se trouve en haut des marches, tout près d'elle, la bonne femme l'assomme et le donne à manger à ses oies. L'Homme ivre est le seul personnage de la pièce qui a le courage d'affronter l'orateur menaçant. Il refuse de faire le jeu du dictateur, il ose penser contre l'idéologie officielle. N. Satijn note que «dans ce monde où presque tous se courbent sous les impératifs des forces au pouvoir, seul l'Homme ivre essaie d'y voir clair»⁴⁶. Par cela même il se rapproche de Bérenger de *Rhinocéros*, les deux personnages illustrant l'expérience du refus. Tué aussitôt pour avoir dit la vérité contre son temps, l'Homme ivre est l'une des innombrables victimes de l'État totalitaire. La parole porteuse des messages vrais n'est pas autorisée.

«L'image terrifiante de l'état policier»⁴⁷ est construite ensuite à partir du langage violent et du comportement autoritaire des sergents de ville. Ce sont des présences inquiétantes, menaçantes, ces sergents de ville de taille gigantesque, inspirant la crainte: «*Un sergent de ville, qui est sans doute d'une taille démesurée, apparaît, avec un bâton blanc et tape sur les têtes des gens [...]*»⁴⁸. L'un des agents a un langage très grossier: «Si vous êtes sourd, ou si vous êtes idiot... foutez-moi le camp!», dit-il au Vieux Monsieur. Ce langage est accompagné de gestes violents: «*Sifflets du Second Agent qui se démène après avoir bousculé et fait chanceler le Vieux Monsieur, qui a laissé tomber sa canne.*»⁴⁹. Ensuite, ce même agent «*donne une gifle au Soldat qui ne dit rien*», lui arrache le bouquet de fleurs des mains et l'insulte⁵⁰. On constate que le dialogue a été petit à petit remplacé par les gestes violents. Les personnages sont en désaccord sur un point qui reste assez obscur et ne savent pas résoudre leur problème par l'intermédiaire du dialogue et des arguments, préférant faire appel à la violence corporelle et langagière.

Education et rééducation

Un épisode de *La Soif et la faim* aborde le thème de la rééducation, c'est-à-dire une nouvelle éducation idéologique, qui se confond avec la torture psychologique. Dans le quatrième épisode, «Les messes noires de *la Bonne Auberge*», Jean, le personnage principal, pénètre dans un établissement qu'il prend pour un hôtel, mais qui est en réalité une prison. Il y rencontre une petite communauté, très bien organisée, dont le chef est Tarabas. Dans les vêtements de

⁴⁵ E. Ionesco, *Tueur sans gages*, pp. 1654-1655.

⁴⁶ N. Satijn, *op. cit.*, p. 98.

⁴⁷ *idem*, p. 93 et 95.

⁴⁸ E. Ionesco, *Tueur sans gages*, p. 1655.

⁴⁹ *idem*, p. 1660.

⁵⁰ *idem*, p. 1661.

Tarabas, le noir se joint au rouge pour évoquer les attributs de Satan⁵¹. La couleur noire joue un rôle négatif depuis le moment où Jean se trouve au pied d'un mur, dans un pays inconnu. Les premiers personnages qui entrent en scène, le Monsieur et la Dame âgés, tout comme, par la suite, le rabbin, les écoliers et la cuisinière portent tous des habits noirs, couleur de la tristesse, du malheur et du deuil.

Certains propos de Tarabas, par exemple, «La torture physique [...] vous libère de vos tortures morales», ou bien «Laissez-vous débarrasser des séquelles d'une éducation erronée»⁵² traduisent une attitude cynique confirmée par la mise en scène d'un spectacle hors du commun: deux prisonniers affamés sont obligés par leur tortionnaire, rôle joué par Tarabas, à renier leur foi en échange de leur pain quotidien. La cape somptueuse, ainsi que la cagoule dont se pare Tarabas pour la représentation théâtrale sont noires et rouges. Pour assister au «spectacle», le public est réparti en deux camps, d'un côté ceux habillés en noir, de l'autre, ceux en rouge. Tarabas explique à son «hôte», Jean, qu'il s'agit d'un spectacle amusant sur le thème de la rééducation:

FRÈRE TARABAS: Imaginez que nous ayons, parmi nous, deux individus ayant souffert de traumatismes éducatifs ou de formations progressivement déformantes, si je puis dire. Arrivés où ils sont, ils doivent repartir mais dans la direction inverse. Chacun de ces deux personnages doit apprendre le sens opposé. Ce n'est qu'une œuvre d'imagination. Je vois à l'expression de votre visage que vous ne me comprenez pas très bien. C'est le jeu de l'éducation-rééducation. Vous allez voir⁵³.

Tarabas, «figure diabolique, effrayante projection du policier qui interroge Choubert dans *Victimes du devoir*»⁵⁴ prend en dérision la foi chrétienne: dans le spectacle qu'il met en scène, il contraint Tripp à renier Dieu et Brechtoll, qui n'est pas croyant, à prier Dieu pour recevoir à manger:

FRÈRE TARABAS, à *Brechtoll*: Il vous donnera peut-être une preuve de son existence. Vous aurez peut-être du succès auprès de Lui. Auprès de moi, vous n'en avez pas [...].

FRÈRE TARABAS, à *Tripp*: Croyez-vous en Dieu?

TRIPP: Je crois en Dieu.

FRÈRE TARABAS, à *Tripp*: Alors, pas de soupe [...].

TRIPP: Ne me laissez pas, cher ami: j'ai mal, j'ai faim.

FRÈRE TARABAS, à *Brechtoll*: Alors, vous croyez vraiment en Dieu, à présent? A *Tripp*: Croyez-vous toujours en Dieu, monsieur Tripp?

⁵¹ Sur la connotation diabolique du rouge et du noir, voir J. Chevalier et A. Gheerbrand, *Dictionnaire des symboles*, Ed. R. Laffont et Ed Jupiter, Paris, 1982 (1969), article «Noir», p. 674. Cf. M. Cazenave (sous la dir. de), *Encyclopédie des symboles*, trad. de l'allemand, Librairie Générale Française, 1996 (1989), article «Noir», p. 443.

⁵² E. Ionesco, *La Soif et la faim*, p. 867.

⁵³ *idem*, p. 864.

⁵⁴ S. Benmussa, *Ionesco*, Seghers, 1966, p. 33.

TRIPP: Peut-être...Un peu.

JEAN, *dans un murmure*: Peut-être...Un peu...

BRECHTOLL, *mangeant*: Oui, oui, j'y crois. Un peu. Peut-être...[...].

FRÈRE TARABAS, à *Brechtoll*: C'est tellement simple. Répondez clairement par oui ou par non. Croyez-vous en Dieu, Brechtoll? Croyez-vous en Dieu, Tripp?

BRECHTOLL: Oui, je crois en Dieu.

Approbations du côté noir.

TRIPP: Non, je ne crois pas en Dieu.

*Approbations du côté rouge.*⁵⁵

Cette «comédie sinistre»⁵⁶ destinée à divertir Jean rappelle l'imagination délirante de Turcanu, initiateur du procès de rééducation dans la prison Pitesti de Roumanie, dont la figure est évoquée par V. Ierunca:

Turcanu [...] se déchaînait tout particulièrement contre les étudiants croyants qui refusaient de renier Dieu [...]. Quant aux séminaristes, Turcanu les obligeait à officier dans les messes noires qu'il mettait en scène, surtout pendant la semaine sainte le soir de Pâques. Certains faisaient les chantres, les autres les prêtres. Le texte de la liturgie de Turcanu était évidemment pornographique, il paraphrasait de manière démoniaque l'original⁵⁷.

Cette correspondance entre le personnage de Ionesco et le tortionnaire fameux pour sa folie meurtrière, vient souligner la critique de l'écrivain à l'adresse des abus d'un régime dictatorial dans lequel le rôle de la langue est perverti. Le langage n'est plus le moyen par lequel les hommes appartenant à la même communauté se comprennent, mais un instrument de torture psychologique. La langue, trésor des mots, destinée à transmettre les pensées par la voix, est tournée en dérision, réduite aux stéréotypes, employée pour donner des ordres, pour obliger l'être humain à renier ses croyances afin d'obtenir en revanche un peu de nourriture.

Le thème de la folie de l'éducateur a été déjà traité dans *La Leçon*, où le discours du professeur n'est plus une forme de savoir à transmettre à l'élève, mais le véhicule d'une idéologie totalitaire. Le rapport traditionnel maître/disciple prend la forme d'une relation avilissante semblable à celle qui s'instaure entre le maître et son esclave, ou encore entre le tortionnaire et son prisonnier. Les propos dénués de sens, illogiques, du Professeur, qui ont un grand pouvoir de fascination sur la jeune élève, rappellent la volonté de puissance de tout dictateur ainsi que la soumission des masses qui l'écoutent comme sous l'effet d'un charme.

⁵⁵ E. Ionesco, *La Soif et la faim*, pp. 880-886.

⁵⁶ *idem*, p. 881.

⁵⁷ V. Ierunca, *Pitesti: Laboratoire concentrationnaire (1949-1952)*, trad. du roumain par A. Paruit, Paris, Michalon, 1996, pp. 60-61. Voir également S. Courtois et autres, *Le Livre noir du communisme*, p. 456-458.

Ainsi que la critique littéraire et dramatique l'a remarqué, le protagoniste de la pièce est celui qui séduit l'autre par l'intermédiaire d'un langage dépourvu de contenu et manipulateur. C. Comorovski souligne que les phrases sans référent prononcées par le Professeur rappellent la langue de bois des idéologues⁵⁸. C. Abastado voit dans les propos du Professeur «l'instrument de la tyrannie»⁵⁹. Rappelons qu'à la fin de la pièce, après l'assassinat de l'élève (la quarantième victime durant une seule journée), la bonne donne au Professeur «un brassard portant un insigne, peut-être le svastika nazi»⁶⁰. Aux yeux de la Bonne, son maître peut accomplir des meurtres, sans avoir de remords, tant qu'il agit sous la couverture d'une idéologie totalitaire.

En conclusion, on peut dire que, dans toutes les pièces étudiées, la parole ensorçèle, séduit, car elle n'est plus un instrument de la connaissance, mais un outil dont on se sert pour faire du mal, pour éliminer son prochain. Le dialogue s'écarte de sa fonction de base, celle de mener l'esprit vers la raison, pour devenir l'expression même de l'irrationalité, de la violence, du mensonge. Les paroles des différents personnages qui jouent les rôles des rhinocéros, de l'architecte au service du pouvoir politique, du politicien manipulateur, de l'agent de ville, de l'éducateur "inventif" et du professeur tyran sont aliénantes, car éloignées de la vérité. Cette critique du langage proposée par Ionesco reste très actuelle, car aujourd'hui le combat pour la parole porteuse de sens se poursuit. Beaucoup d'auteurs mettent leurs plumes au service de la reconquête de la dignité de l'homme par le dialogue, au sens de discussion, argumentation, négociation. On propose le dialogue social, le dialogue inter-religieux, le dialogue des cultures comme solutions aux différents types de conflit dans le monde entier.

⁵⁸ C. Comorovski «Lecture du théâtre d'Eugène Ionesco sous le jour des écrits de Mircea Eliade», in *Recherches sur l'imaginaire*, Angers, Cahier XVIII, 1988, p. 100.

⁵⁹ C. Abastado, *Ionesco*, op. cit. p. 71.

⁶⁰ Ionesco, *La Leçon*, p. 74.

DESIGN PRINCIPLES AND THEORY: THE PRIMORDIAL LANGUAGE OF VISUAL EXPRESSION

ANGELA PATTON*

In 2000, among the theater of politics and stage of world events, “The Rebirth of Design” was featured on the cover of Time Magazine, delivering a potable message - “Function is out. Form is in.” In a made-for-marketing sound bite, reminiscent of Twentieth Century art and architecture manifestos, the mantra of modernism was recast and the time-worn debate between form and function tipped left after a century of patriarchal reign.

Derived from a misconstrued tale about the dictate of function, this often cited precept is credited to the architect, Louis Sullivan who wrote in an 1896 essay, *The Tall Office Building Artistically Considered*, “Form ever follows function” (Sullivan 208). Taken at face value, this dictum supports a contention that usefulness trumps beauty. But it was not Sullivan’s intent to give fodder to doctrinaires and set a course for the plod of practicality at the expense of artistry. On the contrary, Sullivan argued that the anatomy of a tall building was born from “the force and power of altitude” (Sullivan 206) not persnickety details of use. According to Sullivan, it is the “proud and soaring” (Sullivan 206) aesthetic of modernism that conceived the skyscraper. To Sullivan, aesthetic motivation *is* the serviceable basis of form, hence form follows function. In full setting, form is symbolic not subordinate.

While contention between form and function may seem mundane in a world of colliding ideologies, the rasp between matter and meaning is fundamentally catalytic to the human enterprise. It is this rub, this incessant grinding that is the impulse of contemplation and creation. As Eckhart explains, “If the soul could have know God without the world, the world would never have been created” (Weber 17). In a similar way, Pythagoras reasoned that the purpose of experiencing life through finite means is to discover “how this finite could contain intrinsically a power to express the infinite” (Lawlor 25). How design provides the communicative means to acquaint form and function, and in the process broadcasts the infinite into the finite world of matter is the subject of this essay.

Sitting at the apex of the art education triad - design, history, drawing, - design is an aggregate of vision, memory, and expressive means. In other words, it draws from the past, shapes the future, and is “emphatically not an end in itself” (de Saumarez 12). Design is a muscular word derived from *designate*, which

* Associate professor, School of Art, University of Houston

means “to sign or to mark.” Therefore, buried in its DNA is a predisposition to communicate. Although a visual dialect, design is a ubiquitous term that transcends the confines of art and architecture.

We design cars, conferences, and countries as well as the panache of Prada. The advent of technology and its most renowned artifact, the World Wide Web, has spawned a parallel age of design consciousness. Fonts are free, art is clipable, and templates guide the aesthetically challenged. Under these circumstances, Victor Papenek’s 1974 edict, “All men are designers” (Papenek 23) could not be truer. But rather than prophesize the rise of design awareness in consumer culture, Papenek’s pronouncement is exactly the opposite. His intent is not to define design in the context of timeliness or trend but rather that which is timeless. According to Papenek, design is “the primary underlying matrix of life,” (Papenek 230) which positions it at the threshold of existence.

As the universe is “everywhere and everywhen” (Fuller 2) and at the same time “manifests an extraordinary aggregate of generalized principles, none of which contradict one another” (Fuller 3) we must conclude that design is both omnipresent and intelligent. It is found in the bleach of day and ink of night, the drone of dusk and the aria of first light. Design is the glue of galaxies and fervent flight of quarks. In all realms, seen and unseen, known and unknown, ordered and disordered, natural and man-made the imperative of design is present in both force and form, linking mind and matter. This degree of preexistence gives *a priori* status to design, entering an archetypal realm that constitutes what Jung describes as a “common psychic substrate” (Jung, Archetypes 4) existing “before and beyond... space-time bound ego” (Zabriskie XXXII).

Jung clarifies the term archetypal as “psychic contents which have not been submitted to conscious elaboration” (Jung Archetypes 5). From a reductivist standpoint, one might envision primordial images as rudimentary markings -- point, line, plane or circle, square, triangle. While primitive in nature and the basis of subsequent complexity and meaning, these constructs have undoubtedly passed through the conscious mind, therefore, failing Jung’s criterion. As Jung explains “archetypes are not structures but ““habitual currents of psychic energy.”” (Zabriskie XXXII). From this perspective, it would seem that any imaginable image falls outside the archetypal realm. And yet, Jung’s choice of words is not arbitrary.

He concedes the “finitude of human imagining” not in a sense of obstacle or limitation but as a necessary means to synthesize “inner and outer worlds.” He describes this process as a “preeminently creative activity” (Kugler 17). Jung’s reasoning clarifies why art is a primal force in human evolution. It may seem contradictory that finitude is an agent of the infinite, but for something to be felt it first needs skin.

Skin is both opaque and porous, a permeable boundary; skin breathes in and sweats out. In an analogous way, the conscious mind is a diaphanous membrane that absorbs, filters, and decodes the unconscious. Just as skin is laced

with nerves and vessels, the psyche is a network that links the inner and outer self. This circuitry is hardwired to the mind's eye.

Imagination is the nerve that quivers, amplifying the mute of silence to the decibel of sound. Fantasy is like a jester playfully heralding the king; yet, it is the sovereign birthright of the unconscious that commands. As author Wendell Berry explains, "No product can be the equal of its source. The source is infinite the product finite" (Berry 82). According to Jung, the artist "fancies he is swimming but in reality an unseen current sweeps him along." This analogy suggests that further upstream is a reservoir of power generating enough thrust to propel the conscious mind. The architect, Louis Kahn defines this primal push as rapture.

As Kahn explains, "When the world was an ooze without shape or direction, there must have been this force of Joy that prevailed everywhere... reaching out to express" (Lobell 6). Joy may seem an odd descriptor in the context of cosmic creation but as a state of elation, joy has the right dynamic – expansiveness.

The Latin origin of create is *creare* -- to bring forth. For something to be brought forth, it must first be fully poised at a brink of overflow. The psychologist, Mihaly Csikszentmihalyi explains that optimal states of awareness, as experienced during creative peaks, are distinguished by well-ordered consciousness -- thoughts, feelings, and senses working in tandem. He has coined this process *flow* to describe instances when psychic energy moves "effortlessly" (Csikszentmihalyi 39) without bump or bruise, discord or divergence, no impediment, no complication, no friction, just consciousness riding the wake of Self. Experiences of this magnitude are uncontainable and like potent perfume, linger.

Endurance suggests that something more than existence seeps through in the act of creation. According to Kahn, "The more deeply something is engaged in the immeasurable, the more deeply it has this lasting value" (Lobell 10). The immutable must be drawn in, held, and expelled slowly into the world of atmosphere where it disseminates into consciousness.

How wholeness begets multiplicity and at the same time remains autonomous is a factor of the "mysterious passage of one to two" (Lawlor 23). As diagrammed by ancient geometers, the primary division of oneness begins with two uneven segments. This is the case because difference is the impetus for "progression and extension" (Lawlor 47). In contrast, symmetry or sameness is static with no dynamic means to spawn further action.

The process of dividing one into two is further nuanced by the fact that it is done in the context of the whole.

In the realm of human psychology, it is ego or individuality distinguished by a bifurcated system of rational and intuitive processing that provides the necessary difference. To diffuse the unconscious into the conscious realm requires mediation, as evidenced by the conciliatory efforts of artistic endeavors. Works of art display endless variations of form, content, and insight, and yet, share a common objective – giving voice to the Absolute.

This phenomenon makes sense when we consider that the act of making is filtered through the conscious mind, the “personal and private side of psychic life” (Jung Archetypes 4). And while, the personal adds tweaks and twangs of shade and tone, it is the resolute presence of the unconscious that stirs viewers. From this platform, artists “summon a voice that is stronger than their own.” Jung explains:

Whoever speaks in primordial images speaks with a thousand voices; he enthalls and overpowers, while at the same time he lifts the idea he is seeking to express out of the occasional and the transitory into the realm of the ever enduring. He transmutes his personal destiny into the destiny of mankind (Jung Spirit 82).

Jung concludes, “That is the secret of great art” (Jung Spirit 82). From this, we gather that art is a reconciler of brevity and perpetuity; it intones the unconscious in the chorus of creation. To harmonize extremes, however, requires means and method.

Words alone grow taut and frail in attempts to un-riddle how the world can fit “in a grain of sand.” We rely on the prowess of poets to navigate the murk of the unconscious, panning for a glint of gold. Sieving silence for sound, a poet returns with a mouth of metaphor and similitude. We concede the limitations of the rational mind and its inability to read the Braille of the unseen. As the Nobel Laureate, Wolfgang Pauli explains, transmissions from the archetypal realm “are not thought, but beheld... pictorially” (Chandrasekhar 67).

When we visualize, impressions “levitate from the unconscious to the surface mind” (Huntley 17) transforming the undetectable into the perceivable. Like any language, visualization has semantic structure. Strokes and marks enunciate length and breadth, reduce to point, expand to shape and form, or collapse to “volume zero” (Lawlor 4). To express, however, lines need aesthetic value.

Aesthetics is best understood in the context of its opposite – anesthetic, which means without feeling (Tuan 1). Aesthetic experiences are those that wet the tongue and blush the skin. Seduction is an act of perceptual cognition. To perceive is “to seize” directly through the senses. The faculty for registering sensation is emotion; and, emotion literally means “to move.” This dynamic explains a tendency to palpitate in the presence of the sublime.

As Plato describes, “The soul is awestricken and shudders at the sight of the beautiful” (Chandrasekhar 66). More than fleeting gratification or raw body reaction, aesthetic experiences feel like “something is evoked that was not imparted by the senses” (Chandrasekhar 66). Plato characterizes this added factor as something that “has always been, laid down in the deeply unconscious region” (Chandrasekhar 66). This sense of recall and recognition is described in Le Corbusier’s 1927 treatise on modern architecture. Corbu writes:

We say that a face is handsome when the precision of the modeling and the disposition of the features reveal proportions which we feel to be harmonious because they arouse, deep within us and beyond our senses, a resonance, a sort of soundboard

which begins to vibrate an indefinable trace of the Absolute which lies in the depth of our being. This sounding-board is our criterion of harmony... the axis on which man is organized in perfect accord with nature and probably with the universe... this axis leads us to assume a unity of conduct and to admit a single will behind it (Corbusier 187,192).

Like Plato, Le Corbusier's analysis places emphasis on circuitry, beauty's link between physical and metaphysical. But more than conduit, beauty is core, the synthesizer of inner and outer worlds. On the way to equilibrium, however, beauty fluctuates. Once again, the concept of difference is primal in the context of creation.

In mathematical terms, ratio is "a measure of difference," (Lawlor 44) whereas proportion is more complex; it is an analogy built from ratio. In both instances, relative amounts represent fractions or divisions that can combine in harmonic ways to create a whole. In the case of beauty, it is a constant play of difference, of infinite combinations that when struck just right achieve a state of balance leading back to Oneness. So profound and pervasive is this phenomenon, that ancient Greeks ordained it divine. Ratio, proportion, and harmony are vernaculars of geometry, the basis of design.

Most commonly associated with a system of deductive reasoning, geometry did not initially develop as:

Intellectual definitions or abstractions but instead a meditation upon a metaphysical unity, an attempt to symbolize visually and contemplate the pure formal order which springs forth from incomprehensible Oneness" (Lawlor 16).

To Platonists geometry is, "knowledge innate in us, acquired before birth when our souls were in contact with the realm of ideal being" (Lawlor 9). This is consistent with geometry's objective of spatial inquiry. As space represents nothing and everything, a container and the contained, it is an ideal medium for exploring the formlessness of infinity.

And yet, Geometry literally means "measure of the Earth" (Lawlor 6). Measurement denotes precision and exactitude, suggesting boundaries and limitations. Side by side, space and specificity seem contradictory. But it is precisely this paradox that enables geometry to mediate between realities.

Under the scalpel of science and dictum of religious dogma, geometry was dismembered from its metaphysical roots, taking refuge in the mystical, (e.g., Freemasonry, alchemy, guilds, secret fraternities) (Howell 9). Sanitized by the rational mind, geometry became "a tool for design" visually mimed through matter. (Howell 9).

Geometry, however, could not be entirely bleached of its original hue because it was never simply soaked in sacred. Rather, its existence is due to circumstances that caused the physical and the metaphysical to weave together as warp and weft, ordinate and abscissa, ether and Earth. This is the lexicon that design references.

We may debate the veracity of theories and abstract thought forms but we undeniably resonate with the direct revelations of aesthetic experiences that serve to synthesize mind and matter. As Jung explains, “the inner and outer worlds of an individual come together in psychic images, giving the person a vital sense of the living connection between both worlds” (Kugler 79). Jung cites fantasy as “the bridge” (Kugler 79).

In the haze of unrestricted reality, where ideas are free to hop, skip, and jump, roam indiscriminately, change at will, scream, shout, and sigh affectionately, the unconscious steps forth and breathes its first breath of life. To transform breath to voice, however, requires a primer of language.

Through its geometrical and aesthetic foundation, design is the genetic code of matter and manifestation, a means to objectify, a division of one to two; at the same time, it has authority to unite human psyche with the “pulsing rhythm of eternal life” (Saarinen 17) thus transcending the very state that it brings into being. Design is, therefore, separative and unifying, a link between “the most concrete (form and measure) and the most abstract realms of thought” (Lawlor 14).

Reality is a continuous loop of oneness and difference, infinity and finitude, function and form. This eternal dynamic is the primordial play of existence – the language of design.

REFERENCES

- Berry Wendell. “Notes: Unspecializing Poetry.” *Standing by Words: Essays by Wendell Berry*. Washington D.C., Shoemaker & Hoard, 1983.
- Chandrasekhar, S. *Truth and Beauty: Aesthetic Motivations in Science*. Chicago: The University of Chicago press, 1987.
- Csikszentmihalyi, Mihaly. *Flow: The Psychology of Optimal Experience*. New York: HarperPerennial, 1991.
- de Saumarez, Maurice. *Basic Design: The Dynamics of Visual Form*. New York: D. Van Nostrand Co., 1964.
- Fuller, Buckminster. Introduction. *Design for the Real World*. By Victor Papanek. Toronto: Bantam Books, 1973.
- Howell, Alice O. *The Web in the Sea: Jung, Sophia, and the Geometry of Soul*. Wheaton, IL. Quest Books, 1993.
- Huntely, H.E. *The Divine Proportion: A Study in Mathematical Beauty*. New York: Dover Publications, 1970.

- Jung, Carl. *The Spirit in Man, Art, and Literature*. Trans. R.F.C. Hull. Eds. Hebert Read, Michael Fordham. The Collected Works of Carl Young Volume 15. New Jersey: Princeton University Press, 1966.
- Jung, Carl. *The Archetypes and the Collective Unconscious*. Trans. R.F.C. Hull. The Collected Works of Carl Young Volume 9, Part 1. New Jersey: Princeton University Press, 1969.
- Kugler, Paul. *The Alchemy of Discourse: Image, Sound, and Psyche*. Canada: Daimon Verlag, 2002. Rpt of *The Alchemy of Discourse*. Associated University Presses. 1982.
- Lawlor, Robert. *Sacred Geometry*. London: Thames and Hudson, 1982.
- Le Corbusier. *Towards a New Architecture*. Trans. Frederick Etchells. 1927. New York: Holt, Rinehart, and Winston, 1960.
- Lobell, John. *Between Silence and Light: Spirit in the Architecture of Louis I. Kahn*. Ed. John Lobell. Boston: Shambhala, 1979.
- Papanek, Victor. *Design for the Real World*. Toronto: Bantam Books. 1973.
- Saarinen, Eliel. *The Search for Form in Art and Architecture*. New York: Dover Publications, 1985. Rpt. of *Search for Form: A Fundamental Approach to Art*. 1947.
- Sullivan H. Louis. *Kindergarten Chats and other writings*. 1918. New York: Wittenborn, Art Books, 1947.
- Tuan, Yi-Fu. *Passing Strange and Wonderful: Aesthetics, Nature, and Culture*. New York: Kodansha America, 1995.
- Weber, Renee. *Dialogues with Scientists and Sages: The Search for Unity*. London: Routledge & Kegan Paul, 1986.
- Zabriskie, Beverley. Introduction. *Atom and Archetype: The Pauli Jung Letters 1932-1958*. Trans. David Roscoe. Ed. C. A. Meier. New Jersey: Princeton University Press, 2001. Rpt. of Wolfgang Pauli and C.G. Jung – Ein Briefwechsel, 1932-1958, 1992.

THE ECONOMIC AND BUSINESS JOURNALISM

ELENA ABRUDAN*

The economic, financial and banking activities represent many events that have an important impact upon society. Mentioning the practical aspects, we may say that almost every newspaper, apart of its style, contains at least one page about the business dynamism, exchange market, different transactions. These pages may contain news, comments, analysis, and interpretations about the economic domain. The usual news and analysis, which want to present, to describe and to explain the new tendencies in industry, investment dynamics, macro-economic equilibrium are to be found in special newspapers and magazines (**Financial Time**, **Capital**, **Ziarul Financiar (Financial Newspaper)**, **e-Finance...**). Other aspects, which explain the strategical relations with international financial organizations (FMI, Banca Mondiala in the Romanian case) and the stability of currency may be also found in these publications.

This type of journalism is addressed not only to the specialists or experts in the given domain, but also to any interested reader, who desires to be informed about the evolution of certain problems that affects the work market, about buying power and about the social insurance systems. In this case, the journalist must possess certain knowledge about the domain and must be able of translating the special language in an accessible one. He must also describe correctly and clearly the rules and phenomenon in an attractive manner. This performance is more difficult to achieve in such a young society as the Romanian one that entered relatively soon the market economy. Taking into account that everything is new, even the profession of the journalist is in the search of a professional identity, these aspects are not easy to achieve. Another difficulty in achieving excellence in this area is due to the fact that the economic and financial journalism is strongly connected with the political one, being given the fact that the reality is characterized by the same interference.

In such cases, the journalists investigate the following aspects: the business type; the result of the negotiations; contracts and its conditions; bank management; currency evolution; investments; markets; production – publicity – sale; economic dependence; international financial institutions; stock-exchange quotation; dynamics of inflation. Some other aspects have to be taken into account: gross; production versus consumption; export-import balance; personnel dynamics;

* Doctor in Philology, at Babes-Bolyai University, Faculty of Political, Administrative and Communication Sciences, Department of Journalism, Cluj-Napoca, member of The Writers Association from Romania. abrudanelena@yahoo.com

spectacular transactions; financial crisis; ample vindictive movements and the consequences in the financial business plan; tendencies; experts and their attitudes, reactions, remarks and explanations; scandals that refer to corruption, contraband, fiscal evasion and any kind of embezzlement.

Another aspect of the special journalism consists in the interference of money in the media activity.

The transparency of the press capital is one of the main preoccupations of the journalists' organizations. For this purpose, the old structures have united quickly in media groups, integrating print and publicity activities (as that of Robert Hersant before 1984), then in multi-media groups (Hersant extended the activity in radio and TV areas; Hachette extended the activity in TV and book areas), then uniting in different groups apart from press (Bouygues, Matra) and, more recently, in international empires (Robert Maxwell, Rupert Murdoch, Silvio Berlusconi, Bertelsmann, etc.). Media become out of reach for common businessmen, because of the high level of investment, as media has turned into a branch of economic activity, where the benefits speak for themselves. Press has been always dependent to its market, writing for the exigencies of the target public and obtaining its legitimacy in its contribution for the public space, pretending to respond to the public interest of information and of ideas' circulation. Moreover, nowadays the press has entered the space of economic interests.

Financing publicity is another aspect of the ratio journalism/money. Emile de Girardin established a principle that functions even nowadays: a bigger circulation attracts more publicity income, fact that permits a lower price and more readers. This situation justifies a bigger circulation, which attracts more people for publicity. They usually desire to use the space for publicity or want the information to be printed in the editorial pages without the warning of *publicity* or *advertising*.

Another usual form of publicity is the publication of on order articles, with payment for the space and the special writing of this type of publicity, taking into account the notoriousness of the signatures for journalists, photographs, model makers and the net benefit of the publication. These articles are filtered in the prestigious magazines or in the related press (for women, sport, and auto and entertainment publications). The financial press also contains this form of publicity, more or less masked. The case of the businessman paying publicity is well-known even in the supplement of important economic publications.

Another concern of this demarche is to mention and comment upon another type of articles that are, at least theoretically speaking, more independent. This is the case of operations lead by publicity service, being in agreement with the editorial office that are in search of potentially interested in publicity people or companies in order to alternate the publicity spaces and articles. This searching includes different criterion: a large thematic spectrum, activity domain, region, country, profession. The obvious fact is that although these articles cannot be considered publicity, they cannot be considered critical either. The publications that use *publicity files* negotiate its editorial credibility to attract more potential clients.

It is for the same purpose that the publications edit supplements about a certain country, region, industry or a certain activity domain: architecture, building, banks, and tourism. These articles follow and respond the market tendencies and requests, trying to balance objectivity and lack of dispute. This is the case of self-censorship; the journalists that contribute to these supplements accept from the very beginning to have a gentle tone, without pointing out the negative aspects with a critical tone. It is worth mentioning that this kind of publicity is more successful and has more credibility than the traditional one, contributing, at the same time, to the financial support of the publication.

Therefore, the newspapers and magazines, which have weekly or monthly supplements, enjoy a certain independence and editorial credibility. Meanwhile, these publications may focus on the objectivity and special language for its news, analysis and comments. On the other hand, the supplements' language has to be accessible for non-competent readers interested in special information, this being the main preoccupation of these additional editorials. The fact that these supplements are free, very attractive and are distributed only for subscribers create a constant number of readers and the enlargement of this number and, thus, a bigger circulation and a bigger attraction for more potential clients interested in publicity.

For example, **eFinance** has a *Health supplement, banking, financial and electronic one (Supliment de sănătate, banking, finanțe și electronic)*. Other magazines have independent supplements: **Capital** has the following supplements – *Gadget* and *După afaceri (After business)*; **Tribuna economica (The Economic Tribune)** – *Finanțe, bănci, asigurări (Finance, Banks, Insurance)*; **ZIARUL FINANCIAR (THE FINANCIAL NEWSPAPER)** has the following supplements – *BUSINESS magazin (BUSINESS shop)*, *Descoperă (Discover)*, *go4it*, *ProMotor*; **Săptămâna financiară (The Financial Week)** – *Cum să trăiești bine! (How to live well!)*, *Supliment de life&style (Life&Style Supplement)*; **Piața financiară (The Financial Market)** – supplements with different themes: *Instrumente de plată fără numerar (Paying Instrumenst without Coin)*, etc.

This possibility of financing the newspapers and magazines allow them to focus their attention upon domains that are usually budget financed. For example, *Ziarul financiar (The Financial Newspaper)* has a supplement *Ziarul de duminică (The Sunday Newspaper)*, which reflects the dynamics of the Romanian cultural life. More and more independent special magazines appear that are concerned with the topical aspects of the economic life, this being the motivation offered to the readers. In this case, we may mention **Biz**, the new magazine of the business tendencies. The development of the industrial and civil constructions has also lead to the appearance of new magazines that offer information regarding the sale-buying offers and rent offers of real estate agencies or of natural persons, offers with many images. These special offers may be associated with the offers of the financing or crediting companies and of the banks. An example may be **Oferte imobiliare în imagini (Image Real Estate Offers)** that appears in Cluj-Napoca.

Other magazines offer information about the new construction materials and sanitary objects. Others inform about the new used methods in the construction and finishing public or private buildings.

Some other magazines are specialized in architecture and interior design, offering solutions for redecorating the houses and apartments or projects for new houses. Some of them use a special language - *Igloo, Arhitext, Design, ideal décor, Décor style*, but the others use an accessible language, having more images for illustrating the text – *Domus, Casa mea (My House), Casa lux*, etc. It is obvious that the latter ones are less valuable, taking into account the offered information for the readers.

Another aspect that is worth taking into account is the ratio text/image or, more exactly, *advertising/publicity*.

We may point out the fact that in the mentioned supplements a greater importance has the informing material that describes, explains everything or as much as possible about a company, a product or the offered services of a company or of a business group. This matter may be explained by the fact that the young Romanian economic market needs brands for being efficient, and publicity is used for creating new brands or re-creating the old ones. The publicity materials used by PR specialists for creating a brand are more successful than the advertising materials. Therefore, for creating a brand the publicity is used, and advertising is used for its maintenance and improvement.

This is the reason for which the publicity materials from newspapers and magazines that contribute to the brand creation are not in conflict, as they present the company, the business, the product, and the services in a way that confer a positive connotation to the brand.

The messages that accompany the image of a product and state that it is the best have a credibility problem. It may seem partial, unilateral, egoist and company directed. The low success of many products may be explained in this way, no matter how creative was the advertising; the products have to be preceded by a publicity company for gaining success.

Those who understood this aspect prefer the presentation of the product or of the company in the special magazines, in articles that have explanations for the readers about any aspect they should know about the product; for example, the brands Coca-Cola and Microsoft that use these publicity techniques. Any brand, no matter how big and powerful it may seem, needs PR for establishing its credibility or changing its position. If only advertising is used, the perception of the product or company will change slowly. Therefore, a new product needs a strong publicity campaign. The media battle should be won in the promotion of a product, which is similar to another one of a different company. Only then the company may proceed to an intense advertising campaign for strengthening the created image. The most important aspect in the beginning of a publicity campaign is finding the defining image for the new product: a country brand, a region brand, a business one or even a book brand. The better the idea, the more time the company may need for promoting it.

All these considerations concerning the importance of a publicity campaign lead to the defining outlines of the special journalism's importance, as, no matter what kind of newspapers and magazines edit these articles, the publicity materials have a language that process and edit specialized terminology, sometimes without processing it in the case of being accessible. Taking into the fact that the social life is more and more conditioned by economic exigencies, the intense usage of some special terms entered even the language of some readers, who are less informed or less competent. And those who create the publicity campaign, who fight in the media battle, are special journalists, those who have special preparation in the economic, financial and banking matters, following special courses and highlighting the dynamics of the Romanian economic life. As the beginning of this demarche shows, the performance and excellence in this domain is not easy to achieve, supposing continual preparation and a certain flair in discovering the ways of pointing out the values of a certain product, company, personality and, finally, contributing to the creation of a credible image.

REFERENCES

- M. PALMER, D.RUELLAN, *Jurnaliștii. Vedete, scribi sau conțopiști*. Traducere din limba franceză de Carmen Ionescu. București, Tritonic, 2002
- C. FL. POPESCU, *Manual de jurnalism*, vol. 2, București, Tritonic, 2004.
- AL RIES&LAURA RIES, *Căderea advertisingului și ascensiunea PR-ului*. Traducere de Liana Tomescu, București, BRANDBILDERSGROUP, 2005.

ANALIZA DISCURSULUI MEDIATIC

ANDREEA MOGOȘ

ABSTRACT. What one presents in the media as „reality” is, in fact, the product of a complex process of event selection and reframing. Many factors are responsible for this construction of the media reality. Among them, we only mention the subjective choices of the journalists and editors (information selection and framing, hierarchy based on news-values, wording) and the medium based constraints (format, number of characters for newspapers or duration for radio and TV, cut technique, graphic design, dead-line). The result is not a mirror of reality, but just a „picture in our head” or a *representation* of reality.

Ceea ce este prezentat de mass media drept „realitate” este produsul unui complex proces de selecție, de decupare și recadrare a evenimentelor, determinat în mare măsură fie de alegeri subiective ale jurnaliștilor și editorilor (selecția informațiilor, clasificarea acestora în funcție de valoarea lor informativă, alegerea cuvintelor relativ la sensul și încărcătura lor simbolică etc.), fie de constrângeri de ordin tehnic ale fiecărui mediu în parte (formatul publicației, presiunea termenului-limită de predare a materialului, numărul restrâns de caractere în presa scrisă, paginația sau durata strict determinată în audio-vizual, montajul, modalitățile de transmitere a mesajului etc.).

Interesul pentru modul în care instituțiile media își construiesc și își cultivă discursul a determinat o abordare interdisciplinară a fenomenului, care îmbină metodele sociologiei, psihologiei, lingvisticii și filosofiei.

În contextul cercetărilor discursului diverselor instituții media, este mai justificat să vorbim despre o *realitate jurnalistică*, care nu este întotdeauna o oglindă fidelă a realității materiale, ci, mai degrabă, este o *construcție* socială. În consecință, abordarea cea mai justificată a discursului mediatic este cea constructivistă, pornind de la premisa că știrea este o entitate fabricată, că „actualitatea” este rezultatul activității jurnaliștilor și a celorlați actori sociali din spațiul public.

Altheide (1978) avansează ideea că „știrea nu este evenimentul, ci doar o construcție simbolică a evenimentului [...], o reflectare a practicilor jurnalistice și a cadrului organizațional al instituțiilor media, dincolo de simpla reflectare a unei realități”¹.

¹ Altheide, David (1978). *Newsmakers and newsmakers: A study of news use*, Urban Life 7(3), p.359-378

Mesajul media se constituie dintr-o serie de procese de selectare, compunere, înregistrare și difuzare a informațiilor, simbolurilor și imaginilor.

Searle (1995) dezvoltă o teorie a realității sociale² care are la bază construcția socială, ancorată în realitatea materială. Există în paralel două realități: una fizică, independentă de reprezentările umane, și una socială, construită pornind de la cea materială. Faptele concrete au o „prioritate logică” asupra faptelor sociale, iar realitatea socială nu este totalmente distinctă de realitatea fizică și nici nu i se subordonează. În esență, există o singură realitate, constituită deopotrivă din faptele brute și faptele sociale.

Construcția discursului jurnalistic implică o serie de caracteristici ale realității jurnalistice: auto-construcția, caracterul social, antropocentric, simbolic și lingvistic.³ Realitatea jurnalistică e constituită în cea mai mare parte din reprezentări, informația nefiind într-o legătură directă cu o realitate dată, independentă de construcții. Reprezentările care constituie realitatea informativă se referă în general la grupuri, comunități și la ansamblul unei societăți, și mai puțin la indivizi, deci construcția jurnalistică are la bază o realitate socială. Cel mai adesea, realitatea jurnalistică este constituită din fapte care decurg din funcțiile pe care oamenii le atribuie fenomenelor sau obiectelor, funcții menite să servească interesul uman. Discursul media este articulat în jurul preocupărilor umane, informarea fiind o activitate antropocentrică. Informația se referă la evenimente politice, economice, culturale desfășurate în cadre structurale trasate și acceptate de către colectivitățile umane, deci este simbolică. Realitatea jurnalistică este discursivă, dată fiind importanța limbajului în dezvoltarea instituțiilor umane.

O definiție unidimensională a discursului mediatic se referă la acesta ca la discursul mijloacelor de comunicare în masă, al căror rol este “difuzarea de informații relative la evenimente care se produc în spațiu public”.⁴ Vom încerca să completăm această definiție prin stabilirea relațiilor dintre discursul mediatic și alte discursuri existente în societate.

Discursul mediatic nu este de sine stătător, el este alimentat de discursul politic și de cel social, între acestea stabilindu-se relații de interdiscursivitate. Interacțiunile dintre aceste discursuri se traduc prin diverse dispozitive enunțiative: categorizarea informației în secțiuni, rubrici sau suplimente de specialitate, citarea surselor în articole, acordarea unui spațiu de exprimare unor personalități din afara redacției publicației⁵.

² Searle, John (1995). *The Construction of Social Reality*, New York, Free Press, p.243

³ Gauthier, Gilles (2005). *La réalité du journalisme. Une exploration à partir de la philosophie de John Searle*, Communication et langages, p.150-181

⁴ Charaudeau, P. (1997). *Les discours d'information médiatique: la construction du miroir social*, Paris: Nathan - INA, coll. Médias Recherche, p.9

⁵ Ringoot, R. (2004), *Discours journalistique: analyser le discours de presse au prisme de la ligne éditoriale*, în Ringoot, R. et Demonttrond, P.R. (sous la direction). *L'analyse de discours*, Paris, Editions Apogée-Ireimar, p.94

Dar interdiscursivitatea nu se limitează doar la relația dintre discursul mediatic și cel politic sau social; apare și în interiorul unui ziar (între diferite secțiuni, între diferite rubrici), între diferite publicații sau între diverse instituții media. În consecință, *jurnalismul* poate fi definit ca un interdiscurs între cele trei instanțe implicate în discursul mediatic: jurnaliștii, sursele și publicul.

Pe de altă parte, știrea pune în scenă o relație între circumstanțele și contextul producției informației. Materialul de presă reflectă raportul stabilit între jurnalist și sursă și descrie actele „personajelor” la care face referință, această construcție presupunând existența unei *scene mediatică*.⁶

Activitatea jurnalistului, de a generaliza o activitate cognitivă familiară, este asemănătoare cu cea a omului obișnuit, de înțelegere a mediului înconjurător. Un rol central în clasificarea, interpretarea și organizarea experiențelor îl joacă așa-numitele *cadre*⁷, cu ajutorul cărora mass-media reprezintă realitatea lumii înconjurătoare. Cadrele ideologice în care apar materialele de presă determină constrângeri de ordin retoric, referențial, semantic, lexical precum și modalități specifice de argumentare, descriere, povestire sau convingere. Alegerea unor anumite strategii discursive duce la construcția sau reconstrucția unui anumit univers discursiv, a anumitor reprezentări convergente sau deviante, dependente de *genul* folosit (editorial, interviu, comentariu etc), de *suport* (o publicație față de altă publicație) și de *mediu* (scris sau audio-vizual).⁸ Din păcate, aceste distincții sunt cel mai adesea inoperante, pentru că uneori genul se poate impune în detrimentul cadrului ideologic sau al mediului de transmitere.

În schimb, *diagnosticul editorial*⁹ permite contextualizarea tratării unei informații în funcție de politica editorială a ziarului.

Deoarece discursul mediatic are propriile reguli, linia editorială este considerată un vector de coeziune a grupului profesional, precum și un instrument de producție care condiționează selecția informației și scriitura de presă, trimițând la noțiunea de *opinie*. De asemenea, respectarea și coerența politicii editoriale asigură identitatea publicației în contextul pieții media.

Trei axe majore permit diagnosticarea unei publicații din punct de vedere editorial: studiul modalităților de construcție a semnificației, determinate de *formatul* publicației, studiul *identităților enunțative* și *polifonia jurnalistică*.

⁶ Esquenazi, Jean-Pierre (2002). *L'écriture de l'actualité – Pour une sociologie du discours médiatique*, Presses Universitaires de Grenoble, Grenoble, p.68

⁷ conceptul de “cadre” este folosit aici cu sensul atribuit de Erwing Goffman (în *Les cadres de l'expérience*, Les éditions de minuit, Paris 1974).

⁸ Houdebine, A. M. (1988). *Elle parle français la presse écrite ou La belle au bois dormant des analyses de discours* en Charaudeau, P. (sous la direction de), *La Presse, Produit, Production, Réception*, Paris: Didier Erudition, p.132

⁹ Ringoot, R. (2004), *Discours journalistique: analyser le discours de presse au prisme de la ligne éditoriale*, în Ringoot, R. et Demontrond, P.R. (sous la direction). *L'analyse de discours*, Paris, Editions Apogée-Ireimar, p.88

Conceptul de **format** al publicației se traduce prin intermediul mai multor indicatori: *periodicitate* (cotidian, săptămânal, lunar etc.), *tip de informație* (generală sau specializată), *acoperire teritorială* (local, regional sau național), *format de tipărire* (broadsheet, tabloid, berlinez etc). Formatul este un element distinctiv, determinat de combinarea elementelor fizice (tip de hârtie, culoare, paginație) și a elementelor simbolice (istorie, cultură, tradiție, valori).

Un alt factor care contribuie la stabilirea identității este numărul de pagini și segmentarea acestora. Împărțirea ziarului în *secțiuni* (politic, intern, extern, sport, social, cultură etc.) este similară pentru majoritatea publicațiilor, însă spațiul ocupat și secvența după care acestea se înlănțuiesc sau se fragmentează diferă de la un ziar la altul. De asemenea, suplimentele specializate (financiar, timp liber ș.a.) sunt macro unități de lectură care au rolul de a reflecta linia editorială.

Elementele de *publicitate* întrețin o relație semantică cu materialele jurnalistice în proximitatea cărora se află. Această interacțiune dintre conținutul publicitar și cel informativ este mult mai evidentă în revistele săptămânale decât în cotidiene.

Relația *text-imagie* contribuie la construirea semnificației prin interacțiunea dintre text, fotografie, desen și infografie.

Totuși, pentru a degaja identitatea discursivă a unei publicații, o atenție deosebită trebuie acordată *primei și ultimei pagini*, precum și *rubricaturii*. Felul în care ziarul este împărțit pe rubrici poate oferi o imagine interesantă asupra variantei de organizare a lumii pe care o propune.

Alături de format, personalitatea unui ziar se afirmă și prin enunțurile sale, prin selecția și ierarhizarea informației, maniera de a trata subiectele, alegerea unghiului de abordare, a genului jurnalistic și personalitatea celui care semnează. Studiul atent al acestor parametri ai **identității enunțative** poate oferi informații importante despre orientarea publicației (care, în ciuda independenței la nivel declarativ, poate balansa spre stânga sau dreapta).

Polifonia jurnalistică este dată de prezența, alături de semnăturile redactorilor publicației, a „vociilor” din exterior, a personalităților și liderilor de opinie (scriitori, universitari, experți în diferite domenii). Asocierea unui nume de marcă cu o anumită orientare ideologică se va reflecta în mod evident și asupra publicației, pentru că, în acest caz, *ciné* spune este la fel de important cu *ce* spune.

Concluzie

Mass media construiește, prin intermediul discursului presei, o realitate jurnalistică, care nu este identică realității materiale, dar care își are originea în aceasta. Realitatea mediatică se constituie de-a lungul unor procese de selecție și recadrare a informațiilor.

Discursul mediatic nu este independent, el fiind în permanentă negociere, pe de o parte, cu alte discursuri din societate (politic, economic), pe de altă parte, cu discursurile altor instituții de presă.

O posibilă variantă de analiză a discursului mediatic și implicit a politicii editoriale urmate implică *diagnosticarea* la nivelul evaluării formatului publicației, identității discursive și a polifoniei jurnalistice.

REFERENCES

- Esquenazi, Jean-Pierre (2002). *L'écriture de l'actualité – Pour une sociologie du discours médiatique*, Presses Universitaires de Grenoble, Grenoble.
- Charaudeau, P. (1997). *Les discours d'information médiatique: la construction du miroir social*, Paris: Nathan - INA, coll. Médias Recherche.
- Gauthier, Gilles (2005). *La réalité du journalisme. Une exploration à partir de la philosophie de John Searle*, Communication et langages, p.150-181.
- Ringoot, R. (2004), *Discours journalistique: analyser le discours de presse au prisme de la ligne éditoriale*, în Ringoot, R. et Demontrond, P.R. (sous la direction). *L'analyse de discours*, Paris, Editions Apogée-Ireimar.
- Lippmann, Walter (1921), *Public Opinion*, Qading River, Long Island [EBook #6456, released in 2004].
- Searle, John (1995). *The Construction of Social Reality*, New York, Free Press.

FUNCTIILE LINGVISTICE ALE STILULUI JURNALISTIC

MIHAELA MURESAN

ABSTRACT. The study presents the main features of the journalistic style and the way the functions of the language are being activated in the frame of journalistic communication.

The study is analysing the matter of the functions of the journalistic language and is presenting how the main functions of the language are emphasised in the journalistic discourse.

Several concrete aspects of the journalistic discourse are being discussed, underlining the way how the sensational and the violence of language are being activated in the journalistic language.

0. ARGUMENT

Lucrarea prezintă caracteristicile principale ale stilului jurnalistic, precum și modalitatea în care funcțiile limbajului sunt activate în cadrul comunicării jurnaliste.

În cadrul acestei prezentări am detaliat problema funcțiilor limbajului jurnalistic, încercând o analiză și o prezentare a modului în care principalele funcții ale limbajului sunt activate în scriitura jurnalistică.

Făcând apel la cele șase funcții ale limbajului în procesul comunicării (propușe de Roman Jakobson), am prezentat principalele trăsături ale limbajului jurnalistic, pornind de la modelul de tratare a informației în jurnalism. Având în vedere faptul că principala condiție în cadrul comunicării jurnaliste constă în faptul că emițătorul trebuie să țină cont, în permanență, de persoana receptorului, am observat principalele caracteristici ale limbajului jurnalistic care duc la activarea *funcției fatice*. Alături de aceasta, am argumentat activarea altor două funcții în textul jurnalistic: *cea conativă* și *cea expresivă* și am etalat principalele aspecte ale limbajului jurnalistic care generează activarea acestor funcții.

Nu am insistat asupra funcțiilor poetică/estetică, referențială și metalingvistică, deoarece am considerat că, în cadrul textului jurnalistic, acestea nu au o pondere majoră. Mai mult, o parte componentă a tezei de doctorat va consta în această demonstrație/argumentare, plecând de la studiul unor specii jurnaliste consacrate. Premisa de bază a acestei demonstrații va consta în faptul că genurile jurnaliste contemporane (editorialul, reportajul, pamfletul), deși au ca trăsătură esențială atitudinea subiectivă a jurnalistului, nu exploatează deloc figurile de stil sau alte elemente specifice scriiturii beletristico – literare. Astfel, limbajul jurnalistic abordat devine un limbaj cu trăsături specifice, tot mai economic (cu multă informație transmisă în cât mai puține cuvinte), extrem de ușor de perceput și de asimilat (având o

construcție analitică, formată din șabloane consacrate și beneficiind de o lungime medie a textului), lipsit de figuri de stil, chiar prezentând o anumită duritate, o brutalitate deja consacrată.

Elementul subiectivității reporterului nu mai este generat de existența unor trăsături specifice stilului literar, ci este activat de *realismul scriiturii* (care are un caracter dinamic și folosește un limbaj comun și ușor de receptat), și/sau de alte caracteristici ale stilului abordat, cum ar fi: ironia sau umorul (adoptate în pamflet sau satiră) și modalitatea de prezentare a realității prin prisma trăirilor reporterului, deci alegerea unui unghi de abordare din care să se prezinte „povestea” (story-ul).

Toate aceste elemente care duc la configurarea unui nou tip de limbaj jurnalistic (care vizează exploatarea senzaționalului, atât prin selectarea evenimentelor care devin subiectul unor știri/editoriale/articole informative/reportaje, cât și prin tehnicile de limbaj abordate) asigură, în permanență, activarea funcției fatice, ca o condiție de bază a comunicării jurnalistice.

Prezenta lucrare atinge câteva aspecte concrete ale acestui nou tip de limbaj jurnalistic, subliniind modalitatea în care senzaționalul și violența de limbaj (ca trăsături ale scriiturii jurnalistice) devin mărci ale *funcției fatice*. În acest fel, se reușește, în comunicarea jurnalistică, obținerea feed-back-ului din partea publicului – receptor, fapt care generează detașarea stilului jurnalistic de celelalte stiluri și câștigarea unei independențe tot mai recunoscute.

1.0. COMUNICAREA ÎN TEXTUL JURNALISTIC/LIMBAJUL JURNALISTIC

Funcțiile limbajului în procesul comunicării au un rol esențial în activitatea jurnalistică. Aici, rolul important este exercitat doar de câteva din cele șase funcții lingvistice.

Ca vehicul al informației, *textul jurnalistic* apare sub tipar într-o publicație sau este difuzat în emisiuni radiofonice și televizate. El se încadrează între niște parametri clari, precum: codul grafic și structura ideologică ale ziarului, precum și un anumit model de alcătuire a programului unui post radio sau TV. Textul jurnalistic are două calități esențiale, fiind atât „o marfă”, cât și *informație proaspătă*.

Pentru îndeplinirea acestor trăsături ale textului jurnalistic, jurnalistul este obligat să respecte câteva condiții date de constrângerile interne, precum: transformarea unui eveniment în informație de presă, selectarea informației, crearea textului în sine și transmiterea lui într-o formă cât mai clară și mai elaborată pentru a putea fi receptat, înțeles și asimilat de către public. Așadar, jurnalistul poate fi receptat ca fiind un „comunicator” al societății.

1.1. TRĂSĂTURILE LIMBAJULUI JURNALISTIC

Literatura folosește conceptul de „comunicator” ca pe un sinonim pentru întreaga organizare a mediilor. Toate persoanele sau grupurile de persoane care

transmit unor receptori informații, opinii, chiar și divertisment, participă la procesul de mediere a publicului și devin, în acest fel, **comunicatori**.

Teoriile comunicării definesc conceptul de comunicator înțelegând prin acesta un cerc de persoane aflate în cadrul unor organizații ce produc conținuturi mass-media și care au posibilitatea de a influența aceste conținuturi. Capacitatea de influențare variază în funcție de poziția comunicatorilor. Variabilitatea este determinată de stabilirea atitudinii politice de bază a unui organ mass-media și trece prin posibilitatea de a prelua și retransmite un anumit conținut (de știri, al unei emisiuni, al unui film etc). De asemenea, variabilitatea trece prin procesul difuzării comunicaționale și printr-un anumit „subiectivism” sau punct de vedere al oricărui reporter, fotograf sau cameraman, care, în momentul elaborării mesajului, alege o anumită perspectivă, influențând, într-o mare măsură, calitatea informațională. În emisiunile televizate, capacitatea de influențare este dată și de reproducerea textelor prin crainici. Cu siguranță că posibilitatea influențării nu se limitează doar la domeniul pur al comunicării, ea fiind dată și de zona distribuțională. Spre exemplu, în presa scrisă anumite ziare au o zonă limitată de distribuție, iar în industria cinematografică firmele de distribuție fac o preselecție a filmelor difuzate.

O semnificație mai restrânsă decât termenul de „comunicator” îl are termenul de „**jurnalism**”, însă literatura de specialitate manifestă divergențe asupra acestui termen. Astfel, prin **jurnalism** se înțelege meseria de bază sau secundară a unor persoane care se ocupă de colectarea, evaluarea, verificarea și transmiterea de informații sau de comentarea unor evenimente de actualitate. Cu toate că aspectul divertismentului este exclus din această definiție, el nu este încă eludat de unii autori. Aceștia definesc jurnalismul ca pe o activitate de bază a unor persoane care adună, verifică, selectează, prelucrează informația și transmit știri, comentarii sau chiar subiecte de divertisment prin mass-media.

Prin **jurnaliști** se înțelege acea categorie alcătuită din toți colaboratorii mass-media care au ca meserie de bază sau secundară colectarea, prelucrarea, verificarea și comentarea de informații sau de divertisment.

Textul jurnalistic este rezultatul activității jurnalistului; el apare în forma sa finală, în urma activității de adunare, de selecție, de ierarhizare și de condensare a informației. Așadar, textul jurnalistic nu oferă informația brută în procesul de comunicare, deoarece aceasta este „filtrată”, „tratată” de către jurnalist astfel încât să corespundă cerințelor publicului.

Deși a fost contestat, stilul jurnalistic reprezintă stilul care a avut o evoluție spectaculoasă, cu un ritm de schimbare accelerat, în comparație cu celelalte stiluri. Explicația poate fi găsită în faptul că presa constituie „un veritabil laborator, în care se experimentează și se verifică inovațiile lingvistice, adică împrumuturile și cuvintele derivate sau compuse pe teren românesc” (Bogdan-Dascălu 2006:31).

Astfel, o mare parte a neologismelor care nu sunt de strictă specialitate au pătruns în limbă prin intermediul presei. Mass-media este cea care prezintă realitatea într-un mod cât mai fidel, apelând la folosirea unui limbaj care ne reprezintă, fiind atât

de cunoscut și ușor de perceput. Limbajul adoptat de presă este unul care se caracterizează printr-o invazie masivă de anglicisme, dintre care unele sunt adaptate atât grafic, cât și fonetic. Invazia anglicismelor reprezintă un curent lingvistic care este impus atât de necesitate, cât și de modă (Cesereanu, coord, 2003:5).

În același timp, limbajul jurnalistic poate reprezenta o veritabilă tehnică de „sondare a pieții lingvistice”, deoarece este extrem de concludent, cu manifestări dinamice și variate, având o mare receptivitate în ceea ce privește inovația lingvistică (corectă sau incorectă) (Gruică 2006:9). Mai mult, prin limbajul jurnalistic, toate noutățile lingvistice câștigă prestigiu, fiind folosite atât de des, unele chiar dacă nu sunt acceptate de normă.

Textul jurnalistic se deosebește de cel literar datorită faptului că nu abordează criteriul ficționalității (Preda 2006:18). Cu alte cuvinte, scriitura jurnalistică trebuie să aibă un caracter clar, concis, credibil, care este generat de rigori specifice precum: noutatea informației care devine subiect de știre, veridicitatea (verosimilitatea), verificarea informației, gradul ridicat de interes al publicului-receptor.

Din această perspectivă, trăsăturile esențiale ale limbajului jurnalistic pot fi prezentate, după cum urmează:

- complexitate redusă, lizibilitate maximă;
- credibilitate, concizie, claritate;
- propoziții/fraze scurte;
- lipsa figurilor de stil, a gerunziilor, a înșiruirilor genitive;
- reducerea până la dispariție a elementelor de subiectivism;
- folosirea unor cuvinte-cheie, cu impact puternic asupra publicului receptor;
- saturarea contextuală, generată de existența răspunsurilor la elementarele întrebări: *Cine? Ce? Când? Unde? Cum? De ce?*

1.2. MODELUL DE TRATARE A INFORMAȚIEI ÎN JURNALISM

Sociologul Abraham Moles definește informația ca fiind „cantitatea de originalitate, de imprevizibil pe care o aduce un mesaj” (Roșca 1997:47). Procesul de filtrare a informațiilor nu este unul întâmplător, ci ține de *natura informației* selectate, a *canalului* de transmisie (presa scrisă, radio, TV) și de *tipul de text* (gen jurnalistic) pe care jurnalistul are intenția să-l realizeze (știre, reportaj, anchetă, interviu, comentariu). Albert Kientz oferă un model general de tratare a informației în presa tipărită, utilizând drept criteriu de analiză a filtrării informației următoarele:

1. originalitatea mesajului;
2. gradul de inteligibilitate a acestuia;
3. gradul de implicare a publicului;
4. profunzimea psihologică a informației transmise (Roșca 1997:47).

În practica jurnalistică, originalitatea mesajului este cea care face ca interesul publicului să se focalizeze doar pe acele evenimente care conțin informații noi, de actualitate, neașteptate, neobișnuite, care trimit la schimbări în raport cu o anumită tradiție care se impune în societate. Odată stabilită originalitatea mesajului, toate

informațiile care alcătuiesc evenimentul se introduc în text în relație cu ceea ce este nou, original, inedit în mesaj. Informațiile care descriu evenimentul vor fi adunate în raport cu originalitatea informației. Astfel, dacă s-ar difuza informația că în luna ianuarie a nins, acesta nu este un fapt neobișnuit; dacă, însă, ninge în luna iulie, acesta este un fapt neobișnuit.

Gradul de inteligibilitate a mesajului reprezintă al doilea criteriu de tratare a informației. Oricât de inedită ar fi ea, o informație nu va fi receptată de public dacă textul care o conține nu e redactat într-un limbaj accesibil publicului căruia i se adresează. Termenii abstracți, frazele lungi, ambigue, structurile sintactice arborescente, cuvintele, expresiile și detaliile de prisos, redundanța, figurile de stil, clișeele, conotațiile, toate acestea se vor evita, deoarece nu fac altceva decât să împiedice substanțial fixarea informației și ușurarea receptării. Pentru o cât mai bună receptare a informației și pentru realizarea procesului comunicării, jurnalistul trebuie să orienteze și să construiască mesajul în jurul unui nucleu alcătuit din cuvinte-cheie, care joacă rolul de factor integrator. Spre exemplu, dacă informația este culeasă în acest mod: „Ieri, 24 aprilie a.c., a avut loc o mare tragedie. Un camion a intrat din plin într-o altă cisternă. Oamenii țipau îngroziți și nu le venea să-și creadă ochilor...”, cu siguranță că efectul căutat nu ar mai fi același. Spre deosebire de limbajul curent, cel jurnalistic posedă o tehnică aparte și anume aceea de centrare a unor *cuvinte-cheie* în interiorul mesajului. Astfel, mesajul jurnalistic sau știrea va avea o altă formă: „Un grav *accident* rutier a avut loc ieri, 24 aprilie 2000, pe autostrada București – Pitești. Un camion *s-a ciocnit* de o cisternă...”, tocmai pentru a putea fi mai ușor receptat, deoarece, în mintea publicului, întreaga acțiune se va țese în jurul cuvintelor *accident* și *ciocnire*.

De asemenea, inteligibilitatea mesajului este dată de:

- * numărul cuvintelor din propoziție sau frază;
- * simplitatea exprimării;
- * alegerea corectă a cuvintelor;
- * construcția logică, firească a textului.

Evaluarea informațiilor în funcție de *gradul de implicare a publicului* oferă jurnalistului, de cele mai multe ori, argumentele pentru alegerea genului publicistic și a spațiului sau timpului acordat informației de canalul mediatic.

O anumită informație poate afecta un public mai larg sau mai restrâns, generând reacții imediate sau îndepărtate, sau poate să nu stârnească nici un fel de ecou. Spre exemplu, o grevă în transportul bucureștean ar genera reacții imediate pentru locuitorii capitalei. O grevă a transporturilor feroviare ar putea genera o reacție printre cetățenii României. Însă un anumit eveniment social din viața unui cetățean de rând nu trezește nici un interes în rândurile publicului. Așadar, în funcție de gradul de implicare a publicului, jurnalistul va alege genul jurnalistic. Un reportaj, spre exemplu, poate conține informații și evenimente care nu sunt de ultimă oră și care totuși interesează. Prezentarea vieții într-un cămin de copii nu include informație de ultimă oră, însă poate să conțină o adevărată artă de redare a realității, astfel încât reportajul ridică nivelul interesului din punct de vedere social.

Al patrulea și ultimul criteriu prezent în modelul de tratare a informațiilor se referă la impactul pe care acestea îl au asupra psihicului publicului. Astfel, **profunzimea psihologică a informației** transmise are un rol esențial în receptarea informației. S-a constatat că, cu cât informația atinge straturi mai profunde ale psihicului uman, cu atât crește probabilitatea ca ea să fie reținută. Astfel, referirile la violență, sex, viață de familie ating straturile profunde ale psihicului uman. Așa se explică exploatarea acestor teme de către presa de senzație, care se adresează unui public larg, cu un nivel de pregătire mediu și submediu. Acest tip de informații constituie cheia de succes pentru tiraje sau audiențe mari la public, deoarece informația care se referă la probleme economice, sociale, politice afectează doar straturi superficiale ale psihicului uman.

Școala americană de presă definește știrea ca fiind, într-un sens larg, informația ce tratează situațiile de criză în relațiile interumane, precum și apariția unor evenimente neașteptate și surprinzătoare (Crump 1974:55). Jurnalismul american folosește câteva “ingrediente” ale știrii, în construirea acestui gen jurnalistic. Astfel, **proximitatea spațio-temporală** constituie o condiție esențială pentru ridicarea interesului publicului la fel ca prezentarea unor **situații de conflict, calamități naturale, dezastre**. Informația despre cutremure, explozii, accidente au un grad mult mai ridicat de receptare decât evenimentele care nu ies din sfera normalității.

Așadar, pentru ca procesul comunicării să fie cât mai eficient, jurnalistul trebuie să țină seama de toate aceste considerente. Emițătorul – jurnalist trebuie să fie conștient de următoarele:

- lizibilitatea și înțelegerea (decodarea) unui text constă în calitatea acestuia de a favoriza înțelegerea lui imediată;
- lizibilitatea este dată de:
 - numărul cuvintelor din propoziție/frază
 - simplitatea stilului
 - alegerea cuvintelor potrivite
 - construcția logică a textului;
- un element important în judecarea valorii de informație este numărul de cititori care vor fi interesați de un anumit subiect;
- cu cât efectul informației este mai îndelungat, cu atât receptarea mesajului este mai bună.

○ **1.3. FUNCȚIILE LIMBAJULUI ÎN COMUNICAREA JURNALISTICĂ**

În situația în care jurnalistul transmite un set de informații referitoare la un eveniment, prin intermediul unui text tipărit, vorbit sau însoțit de imagini, el realizează un **act de comunicare**.

În termenii schemei propuse de lingvistul Roman Jakobson pentru identificarea funcțiilor limbajului în procesul comunicării, actul comunicațional presupune:

- ◆ un emițător (E) = jurnalistul;
- ◆ un destinatar sau receptor (D/R) = publicul;

- ♦ un mesaj transmis (M) = genul jurnalistic;
- ♦ canalul utilizat (Ca) = presa scrisă, audio-vizuală;
- ♦ gradul de realizare a contactului emițător-receptor;
- ♦ codul (C) = limbajul utilizat;
- ♦ referentul (R) = realitatea obiectivă desemnată pentru limbă;

(Jakobson 1963, apud. Roșca 1997:49).

Din perspectiva teoriei informației, funcțiile limbajului descrise de R. Jakobson sunt:

- ♦ **funcția referențială** (denotativă sau de reprezentare), axată pe contextul comunicării;
- ♦ **funcția conativă** (sau de apel), axată pe receptor;
- ♦ **funcția expresivă** (emotivă, de prezentare), axată pe emițător;
- ♦ **funcția fatică**, axată pe canalul de transmisie, pentru a asigura legătura dintre informații;
- ♦ **funcția metalingvistică** sau **metalinguală**, axată pe cod;
- ♦ **funcția poetică**, axată pe mesaj.

R. Jakobson definește funcția ca fiind procesul de centrare pe unul din cei șase parametri ce definesc actul de comunicare: emițătorul, receptorul, mesajul, canalul, referentul și codul.

Pornind de la funcțiile limbajului redade de Roman Jakobson, Paula Diaconescu considera că, pentru stilul publicistic, predominantă și importantă este funcția fatică, centrată pe menținerea contactului dintre emițător și receptor.

Paula Diaconescu face referire la această funcție și din perspectiva structurii eterogene a mesajului jurnalistic, care împrumută trăsături ale stilului oficial-administrativ și ale celui tehnico-științific.

Luminița Roșca realizează o teorie a identificării, în textul jurnalistic, a tuturor celor șase funcții formulate de R. Jakobson, observând activarea fiecărei funcții în parte, în principalele genuri/specii journalistice.

Pornind de la ideea că nu există texte în cadrul cărora ar fi activată o singură funcție, Luminița Roșca punctează diverse genuri/specii journalistice în care se observă trăsături ale diferitelor funcții ale limbajului.

Astfel, **funcția expresivă** are reflectări în editorial și în reportaj, iar **cea poetică** este activată în pamflet, reportaj, articole de opinie. **Funcția conativă** este specifică interviului și se consideră că se identifică foarte rar în cadrul mesajului jurnalistic. **Funcția metalingvistică** este, de asemenea, foarte rar întâlnită în textul jurnalistic.

Funcția referențială reprezintă o marcă a textului jurnalistic, iar **funcția fatică** este definitorie pentru mesajul jurnalistic.

Stelian Dumistrăcel consideră că **funcția fatică** în comunicarea jurnalistică reprezintă o extensie a conceptului de conțact. Nevoia de a stabili și de a menține contactul cu destinatarul se concretizează în exploatarea tuturor caracteristicilor canalului de comunicare, după specificul suporturilor de presă (Dumistrăcel 2006:32).

Funcția fatică este legată de retorica textului jurnalistic (Roșca 2004:105), iar conceptul de fatic presupune multe implicații: pentru radio – construcția textului, limbajul adecvat utilizat, durata optimă a mesajului, calitățile vocii care transmit mesajul; pentru televiziune – suportul imaginii, cu elemente de regie, imaginea de studio, imagini transmise în direct (Roșca 2004:104).

Stelian Dumitrăcel realizează, discutând despre funcțiile limbajului jurnalistic, o analiză a tipologiei canalelor media din perspectiva strategiei discursului de abordare a pieței și, în particular, a cititorilor.

Astfel, Dumitrăcel evocă distincția între publicațiile profesionale (exemplu: „Ziarul financiar”, „Bursa”, „Capital” etc) și cele de tip tabloid (exemplu: „Libertatea”) sau cele cu profil preponderent de divertisment (exemplu: „Academia Cațavencu”).

Din acest punct de vedere, se consideră că principala funcție pentru scrierea de informare jurnalistică este *cea referențială*, în timp ce scrierea de opinie este dominată de *funcția emotivă* și chiar de *cea poetică* (pamflet, comentariu, reportaj, tabletă), respectiv de *funcția conativă* (editorial, interviu).

Funcția expresivă se identifică în comunicare ori de câte ori emițătorul vorbește despre el însuși, exprimând sentimentele și judecățile sale. Funcția expresivă caracterizează situațiile comunicaționale în care emițătorul – jurnalist formulează enunțuri prin care transmite judecăți personale. *Genurile jurnalistice* care exploatează funcția expresivă sunt *editorialul* și *reportajul*. Reportajul este o relatare de la fața locului a unor fapte, relatare scrisă cu intenția de a-i informa pe cititorii unei publicații în legătură cu acele fapte (Roșca 1997:54). Funcțiile care caracterizează un astfel de text sunt cea *expresivă* și cea *poetică*, celelalte fiind secundare. Totuși, funcțiile *referențială* și *fatică* sunt definitorii pentru *reportajul* ca text publicistic, funcția referențială fiind cea care-i oferă specificitate. *Reportajul* este un gen jurnalistic care posedă unele procedee specifice din literatură, fiind “o specie publicistică ce are drept scop informarea asupra unor fapte de actualitate, din realitatea imediată, de interes pentru un public larg, în urma investigării la fața locului, apelând la modalități literare de expresie” (Roșca 1997:56). *Funcția expresivă* este prezentă în acest gen jurnalistic, deoarece reportajul îi face pe cititori să vadă, să audă și să simtă ceea ce jurnalistul însuși a văzut, a auzit și a simțit. Așadar, reportajul este un text jurnalistic ce prelucrează în mod specific informații culese de jurnalist de la locul desfășurării evenimentului. Aceste informații pot sta la baza alcătuirii reportajului doar dacă ele s-au petrecut sub ochii jurnalistului, astfel încât acesta din urmă devine *martor* sau *participant* al faptelor relatate. În situația în care implicarea emoțională a jurnalistului este mai mare, acesta fiind implicat direct în evenimente, fie prin faptul că a participat direct la acestea, fie pentru că s-a identificat cu protagoniștii, *relatarea la persoana întâi* oferă reportajului *autenticitate* și *credibilitate*. Spre exemplu, în 1876, reporterul Jamarius Aloysius Mac Gahan a realizat cel mai mișcător reportaj scris, notând, în publicația *News*, următoarele: “eram hotărât să fiu cinstit și imparțial. Mi-e teamă că nu mai sunt imparțial, iar calmul mi l-am pierdut cu siguranță...” (Randall 1998:34).

Reporterul a fost trimis de importantul jurnal liberal londonez *Daily News* în sudul Bulgariei, pentru a verifica în ce măsură era adevărat zvonul privind atrocitățile comise de forțele turcești împotriva populației creștine din sudul Bulgariei. Ajuns în satul bulgar Batak, Mac Gahan a descoperit ceva ce era dincolo de orice imaginație, și anume măcelărirea diabolică a aproximativ 12.000 de bulgari – bărbați, femei și copii. În ciuda propriilor remarci asupra imparțialității sale, reporterul a trăit din plin pe plan emoțional, evenimentele pe care a încercat să le reconstituie. **Funcția expresivă** este predominantă în acest text:

“Pantele erau acoperite cu mici culturi...”

Recoltele putrezesc pe câmp, iar culegătorii putrezesc aici, în curtea bisericii” (Randall 1998:34-35).

În acest reportaj, **funcția expresivă sau emotivă** se realizează prin câteva procedee:

- “**eul**” reporterului-emițător este **definitiv**, el aflându-se la locul îngrozitoarelor fapte;
- **relatarea** are loc la **persoana întâi**, ceea ce denotă un puternic subiectivism al reporterului;
- mărcile subiectivității reporterului sunt date și de:
 - folosirea unor **cuvinte cu impact** puternic, care denotă trăirile reporterului și oroarea acestuia: “am **tras** de hățuri cu **exclamații de oroare**”; “o priveliște care ne-a **înfiorat**”;
 - realizarea unor **secvențe filmice** care se conturează clar și precis în mintea cititorului: “zăcând într-o grămadă îngrozitoare, în jurul căreia creștea o vegetație luxuriantă”; “scheletele a doi copii, zăcând unul lângă altul, acoperite parțial de pietre”; “... rămășițele omenești, iar strada era plină de ele”;
 - **relatarea faptelor** așa cum apar ele, așa cum au fost percepute de către reporter la prima vedere, fără a face nici o omisiune, descriind cu exactitate care au fost primele sale impresii vizuale: “la început nu am observat nimic neobișnuit ... ceea ce părea a fi o masă de pietre și gunoi era în realitate o imensă grămadă de corpuri umane acoperite cu un strat subțire de pietre”; “pe măsură ce ne apropiam de centrul orașului, oasele, scheletele și craniile se înmulțeau”;
 - **descrierea amănunțită** a realității terifiante: “... un schelet mic, încă învelit într-o rochiță, cu craniul într-o năframă colorată și cu oasele labei piciorului băgate în ciorapi brodați...”; “... mici capete acoperite de păr creț, zdrobite de pietre grele; piciorușe cât degetul, de pe care carnea fusese jupuită de arșiță...”;
 - **reconstituirea faptelor**, așa cum și le imaginează reporterul care devine, astfel, **participant** la evenimente: “mănuțe de copilași întinse, parcă cerând ajutor”; “nou-născuți care muriseră cu ochii la strălucirea iataganelor și la

măinile roșii ale bărbaților cu privirea dură care le mânuiau; copii care muriseră cutremuțați de spaimă și teroare; tinere care muriseră plângând și suspinând și cerșind milă; mame care muriseră încercând să facă scut pentru copiii lor cu propriile trupuri fără putere”;

Funcția conativă caracterizează situațiile de comunicare în care emițătorul se adresează direct receptorului, scopul comunicării fiind acela de a fixa atenția pe persoana destinatarului. Câteva trăsături ale funcției conative sunt adresarea directă, formularea întrebărilor, utilizarea imperativului. Funcția conativă este specifică **interviului**, fiind decisivă în relația jurnalist – interlocutor.

Declanșatoare ale actului de comunicare, întrebările din cadrul interviului jurnalistic reprezintă elemente care prefigurează tema de discuție și structurează textul, orientându-l spre un scop clar.

Întrebările cumulează două funcții specifice, care sunt dificil de separat în cadrul analizei interviului (Cernicova 1997:78). **Funcția psihologică**, de stabilire a contactului dintre interviuator și interviuat, este generată de existența unor tipuri de întrebări introductive, menite să „topească gheața” între cei doi interlocutori. Al doilea tip de funcție, **cea stilistică**, provine din existența propoziției interogative ca parte inseparabilă a textului jurnalistic. Mai mult, existența întrebărilor în textul jurnalistic constituie un „motor” de pornire pentru răspunsuri.

Rolul **funcției conative** în limbajul jurnalistic este dat de faptul că, în cadrul comunicării jurnalistice, destinatarul este unul colectiv. Persoana receptorului trebuie să fie atrasă în actul comunicării, prin faptul că mesajul îi este direct adresat.

În funcție de raportul emițător – receptor, există câteva varietăți ale adresării în textul jurnalistic, care activează funcția conativă.

- **Adresarea explicită directă** presupune o identificare clară, de către emițător, a receptorului și se folosește în formulări precum: „stimați cititori/dragi telespectatori”. În acest caz, funcția conativă este intensificată datorită alăturării substantivului în vocativ la adjectivul care implică un grad de respect sau de simpatie a emițătorului față de receptor.
- **Adresarea explicită indirectă** este o variantă prin care receptorul devine identificabil în cadrul unei categorii de public (segmentul publicului – țintă) și se realizează prin formulări precum: „ascultătorii/cititorii noștri”, „ziarul nostru”.
- **Adresarea implicită personală** reprezintă un tip de formulare care are un caracter încorporant, astfel încât în actul comunicării sunt implicați atât emițătorul, cât și receptorul. Acest lucru se realizează prin folosirea pronumelui personal, persoana întâi, plural.
- **Adresarea implicită impersonală** reprezintă acel tip de adresare care are o formulare neutră, în aparență, însă cu scopul clar de a contura imaginea receptorului ca element principal spre care se îndreaptă adresarea. Formulări de tipul: „Cine nu știe cazul mătușii Tamara?” vizează un public larg, eterogen, căci sensul relativului este acela de „oricine, toată lumea”.

Funcția fatică stabilește și menține contactul dintre emițător și destinatar, prin exploatarea caracteristicilor canalului comunicațional. În comunicarea jurnalistică, această funcție se realizează la nivelul **graficii ziarului** și la cel al **construcției textului**.

Spre exemplu, în reportajul lui Mac Gahan, funcția fatică este dată de modalitatea de prezentare a locurilor: se realizează în mod gradat, pentru ca mai apoi să se ajungă la punctul culminant.

În audiovizual, **formulările** de tipul “stimați telespectatori/ascultători” sunt cele care stabilesc contactul cu publicul. De asemenea, utilizarea unui **limbaj adecvat**, **durata** optimă a **mesajului**, precum și **suportul imaginii** (în televiziune) sunt cele care stabilesc și mențin contactul emițător – receptor.

Funcția fatică acționează, în textul jurnalistic, fiind extensia conceptului de „contact” (Dumistrăcel 2006:32). Astfel, nevoia de stabilire și menținere a contactului cu destinatarul se concretizează în exploatarea tuturor caracteristicilor canalului comunicațional, după specificul diferitelor suporturi de presă. În aceste condiții, funcția fatică este activată la nivelul graficii ziarului și al construcției de text, precum și în cadrul selectării limbajului jurnalistic adecvat. Actul comunicațional prin textul jurnalistic devine realizat doar atunci când funcția fatică este activată, deoarece astfel există condiția de bază pentru obținerea feed-back-ului.

Există diverse procedee de activare a funcției fatică, în diverse specii jurnalistică. **Știrea**, spre exemplu, exploatează anumite caracteristici, care mențin ridicat interesul publicului-receptor. Valorile știrilor activează funcția fatică și sunt următoarele (Randall 1998:43):

- senzaționalismul;
- actualitatea;
- obiectivitatea;
- veridicitatea;
- proximitatea spațio-temporală;
- autoidentificarea;
- prezența VIP-urilor ca participanți la evenimentul care devine subiect de știre;
- structura textului după modelul „piramidei inversate”, care acționează după principiul lansării de la început a informației principale.

Editorialul reprezintă acea specie jurnalistică ce este dominată de trei funcții de bază: informativă, formativă și de divertisment. În aceste condiții, gradul de subiectivism al jurnalistului este mai ridicat, iar funcția fatică este dată de conturarea, în acest gen jurnalistic a unei opinii clare care este transmisă publicului – receptor.

Reportajul social, ca gen jurnalistic nobil, presupune modalitatea cea mai potrivită de prezentare a „feliei” de realitate așa cum a fost ea percepută prin prisma experienței reportericești. La nivelul textului, se observă folosirea unui limbaj extrem de simplu, pe înțelesul tuturor, fără figuri de stil, însă cu conturarea unor secvențe filmice care redau cu cât mai multă exactitate realitatea înconjurătoare. În cadrul

reportajului funcția fatică acționează prin alegerea temei principale, care trebuie să fie una de interes general, care să vizeze o largă categorie de public-receptor. Subiectul reportajului trebuie să fie unul „cald”, de actualitate, astfel încât interesul publicului să fie incitat. Modalitatea de alegere a unghiului de abordare (poziția din care este relatat subiectul reportajului), precum și prezentarea concretă a faptelor reprezintă o altă modalitate de activare a funcției fatice. Reportajul reușește să cumuleze principalele trăsături ce țin de tehnica narativă în practica jurnalistică și care sunt:

- verosimilitatea întâmplării;
- existența unui conflict;
- conturarea personajelor și implicite a vocilor textuale;
- structura de bază a oricărui text, care vizează existența unei introduceri a cuprinsului și a încheierii;
- topica și gramaticalitatea corecte.

Pamfletul, ca specie jurnalistică, aparținând scrierii satirice jurnaliste reprezintă acea scriitură în cadrul căreia funcția fatică are o pondere majoră, datorită faptului că în această scriitură se exploatează atât informarea cât și formarea publicului – receptor. Mai mult, ironia reprezintă trăsătura de bază a acestui tip de text jurnalistic care vizează un segment limitat de public – receptor. Spre exemplu, publicația satirică „*Academia Cațavencu*” apelează la folosirea unui anumit tip de fond de cunoștințe, care nu permite descifrarea mesajului transmis de către un public larg și eterogen. Această satiră politică în text și imagini vizează un segment limitat de cititori, datorită faptului că abordează o modalitate aparte de informare care face apel la câteva elemente de bază existente în limbajul folosit:

- conturarea, la nivelul limbajului a unui tablou caricatural atât la nivel colectiv (de prezentare a societății), cât și la nivel individual (de prezentare a unui anumit personaj politic, social etc);
- conturarea, în cadrul descrierii „personajelor”, a unor tipologii clare: cea a bufonului și cea a nebunului, astfel încât personajele de pe scena politică românească sunt prezentate fie într-un mod comic, într-un cadru hilar, fie abordându-se o poziție de ușoară compasiune față de incapacitățile psihice pe care le manifestă;
- descrierea „personajelor” prin realizarea unor tehnici specifice acestui gen jurnalistic:
 - alterarea numelui propriu prin calambur;
 - portretul caricatural;
 - simbolul animalier;
 - ironia mușcătoare.

Situată la polul opus, publicația „*România Mare*” dezvoltă un nou tip de pamflet: cel extrem de virulent și agresiv. Atât din punctul de vedere al abordării, cât și la nivelul textului, noul tip de pamflet conturat are câteva trăsături de bază:

- agresiunea verbală/violența de limbaj;

- vulgaritate voită a limbajului care vizează folosirea unor sintagme specifice registrelor sexual, excremental;
- prezentarea întregului tablou social de pe o poziție de ofensivă.

Aceste trăsături esențiale ale genurilor jurnalistice prezentate determină activarea, în mod constant, a funcției fatice în cadrul comunicării jurnalistice.

Funcția referențială este cea care focalizează comunicarea pe referent (realitatea obiectivă desemnată pentru limbă). Deoarece acționează în situații comunicaționale ce desemnează nume proprii, circumstanțe de loc, timp, fapte, ea reprezintă un element ce definește orice *text jurnalistic*.

Doina Bogdan-Dascălu distinge principalele operații de concretizare a funcției referențiale: atestarea, confirmarea și evocarea (Bogdan-Dascălu 2006:86).

Atestarea reprezintă operația prin care realitatea vizată de mesaj este definită existențial, cu ajutorul unor cuvinte – cheie, care funcționează ca niște operatori lexicali (exemplu: verbele *a fi, a constitui, a exista* etc).

Confirmarea reprezintă operația prin care se face o confirmare a referentului de către emițător; se folosesc, astfel, verbe precum: *a vedea, a auzi, a sesiza* etc.

Evocarea reprezintă operația prin care este readus în actualitate un referent care a făcut obiectul unui mesaj anterior, iar operatorii cu care se realizează această operație sunt exprimările: „*așa cum am mai scris*”, „*așa cum am mai spus*”, „*după cum am afirmat*” etc.

Funcția poetică are loc atunci când comunicarea se centrează pe mesaj. În textul jurnalistic, ea apare doar atunci când jurnalistul folosește *figurile de stil*, tocmai pentru a centra atenția publicului asupra mesajului. **Funcția poetică** se regăsește în anumite *genuri jurnalistice de opinie*, precum: *editorialul, comentariul, pamfletul*;

Funcția metalingvistică poate fi întâlnită în textele în care autorul își definește *codul utilizat* (în anumite *articole analitice*).

Aceste șase funcții ale limbajului nu există izolat în procesul de comunicare. Funcțiile specifice ale comunicării jurnalistice sunt funcția *referențială*, funcția *fatică* și cea *expresivă*.

1.4. CÂTEVA CONCLUZII

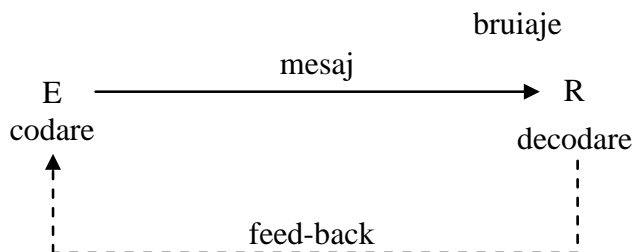
Ca o concluzie generală la cele spuse până acum, se pot trasa următoarele:

- ♦ **Funcția referențială** poate fi identificată cu ceea ce, în general, se numește *funcția informativă* a textului jurnalistic, căci nu poate fi concepută existența unui text de presă în afara intenției de a informa în legătură cu un fapt real, de actualitate (Roșca 1997:51);
- ♦ Actul de comunicare jurnalistică se realizează prin *funcția fatică*;
- ♦ **Funcția referențială** ține de esența textului jurnalistic;

- ♦ Textul jurnalistic reprezintă un mijloc de transmitere a informațiilor în condiții specifice, determinate de existența:
 - Emițătorului – jurnalist;
 - Receptorului – public;
 - Suportului comunicațional – presa scrisă, audio-video
- ♦ Informația este mereu legată de un fapt de actualitate din realitatea înconjurătoare;
- ♦ Funcția fatică (stabilirea și menținerea contactului cu publicul) îl obligă pe jurnalist la efectuarea unei evaluări a informațiilor și la realizarea unei selecții pentru materialul lingvistic utilizat;
- ♦ Publicul reprezintă, în comunicarea jurnalistică, destinatarul mesajului mediatic.

La baza existenței întregii societăți se află *procesul de comunicare*. Acesta reprezintă fundamentul structurilor sociale, fiind o premisă necesară pentru orice sistem social. Comunicarea înseamnă *interacțiune*, aceasta având loc în timpul *procesului de transfer informațional*. Principalele caracteristici ale comunicării sunt acelea că ea se realizează prin *limbajul uman* (verbal, non-verbal) și presupune existența unui *emițător*, a unui *mesaj* (emis sub foră de *cod*) și a unui *receptor*.

Deoarece există două tipuri principale de modele comunicaționale (cele liniare și cele circulare), procesul comunicării poate fi reprezentat sub următoarea *schemă* cu caracter ingineresc:



Principalul mijloc de realizare a comunicării este *limba*, care reprezintă un *sistem semiotic* ce cuprinde coduri specifice pe care receptorul le descifrează, după ce a primit mesajul. *Limbajul* reprezintă sistemul semiotic prin care se redă un *conținut*, cu ajutorul unor simboluri. Organizarea semnelor și a simbolurilor verbale în enunțuri, mesaje sau texte reprezintă *stilul* (un ansamblu de deprinderi verbale) care este o marcă a limbilor naturale. Deoarece derivă din procesul alegerii faptelor lingvistice, stilul este o *deviere*; de asemenea, el intră în relație cu sistemul limbii și de aceea devine *funcție lingvistică*. Este definit, în acest fel, în raport cu cei *șase factori ai comunicării* (emițător, receptor, referent, mesaj, cod, relația emițător-receptor). Pornind de la schema comunicării și de la definiția

stilului ca funcție a limbii, Roman Jakobson propune cele *șase funcții ale limbajului în procesul comunicării*, iar acestea sunt:

- funcția emotivă
- funcția conativă
- funcția referențială
- funcția poetică
- funcția fatică
- funcția metalingvistică

Funcțiile limbii propuse de Roman Jakobson nu se realizează independent unele de altele, ci se află într-o strânsă legătură și acționează simultan în procesul comunicării. Ele au un rol esențial și în *activitatea jurnalistică*. În acest domeniu pot fi identificate toate cele șase funcții ale limbajului, însă predominante sunt funcția *expresivă*, cea *referențială* și funcția *fatică*.

Toate aceste funcții acționează la nivelul comunicării în jurnalism, iar actanții procesului comunicațional sunt identificați astfel:

- ♦ emițătorul = jurnalistul;
- ♦ destinatarul sau receptorul = publicul;
- ♦ mesajul = informația transmisă;
- ♦ canalul utilizat = presa scrisă, audio-vizuală;
- ♦ codul = grafica pentru presa scrisă, imaginea, construcții frazeologice în audio-vizual;
- ♦ referentul = realitatea la care se face referire.

Un rol aparte în comunicarea jurnalistică este dat de *funcția fatică* ce determină nevoia de stabilire și de menținere a contactului cu publicul. Fiecare funcție a limbajului este caracteristică unui anumit *gen jurnalistic*.

Așadar, *procesul de comunicare* este un proces organizatoric, deoarece actul comunicațional reprezintă o premisă pentru acțiunile organizate. Sistemele sociale se pot alcătui și pot rezista în timp doar dacă persoanele care le definesc sunt legate unele de altele prin *comunicare*. Realizată prin *limbaj*, comunicarea generează, în funcție de contextul producerii ei, funcții specifice ale limbii.

Putem spune, așadar, că *limbajul* și *funcțiile sale* constituie *esența comunicării* și condiția de bază a existenței noastre.

BIBLIOGRAFIE

Bertrand, Claude-Jean, 2001, **O introducere în presa scrisă și vorbită**, Iași, Polirom.

- Bogdan, Dascălu, Doina, 2006, **Limbaajul publicistic actual**, Timișoara, Augusta
- Bolocan, Gheorghe, 1961, **Unele caracteristici ale stilului publicistic al limbii române literare** [în] *Studii și cercetări lingvistice*, nr.1, anul XII
- Cernicova, Mariana, 1997, **Interviul, un dialog specializat**, Timișoara, Augusta
- Coman, Mihai, 1997, **Manual de jurnalism**, Iași, Polirom.
- Coteanu, I, 1973, **Stilistica funcțională a limbii române**, București, Editura Academiei R.S.R.
- Crump, Spencer, 1974, **Fundamentals of journalism**, USA, McGranhill Book Company.
- Diaconescu, Paula, 1974, **Structura stilistică a limbii. Stilurile funcționale ale limbii române literare moderne** [în] *Studii și cercetări lingvistice*, nr.3, p. 229-241.
- Dragoș, Elena, 2000, **Introducere în pragmatică**, Cluj, Casa Cărții de Știință.
- Dumistrăcel, Stelian, 2006, **Limbaajul publicistic**, Iași, Institutul European.
- Gruică, Gligor, 2006, **Moda lingvistică 2007**, Pitești, Paralela 45
- Kunczik, Michael, 1998, **Introducere în știința publicisticii și a comunicării**, Cluj-Napoca, Presa Universitară Clujeană
- Preda, Sorin, 2006, **Tehnici de redactare în presa scrisă**, Iași, Polirom
- Randall, David, 1998, **Jurnalismul universal**, Iași, Polirom.
- Roșca, Luminița, 2004, **Producția textului jurnalistic**, Iași, Polirom
- Slama-Cazacu, Tatiana, 2000, **Stratageme comunicative și manipularea**, Iași, Polirom.
- Șuteu, Flora, **Varianta standard în ierarhia stilistică a limbii** [în] *Limba Română*, nr.4, p. 267-272.
- Vlad, Tudor, 1997, **Interviul de la Platon la Playboy**, Cluj-Napoca, Dacia

STRATEGII LINGVISTICE DE MANIPULARE ÎN PRESĂ*

LIANA OTILIA PĂTRAȘ

ARGUMENT

O mare parte din lecturile cotidiene se îndreaptă astăzi către presa scrisă. Inevitabil, literatura plătește acest tribut publicisticii, tot la fel precum ficțiunea plătește tribut realității. Cititorul caută, înaintea creației artistice, informația care-l poate conecta cel mai rapid cu realitatea în care trăiește. Presa devine astfel mediatorul dintre individ și societate, având ca instrumente de lucru, pe de o parte, evenimentul, pe de altă parte, limbajul. Criteriul care ar trebui să coordoneze relația dintre textul scris și realitate este, potrivit teoriilor jurnalistice, *obiectivitatea*.

Experiența de emițător și de receptor în domeniul presei dovedește, însă, că obiectivitatea este mai degrabă un principiu deontologic, nu atât o normă coercitivă impusă ziaristului, la redactarea unui text menit să oglindească realitatea. Ne folosește drept argument una dintre cele mai frumoase demonstrații de filosofia limbajului, întocmite în ultima jumătate de secol. Pornind de la premise antipozitiviste, Eugen Coșeriu (*Lecții de lingvistică generală*) susține că fiecare individ este creator de limbă, în măsura în care limbajul aparține științelor umaniste, și nu științelor naturale, coordonate după principiile riguroase ale cauzalității și obiectivității. Aceeași teorie am regăsit-o într-una din recente lucrări despre practica jurnalistică, întocmită de John Hartley (*Discursul știrilor*), care arată că redactarea unui text de presă este supusă subiectivității, tot la fel precum limbajul este supus arbitrarului.

Lucrarea de față își propune să pună în paralel mai multe texte publicistice, care oglesc aceeași realitate evenimentială, pentru a arăta – în raport cu teoriile jurnalistice – care sunt mijloacele lingvistice de construcție a unei știri de presă și cum ajunge realitatea, prin intermediul limbajului, să capete reprezentări diferite, chiar contrare, pentru înțelegerea mesajului de către receptor.

Primul capitol este rezervat considerațiilor de ordin general, referitoare la știre ca discurs, proces de comunicare, mijloc de liberă exprimare și manipulare. Capitolul al doilea va urmări analiza mijloacelor lexico-semantice utilizate pentru expunerea unei anumite realități, punând accentul pe acele tehnici pe care jurnaliștii le folosesc cu predilecție la redactarea unei știri. Al treilea capitol va

* Într-o primă formă, lucrarea de față a constituit subiectul dizertației la masteratul "Perspective actuale în studiul limbii române", din cadrul Universității București, masterat urmat în anul academic 2001-2002, coordonarea lucrării de dizertație fiind conf. univ. dr. **Adriana Stoichițoiu Ichim**. Partea a II-a a studiului va fi publicată în numărul viitor.

studia mijloacele morfo-sintactice și cele transfractice (de topică, coerență și coeziune), punând în paralel realizările concrete din textele publicistice cu teoriile despre practica jurnalismului. Capitolul al patrulea este dedicat aspectelor generale de ordin stilistic ce caracterizează discursul știrilor, orientând studiul spre contribuția individuală a ziaristului la redactarea unei știri. Capitolul va include și concluziile studiului, încercând să demonstreze că, în baza tuturor acestor mijloace, ziaristul orientează cu bună știință înțelegerea cititorului către o precisă viziune asupra realității. În ansamblu, lucrarea va urmări, prin exemple concrete: *strategii lingvistice de manipulare în presă*.

Capitolul I

Considerații generale

1. Presa între libertatea cuvântului, obiectivitate și manipulare

Libertatea de exprimare, consfințită într-un regim democratic de Constituție¹, adaptată normelor și principiilor internaționale², cunoaște, într-un sens particular, restrâns, forma de *libertate a presei*. Sintagma circumscrie atât libertatea cuvântului, cât și aceea de a înființa publicații și de a elimina cenzura³. În contextul unui cadru legal, care consacră așadar independența presei în raport cu autoritățile publice și cu puterea politică, jurnalistul poate dispune de libertatea cuvântului, pentru a oferi publicului, în chip neîngrădit, o imagine asupra realității.

Rolul principal al presei într-o societate este acela de a informa și, în același timp, de a educa, de a forma și de a confirma opinii. Conexiunea dintre funcția denotativă și cea etică este mediată de o altă funcție, aceea a persuasiunii. Cu cât discursul jurnalistic este mai convingător, cu atât funcția educativă, cu toate semnificațiile pe care le presupune, este mai aproape de realizare.

Teoriile despre presă supun însă principiul libertății cuvântului unui criteriu de conduită jurnalistică, menit să medieze modul de reflectare a realității într-un discurs, pentru a detașa informația de aprecieri subiective. *Obiectivitatea* este astfel consfințită în unanimitate de către studiile dedicate presei și de către

¹ Cf. Art. 30, *Constituția României*, adoptată în 1991.

² Lucian Vasile Szabo, *Libertate și comunicare în lumea presei*. Principii, norme, reguli. Limbajul mass-media, Editura Amarcord, Timișoara, 1999, p. 9: „Articolul 19 din *Declarația Universală a Drepturilor Omului*, adoptată de Adunarea Generală a Națiunilor Unite în 19 decembrie 1948, și la care au aderat aproape toate statele lumii, reglementează dreptul la informație, al libertății de exprimare și la opinie, în următorul conținut: «Orice om are dreptul la libertatea opiniilor și exprimării; acest drept include libertatea de a avea opinii fără imixtiune din afară, precum și libertatea de a căuta, de a primi și de a răspândi informații și idei, prin orice mijloace și independent de frontierele de stat»”.

³ *Ibidem*, p. 24: Art. 30: „1) Libertatea de exprimare a gândurilor, a opiniilor sau a credințelor și libertatea creațiilor de orice fel, prin viu grai, prin scris, prin acte sau imagini, prin sunete sau prin alte mijloace de comunicare în public, sunt inviolabile. 2) Cenzura de orice fel este interzisă. 3) Libertatea presei implică și libertatea de a înființa publicații. 4) Nicio publicație nu poate fi suprimată.”.

jurnaliști. Unul dintre cele mai cunoscute și mai prestigioase trusturi de presă din lume, cu o veche tradiție – BBC – și-a coordonat și impus standardele profesionale, pornind de la obligativitatea imparțialității și acurateții⁴. În media românească, cea mai recentă lucrare „normativă” pentru domeniul presei, *Manualul de jurnalism*, apărută în anul 2001, sub coordonarea lui Mihai Coman, reiterează, în mai multe capitole, necesitatea existenței unei atitudini obiective, spre care să se orienteze redactarea unui text publicistic⁵.

Lectura publicațiilor de orice natură, cotidiene, săptămânale, reviste culturale, economice etc. dovedește, însă, că obiectivitatea este mai degrabă un deziderat formal, nu atât o normă care să constrângă dreptul la liberă exprimare a ziaristului. Având la dispoziție toate instrumentele limbajului, jurnalistul redă realitatea, fără a o putea reflecta în termenii săi concreți. Realitatea evenimentelor este așadar nu atât *reflectată*, cât mai degrabă *reconstituită*. Se ajunge astfel la prezentarea unei informații în mod extrem de divers de la o publicație la alta, mergând până la redarea unor puncte de vedere diferite și chiar opuse asupra aceluiași subiect.

Dar, practica jurnalistică, bazată în primul rând pe o cunoaștere individuală a realității, nu este suficientă pentru a justifica – reclamând dreptul la exprimare – diversitatea și discrepanțele, uneori atât de mari, dintre publicații, în abordarea aceleiași tematici. Este necesară o analiză în amănunt a înseși mecanismelor care determină varietatea discursurilor din presă, un studiu care să cerceteze sursele diversității (a căror existență confirmă, de fapt, libertatea de expresie), dincolo de politicile editoriale, de interesele economice, financiare sau de putere ale unei publicații. Un astfel de studiu trebuie să privească însuși *limbajul*.

2. Știrea – discurs jurnalistic și sistem de semne

Presa scrisă cunoaște multiple forme de redactare. În mod convențional, tipologia textelor este înglobată în denumirea de *articol de presă*, care circumscrie însă o serie mai amplă de specii, pornind de la simple știri, până la reportaje, anchete, interviuri, comentarii, analize, editoriale. Dintre acestea, cea mai răspândită formă de difuzare a informației este *știrea*.

Teoreticienii jurnaliști ai „speciei” au dat definiții, mai ales de conținut, noțiunii de *știre*. Practica definirii este, în mod obișnuit, aceea de a reda articole de dicționar, de a cita opiniile unor reprezentanți de seamă ai presei și de a le pune în paralel cu exemple concrete din publicistică⁶. *Oxford English Dictionary* oferă, de

⁴ BBC, *Producer's Guidelines*, p. 14: „Due impartiality lies at the heart of the BBC. It is a core value and no area of programming is exempt from it. It requires programme makers to show open-mindedness, fairness and respect for truth.”

⁵ Vezi Mihai Coman (coordonator), *Manual de jurnalism*. Tehnici fundamentale de redactare, vol. I-II, Editura Polirom, Iași, 1998-1999.

⁶ Ferenc Vasas & Alexandru-Brăduț Ulmeanu, *Cum (nu) se scrie o știre-I. În căutarea definiției*, *MJI*, p. 165.

pildă, o definiție de tip sinonimic, în formula: „Noutate; raport sau descriere a unor evenimente ori întâmplări recente, prezentate sau asimilate ca informație nouă; întâmplări noi, ca subiect de relatare ori discuție”⁷. Dincolo de definițiile lexicosemantice, preluate din lucrările normative, puține studii de specialitate fac însă referire la forma propriu-zisă de redactare a unei știri, care să urmărească, pe nivele de limbaj, lexicul, mijloacele morfo-sintactice, strategiile transfrastice și cele stilistice.

O lucrare recentă, apărută sub semnătura lui John Hartley, caută să regăsească substanța redactării, bazându-se tocmai pe esența limbajului. Premisa de la care pornește Hartley, în lucrarea *Discursul știrilor*⁸, este înțelegerea noțiunii, în funcție de doi determinanți majori: limbajul și – ceea ce el numește – forțele sociale. Știrea este văzută în primul rând ca text, ca discurs, abia ulterior din perspectiva funcției, a rolului ori a impactului asupra publicului. Abordarea este una de tip semiotic-structural, în care știrea este descrisă, asemenea limbajului, drept un sistem de semne. Pentru a dovedi că știrile nu sunt decât *reprezentări convenționale* ale realității, nicidecum oglindiri transparente, Hartley se folosește în demonstrația sa de teoria lui Ferdinand de Saussure, privind *arbitrarul semnului lingvistic*⁹. Premisa raportului nedeterminat dintre *semnificat* și *semnificant*, dintre formă și conținut – după termenii lui Hjelmslev¹⁰ –, la nivelul semnului, poate conduce la ideea că un discurs lingvistic, precum știrea, reprezintă o relație independentă între enunț și realitate. Demonstrația nu cade însă în capcana de a afirma că orice text poate exprima oricare realitate. Autorul preia alte două concepte teoretizate de către Saussure: *paradigmaticul* și *sintagmaticul*, pentru a arăta că semnele, în ciuda naturii lor arbitrare, intră în relații de combinație și substituție, care funcționează după criterii nonarbitrare. Dacă libertatea vorbitorului, în cazul de față a ziaristului, este limitată așadar, la nivelul semnului lingvistic, de convențiile datorate relației arbitrare dintre semnificat și semnificant, la nivelul limbajului, emițătorul are posibilitatea să aleagă și să dispună de elementele sistemului, după voința proprie, respectând criteriile și normele de selecție și combinație ale sistemului în care se exprimă.

Aceeași concluzie transpare și din teoriile jurnalistice, numai că demonstrațiile, de multe ori, urmează practica și experiența din presă, nu o argumentație științifică. Aceleași idei le-am regăsit într-o formulă mai degrabă exemplificată, decât argumentată, într-o cercetare a Mirelei Lazăr. Studiul *Metode și tehnici de colectare a informațiilor* arată că „textele ziaristice nu înregistrează un *real*, dotat cu sens unic și imuabil (prealabil intervenției ziaristului, percepției sale), nu îl redau în forme de limbaj transparente (formele retorice alese pentru a relata evenimentul influențează sensul pe care îl capătă acesta și informația pe care îl

⁷ *Oxford English Dictionary*, cf. John Hartley, *Discursul știrilor*, p. 21.

⁸ John Hartley, *Discursul știrilor*, Editura Polirom, Iași, 1999.

⁹ Idem: „Într-o terminologie care a avut o profundă influență, cea a lui Ferdinand Saussure [...], un semn este alcătuit din două elemente [...] semnificatul și semnificantul”, p. 26.

¹⁰ Cf. Louis Hjelmslev, *Prolégomènes à une théorie du langage*.

conține) și nu au scopul unic de a informa (activitatea de informare este guvernată de o strategie de influențare a receptorilor). Prin urmare, este vorba despre reprezentări sociale, percepții orientate de concepții implicite asupra realității. Este vorba de existența evenimentului prin discurs (prefigurarea unor moduri diferite de a relata același eveniment). În sfârșit, este vorba despre alegeri, de operații de selecție și ierarhizare.”¹¹ Autoarea pornește, așadar, nu de la premise din interiorul discursului, ci de la determinări exterioare, care țin de latura socială a limbajului și nu de natura sa intrinsecă.

3. Știrea ca mod de comunicare

Putem lua însă în calcul *aspectul pragmatic* al discursului știrilor. Factorii sociali, despre care amintea Hartley, se referă tocmai la rolul de mediator pe care îl are presa între individ și societate. Informația, dispusă sub formă de știre, devine instrumentul de relaționare și comunicare cu receptorul. În termenii procesului de comunicare, rolul de emițător este îndeplinit de către ziarist, receptorul este publicul cititor, mesajul este știrea propriu-zisă, iar canalul este (pentru publicistică) presa scrisă. Forma mesajului, care determină înțelesul știrii, este condiționată nu doar de referent, de realitatea obiectivă a unor evenimente precise, ci și de intenția emițătorului. În termenii teoriei limbajului, aparținând lui Roman Jakobson¹², dreptul emițătorului la liberă exprimare devine posibil prin chiar două dintre funcțiile limbajului: *funcția expresivă* și cea *poetică*. Dacă *funcția referențială* centrează comunicarea pe informația exterioară discursului propriu-zis, funcțiile expresivă și poetică îndreaptă atenția spre modul în care emițătorul își concepe mesajul. Expresivitatea reflectă, de fapt, atitudinea emițătorului asupra referentului, ajutat, la nivelul textului, de mijloacele retorice (poetice). O altă funcție, cea *conativă*, are rolul de a orienta enunțul către destinatar. Jurnaliștii vorbesc mai degrabă despre necesitatea textului de presă de a fi persuasiv, convingător¹³. Tehnicile de persuadare se dovedesc a fi, în cele din urmă, strategii de manipulare, întrucât, prin mijloace lingvistice, ziaristul poate induce cititorului o anumită atitudine asupra evenimentului prezentat.

Distinția dintre *subiectivitate* și *obiectivitate* în presă ar trebui să pornească tocmai de la funcțiile limbajului, de la o analiză minuțioasă a unor texte dispuse paralel, pentru a putea observa care este limita dintre cele două criterii. „Păcatul” specialiștilor în jurnalism este acela că mizează de multe ori pe propriile experiențe în domeniul presei și emit judecăți de valoare (care pot fi incontestabile) fără o argumentație riguroasă, științifică.

¹¹ Mirela Lazăr, *Metode și tehnici de colectare a informațiilor*, MJI, p. 13.

¹² Roman Jakobson, cf. *Essais de linguistique générale*.

¹³ Vezi și funcțiile limbajului în presă, cf. Luminița Roșca, *Textul jurnalistic*, MJI, p. 104 ș.u.

Capitolul al II-lea

Mijloace lexico-semantice de manipulare

1. Ne propunem să discutăm comparativ mai multe articole din presă, organizate după formatul știrilor, urmărind, într-o primă etapă, dominantele lexico-semantice din textele care conduc la o manipulare de către jurnalist a cititorului. Am ales pentru cercetarea noastră două subiecte din presa actuală, aparținând unor domenii diferite: statistică și politică. Cele două sfere de interes nu sunt independente una față de cealaltă, întrucât subiectul statistic are ca punct de plecare o ierarhie politică, iar articolele pe marginea unei declarații politice reconstituie un context de afirmații, ierarhizate cronologic, dispuse paralel și valorificate în comentarii. Facem această distincție pentru a putea demonstra în continuare că interferența dintre domenii este un aspect al manipulării prin limbaj.

Pentru culegerea subiectelor am folosit mai multe cotidiane centrale, care au publicat, în aceleași zile, aceleași știri, în forme diferite. Menționăm că alegerea ziarelor a fost determinată nu de orientarea publicațiilor în spectrul de putere actual, ci de modul propriu-zis de redactare a informațiilor. De aceea, cele două subiecte vor fi urmărite în câte patru cotidiane, care nu sunt în mod necesar aceleași, de la o temă la cealaltă. În cazul fiecărei știri, am ales publicațiile care ni s-au părut reprezentative pentru studiul de față.

Știrile vor fi discutate pe rând, comparativ, punând în paralel articole pe aceeași temă, pentru ca, în final, să tragem concluzii asupra dominantelor lexico-semantice regăsite în cadrul subiectelor.

2. Primul subiect care ne-a atras atenția este un sondaj de opinie pe teme politice, care urmărește un clasament al principalelor partide din spectrul politic actual și, în același timp, al politicienilor (1)¹⁴. Alegerea nu este aleatorie. Urmărim să demonstrăm că, deși subiectul reprezintă o statistică realizată în termeni obiectivi, informațiile sunt redată selectiv, dispuse într-o ordine diferită de la o publicație la alta și chiar interpretate.

2.0.1. Precizăm că textul articolelor este însoțit de imagini grafice ale barometrului de opinie, care reprezintă, de fapt, referentul mesajelor și care sunt singurele elemente identice în toate publicațiile analizate. Graficele redau schematic, procentual, răspunsurile persoanelor intervievate la trei întrebări:

I. „*Dacă duminică viitoare ar fi alegeri parlamentare în România, cu ce partid sau formațiune politică ați vota?*”

II. „*Câtă încredere aveți în următoarele persoane publice: Ion Iliescu, Adrian Năstase, Traian Băsescu, Corneliu Vadim Tudor, Theodor Stolojan?*”

III. „*După părerea dvs., în ce direcție merg lucrurile astăzi în România?*”

¹⁴ Pentru articolele analizate vezi **Addenda**.

Prima întrebare presupune o opțiune unică din partea fiecărui subiect. Creditele formațiunilor politice în parte sunt adunate și raportate la numărul de subiecți (în cazul de față 1315), rezultând un anumit procent pentru fiecare formațiune. A doua întrebare urmează același tipic: fiecărei persoane din cele considerate publice îi revine un procent de încredere din partea celor intervievați. Întrebarea a treia are însă variante de răspuns: a) *Într-o direcție bună*; b) *Într-o direcție greșită*; c) *Nu știu/ Nu pot aprecia*.

2.0.2. Sondajul, după cum arată și denumirea, este unul de opinie, care dorește să redea obiectiv preferințele cetățenilor pentru un partid/politician sau altul. Expresia realității este reprezentată procentual, prin mijloace de calcul matematic. De aceea, însuși limbajul aparține subdomeniului statistică, având un cod specific, cu termeni matematici, grafice, simboluri și cifre: *a crește, dată, marjă, număr, procent, a scădea, 2,7%, 47,6%, 1315* etc. Limbajul începe să se diversifice abia la nivelul articolelor propriu-zise, când, în baza datelor obiective ale sondajului, informațiile sunt puse în comparație, devin comentarii, interpretări.

2.0.3. Primul semn al interpretării rezultatelor barometrului de opinie se regăsește în chiar titlurile știrilor, existând variații extrem de mari de accent, de la o publicație la alta. Relațiile de tip paradigmatic și sintagmatic, din teoria structuralistă a limbajului¹⁵, se pot justifica foarte potrivit prin intermediul acestor tipuri de text. În tendința de a fi persuasiv, jurnalistul încearcă să aleagă cei mai adecvați termeni, așezându-i în cea mai sugestivă și mai atractivă combinație¹⁶. Disciplină dezvoltată relativ recent ca ramură de cercetare științifică, *titlologia*¹⁷ arată că, mai ales în jurnalism, tendința este de a rezuma conținutul unei scrieri la o idee exprimată printr-un enunț concis, renunțându-se astfel la titlurile formate dintr-un singur cuvânt sau dintr-o sintagmă.

2.0.3.1. La nivelul interpretării globale a mesajului, se produce așadar un transfer dinspre *lexic* către *sintagmă*. Titlul nu mai este un lexem cu statut de simbol, de reprezentare singulară a unui conținut, ci chiar o întregă propoziție, care rezumă substanța scrierii și invită cititorul la lectură. Deși îndreptată către receptor, strategia avantajează mai degrabă emițătorul, care, având la dispoziție un spațiu mai amplu, poate reda, coerent, exact informația pe care dorește să o

¹⁵ Vezi definiția conceptelor: paradigmatic, sintagmatic, în *DSL*.

¹⁶ Cf. Ilie Rad *Titlul jurnalistic, MJI*: „Este indiscutabil faptul că unul din criteriile după care un cititor alege un ziar îl reprezintă capacitatea acestuia de a-i stârni interesul prin titluri tentante, pline de elemente pitorești sau senzaționale. De aceea redacțiile acordă o importanță tot mai mare titlurilor, folosind în acest sens o paletă tot mai largă de posibilități, de la procedeele grafice, până la năstrușnice inovații lingvistice.”, p. 161.

¹⁷ Idem: „*Titlologia* sau *titrologia* (dacă e să ne exprimăm după termenul francezesc) este o disciplină relativ nouă a cercetării științifice, revendicată deopotrivă de poetică, semiotică, stilistică, critică literară sau jurnalism. Începând de prin anii '70, în țări ca Germania sau Franța se constată preocupări consistente în acest sens, concretizate în lucrări fundamentale, consacrate, e adevărat, mai ales unor genuri și specii literare și mai puțin sau deloc jurnalismului.”, p. 146.

transmită. Titlul este, așadar, prima descoperire făcută de cititor înaintea lecturii și, totodată, prima formă de manipulare concepută de către jurnalist.

2.0.3.2. *Mijloacele* cele mai eficiente *de manipulare*, la nivelul titlului, sunt cele *lexico-semantică*. Cuvintele și conținutul acestora în context trebuie să determine cititorul să parcurgă articolul, să-și dorească să cunoască în amănunt informația extrasă succint în titlu¹⁸. „Greutatea” mesajului din știrea propriu-zisă este dată de abilitatea jurnalistului de a selecta în denumire termeni cu efect persuasiv. Gradul de convingere este determinat și de realitatea extralingvistică (în cazul de față), de contextul social, politic, dar ziaristul are posibilitatea să selecteze. Titlurile știrilor apărute în ziare, în legătură cu sondajul de opinie în analiză, oferă informațiile într-o distribuție extrem de diversă:

- * *PSD și Adrian Năstase continuă să scadă în preferințele electoratului (A1)*
- * *Sporește electoratul PNL și PD (Z)*
- * *PSD se duce pe tobogan (C1)*
- * *Războiul imaginii, reflectat în sondaje (EZ1)*

Atenția cititorului este orientată spre referenți diferiți, fiecare jurnalist având cu totul altă țintă, indiferent de sensul global al mesajelor. Prima lectură paralelă a titlurilor, care nu ia în calcul extralingvisticul, poate duce la concluzia că este vorba despre știri diferite. Premisa informațiilor este însă una singură: prezentarea aceluiași sondaj de opinie.

2.0.3.3. În realitate, variația dintre semnificații este dată de modul de *selectare* a tuturor informațiilor din sondaj și de felul în care, chiar din titlu, datele sunt interpretate. Ziaristul nu doar alege anumite nume ale unor partide politice sau ale unor politicieni, pentru a reprezenta subiectele mesajului, ci trage concluzii asupra poziției acestora în cadrul barometrului, prin propriii săi termeni de *interpretare*. Cuvintele nu mai aparțin domeniului *statistică*, ci unor registre de limbaj mult mai expresive: *război*, *tobogan*, *a spori*. Chiar dacă în dicționar¹⁹ astfel de cuvinte pot fi nemarcate, contextual, ele capătă semnificații plastice, sugestive, ce țin de latura poetică a limbajului.

2.0.4. Nu întâmplător am dispus exemplele analizate în această ordine. Textul titlurilor și gradul de expresivitate al acestora reflectă chiar modalitatea de reprezentare a sondajului în articole. Cu cât titlul este, prin mijloace lexicosemantice, mai imparțial, cu atât știrile sunt mai aproape de obiectivitate.

2.1. Articolul excerptat din ziarul *Adevărul* (A1) este, fără părtinire, cel mai aproape de lexicul sondajului propriu-zis, folosind o mare parte din termeni cu sens *denotativ*: *cotă*, *diferență*, *a efectua*, *eșantion*, *interviuvare*, *a înregistra*,

¹⁸ „[...] un titlu bun îi va incita pe cititori să ajungă dincolo de intro, interesul pentru subiectul tratat îi poate forța să citească și ceea ce urmează după cel mai cumplit intro, în cazul în care articolul înviorează pe parcurs [...] Singurul mod în care îl puteți convinge pe cititor să meargă dincolo de intro este să scrieți unul bun”, notează David Randall, în *Jurnalul universal*, p. 165.

¹⁹ Cf. *DEX*.

marjă, număr, a opta, procent, a rezulta, scădere. Puține sunt cuvintele care capătă sensuri conotative²⁰ în context: *a cădea, a coborî.* Faptul că acești din urmă termeni sunt puși în legătură cu un subiect, al cărui nume este un anume politician, demonstrează că jurnalistul se îndepărtează de linia obiectivității, conturând un sens ușor depreciativ:

Liderul PRM, Corneliu Vadim Tudor, este însă în cădere, cota sa de încredere coborând de la 23,8%, în octombrie 2001, la 19,7%, în februarie 2002.

Alți termeni care demonstrează atitudinea ziaristului față de informațiile prezentate sunt adverbe sau conjuncții introduse „subtil”, al căror sens, deși rămâne neschimbat, are rolul de a modifica semnificația contextului: *constant, însă, undeva:*

* *PSD a început să scadă constant, începând cu luna noiembrie [...]*

* *Încrederea populației în președintele Ion Iliescu a rămas, în ultimele cinci luni, undeva, în jurul lui 47% [...]*

* *Liderul PRM, Corneliu Vadim Tudor, este însă în cădere [...]*

În ansamblu, articolul operează puține modificări lexico-semantice, strategiile de manipulare ale jurnalistului fiind reduse la acest nivel. Am ales însă textul, pentru a putea compara cu articolele din alte publicații, unde punerea în practică a tehnicilor de manipulare este mai evidentă.

2.2. Un articol aflat la limita dintre imparțialitate și subiectivitate este cel din cotidianul *Ziua (Z)*. Primul semn al interpretării este dispunerea informațiilor într-o altă ordine decât cea din sondaj. Așezarea firească, descrescătoare, din barometru este răsturnată, jurnalistul schimbând centrul de interes, în urma unei analize. Strategia emițătorului este aceea de a se folosi de „noutatea” informațională²¹, pentru a o plasa – ca pe o concluzie – chiar în titlul știrii și în primul paragraf al textului. Transpare din articol, așadar, nu doar preferința electoratului, ci și opțiunea ziaristului pentru o formațiune sau alta ori, cel puțin, rezerva sa față de alte partide:

Sporește electoratul PNL și PD

În multiple cazuri, titlurile pot fi urmate de subtitluri și de intertitluri, după cum se petrece în exemplul de față. Textul vine să demonstreze încă o dată că, prin selecția subiectelor, înțelegerea mesajului de către cititor stă la îndemâna emițătorului.

*Năstase și Băsescu se ceartă și pierd din încrederea cetățenilor
Vadim pierde din imagine*

²⁰ Pentru definirea denotației, conotației, expresivității, vezi *LRC*, p. 38, 171.

²¹ Cf. *Oxford English Dictionary*, știrea reprezintă: „Noutate; raport sau descriere a unor evenimente sau întâmplări recente, prezentate sau asimilate ca informație nouă; întâmplări noi ca subiect de relatare sau de discuție.”

Lexicul este mult mai variat decât în articolul precedent. Jurnalistul nu mai respectă atât de îndeaproape limbajul sondajului; termenii statistici de evaluare (*a crește, a scădea, a se menține*) sunt înlocuiți de cuvinte sau sintagme sinonime, pline de expresivitate: *s-au bucurat de o creștere a popularității, au scăzut în ochii electoratului, electoratul se subțiază constant, criză de încredere, pierde din imagine*. Observăm o preferință pentru cuvinte din sfera limbii standard, familiare, dar cu nuanță pozitivă sau depreciativă. În aparență, diferențele de sens, dintre limbajul barometrului și termenii din articol, sunt minime. Subiectivitatea intervine însă chiar la acest nivel minimal, căci ziaristul nu-și propune să modifice rezultatele sondajului, ci doar să le interpreteze și să le prezinte „după bunul plac”; subiectivitatea este ascunsă în spatele analizei obiective și a judecăților de valoare, rezultate din comparație:

Judecând după răspunsurile intervievaților, la întrebarea privind intenția de vot, atât liberalii, cât și democrații s-ar putea situa peste pragul de 10%, „dacă duminică viitoare ar avea loc alegeri”. Electoratul partidului de guvernământ se subțiază constant, fapt reliefat de statisticile ultimelor luni.

Strategia jurnalistului este aceea de a strecura în text aprecieri, cuvinte care pot schimba înțelesul întregului context. Termenii pot fi nume, calități, modalități, verbe cu sens peiorativ sau imprecis: *criză de încredere, singurele partide, se subțiază constant, pare să fi intrat*.

2.3. Aceleași mijloace le-am regăsit într-un alt articol, din cotidianul *Evenimentul zilei* (EZ1), care acordă spațiu mult mai restrâns subiectului, dar care încearcă să comaseze rezultatele în cât mai puține rânduri. Expeditiv, ziaristul își propune să concentreze atât cifre, cât și aprecieri, eludând răspunsurile la ultima întrebare a sondajului (*După părerea dvs., în ce direcție merg lucrurile în România?*). Jurnalistul alege, așadar, nu doar modalitatea în care va organiza informațiile în text, ci chiar informațiile pe care trebuie să le cunoască cititorul. Indiferent care sunt rațiunile exterioare acestei strategii (politică editorială, spațiu în pagină, tehnică de redactare)²², este cert că jurnalistul preferă o informație în locul alteia, deci operează o selecție și orientează atenția lectorului exclusiv către informațiile pe care el le consideră de interes. Ziaristul „dictează” în acest fel însuși interesul publicului.

Mijloacele lexico-semantice sunt asemănătoare celor utilizate în articolele analizate anterior; nu difereă decât preferințele pentru anumiți termeni cu sens evaluativ: *cea mai credibilă persoană dintre politicieni, panta descendentă a credibilității, scurtă distanță, ușoară creștere*. Câteva adverbe și conjuncții au sens moderator: *de remarcat este* însă *faptul că, întrunește* doar *19,7 la sută din opțiuni*. În încercarea de a-și demonstra imparțialitatea, jurnalistul folosește mijloace fatice de comunicare cu receptorul, după modelul: *de remarcat că...* Ziaristul nu-și asumă „remarca”, ci o redă în formă impersonală, la modul supin, ca pe o constatare.

²² Pentru analiza construcției unui articol vezi și capitolul *Construcția și descrierea*, din David Randall, *Jurnalistul universal*, p. 179-193.

Tot o constatare este titlul articolului *Războiul imaginii, reflectat în sondaje*. Fără îndoială, titlul este menit să atragă atenția, centrând semnificația în jurul cuvântului „război”, al cărui sens figurat este acela de „conflict”²³. Măsura în care termenul este adecvat contextului rămâne în sarcina fiecărui cititor să judece, parcurgând articolul. Se poate observa, însă, că invitația la lectură este făcută printr-un clișeu mult „abuzat” în presa actuală. Jurnalistul britanic David Randall observă, într-o recentă lucrare²⁴, că ziaristii uzează în mod exagerat de etichete, de formule standard, de cuvinte „șocante”, al căror conținut se îndepărtează mult de realitatea referențială. De fapt, ziaristul pune în legătură doi referenți diferiți: barometrul de opinie propriu-zis și realitatea politică, ajungând la concluzia (cum altfel?) că această realitate este reflectată de sondaj²⁵.

2.4. Dintre toate articolele pe care le supunem analizei pe acest subiect, am lăsat la final unul care poate servi drept exemplul cel mai potrivit de manipulare lingvistică. Ziarul *Curentul (CI)* a prezentat același sondaj într-o formă „originală”, care se află la limita dintre știre, analiză și expresie a punctelor de vedere personale. Nicăieri ca în acest articol nu transpare în mod mai vădit atitudinea ziaristului față de informație.

Din punct de vedere lexical, termenii domeniului statistic sunt folosoși doar ca argumente ale credibilității:

²³ Potrivit *DEX*, *fig. „Ceartă; neînțelegere, vrajbă, gâlceavă”.

²⁴ David Randall, *Jurnalistul universal*, p. 148-149: „[...] dacă dumneavoastră și cu mine avem opinii diferite în legătură cu un anume subiect și ne întâlnim ca să îl discutăm, se poate spune că suntem în dezacord. Dacă reprezentăm suficient interes pentru ca un ziar popular să dorească să prezinte conflictul nostru de idei, cum va fi acesta descris în titlu? Ei bine, «dezacord» nu s-ar potrivi, și nici «dezbateră», pentru că, la un caracter de literă înalt de 4,5 cm, nu ar încăpea decât un cuvânt din 4-5 litere. Așa că dezacordul nostru devine un «duel» sau o «luptă», ceea ce este cu totul altceva. Fie că ne «distrugem», ne «înjurăm», ne «plesnim» sau «urlăm» unul la altul, nimic din toate acestea nu ar fi adevărat. Tiparul și design-ul au făcut ca întâlnirea noastră să fie reflectată incorect. În Marea Britanie, în ziarele tabloide și în unele *quality papers* [...], critica este «lovitură», absența de la o întâlnire este «sfidare», un conflict intern este «război civil», posibilitatea este o «amenințare» [...] etc. [...] în majoritatea împrejurărilor în care sunt folosite, au darul de a induce, pur și simplu, în eroare. Este ca și cum story-ul ar fi tradus într-o altă limbă de un om furios și cu un vocabular limitat.”

²⁵ Din punct de vedere jurnalistic, titlul este neadecvat; în încercarea de a confirma faptul că realitatea politică este oglindită de barometrul prezentat, ziaristul creditează ideea că există posibilitatea ca un sondaj să nu reflecte realitatea. Emițătorul nu poate afirma un lucru evident, decât admitând că, în alte contexte, se poate pune la îndoială acel lucru. De aceea sursele sunt foarte importante în practica jurnalistică, pentru ca informația prezentată să fie credibilă. În cazul de față, ziaristul nu-și precizează sursa (Centrul pentru Studiarea Opiniei Publice – CSOP) și preferă să folosească, generic, forma de plural: „reflectat în sondaje”. Pentru mai multe date pe temă, vezi Malcolm F. Malette, *Manual pentru ziaristii din Europa Centrală și de Est*, cap. 7: *Menționarea sursei de informații: cititorii trebuie să o cunoască*, p. 41-42.

Ultimul sondaj CSOP, realizat pe date culese în perioada 26 februarie-1 martie 2002, confirmă rezultatele sondajului IMAS, date publicității săptămâna trecută.

Textul apare chiar la începutul știrii și, împreună cu graficele alăturate, reprezintă singurele elemente obiective din întregul articol. Toate celelalte pasaje fac uz de cuvinte, expresii, sintagme, sensuri conotative, care reduc semnificația globală la o interpretare depreciativă. Lexicul statistic este înlocuit cu limbajul sportiv. Diferențele de atitudine între publicații sunt evidente: în vreme ce cotidianul *Evenimentul zilei* exagera seriozitatea subiectului, redându-l în termenii unui „război”, ziarul *Curentul* minimizează tema, prezentând-o sub forma unei competiții sportive. Articolul parodiază realitatea politică, abuzând de clișee ale limbajului sportiv²⁶: *se duce pe tobogan, pierdere constantă de viteză, surprinsă în pierdere de formă, adună puncte, surpriza etapei, revine la forma care l-a consacrat.*

Jurnalistul are însă „onestitatea” de a avertiza asupra schimbării registrului, printr-o strategie metalingvistică:

Cu alte cuvinte, avem de a face cu un PSD împovărat de tot mai multe griji, învederat în pierdere constantă de viteză, un PRM aflat și el, în luna februarie, sub procentajul obținut în prima lună a anului, cu un tandem PNL-PD în ușoară creștere și cu un UDMR surprinsă și ea (sic!) în pierdere de formă.

Modalitatea depreciativă în care este tratat subiectul constă și în disponerea, în același context, a termenilor *standard, familiari, moșteniți*, având sens figurat, alături de cuvinte neologice, împrumutate (ori îmbogățite recent cu un nou sens) sau rare: *a consacra* (împrumut, neologism), *derută* (împrumut, standard, în expresii), *grijă* (vechi împrumut, standard, în expresii, locuțiuni), *habar* (vechi împrumut, în expresii), *împovărat* (derivat, figurat), *învederat* (derivat, livresc, rar), *orfeline* (rar), *potențial* (împrumut, neologism), *procentaj* (derivat calchiat, neologism), *soartă* (standard, nemarcat), *substanțial* (împrumut, neologism), *tandem* (împrumut, neologism, figurat), *zestre* (moștenit, familiar)²⁷. Regăsim aceleași cuvinte, care exprimă modalități sau calificative moderate: *în ușoară creștere, PSD are încă o zestre substanțială de procente, ajungând deja la, într-o ușoară scădere*. Alte calificative au o nuanță radicală: *populația României se află într-o derută totală*. Relațiile semantice între cuvinte se stabilesc rar, deși informațiile sunt dispuse comparativ. Antonimiile (*incet, dar sigur*) se reflectă mai degrabă la nivelul întregului discurs, ca figuri de construcție. Asupra acestui aspect vom reveni atunci când vom analiza strategiile sintactice și stilistice-contextuale.

²⁶ Despre terminologia sportivă în presă, vezi Adriana Stoichițoiu Ichim, *Vocabularul limbii române actuale*, p. 96.

²⁷ Cuvintele și mărcile de uzaj au fost verificate în *DEX* și *DN*; informații despre tipologia mărcilor de uzaj pot fi găsite în lucrarea *Mărcile stilistice (diastatice) în DEX și importanța lor normativ-didactică*, de Angela Bidu Vranceanu.

2.5. Succinta cercetare în paralel a celor patru articole demonstrează că lexicul, la fel precum informația, stă la dispoziția jurnalistului, care îl „mânuieste” în voie, după știința și intențiile sale. Polisemia, care ar trebui să stea de fapt „la îndemâna” lectorului, este redusă la o singură interpretare și, de fapt, la o strategică manipulare a modului în care cititorul percepe realitatea.

3. Un alt subiect care ne-a atras atenția este o declarație pe o temă generală, care a stârnit recent controverse în lumea politică, în rândul opiniei publice, dar mai ales în presă. Declarația a avut ca premisă chiar un articol apărut într-un cotidian central, potrivit căruia autoritățile ar pregăti o *strategie de contracarare a atacurilor mediatice la adresa României*. În urma publicării acestui articol²⁸, șefului statului i s-a cerut să răspundă dacă există sau nu o atare strategie. A doua zi, mai multe ziare au preluat răspunsul în paginile lor și l-au publicat sub formă de știre.

Am ales această tema pentru că, teoretic, ziarele ar trebui să prezinte declarația în mod obiectiv, astfel încât cititorii să-și poată forma opinii în legătură cu subiectul. După cum o dovedesc însă textele supuse analizei, opiniile sunt deja formulate de către jurnaliști, iar practica nu este singulară. Din lipsă de spațiu, ne vom folosi doar de exemplul de față, cu mențiunea că, în general, declarațiile politicianilor sunt cele mai comentate, dezbătute și interpretate de către ziariști. În încercarea de a-și asuma rolul de mijlocitor între individ și realitatea politică, socială, economică etc., jurnalistul ajunge să medieze chiar înțelegerea cititorului.

Titlurile pe care publicațiile le-au ales pentru același subiect sunt nu doar variate ca formulare, ci chiar diferite în semnificații:

* *Șeful statului se plânge de un război psihologic împotriva Puterii – „Preocupările pentru apărarea imaginii României sunt firești”, zice Ion Iliescu (RL)*

* *Strategia otrăvită nu va trece de CSAT – Șeful statului caută autorul materialului scandalos (A2)*

* *Copleșită de probleme – Puterea s-a încurcat în propriile strategii (C2)*

* *Modelul „Firul Roșu” și „Afacerea Costea” se repetă – Iliescu își aduce aminte: operațiunea „Bidineaua” există! (EZ2)*

Un cititor neavizat ar putea să nu înțeleagă, odată cu lectura titlurilor, care este tema articolelor. Există însă câteva cuvinte, sintagme „cheie”, pe care jurnaliștii le introduc, strategic, pentru a capta interesul publicului și pentru a invita la lectură: *război psihologic, strategie otrăvită, operațiunea „Bidineaua”, Firul Roșu, Afacerea Costea*. Termenii sunt aleși, în parte, din domeniul militar. După cum am arătat anterior²⁹, există o predilecție a presei pentru folosirea, în titluri mai ales, a cuvintelor din această sferă, ale căror sensuri, conotative, induc receptorului

²⁸ Cotidianul *Adevărul*, nr. 3710, 29 mai 2002.

²⁹ Vezi infra, p. 14.

sentimentul unor permanente stări conflictuale. Tehnica nu este originală în presa actuală. Încercând să demonstreze că regimurile totalitare foloseau limbajul ca principal instrument de manipulare a opiniei publice, Françoise Thom arată că registrul militar a servit drept un foarte potrivit mijloc acestui obiectiv³⁰. Deși scopul manipulării diferă de la un caz la celălalt, strategia este, sub acest aspect, aceeași.

Articolele dezvăluie ulterior că registrul militar face parte chiar din limbajul autorităților; așadar presa mimează un anumit tip de discurs politic, pentru a putea convinge cu aceleași sigure mijloace:

* „Având în vedere preocuparea pentru astfel de probleme ale imaginii României și în contextul unui, ca să-i spunem puțin exagerat, război psihologic, la care suntem supuși de 12 ani continuu, această propunere este firească”, a adăugat Iliescu. (RL)

* „Probabil că este gândirea cuiva, care vine cu niște sugestii, cu niște propuneri, că, altminteri, în domeniul ca atare, al războiului psihologic, ca să-i spunem așa, cu care ne confruntăm și noi, ca orice țară din lume, abordarea unor astfel de probleme este utilă. (A2)

3.1. Jurnaliștii tratează știrea în mod diferit, sunt ziare care iau atitudine și publicații care preferă să rămână nepărtinitoare. Dintre știrile în care intervenția ziaristului este minimă, menționăm cotidianul *România liberă*³¹. Publicația preferă să comenteze declarația separat, raportând-o la context, comparând-o cu alte declarații contradictorii în spațiul dedicat editorialului³². Informația din articol, însă, este tratată după principiile de construcție a unei știri, cu minime intervenții, limitate la nivelul lexicului și al sintaxei.

Modul de redare a unei declarații de presă se realizează, în special, prin citare sau prin reproducerea vorbirii indirecte, introduse prin *verbe dicendi*, de tipul: *a adăuga, a afirma, a anunța, a aprecia, a cataloga, a declara, a reitiera, a remarca, a răspunde, a spune, a sublinia, a susține*. Astfel de verbe sunt considerate neutre în raport cu materialul prezentat. Mai puțin recomandate sunt verbele de tipul: *a pretinde, a pretexta, a zice*, care au o nuanță depreciativă și sunt

³⁰ „[...] un mare număr de termeni utilizați de limba de lemn sunt preluați din registrul militar: imagistica războinică se extinde, de la domeniile tradiționale, până la cele mai bucolice: mulsul vacilor sau culesul cartofilor; nu auzi vorbindu-se decât de *fronturi, bătălii, atacuri, rezistență, lăuri cu asalt, strategie și tactică* etc. Pacea însăși devine subiectul unei lupte îndârjite. Citind presa comunistă, ai impresia unei societăți veșnic mobilizate.”, Françoise Thom, *Limba de lemn*, p. 48.

³¹ Pentru articol, vezi **Addenda**.

³² În aceeași zi, 30 mai 2002, în nr. 3705, *România liberă* publica pe prima pagină un editorial pe temă, numit *Strategia minciunii*, semnat de Bogdan Ficeac, din care cităm un fragment: „În acest moment, avem toate motivele să credem că Strategia în cauză nu va fi o acțiune firească și necesară de promovare a imaginii României în lume, ci o nouă strategie a minciunii, menită să ascundă sub sloganuri perfide incapacitatea guvernului de a urni țara din criză și să limiteze și mai mult libertatea cuvântului. Oare e doar o coincidență între menținerea cu cerbicie a unor foști securiști în structurile statului și apariția unor asemenea inițiative dubioase?”

susceptibile de a inocula lectorului o umbră de îndoială în legătură cu credibilitatea declarațiilor reproduse. În vreme ce primele sunt verbe menite să instituie o anumită distanță, imparțialitate și chiar reverență față de afirmațiile oficialilor, acestea din urmă au un sens peiorativ. Cotidianul *România liberă* folosește două astfel de verbe, care pun sub semnul întrebării însăși declarația care face obiectul știrii. Termenii sunt plasați – strategic – unul în titlu, celălalt la finalul articolului:

* „*Preocupările pentru apărarea imaginii României sunt firești*”, zice Ion Iliescu

* *El a refuzat să precizeze care instituție a fost însărcinată să analizeze acest subiect.*

Dacă, în primul exemplu, personajul căruia îi aparține afirmația este tratat cu „ireverență”, în cel de-al doilea text, se insinuează că președintele a evitat un răspuns pe care l-ar fi datorat presei și publicului cititor. Astfel de precizări pot fi reproduse sau nu de ziariști, dar introducerea lor în formă explicită demonstrează că presa vrea să aducă la cunoștința opiniei publice un fapt cu care nu este de acord. Strategia se află la limita dintre obiectivitate și manipulare, dintre dorința jurnalistului de a prezenta realitatea întocmai și poziția sa față de acea realitate. Punctul de vedere al ziaristului este mult mai vizibil în aprecieri, atunci când declarațiile sunt puse în paralel. Jurnalistul nu doar juxtapune afirmațiile pe care le consideră contradictorii, dar le și comentează, le califică și face precizări, prin cuvinte care schimbă fundamental înțelesul global al textului:

Ciudat este că președintele Ion Iliescu a reafirmat, ieri dimineață, că strategia privind contracararea acțiunilor de denigrare a țării nu este un document oficial, care să fi făcut obiectul CSAT, dar că acesta este un proiect care ar putea fi supus discuțiilor. Ulterior, avea să recunoască, tot ieri, că, în cadrul CSAT, s-a discutat despre găsirea unor soluții, pentru a reacționa față de acțiunile de denigrare a țării.

Miza strategiei nu este atât de a orienta publicul către un anumit punct de vedere, cât de a-l face părtaș unor contradicții care jurnalistului i se par evidente. Jurnalistul „poartă” astfel, înaintea publicului, opinia despre evenimentul pe care îl relatează, tocmai pentru că este cel dintâi care are acces la informație.

3.2. O atitudine asemănătoare am regăsit-o în altă publicație, care a informat asupra aceluiași subiect. Cotidianul *Adevărul (A2)* are două intervenții proprii, la nivelul lexicului, care, deși nu schimbă semnificația declarației, orientează din titlu viziunea receptorului asupra obiectului afirmației. „Strategia” este calificată drept *otrăvită, un material scandalos*. Potrivit *Dicționarului explicativ*³³, verbul *otrăvi* are (la figurat) semnificația de „a învenina, a exercita o influență vătămătoare: a corupe; a perverti”. Din interiorul articolului, nu reiese

³³ Cf. *DEX*, p. 734.

care este conținutul documentului, cu atât mai puțin motivul pentru care „strategia” ar avea o influență vătămătoare asupra cuiva. Termenul *scandalos* este tot atât de ambiguu, întrucât nu este atribuit, iar cititorul nu poate ști dacă este o concluzie ce transpare din declarația reprodusă ori reprezintă o apreciere a jurnalistului. *Ambiguitatea* poate fi, astfel, o *formă de manipulare*.

Interpretările proprii ale jurnalistului sunt vizibile și în *sinonimele parțiale*, introduse pentru a înlocui cuvinte sau sintagme din declarațiile oficiale. Scopul formal este acela de a evita repetițiile „supărătoare”, dar, la nivel semantic, semnificațiile se nuanțează. Afirmatia: „*A rămas să vedem de unde a apărut acest material*” devine: *Șeful statului caută autorul materialului scandalos*. Declarația oficială ocolește o personalizare explicită a mesajului, introducând persoana I plural (*să vedem*), cu uz generic, dând informației o atribuire echivocă. Ziaristul știe că ambiguitatea din replicile politicianilor este un mijloc de a evita responsabilizarea. Sub pretextul clarificării mesajului, jurnalistul atribuie informația – în stil indirect – chiar emițătorului, folosind persoana a III-a singular (*Șeful statului caută*). Sursa substituției este *metonimia*. *Șeful statului* reprezintă o instituție numită *Președinție* sau *Administrație Prezidențială*, care este formată, la rândul său, din mai mulți reprezentanți (*șef de cabinet, consilieri, funcționari*). Este o practică des întâlnită în presă și în discursul public, politic, de a înlocui persoana cu instituția sau formațiunea, partidul, organizația și viceversa³⁴, deși metonimia – în acest caz – nu este o figură creată de către jurnaliști, ci preluată din stilul administrativ.

3.3. Unele texte folosesc însă metonimia ca un mijloc depreciativ. Cotidianul *Curentul (C2)*, care a preluat aceeași declarație, intervine cu aprecieri subiective, folosind, printre strategii, metonimia cu scop peiorativ. Sintagma *Administrație Prezidențială* este înlocuită cu sediul în care funcționează instituția: (*Palatul*) *Cotroceni*, un nume propriu, redat ca un substantiv comun, cu articol posesiv-genitival:

[...] a negat încă o dată că documentul apărut în presă ar reprezenta varianta oficială a Cotroceniului.

Cu atât mai vizibilă este nota depreciativă, cu cât forma substantivului propriu se schimbă în plural:

La vremea respectivă, Ioan Talpeș anunțase acest demers al Cotrocenilor, liniștindu-i pe zariști că strategia amintită nu va consta în „trasul cu pușca și scosul mitralierei”.

O altă expresie a depreciativului este *redarea parțială a numelor* persoanelor oficiale. *Ion Iliescu* devine *Iliescu*, *Ioan Talpeș* este doar *Talpeș*, *Vasile*

³⁴ Declarațiile liderilor de partid, de Guvern, reprezentanților din Parlament sunt atribuite instituțiilor, formațiunilor respective. Afirmările primului ministru sunt interpretate drept hotărâri ale Executivului. Declarațiile politicianilor sunt redade ca poziții ale partidului din care fac parte.

Dâncu rămâne *Dâncu*. Teoriile jurnalistice recomandă folosirea ambelor nume, atunci când acestea nu sunt însoțite de calitatea oficială, după modelul: *Președintele Iliescu, ministrul Dâncu*. Modelul este însă atât de des încălcat, încât abaterea a devenit practică și este pe cale să ajungă normă³⁵.

Dar, dominante ca strategii lexico-semantică de manipulare rămân *calificativele, aprecierile*, concretizate în adjective, adverbe, nume: *Puterea este copleșită; Ion Iliescu știe, cu siguranță; strategia este fantomă; Vasile Dâncu și-a schimbat, radical, declarațiile*. Intervențiile ziaristului sunt menite să plaseze informațiile în context, să ofere detalii, să compare. Articolul din *Curentul* este cel mai amplu, din acest punct de vedere. Știrea nu se limitează doar la prezentarea declarației, ci o dispune în paralel cu alte afirmații, ale aceluiași personaj sau ale altora, pentru ca cititorul să poată trage concluzii asupra veridicității afirmațiilor. Numai că, înainte de a-l lăsa pe receptor să-și formeze o opinie asupra realității prezentate, ziaristul intervine cu părerile sale, mimând obiectivitatea. Strategia este mult mai evidentă la nivelul sintaxei și al topicii, asupra cărora vom insista în capitolul care urmează.

3.4. Am lăsat, la final, analiza unui articol care se folosește de tehnicile redactării, pentru a face explicită contradicția dintre declarațiile pe aceeași temă. Cotidianul *Evenimentul zilei* plasează sub titlu două citate, extrase din afirmațiile Președintelui, datate diferit:

> 29 mai: „Este o făcătură, o invenție” > 30 mai: „Este, probabil, un text în lucru”

Trecerea citatelor în vorbirea indirectă se realizează nu prin *verb dicendi*, ci printr-o locuțiune care face evidentă contradicția: *Președintele și-a adus aminte*. În tot cuprinsul său, articolul marchează incompatibilitățile dintre afirmații, tot prin mijloace lexico-semantică. Jurnalistul introduce prin câteva cuvinte, care exprimă modalitatea, propriile aprecieri asupra discursului reflectat în știre: a văzut, *într-adevăr*; a negat *categoric*; a admis, *totuși*; respinsese totul *cu vehemență*; a negat *ferm*. Astfel de termeni, alături de calificative: a avut o poziție *interesantă*, subiecte *controversate*, limitează obiectivitatea, înțelegă în termenii imparțialității. Dar, spre deosebire de articolul precedent, în care jurnalistul se mulțumea să-și exprime dezacordul, folosind mijloace depreciative, ziaristul de la *Evenimentul zilei* pornește de la premisa că subiectul trebuie tratat cu aceeași seriozitate ca aceea a posibilelor sale repercusiuni. *Președintele Ion Iliescu* nu mai este *Iliescu*, ci *cel dintâi om în stat*. Sintagma sinonimă accentuează funcția emițătorului, tocmai pentru a face relevantă contradicția dintre poziția acestuia și afirmațiile sale:

³⁵ Unele texte jurnalistice (cele mai multe având caracter ironic, pamfletar) utilizează chiar numele mic al oficialilor: în loc de *primul-ministru, Adrian Năstase* întâlnim simplu, *Adrian*; *liderul PD, Traian Băsescu* devine *Traian* sau *Băsescu*; *președintele PRM, Corneliu Vadim Tudor*, poartă numele generic *Vadim* etc.

Președintele și-a adus aminte. El a văzut, într-adevăr, „Strategia” de reacție la articolele negative din presa română și internațională. Aceasta, după ce, miercuri, întrebat de zariști, cel dintâi om în stat a negat categoric existența unui asemenea document, caracterizând totul drept o diversiune.

Ziaristul penalizează indirect un anumit mod de comportament, făcând cititorul părtaș atitudinii sale. Pentru a fi persuasiv, jurnalistul reamintește cazuri anterioare, considerate similare, pe care le aduce drept dovezi și argumente. Sintagma care introduce contextul, des folosită în presă, este tot o apreciere:

Nu este pentru prima dată când Ion Iliescu admite, fie și parțial, veridicitatea unor dezvăluiri din presă, după ce, inițial, respinsese totul cu vehemență.

4. Cele câteva texte analizate comparativ în acest capitol demonstrează că nu există știre imparțială. Deși slab reprezentat, nivelul lexico-semantic oferă destule argumente în acest sens. Cercetarea confirmă amestecul de limbaje din stilul publicistic³⁶, dar acesta este un rezultat nu doar al abordării unor subiecte din domenii diferite. Ziaristul apelează la alte registre, care-i pot servi personalizării discursului. Astfel, cuvinte din sfera statisticii sunt translate în termeni sportivi; opiniile contradictorii, din sfera politicii, sunt redactate printr-un registru militar. Jurnalistul întreține asupra politicii imaginea unei permanente competiții, a unui nesfârșit război. Aprecierile nu sunt posibile decât prin conotații, dar schimbările de semnificații se realizează și prin metonimii, sinonimii. Antonimia este slab reprezentată, relațiile semantice opozitive sunt vizibile mai ales la nivelul construcției textului, aspect de care ne vom ocupa în capitolul care urmează.

³⁶ Vezi Dumitru Irimia, *Structura stilistică a limbii române contemporane*.

PRESA PENTRU IMIGRANȚII ROMÂNI DIN ITALIA

IOAN LAZA*

ROMÂNII, CEA MAI NUMEROASĂ MINORITATE

Din 2004 românii au devenit cea mai numeroasă comunitate de străini din Italia. „*Ultimele date statistice italiene, oficiale, indică în prezent (n.n. martie 2005) o cifră de circa 250 000 de etnici români cu statut legal, față de un număr de 96 000 de români la finele anului 2002*”¹, preciza Cristian Valentin Colțeanu, ambasadorul României în Italia, într-un interviu acordat Jurnalului Național. Evident, numărul lor este mult mai ridicat, dacă-i luăm în calcul și pe cei care nu au permisul de ședere, «ilegalii». „*Peste un milion de români trăiesc în Italia, constituind cea mai mare comunitate străină – 1 061 400, adică 37,2% din totalul imigranților, relevă «Dosarul statistic al imigrației 2005», publicat la sfârșitul săptămânii trecute*”.² Comunitățile cele mai semnificative se regăsesc în nordul Italiei și în zona de centru. În Roma și în împrejurimi trăiesc circa 70 000 de români. În Piemonte (Torino) viețuiesc aproximativ 40 000 de etnici români, iar în Lombardia (Milano) circa 35 – 40 000 de persoane. Către Est, în zona Veneto, în jurul Veneției și Treviso, tot cam 40 000 de români, iar în Toscana (Florența), cam 30 000, aprecia în același interviu ambasadorul Colțeanu.

Un studiu³ asupra mobilității forței de muncă a persoanelor din Europa de Est ce ar intenționa să caute un loc de muncă în afara țărilor de origine și în special în Uniunea Europeană realizat de Centrul European de Cercetare a Opiniei Publice relevă că peste 30% dintre românii chestionați au declarat că probabil vor încerca să-și găsească o slujbă în Comunitatea Europeană de îndată ce România va fi admisă în această organizație. Cei mai mulți ar dori să plece la lucru în Germania (27,2%), urmată de Italia (22,4%) și Spania (9,9%).

Semnificativ este și faptul că numărul persoanelor născute în România care s-au stabilit pe o durată nedeterminată în alte țări în perioada 1990 – 2000 este de peste 300 000, cifră care nu-i include pe imigranții ilegali. Pentru Italia⁴ au optat 15 000 de români, de patru ori mai puțini ca în SUA (62 182) și de șase ori decât în Germania (100 000).

* Lector univ. drd. la Universitatea din Oradea

¹ Anghel, Costin, *Ambasadorul României la Roma, despre români: "Aduc valoare unde nu sunt specialiști"*, în **Jurnalul Național**, 19 martie 2005, p. 3.

² Mitrică, Mihai, *Un milion de români s-au mutat în Italia*, în **Evenimentul zilei**, 31 octombrie 2005, p. 3.

³ CEORG, **May 2001 Omnibus Survey on Free Movement of Labor**

⁴ Lomaca, Silvia, Lomaca, Constantin, **Emigrarea – Foaie de parcurs**, Editura Enciclopedică, București, 2004, p. 22.

În abordarea problemei în cauză, din capul locului se impune sublinierea diferenței specifice dintre comunitățile etnice și cele de imigranți. În corelație directă se află și tratamentul diferit aplicat acestora. În mod esențial, referințele din această comunicare vizează imigranții care au descins în ultimii ani în Italia în scop de muncă.

ÎN CE SECTOARE MUNCESC ROMÂNII?

Principalele sectoare în care românii își desfășoară activitățile sunt în primul rând construcțiile, agricultura și serviciile de asistență. Câteva nuanțări și accente sunt mai mult decât necesare. Bunăoară, este într-o continuă creștere numărul celor care desfășoară activități pe cont propriu, în special în domeniul comerțului și construcțiilor. „În zona de nord a țării (n.n. Italia) este chiar o prezență semnificativă a întreprinzătorilor români care și-au format propriile societăți”⁵, remarcă ambasadorul României la Roma. Mai mult, adaugă diplomatul, acum, cei care vin în Italia să-și desfășoare activitatea „intră în domeniile pentru care ei sunt pregătiți. Sunt foarte rare cazurile când persoane cu o anumită pregătire într-o zonă au apelat la o reconversie profesională pentru a se integra într-un mediu”.

Au survenit notabile schimbări și în structura forței de muncă emigrate. „Vreau să atrag însă atenția că nu suntem un popor de muncitori și de menajere. Sunt foarte mulți intelectuali, și din imigrația mai veche, și din noile comunități formate. Există mulți muzicieni, nu există orchestră fără români. Mai mult, pictori, antrenori, sportivi, ingineri, medici foarte mulți, mai ales cardiologi, chirurgi și neurochirurgi. În Lombardia, am trei directori de spitale români. Mai nou, foarte apreciați sunt informaticienii”⁶, constată consulul României la Milano, Mircea Gheordunescu.

O PROVOCARE – ADAPTAREA

Dacă numărul celor care emigrează în Italia este în continuă creștere acest fapt se datorează nu doar oportunităților de pe piața muncii, câștigurilor realizate acolo, ci și afinităților de limbă și cultură. Cu toate acestea, o provocare majoră rămâne însă adaptarea, integrarea, dat fiind și statusul social, condiția celor plecați în căutarea unui loc de muncă. „Sunt oameni care ajung la Torino, dar n-au fost în viața lor într-un oraș mai mare din România. De la un sat pierdut pe nu știu unde ajung direct într-o metropolă europeană unde totul este cu bancomate, cu PIN-uri, cu carduri, unde ca să chemi taxiul trebuie să faci nu știu ce număr, ca să îți iei un bilet la metrou trebuie să tastezi alt număr și așa mai departe. Impactul este dureros”⁷. Este, în definitiv, un **șoc cultural**.

⁵ Anghel, Costin, *Ambasadorul României la Roma, despre români: Aduc valoare unde nu sunt specialiști*, în **Jurnalul Național**, 19 martie 2005, p. 3

⁶ Cristea, Irina, *Consulul României la Milano spune că românii au un statut favorabil în Italia: „Nu suntem un popor de muncitori și menajere”*, în **Jurnalul Național**, 22 septembrie 2004, p. 11

⁷ **Idem**

În **termeni generali**, pentru imigrant integrarea constă în cunoașterea limbii țării gazdă (citit, scris), accesul la sistemul de educație și piața muncii din țara respectivă, posibilitățile de creștere a mobilității profesionale, egalitatea în fața legii, libertatea culturală și religioasă, respectul față de legile și tradițiile țării în care trăiesc (vezi derapajele comportamentale ale unor imigranți români care și-au atras antipatia multor italieni). În același timp, **pentru societatea gazdă** integrarea migranților presupune toleranță și deschidere, acordul de a primi imigranți, înțelegerea avantajelor și provocărilor societăților multiculturale, oferirea unui acces neîngrădit la informațiile privind avantajele integrării, toleranței și dialogului intercultural, respectarea și înțelegerea condiției, tradițiilor și culturii imigranților, respectul față de drepturile imigranților.⁸

Conceptual, problema integrării în societatea țării gazdă variază între **asimilare** (acceptarea sistemului de valori al țării – gazdă și, eventual, renunțarea la propria cultură) și **inserție pe piața muncii și integrare în societate** (concepție ce recunoaște respectul față de legile țării gazdă).

Bourhis împarte în patru mari grupuri ideologice țările de imigrație, grupuri ce diferă în ceea ce privește tratamentul imigranților din punct de vedere legal, social, politic și cultural. Cele patru grupuri ideologice sunt:

I. Țările cu ideologie pluralistă, în care se așteaptă de la imigranți să adopte valorile publice ale țării de adopție, dar li se permite păstrarea valorilor private, care sunt chiar încurajate și sponsorizate de stat (ex.:Australia, Canada).

II Țările cu ideologie civică, similare în caracteristici cu primul grup, cu deosebirea că statul nu încurajează păstrarea valorilor private, lăsându-le însă să se manifeste nestânjenite (ex.: Marea Britanie).

III Țările cu ideologie asimilaționistă, care diferă de primele două deoarece consideră că o parte a valorilor private trebuie reglementate de stat. În aceste țări este de așteptat ca imigrantul să-și abandoneze moștenirea lingvistică și culturală și să adopte toate valorile fundamentale ale țării de adopție. O variantă a acestei ideologii este întâlnită în Franța. Aceasta a fost politica americană, până în anii '50, după care SUA s-ar fi îndreptat către ideologia civică.

IV Țările cu ideologie etnică – Germania sau Japonia⁹

În opinia noastră, în această clasificare Italia s-ar înscrie în categoria a II-a.

În **plan practic**, politicile pentru integrarea imigranților vizează măsuri de combatere a discriminării și învățarea limbii țării – gazdă, iar pe de altă parte procesul general de maturizare a imigranților.

⁸ Constantin, Daniela – Luminița, **Fenomenul migraționist din perspectiva aderării României la UE**, Institutul European din România, București, 2004, p. 52, după OIM, **World Migration**, 2003

⁹ Lomaca, Silvia, Lomaca, Constantin, **Emigrarea – Foaie de parcurs**, Editura Enciclopedică, București, 2004, pp. 15 - 16, după Bourhis, R.Y, Moise, C., Perreault, S., Cenecal, S., *Toward an interactive acculturation model: A social psychological approach*, în **Internation Journal of Psychology**, nr. 32, 1997

Nu încape nici o îndoială că viața fiecărui emigrant stă sub semnul șocului cultural.

„*Lucrul de care trebuie să ne temem și pe care trebuie să-l deplângem este deculturația*”¹⁰, adică „*degradarea culturii de origine*”, este de părere cunoscutul scriitor de origine bulgară Țvetan Todorov. El consideră că acest pericol poate fi cel mai frecvent compensat de **aculturație**, „*dobândirea treptată a unei noi culturi*”. Todorov susține că mai există și o a treia cale, **transculturația**, pe care o definește ca „*dobândirea unui nou cod fără a-l pierde pe cel vechi*”. Transculturația poate fi redenumită **biculturalism**. „*Un individ ce reușește să trăiască bicultural, performanță ce pare accesibilă imigranților mai tineri, are în general mai puține conflicte cu semenii, în familie, la slujbă sau la școală. Este astfel posibil ca stresul șocului cultural să fie drastic diminuat.*”¹¹

De când lumea, oamenii și-au luat identitatea din culturile la care aparțin. „*Fluiditatea epocii contemporane confruntă pe indivizi nu numai cu primejdia dislocării din apartenențele confortabile ale grupului cultural, ci mai ales cu șansa accesului la teme, probleme și dorințe noi.*”¹²

Gradul în care șocul cultural afectează diverse categorii de emigranți români diferă în funcție de o seamă de variabile: durata pe care se proiectează stabilirea în altă țară, diferența culturală între țara de origine și cea de adopție, gradul de cunoaștere a limbii noii țări, vârsta la care se produce schimbarea, deschiderea către schimbare, așteptările avute înainte de emigrare etc.¹³

STATUL ROMÂN – UN ACTOR MULT PREA PASIV

Cum răspund guvernării români unor asemenea cerințe pentru a veni în interesul propriilor cetățeni emigrați temporar, lucrători din ale căror transferuri bănești statul își echilibrează într-o substanțială măsură contul curent? „*Cea mai nefericită formă*” de a obține venituri este exportul de forță de muncă, afirma Theodor Stolojan, consilierul pe probleme economice al președintelui Traian Băsescu. „*Fără cele peste două milioane de persoane care lucrează în străinătate, România nu ar putea rezista nici o zi în gestionarea dezechilibrului balanței comerciale*”¹⁴, accentua Stolojan în discursul său în cadrul Topului Național al Firmelor Private din România.

¹⁰ Todorov, Țvetan, **Omul deșurăciat**, Institutul European, Iași, 1999

¹¹ Lomaca, Silvia, Lomaca, Constantin, **Emigrarea – Foaie de parcurs**, Editura Enciclopedică, București, 2004, p. 36

¹² Malița, Mircea, **Zece mii de culturi, o singură civilizație**, Editura Nemira, București, 1998, p. 97

¹³ **Idem**, p. 30

¹⁴ Voiculescu, Loredana, *Președintele Băsescu, prin vocea consilierului Theodor Stolojan: „Diferența dintre dobânda plătită și cea încasată de bănci este inadmisibil de mare”*, în **Gândul**, 29 octombrie 2005, p. 12

Revenind la variabilele mai sus menționate nu cunoaștem nici un demers pentru înființarea unor școli bilingve româno – italiene în zonele cu comunități compacte de imigranți.

Există, în schimb, în unele școli animatori culturali, plătiți de instituțiile de învățământ sau primării, care desfășoară activități culturale – educative cu copiii imigranților români.

În alt plan, Ministerul Muncii, Solidarității Sociale și Familiei nu manifestă nici preocuparea, nici flexibilitatea necesară pentru absorbția unor fonduri care puteau fi atrase printr-un program european destinat învățării limbii italiene de către persoanele care au fost selectate pentru a pleca în scop de muncă în Italia, deși cota pe care această instituție trebuia să o asigure din suportul financiar era de doar ... 3 la sută. Mai lesne să spui că „nu sunt prevăzute fonduri pentru așa ceva” decât să găsești soluții.

Un alt „amănunt” la fel de semnificativ: în librăriile italiene cartea românească este o rară avarie. „*Am fost în vara lui 2005 în Italia. De curiozitate am tras cu ochiul prin librăriile din Roma și din alte orașe italiene. Să tragi cu tunul și nu găseai măcar un dicționar italo-român, respectiv româno-italian. În schimb, erau la îndemână dicționare pentru imigranții tuturor celorlalte comunități. Ce să mai spun de alte titluri reprezentative din literatura română?*”¹⁵

Iată doar câteva repere care denotă lipsa unei strategii guvernamentale în favoarea promovării identității emigranților români în general și, în particular, în Italia.

Două sunt dimensiunile culturale predispușe a crea falii, autonomia individualism – colectivism, respectiv până unde interesele grupului predomină asupra celor ale individului, și distanța de exercitare a puterii, respectiv până unde se propagă acceptarea inegalității de statut. „*Pentru români, care vin dintr-o societate tradiționalistă cu reflexe colectiviste, unde rangul social este afișat natural, întâlnirea cu un mediu unde răspunderea este în exclusivitate individuală, superiorii sunt apelați pe numele de botez fără ca asta să implice tragerea de șireturi și ierarhia nu e trădată prin nici un semn poate fi de multe ori șocantă.*”¹⁶

Bineînțeles că disponibilitatea personală de a lăsa elemente culturale autohtone să pătrundă osmotic în profilul cultural personal cu scopul ultim al creării unui confort spiritual diferă foarte mult de la om la om. „*Hiperidentificării sunt cei care se identifică complet cu modelul cultural originar, iar supraidentificării se consideră aparținând în exclusivitate spațiului cultural adoptiv. Ajustații marginal sunt undeva între, nemaisimțind că aparțin vreunei culturi specifice, iar cei ajustați bicultural, exact ca în modelul Țvetan Todorov, sunt instalați confortabil în ambele culturi.*”¹⁷

¹⁵ Mărturie exprimată autorilor de istoricul și diplomatul Alexandru Ghișa la Oradea, 3 noiembrie 2005

¹⁶ Lomaca, Silvia, Lomaca, Constantin, **Emigrarea – Foaie de parcurs**, Editura Enciclopedică, București, 2004, p. 38

¹⁷ **Idem**, p. 41

Din cauza unui „fond comun de sentimente”, este mult mai probabil ca un român să se simtă mai acasă în țările gîntei latine și mai puțin acasă în țările de matrice anglo – saxonă.

În cazul emigrației românilor în scop de muncă în Italia, modelul dominant este migrația circulatorie, câștigând teren emigrația orientată pe considerente familiale, rude mai îndepărtate sau prietenie. Emigrantul temporar este dominat de revelația că se trăiește și altfel, privește aspectele noii sale vieți prin comparație, face evaluări, încearcă să-și justifice decizia de a se întoarce în țara de origine atunci când are de ales, dar să și învețe din experiența deplasării.

Osmoza culturală între mediul de origine și cel de adopție la nivelul emigrantului temporar este îngrădită de efemeritatea expunerii la noul mediu. Ea este înlocuită, în acest caz, mai degrabă de un proces de import valoric atitudinal, al culturii muncii (cunoștințe, deprinderi, comportamente, disciplină a muncii, securizare a muncii, participare).

GĂLCEAVA ASOCIAȚIILOR

*„În șase luni, membrii unei familii de români cu copii în Italia vorbesc între ei în italiană. Asta îi ajută foarte mult, dar asociațiile ar trebui să acționeze aici pentru ca ei să nu piardă legătura cu limba și cultura din țară”.*¹⁸

În Italia sunt actualmente nu mai puțin de 50 de asociații, majoritatea având un statut cultural.¹⁹

Cele mai active sunt: Asociația Culturală RO – ITA a românilor din regiunea Abruzzo, cu sediul la Pescara, Asociația de Prietenie italo-română Decebal din Trieste, Asociația Italia – România din Roma, Asociația de prietenie româno-italiană din Napoli, Asociația siciliano-română cu sediul la Catania.

Ultimii ani au marcat o tendință de multiplicare a acestor asociații, „sfârșind nu o dată prin a face afaceri pe seama celor pe care, chipurile, îi reprezintă”²⁰. O meteahnă mai mult decât păguboasă. „Când cu chiu și vai se înființează câte o asociație, aproape spontan apare și a doua, dacă nu și a treia care să-i facă o concurență sau să fie fiecare mai șef decât celălalt”²¹, observă consulul român Mircea Gheordunescu.

O stare de fapt care reclamă cu stringență coagularea asociațiilor. În 20 noiembrie 2004, la lansarea „Ghidului lucrătorului român în Italia” s-au reunit la Roma reprezentanții acestor asociații, cadru în care s-a lansat ideea creării unei Legi a Românilor din Italia, fiind dezbătut proiectul constitutiv.

¹⁸ Cristea, Irina, *Consulul României la Milano spune că românii au un statut favorabil în Italia: „Nu suntem un popor de muncitori și menajere”*, în **Jurnalul Național**, 22 septembrie 2004, p. 11

¹⁹ Informație furnizată în noiembrie 2005 de diplomatul George Bologan de la Ambasada României la Roma

²⁰ Opinie împărtășită autorilor comunicării de Aurel Teodorescu, directorul Oficiului pentru Migrația Forței de Muncă, într-un dialog purtat la Oradea, 3 noiembrie 2005

²¹ **Idem**

La această reuniune au participat reprezentanți ai asociațiilor de români din alte țări, precum Germania, care au expus în fața compatrioților din Italia un model pe care ei l-au aplicat cu rezultate foarte bune în diverse landuri.

Recent, la Torino, a avut loc inaugurarea „Casei Române”, noul sediu al Asociației „Frăția” și al Ligii Românilor din Italia.²² „Casa Română” va fi punctul de referință, de atracție, pentru zecile de mii de români care trăiesc în zona Torino.

„Riscăm să devenim invizibili dacă nu vom încerca să participăm mai mult la viața acestui oraș prin organizarea unor manifestări socio-culturale. Un rol important în aceasta îl au și diferitele asociații românești”²³, conchidea Gabriel Ionuț Rusu, singurul român ajuns consilier adjunct la Primăria Romei din martie 2004. Consilierii adjuncți nu au drept de vot, dar au dreptul de a lua cuvântul, de a prezenta acte instituționale și de a reprezenta interesele tuturor străinilor, indiferent de naționalitate, cultură sau religie.

Departamentul pentru Românii de Pretutindeni din cadrul Ministerului Afacerilor Externe, în consens cu rostul și rolul acestor asociații românești, le-a acordat sprijin concret în organizarea unor evenimente culturale dedicate păstrării identității românilor din Italia, donându-le costume populare, obiecte artizanale, cărți, CD-uri și materiale de promovare a imaginii României.

BISERICA ȘI ȘCOALA, CREUZETUL IDENTITĂȚII

Cei mai mulți dintre românii stabiliți în Italia sunt grupați în jurul peste 40 de parohii ortodoxe, cele mai importante fiind cele din Roma, Milano, Torino, Florența, Ancona și Bari, conduse de preoți apreciați de enoriașii lor. Aceștia li se adaugă cele 14 greco-catolice și alte 20 de parohii romano-catolice. „Există apoi circa 10 000 de conaționali aparținând bisericilor neoprotestante: Biserica Penticostală (foarte bine organizată), Biserica Baptistă (în curs de organizare) și Biserica Adventistă de ziua șaptea (foarte dinamică în acțiuni culturale)”²⁴.

Organizarea parohiilor și a comunităților religioase ale românilor se află într-un proces continuu, reprezentând un puternic nucleu de coagulare a comunităților de români. Biserica Ortodoxă Română din Italia este subordonată Mitropoliei Ortodoxe Române pentru Europa Centrală și Meridională cu sediul la Paris, fiind sub ascultarea Prea Fericitului Părinte Patriarh Teoctist. Biserica Greco – Catholică din Italia este coordonată de Episcopul de Oradea, P.S.Sa Virgil Bercea și se află sub jurisdicția Mitropolitului Lucian Mureșan. Biserica Romano – Catholică Românească din Italia se află sub jurisdicția episcopilor de București – P.S.Sa Ioan Robu și Iași – P.S.Sa Petru Gherghel.

²² Informație furnizată în noiembrie 2005 de diplomatul George Bologan, de la Ambasada României la Roma

²³ Anghel, Costin, *Problemele comunităților de „stranieri”*, în **Jurnalul Național**, 19 martie 2005, p. 11

²⁴ Informație furnizată în noiembrie 2005 de diplomatul George Bologan, de la Ambasada României la Roma

De curând Patriarhul Teoctist vorbea de „necesitatea înființării unor mitropolii ale Bisericii Ortodoxe Române în Italia și Franța pentru cei peste un milion de români ortodocși plecați în aceste țări”.²⁵

Aici, în aceste oaze de credință, este cadrul pentru organizarea unor școli duminicale, a unor lecții de cateheză și de istorie națională în care copiii românilor din Peninsula deprimă și își cultivă graiul străbun, apartenența la neamul și țara de origine.

Altminteri, „în ce privește școala, sunt multe greutăți în a înscrie copiii la grădinițe pentru că nu sunt locuri. Limba italiană nu este încă predată la gimnaziu, iar adolescenții care ajung în Italia și frecventează școlile au probleme în a înțelege limba”²⁶, susține consilierul Gabriel Ionuț Rusu.

În școlile din Italia sunt prezente 187 de naționalități din cele 194 de state ale lumii, astfel că dascălii și structura școlară se confruntă cu probleme dificile. Spre exemplu, cum trebuie să procedeze în clasă când, după câteva luni de la începerea cursurilor școlare, vine un copil chinez care nu știe nici măcar un cuvânt în italiană? – se întreabă un reporter de la cotidianul „Avvenire”, citat de Rompres. Este nevoie de personal specializat, sunt necesari interpreți, mediatori culturali, laboratoare lingvistice, texte bilingve. „Cu toate acestea, Italia trebuie să îi primească la școală pe micuții veniți din alte țări, pentru ca aceștia să poată cunoaște patrimoniul culturii și valorilor dintr-o țară care a devenit și țara lor, conchide autorul articolului, arătând că acesta poate fi primul pas al integrării, astfel încât, încă de la școală, imigranții să nu se mai simtă străini”.²⁷

Anul de învățământ în curs a primit în Italia 420 000 de copii ai străinilor (cu 60 000 mai mult decât anul trecut), ceea ce reprezintă 5% din totalul școlărilor din Peninsula. O creștere de natură să umple băncile rămase goale ca urmare a scăderii populației italiene situație care determină o anume deschidere față de fenomenul migrator din Italia. De menționat că pe primele cinci locuri se află elevii proveniți din Albania, Maroc, România, China și Serbia – Muntenegru. Anul școlar trecut numărul românilor a crescut cu 51% față de 2003 – 2004, ajungând să fie prima naționalitate în provinciile Roma, Torino, Padova, Arezzo, Latina și Viterbo.

O destinație aparte o reprezintă, pentru ciclul universitar, Accademia di Romania, instituție culturală aflată sub tutela Ministerului Afacerilor Externe. Într-un an aici sunt cazați circa 60 de studenți, care au la dispoziție o bibliotecă, fiind antrenați în activitățile culturale și încurajați în activitatea asociativă studențească. „Prin activitatea acestei asociații vrem să demonstrăm tinerilor italieni că nu suntem doar hoști, zidari sau îngrijitoare și să le prezentăm imagini și creații culturale din țara noastră”²⁸, susține președintele asociației studențești, Cristian Arton.

²⁵ Dan, Sebastian, *Înscăunare cu cântec a noului metropolit al Ardealului*, în **Adevărul**, 14 noiembrie 2005, p. A4

²⁶ Informație furnizată în noiembrie 2005 de diplomatul George Bologan, de la Ambasada României la Roma

²⁷ Spătaru, Stela, *Copiii „străinilor”*: Școlarii români invadează Italia, **Evenimentul Zilei**, 19 septembrie 2005, p. 3

²⁸ Tuțuianu, Radu, *Bursierii români mănâncă la cantina săracilor. Studenție „la negru”*, în **Jurnalul Național**, 19 martie 2005, p. 13

UN SEISMOGRAF: PRESA

Ideea larg acreditată este că mass-media a rămas datoare față de reflectarea adecvată a fenomenului migraționist, sub toate aspectele sale, precum și referitor la formarea unui comportament social corect atât în ceea ce privește procesul propriu – zis al migrației, cât și cel al integrării / reintegrării. Se constată că accentul este pus mai ales pe relatarea unor fapte negative, senzaționale, și mai puțin pe orientarea migraților într-un univers cu numeroase componente de risc și incertitudine.

Asemenea păguboase stereotipuri, dar în egală măsură și „foamea” de presă, de informație, au determinat o seamă de alte inițiative, stăruint asupra a două dintre ele.

„**Stranieri in Italia**” este un trust de presă specializat în ziare dedicate imigraților. Dintr-un articol²⁹ al redutabilului publicist N.C. Munteanu aflăm că acest trust editează 17 publicații, lunare sau săptămânale, în tot atâtea limbi, cu un singur obiectiv: facilitarea integrării străinilor, dar și a păstrării identității lor. Site-ul www.stranieriinitalia.it vehiculează date puțin diferite despre acest grup editorial, creditat cu următoarea carte de vizită: „*milioane de euro cifra de afaceri și 14 ziare tipărite în 14 limbi pentru străinii din această țară*”. Inițiativa acestei afaceri aparține italo – americancei Federica Gaida. Cum în Italia trăiesc două milioane și jumătate de străini care muncesc, acceptând și munci refuzate de localnici, plătesc impozite și produc bogăție, era firesc ca cineva să se ocupe de soarta și de viața lor. E adevărat, și presa italiană vorbește despre ei, însă într-un caz din două, articolele despre străini apar la „fapte diverse”.

Publicațiile editate de „Stranieri in Italia” tratează cealaltă față a imigrației, mai puțin interesantă pentru italieni, dar care povestește totul cititorului despre viața cotidiană a imigrantului. Agenda publicațiilor vizează chestiuni practice: obținerea unui permis și a unui loc de muncă, plata impozitelor, înscrierea în sistemul de securitate socială, găsirea unei locuințe. Se adaugă informațiile din și despre țările de origine, pentru ca aceia aflați doar temporar în Italia să nu fie ruși de realitatea de acasă, dar și știri despre evenimente din viața comunității (sărbători, expoziții, concerte, întâlniri sportive ș.a.).

Primul ziar al trustului a fost „**Gazeta Românească**”, care apare la Roma din 2002. Cotidianul „Il Tempo” aprecia ziarul românilor din Italia, la puțin timp după lansare, drept un „*fenomen cu succes fulgerător la public*”. Și nu întâmplător, „Gazeta Românească” devenind potrivit site-ului menționat – „*cea mai vândută publicație străină din această țară*”. Succesul la public este astfel argumentat de Sorin Cehan, directorul „Gazetei Românești”: „*Aparent interesată de proiectele editoriale pentru imigranți, mass-media italiană păcătuiește însă prin prisma unui stereotip, și anume că imigranții au un nivel cultural scăzut. De aici și «surpriza» în fața unor ziare de limbă străină cu succes de public în Italia. La un moment dat, redacția ziarului era aproape zilnic vizitată de televiziuni centrale și de ziaristi de*

²⁹ Munteanu, N.C., *Stranieri in Italia*, în **Averea**, 23/24 iulie 2005, p. 9

*la marile cotidiene, ca la Maglavit. Materialele începeau apoi aproximativ așa: iată-i, nu dau la lopată, ci stau în fața unor computere. Există și astfel de imigranți în Italia”.*³⁰

„Gazeta Românească” are 24 de pagini, un tiraj de 20 000 de exemplare, fiind socotită o „perlă a coroanei” între publicațiile editate de trustul „Stranieri in Italia”. Cu apariție lunară în 2002, „Gazeta Românească” ajunge în mai puțin de doi ani să devină publicație bilunară, iar de la începutul anului 2005 să aibă o frecvență săptămânală.

Aventura „Gazetei Românești” a început grație unui investitor privat italian. Avocat de profesie, Gianluca Luciano a constatat că creșterea explozivă a numărului de imigranți creează numeroase probleme, multe dintre ele datorate lipsei acute de informare.

Despre evoluția și câmpul tematic al publicației depun mărturie chiar declarațiile directorului „Gazetei Românești”. *„Când am venit, am găsit un ziar plin de greșeli de ortografie, scris de neprofesioniști. Și acum ne mai scapă ceva, erori de corectură din cauza grabei, dar este altceva. Ziarul are cap și coadă, ia din ce în ce mai des atitudine în probleme grave cu care se confruntă comunitatea românească din Italia, determinând o schimbare și în mentalul imigranților. Dacă până la apariția acestei publicații, se poate spune, comunitatea românească nu exista, acum a început să capete identitate”.*³¹

Tot ce înseamnă noutăți de interes pentru extracomunitarii din Italia își găsesc loc în paginile publicației. *„Informațiile despre normele privitoare la șederea în Italia sunt cele mai citite. Cum este, de exemplu, rubrica de sfaturi pe marginea legislației, unde întrebările cele mai frecvente aduc în discuție procedura de obținere a unui permis de ședere, contract de muncă sau alte documente”*³², consideră Sorin Cehan.

O temă extrem de acută o reprezintă strângerea a un milion de semnături în favoarea obținerii de către imigranții din Italia a dreptului de vot la alegerile politice din Peninsula. În acest scop, „Gazeta Românească” publică în fiecare număr un formular care trebuie completat și retrimis ziarului.

Din perspectiva genurilor publicistice, știrile dețin ponderea. Pentru directorul publicației, Sorin Cehan, *„difuzarea de știri despre tot ce se întâmplă în Italia, acasă sau în lume constituie un pas către integrare”, un mijloc important „să nu-și uite limba”.* Pentru că, în Italia, *„asimilarea românilor este doar o chestiune de timp”.*

„Gazeta Românească” este implicată și în proiecte menite să contribuie la îmbunătățirea imaginii românilor în străinătate. Publicația face parte, de pildă, din grupul fondator al Rețelei „Romanian Network”, organizație ale cărei baze au fost

³⁰ www.stranieriinitalia.it

³¹ www.stranieriinitalia.it

³² www.stranieriinitalia.it

puse la Haga, în 7 noiembrie 2004. O altă inițiativă de referință susținută de „Gazeta Românească” o constituie înființarea Ligii Românilor din Italia, proiect dezbătut de asociațiile românești din Peninsula în noiembrie 2005.

Un proiect care țintește promovarea identităților românilor din Italia aparține **Departamentului pentru Români de Pretutindeni** și se materializează în publicația lunară „**Repere românești**”, care își propune să promoveze activitatea tuturor asociațiilor românești de peste hotare. Programul este derulat sub coordonarea a două asociații românești: Asociația „România” din Italia, înființată tot de Departamentul pentru Români de Pretutindeni, și Asociația culturală româno – germană „Unirea”, cu sediul în Austria.

Concepută ca un buletin al asociațiilor românești de peste hotare, revista cuprinde prezentări ale publicațiilor de limba română și ale inițiativelor economice românești, dar și pagini din istoria emigrației. Elaborată în format tabloid, cu 24 de pagini, publicația se adresează „*liderilor și formatorilor de opinie din cadrul comunității românești din Italia, care s-au dovedit a fi activi în promovarea identității lingvistice, culturale și religioase*”³³. Buletinul mai cuprinde, în afară de asociațiile românești, și prezentări ale publicațiilor de limba română, editate dincolo de granițele României, proiecte ale asociațiilor românești și inițiative economice ale românilor, precum și situația minorității românești.

CONCLUZII

În doar doi ani – 2003 și 2004 – românii au ajuns să reprezinte numeric prima minoritate din Italia. Motivația exodului masiv este de ordin economic, salariile obținute acolo fiind de cel puțin 3 – 4 ori mai mari decât în țară. Opțiunea preponderentă o constituie migrația temporară pentru muncă. Dincolo de veniturile mult mai ridicate oferite de piața muncii din țările – gazdă, regăsite în volumul mereu în creștere al remitanțelor, un efect deloc neglijabil al emigrației în scop de muncă îl reprezintă cultura muncii asimilată într-un mediu concurențial autentic și performant.

Chiar și în situația unei migrații circulatorii temporare, problemele de adaptare și integrare sunt evidente. Pentru a diminua stresul șocului cultural, ideal ar fi ca individul să trăiască „bicultural”, dobândind un nou cod cultural fără a-l pierde pe cel vechi. Rostul școlii, al bisericii, mass-media, al asociațiilor și ligilor românilor sunt determinante în promovarea identității, precum și în realizarea osmozei culturale între mediul de origine și cel de adopție. Absența unei strategii coerente, realiste și pragmatice, din partea guvernului român în preservarea identității emigranților este un punct critic care se cere neîntârziat reconsiderat.

³³ Alexe, Anca, *Scopul proiectelor, promovarea identității*, în **Jurnalul Național**, 19 martie 2005, p. 9

ROMÂNIA MARE, OBSESIA CONSPIRAȚIEI ȘI MITUL SALVATORULUI

ILEANA COTELEA

1. *România Mare* și atitudinile de extremă dreaptă (1990-2004)

Publicație săptămânală, al cărei redactor-șef este președintele PRM, iar director fondator defunctul scriitor Eugen Barbu, *România Mare* este la al XVIII-lea an de apariție și este citită în special de către membrii și simpatizanzii PRM.

La apariția sa, în 1990, *România Mare* avea opt pagini, dublându-și apoi conținutul după o jumătate de an. În 1997 paginile revistei cresc la 24, iar în 1998 apare primul număr din *România Mare* în culorile naționale. Moto-ul revistei este un citat aparținând lui Petru Rareș: „Vom fi iarăși ce-am fost și mai mult decât atât”, care simbolizează unificarea României Mari și se află în strânsă legătură cu mitul unității.

Obiectivul nedeclarat al revistei este de a atrage cât mai mulți adepți ai PRM și, implicit, ai lui Corneliu Vadim Tudor, care este fondatorul și axa în jurul căreia se rotește partidul. Deși revista *România Mare* este o publicație de partid, ea a funcționat timp de 14 ani sub titulatura de *săptămânal absolut independent*, care s-a menținut până în 2003, când a dispărut misterios, nefiind înlocuită până în 2004. După stoparea dictaturii ceaușiste, timp în care românii au fost puternic îndoctrinați și li s-a interzis orice fel de mijloc liber de exprimare, revista *România Mare* sparge orice fel de tipare și iese la lumină într-o formă cu totul nouă, atât din punctul de vedere al conținutului său, cât și al limbajului folosit. Pe fondul tulbure al dezordinii politice din 1990, publicația începe să-și câștige un număr considerabil de cititori. Succesul inițial al revistei se explică prin prisma a trei coordonate: prima este legată de numele scriitorului Eugen Barbu, valoare literară recunoscută. Cea de-a doua face referire la stilul adoptat de *România Mare* și conținutul articolelor sale, revista exprimând clar și *verde în față* convingerile politice din momentul respectiv, dar și istoria recentă din perioada comunistă. Forța de persuasiune a revistei a fost dată de faptul că C.V. Tudor a publicat informații *de primă mână*¹; astfel, C.V. Tudor a reușit ușor să câștige încrederea publicului, avid de informație. A treia coordonată este limbajul promovat de Eugen Barbu și C.V. Tudor în articolele autoetichetate “pamflete”. O asemenea formă de exprimare, la care puteai subscrie doar cu patru lei în 1990, avea o funcție de catharsis pentru românul care nu ieșise

¹ Emil Beridei publică în septembrie 2001 în *Cotidianul* note informative din Arhiva Securității în ceea ce privește activitatea lui Corneliu Vadim Tudor din anii 1981 și 1982. De asemenea, în 2003, Virgil Măgureanu, fost director al SRI, a declarat că, înainte de 1989, C.V. Tudor era un informator și un colaborator *de primă mână* al Securității, iar dovezile se găsesc în dosarele care îl privesc direct.

încă din apatismul comunist. Limbajul devenea astfel o revoltă scrisă, expresia eliberării românului de frustrările acumulate în perioada sărăciei comuniste. Individul începea să simtă libertatea de a da glas oricărei nemulțumiri și împlinirea de a o face în termenii cei mai duri și vulgari.

Încă de la primul număr al revistei s-a iscat un întreg scandal în lumea presei, de acum mai liberă, scandal care a culminat cu devastarea sediului *României Mari*, fapt după care “scriitorii Eugen Barbu și Corneliu Vadim Tudor înclină să creadă că este vorba de un act de intimidare, pe care îl pun în directă legătură cu campania de denigrare a revistei *România Mare* declanșată de anumite publicații.”² Foarte repede, linia urmată de *România Mare* începe să cadă tot mai mult în sfera argoului extrem, mergând până sub incidența Codului Penal, la insultă și calomnie.

La început, ideologia promovată de proprietarii săptămânalului nu recunoaște naționalismul, cu atât mai puțin xenofobia, antisemitismul sau antimaghiarismul. “Nu suntem naționaliști, nu suntem intoleranți, nu suntem rasiști, vrem doar să trăim în liniște acasă la noi, stăpâni neconștienți pe destinul acestei țări.”³ Apoi, după patru ani, C.V. Tudor declară deschis și cu mândrie că este naționalist, la fel ca *ilustrii săi înaintași: Iorga, Eminescu și Hasdeu*. “E o rușine să fii hoț și trădător de neam. Naționalist înseamnă să-ți iubești nația(...) nu-i o rușine(...) Firește, îl temperăm. Firește, avem grijă să nu degenereze.”⁴ Senatorul nu s-a putut însă ține de cuvânt și naționalismul pe care îl considera bine intenționat a degenerat în forma sa cea mai gravă: extremismul, pe care l-a temperat uneori, însă numai în campaniile electorale.

În 1991, C.V. Tudor duce o amplă campanie de dezinformare a populației, dominată de aversiunea acestuia față de evrei în special, apoi de unguri și țigani. Redactorul-șef consideră vinovate minoritățile etnice de excesele comunismului. În *România Mare* din 25 octombrie 1991, în articolul *Cine a adus bolșevismul, teroarea și crima în România*, acesta afirmă răspicat: “Evreii sunt cei care, venind pe tancurile Armatei Roșii, au adus bolșevismul în România, au contribuit decisiv la masacrarea patrioților români și au pus capăt oricărei rezistențe populare. (...) Evreii nu au îmbrățișat ideologia comunistă, ei au creat-o. (...) Este adevărat că nu numai evreii au adus partidul, securitatea și închisorile. Bineînțeles că au fost și români printre ei, dar foarte puțini. Mult mai numeroși au fost evreii, urmați de unguri, țigani și ruși.”

Ideea *mafiei evreiești* va fi continuată cu fiecare ocazie când va trebui găsit un țap ispășitor. Președintele PRM a susținut de nenumărate ori că evreii sunt responsabili de atrocitățile comise de regimul comunist și, chiar mai mult: ei l-ar fi creat. „(...)atât fascismul, cât și comunismul, sunt creații ale unor evrei agresivi, care s-au tot amestecat în viața altor popoare, fără să le fiarbă oala.”⁵

² ***, *România Mare*, nr. 2, 15 iunie 1990, p. 6.

³ Corneliu Vadim Tudor, “Ați ajuns la vorba noastră”, *România Mare*, nr. 2, 15 iunie 1990, p. 1.

⁴ Idem, “Cuvântarea senatorului Corneliu Vadim Tudor, președintele Partidului România Mare, secretar al Senatului României”, *România Mare*, nr. 241, 17 februarie 1995, p. 8.

⁵ Corneliu Vadim Tudor, “Inimă de slugă”, *România Mare*, nr. 343, 7 februarie 1997, p. 18.

În 2002, C.V. Tudor publică în volumul *Aforisme*, care, în opinia lui Stelian Filip, redactor la *România Mare*, l-ar situa pe autor „alături de marii gânditori ai lumii”(sic!), următorul așa-zis aforism: “*Eu te-am făcut, eu te omor!*, a strigat evreul către comunism.” Așadar, C.V. Tudor încearcă să inoculeze în mentalul colectiv ideea că evreii sunt un popor care a comis crime abominabile la nivel mondial, acest lucru observându-se și în cărțile sale: “Evreii sunt ca negii pe corpul unui om(...) În plan politic și istoric, evreii au căpătat o forță extraordinară după cel de-al doilea război mondial, când Hitler, neputând să-i înfrângă, le-a făcut un mare și indirect serviciu, deschizându-le calea spre cucerirea lumii, ajutându-i să pozeze în victime universale.”⁶ Președintele PRM face astfel o afirmație extrem de gravă, care îl situează în extrema dreaptă: nu numai că nu recunoaște Holocaustul, dar consideră că crimele săvârșite au avut efect pozitiv asupra evreilor.

Întregul discurs politic al președintelui PRM și, implicit, al revistei *România Mare* se poate rezuma astfel, păstrând stilul cu reminiscențe comuniste al limbii de lemn atât de des utilizate: *mafia antiromânească se cristalizează în jurul minorităților etnice din România, care au tendințe acaparatoare și vor să-și întindă stăpânirea asupra pământului strămoșesc român. În consecință, trebuie pedepsiți, iar răul trebuie tăiat din rădăcină, căci numai dacă străinii sunt stârpiți de pe fața României, Țara își poate întregi hotarele, decimate de conspirațiile străine. Singurul care poate face această unire binecuvântată de Cel de Sus este Corneliu Vadim Tudor, trimisul lui Dumnezeu pe pământ.*

Discursul va rămâne rectiliniu în antisemitism până în anul 2004⁷, când C.V. Tudor cere iertare ostentativ umil tuturor evreilor și se pocăiește odată cu începerea campaniei electorale pentru președinție. Condiția impusă de strategul izraelian Eyal Arad pentru a se ocupa de campania sa prezidențială este să renunțe la atitudinile sale extremiste. El se conformează și publică în 20 februarie 2004 pe prima pagină a săptămânalului său articolul *Mulțumesc poporului evreu, care ne-a dăruit Biblia*, care cuprinde scrisoarea adresată viitorului său consilier, în care imploră iertare evreilor pentru afimașiile din trecut, care “i-au jignit și i-au rănit”. Este pentru prima oară când Corneliu Vadim Tudor își recunoaște atitudinile antisemite și acceptă Holocaustul, pe care l-a negat de la Revoluție încolo, susținând și cultul Mareșalului Antonescu. “(...)admit faptul că guvernul român condus de Antonescu a fost răspunzător pentru lichidarea a aproximativ 400.000 de evrei”. “Am păcătuit, admit pe deplin acest fapt(...) Nu vor mai exista alte păcate. Cer iertare tuturor evreilor(...) M-am schimbat.”⁸ Politicianul nu pune schimbarea bruscă a discursului politic pe seama candidaturii sale la președinție, ci o argumentează în felul următor: “După o serie de tragedii petrecute în familia mea,

⁶Idem, *Jurnalul Revoluției, de la Crăciun la Paște*, Editura Fundației România Mare, București, 1999, p. 329.

⁷ Perioada aleasă pentru analiză începe în 1990 și se oprește în aprilie 2004, când iese de sub tipar cotidianul *Tricolorul*, noua publicație condusă de politician.

⁸ Corneliu Vadim Tudor, „Mulțumesc poporului evreu, care ne-a dăruit Biblia”, *România Mare*, nr. 710, 20 februarie 2004, p. 1.

precum și după un studiu aprofundat al Bibliei, Dumnezeu mi-a dat o inimă nouă.” Astfel, din antisemit, Corneliu Vadim Tudor se întoarce la 180 de grade și pretinde că este *filosemit*.

O atitudine constantă în *România Mare* a fost șovinismul antimaghiar, care a prevalat în primele numere ale revistei, întrucât era în ton cu atitudinea lui Gheorghe Funar, care dovedise că poți avea succes în politică adoptând antimaghiarismul. Numerele 14, 15, 16, 17, 18 și 19 din *România Mare* conțin articolul în episoade *Atenție la Ungaria*, țară care, în opinia liderului PRM, constituie o adevărată amenințare pentru România.

Anul 1991 este proclamat de C.V. Tudor *An internațional de luptă împotriva terorismului ungiuresc*: “În cuprinsul întregului an care a trecut, șovinismul feroce al acestor oameni profund bolnavi ne-a lămurit definitiv că noi nu putem adopta față de ei decât o singură politică: de forță, de răspuns la violență cu violență, de pedepsire violentă a oricărei tentative criminale de a-i mai umili pe români la ei acasă și de a dezmembra teritorial această țară.”⁹ Obsesia de *boală a Ungariei* revine și în 2001, în articolul *Ungaria, omul bolnav al Europei*; în acest caz, mărunul discordiei este legitimația de ungiur, dar tema rămâne aceeași: “*Legitimația de ungiur (...) reprezintă o veritabilă declarație de război a Ungariei(...)*”¹⁰.

O altă manie a liderului PRM este propunerea omiprezentă în *România Mare* de a scoate UDMR-ul în afara legii. Dacă în 1995, UDMR reprezenta pentru Vadim „o tumoare, un șarpe care mușcă rău”¹¹, în anul 2001, partidul devine, în aceeași viziune, o *organizație fascistă*, iar C.V. Tudor cere „arestarea sau expulzarea liderilor săi.”¹²

Antițigănișmul este o altă atitudine de dreapta promovată de săptămânal în anii 1990-2004. Pentru redactorul-șef, a fi țigan este sinonim cu *ticălos, răufăcător, hoș, bandit, mașiot, nerușinat, obraznic, canalie, violator de copii*. De aceea, a eticheta un adversar politic drept *țigan* reprezintă în opinia sa cea mai mare denigrare a politicianului în fața electoratului.

Crezul lui Vadim Tudor că celelalte națiuni sau etnii sunt inferioare românilor și pregătesc, pe cont propriu sau conlucrând, o conspirație împotriva României se poate observa de către orice cititor al revistei, în aproape toate articolele semnate *Corneliu Vadim Tudor* (vezi capitolul *Obsesia conspirației*) din perioada luată spre analiză. Hipernaționalismul său este așadar vădit și nici un analist politic obiectiv nu l-ar putea contesta.

⁹ Idem, „An internațional de luptă împotriva terorismului ungiuresc”, în *România Mare*, nr. 31, 11 ianuarie 1991, p. 1.

¹⁰ C.V. Tudor, „Ungaria, omul bolnav al Europei”, *România Mare*, nr. 573, 6 iulie 2001, p. 14.

¹¹ Idem, „Cuvântarea senatorului Corneliu Vadim Tudor, președinte PRM, Secretar al Senatului României”, *România Mare*, nr. 241, 17 februarie 1995, p. 8.

¹² Vezi nota 9.

2. Imaginarul politic

Ideologiile politice se folosesc de mituri și utopii, fiindcă acestea fascinează mentalul colectiv și prind mai ușor rădăcini în spiritul acestuia. Teoreticienii afirmă că miturile politice sunt strict legate de existența și intensitatea angoaselor și a incertitudinilor, ele venind în întâmpinarea acestor nevoi normale ale omului: de a se simți în siguranță, protejați, de a accede la un trai mai bun, la fericire. *Utopiile și miturile se dezvoltă și se implementează foarte bine într-un climat de criză socială, de tranziție, moment în care omul este mai vulnerabil și panica se instalează mai ușor.* România oferă la momentul actual, și a oferit de la Revoluție încoace, cadrul propice pentru inocularea în mentalul colectiv a ideologiilor politice de acest fel, fie ele și extreme. Totuși, nici un partid nu va admite că uzează de componentele imaginarii politice: mituri, utopii, profeții, mesianisme, ci argumentează că are succes datorită discursului său coerent și, mai ales, *sincer*.

Discursul politic al PRM se bazează pe un mit fondator, care este considerat garantul coeziunii sociale. Mitul fondator, corelat cu miturile eroice ale lui Mihai Viteazu și Alexandru Ioan Cuza dau naștere doctrinei partidului: intenția de a unifica provinciile istorice românești cu Patria Mamă și de a forma România Mare. Conform teoriei, miturile politice sunt invocate de ideologii pentru a sugera un comportament ce trebuie repetat. În cazul PRM, Corneliu Vadim Tudor apelează la o ideologie naționalistă de creare a unui stat puternic, invincibil pentru că *pericolul alterității pândește întotdeauna și trebuie învins*.

Corneliu Vadim Tudor este singurul politician român care se folosește în discursul său de toate cele patru mituri, propuse de Raoul Girardet în *Mituri și mitologii politice*: mitul conspirației, al salvatorului, al unității și al vârstei de aur,¹³ pe care le vom dezvolta în cele ce urmează.

2.1. Obsesia conspirației

Teoreticienii afirmă că, dacă teama unei colectivități este exacerbată, tendința oamenilor de a crede în vaste conspirații susținute de pretinse rețele ascunse în umbră, care se pregătesc să dea o lovitură decisivă, crește. Istoricul francez Jean Delumeau a demonstrat în *Frica în Occident* că timpurile premoderne au fost obsedate de teama comploturilor și că relevarea unor trădări periculoase a fost intens susținută de zvonuri. Când individul trece prin clipe grele, are tendința firească să caute un vinovat, își închipuie că cineva complotază împotriva sa, cu toate că adversarul poate fi real sau imaginar, însă, cu certitudine, el reprezintă forța răului. Excluzii puterii își caracterizează adversarul politic în complotist, iar ideea conspirației este menită să justifice comportamentul agresiv – fie și numai la nivelul limbajului – al părților implicate. Moartea vinovaților complotului e întotdeauna obligatorie și se pune pe seama providenței. Distrugerea adversarului

¹³ Raoul Girardet, *Mituri și mitologii politice*, Humanitas, București, 1998.

conspirator e percepută ca un act de justiție, iar sacrificiile în lupta cu el absolv de păcat orice act de cruzime și intoleranță.

În discursul lui Corneliu Vadim Tudor, poziția centrală a conspirației o dețin ungurii, țiganii sau evreii, însă aceștia se pot substitui cu orice străin, întrucât acesta va fi întotdeauna considerat dușman. Corneliu Vadim Tudor îi acuză pe străini de intenția de a instaura o ordine totalitară, dar se pare că aceasta este expresia defulării proprii sale dorințe de totalitarism.

Liderul PRM a susținut întotdeauna ideea „forțelor oculte” sau „din exterior” care râvnesc la țara noastră, dorind să o transforme într-o „colonie”. „Firește, forțele oculte din exterior nici nu vor să audă de un lider naționalist, care le-ar strica, în mod categoric, toate planurile de transformare a României într-o colonie”.¹⁴

Președintele PRM vrea să simbolizeze forțul solid de care conspiratorii se lovesc de câte ori doresc să atace România. Acesta vede în orice membru al guvernului un *agent străin* care se pregătește în permanență să dea o *lovitură de stat*. Mai ales în campaniile electorale, Corneliu Vadim Tudor se folosește de aceste strategeme pentru a-și neutraliza adversarii politici.

„Guvernul Mondial, care i-a inventat pe Emil Constantinescu, Mugur Isărescu, Petre Roman și alții ca ei, nu numai că nu dorește o Românie Mare, prin reunificarea cu Basarabia, dar, de fapt, e deranjat la culme chiar și de proporțiile actuale ale României.” Introducerea ideii de complot în mentalul colectiv românesc este speculată de C.V. Tudor pentru a distrage atenția poporului de la propriile acțiuni și strategii de a-și consolida puterea, uneori prin mijloace mai puțin oneste. În 1990, Corneliu Vadim Tudor îi consideră vinovați pe ziariștii de la *Europa Liberă* „care s-a dovedit a fi tot timpul o cloacă de agenți străini”, care „a făcut tot timpul un joc murdar al CIA-ului(...) sub pretextul că ne luminează calea spre democrația occidentului”.

Corneliu Vadim Tudor își demonstrează concepțiile antioccidentale, având convingerea că majoritatea comploturilor asupra României își au originea în Vest, deoarece Occidentul „ne-a vândut ca la oborul de vite în brațele lui Stalin “ și „ne-a luat cu ambele mâini și ultima bucată de pâine”.¹⁵

Eticheta de *trădător de țară* se aplică inclusiv „semnatarilor rușinoasei declarații de la Budapesta, din iunie 1989, unde printre cei care încercau să înfigă jungherul în inima Transilvaniei, se aflau: Monica Lovinescu, Virgil Ierunca, Sanda Stolojan, Dan Braia, Mihnea Berindei, Neagu Djuvara și ceilalți mercenari”. „Doina Cornea, Octavian Paler, Gabriel Liiceanu (...) sunt agenți străini, adică trădători”¹⁶.

Sfera imaginarului politic în ceea ce privește mitul conspirației este foarte complexă la Corneliu Vadim Tudor. Ultranaționalismul îl determină să întrețină neîncetat flacăra închipuitelor conspirații și să lupte – chiar dacă numai în cuvinte –

¹⁴ C.V. Tudor, „Regimul Emil Constantinescu se pregătește să dea o lovitură de stat”, *România Mare*, nr. 518, 16 martie 2000, p. 14.

¹⁵ Idem, „Trădarea de țară”, *România Mare*, nr. 9, 3 august 1990, p. 1.

¹⁶ *Ibidem*, p. 14.

împotriva lor. Fanatismul său în a găsi responsabili pentru economia nesigură a României și nivelul scăzut de trai al populației determină în mentalul colectiv un reflex pavlovian, sintetizat în sloganul electoral *Sus Patria, Jos Mafia!* Imperativul nu lasă loc de compromisuri, Vadim Tudor asigură că va fi necruțător cu *dușmanii poporului* (în variantă postcomunistă, sic!), iar *Mafia* va fi eradicată complet în 24 de ore. Modul tranșant al discursului său politic și atitudinea de justițiar pe care o preia creează o societate ideală în care binele învinge răul, iar angoasele chinuitoare dispar.

PRM a susținut ideea unui complot iudeo-masonic împotriva României, apoi implicarea lui Iliescu într-un complot KGB-ist. Pe această temă își construiește și pamfletele: “Ion Iliescu(...) la ora aceea a Istoriei era mititel-înfașețel, vorba lui Creangă, ia, acolo, un boț de humă din Kaghebești?!¹⁷ Ironia bazată pe expresii consacrate din literatura sau istorie constituie o amprentă a stilului, autorul dorind totodată să-și sublinieze erudiția. Pe aceeași linie conspirativă s-ar afla și Petre Roman, “fiul unui general sovietic de NKVD și agent al Kominternului¹⁸” sau Mircea Geoană, pe care îl acuză public în Ședința Senatului din 12 mai 2003 că ar fi “fecior de general de securitate(...), care nu ne toarnă prin presa română sau prin alte locuri, ci ne toarnă direct în Congresul Statelor Unite ale Americii.”

Atitudinea președintelui PRM față de minorități și străini a fost necruțătoare până în 2004. Naționalismul său a degenerat în forme extreme, după cum aminteam în capitolul anterior: antisemitismul, antimaghiarismul, antițigănistul. Invocând mitul complotului, a încercat să-și justifice discursul extremist. Evreii sunt condamnați pentru că l-au răstignit pe Iisus Hristos, iar liderul PRM, care se consideră un creștin exemplar, nu poate ierta acest fapt: “tot ce pot să-i asigur pe evreii cu poftă dominatoare este că pe mine nu m-au speriat și, probabil, bunul Dumnezeu are un plan cu mine, și anume să le aduc aminte că nu-L pot răstigni la infinit pe Iisus Cristos.”¹⁹ Astfel, C.V. Tudor consideră că are și o misiune mesianică pe pământ.

Printr-o întorsătură de condei, aflăm cu stupeoare că *Mafia Evreiască* a conspirat în 1996 împotriva românilor, păstrând “la putere cu orice preț echipa lui Iliescu, ștergându-i cu buretele păcatele și toate suspiciunile de colaborare cu Moscova și KGB-ul. De ce? Pentru că numai echipa asta poate garanta retrocedarea câtorva sute de mii de așa-zise proprietăți reclamate de evrei.”²⁰ Din nou acesta se erijează în apărătorul neamului, corelând mitul conspirației cu cel al salvatorului.

Obsesia *Mafiei* este omniprezentă la Tudor și este *demascată* în orice discurs politic. Campania electorală din 1996 îi trezește liderului PRM râvna de a-i deconspira pe *mafioți* și în acest scop rezervă ultima pagină a *României Mari*, în care prezintă “caracatița, care sufocă România”. Imaginea caracatiței, la fel cu cea a păianjenului și în general a animalelor târătoare, este emblematică pentru

¹⁷ C.V. Tudor, „Străinătatea nu-l mai vrea pe Adrian Năstase”, *România Mare*, nr. 710, 20 februarie 2004, p. 12.

¹⁸ Idem, „Trădătorii de neam și de țară vor plăti amarnic”, *România mare*, nr. 515, 26 mai 2000, p. 14.

¹⁹ C.V. Tudor, „Inimă de slugă”, *România Mare*, nr. 343, 7 februarie 1997, p. 18.

²⁰ Idem, „România n-a fost și nu va fi colonia nimănui!”, *România Mare*, nr. 302, 19 aprilie 1996, p. 16.

imaginarul complotului, tentaculele (analog, picioarele păianjenului etc.) simbolizând rapacitatea cu care prădătorul capturează victima și o omoară. În viziunea *vadimistă*, capul caracatiței este reprezentat de Ion Iliescu, președintele României la vremea respectivă, iar membrele sunt deținute de: Oliviu Gherman, Adrian Năstase, Virgil Măgureanu, G.I. Chiuzbaian, Dumitru Iliescu, Petre Roman, Crin Halaicu, Sever Mureșan. Sub imagine, apare următorul comentariu, nesemnat: “Aceasta este caracatița, care, de șase ani, stă la pândă pe fundul Dâmboviței și devoră totul. În numerele viitoare, vom expune caracatițele-pui: Mafia Presei, Mafia Agrară, Mafia Financiară, Mafia Străinilor, Mafia Revoluționarilor, Mafia Caselor, Mafia Justiției, Mafia Transfugilor ș.a.m.d.”²¹

Conform mitului conspirației, la baza unui complot s-ar afla o organizație cu o structură ramificată și ierarhizată, în interesul căreia membrii jură loialitate stăpânului și se inițiază printr-un ritual specific. Se pare că C.V. Tudor cunoaște în profunzime această mitologie, exemplificând-o după toate rigorile.

Dimensiunea conspirativă se extinde la președintele PRM, care acuză și un complot împotriva propriului partid: “noi suntem victime ale războiului informațional condus cu dibăcie de anumite forțe ostile acestei țări. De la început, nici nu ne născusem bine și ni s-a pus ștampila că suntem fasciști. Din fasciști și legionari nu ne-au scos. (...) Dar, ștampila era prefabricată și trebuia să ni se lipească.”²²

Complotul este proiectat ca o mașinațiune diabolică, iar patriotului, rol pe care și-l arogă C.V. Tudor, îi revine sarcina de a veghea la liniștea țării, de a denunța conspiratorii și de a lupta împotriva dușmanului. Orice act de cruzime sau intoleranță față de conspiratorul diabolizat este acceptată și, mai mult, este o condiție *sine qua non* a instaurării păcii.

2.2. Mesia românilor

Forma imaginarii politice denumită *mitul salvatorului* se găsește în raport complementar față de mitologia conspirației, fiind consecința acestuia. Dacă în prima parte are loc complotul, în cea de-a doua se caută rezolvarea lui. Salvatorul e *forța* a cărei acțiune e mântuitoare și e dedicată întregii colectivități într-un moment de criză politică sau spirituală, criză de identitate a unui popor care își caută un conducător. Acesta apare în momentul de dezechilibru și este recunoscut după trei etape: *invocarea sa, venirea și recunoașterea*. Mântuitorul întruchipează modelul Mesiei, întotdeauna acțiunile sale presupunând patimi, sacrificiu, jertfă.

Salvatorul poate avea origine comună sau excepțională, însă întotdeauna e văzut ca un om-pivot; el reprezintă un personaj-simbol, în jurul căruia se concretizează așteptările, speranțele și adeviziunea publică în momente de neliniște, insecuritate și panică. Raoul Girardet propune patru tipologii ale salvatorului:

- *Cincinnatus*, figura înțeleptului, bătrânul ce simbolizează justiția;

²¹ ***, „Mafia sufocă România”, *România Mare*, nr. 299, 29 martie 1996, p. 24.

²² C.V. Tudor, „Conferințele de presă ale PRM”, *România Mare*, nr. 113, 4 septembrie 1992, p. 10-11.

- *Alexandru cel Mare*, emblema conducătorului de oști, simbol al tinereții;
- *Solon*, fondatorul primei noi ordini;
- *Moise*, cel dintâi profet, semănând cu un conducător al unui ordin religios.

Aceste tipologii pot fi însă și hibride, nu doar de sine stătătoare, de exemplu *Cincinnatus-Solon*.

Liderul PRM și-a autocreat mitul salvatorului, proiectându-se ca “mesager al destinului”. El invocă deseori cu exaltare calitățile sale de “lider întemeietor”, și “mesager al poporului român”, înscenându-și o carisma personală: “Unde sunt premianții din școală? Toți s-au ratat. Au rămas în cursa pentru glorie doar cei cu personalitate”.²³ Tudor își acordă o cauțiune providențială și se declară executantul voinței divinității, erijându-se în întruchiparea unor virtuți morale: credință, altruism, fermitate, intransigență.

De asemenea, dorește să întipărească în mentalul colectiv imaginea sa de profet, căruia poporul i se va supune de bunăvoie în momentul în care țara va fi curățată de „nenorociții ăștia”, definiția sa dată liderilor puterii. Întrucât posedă *har divin*, lui îi revine misiunea de a *lumina poporul*, prea orbit de manevrele actualilor conducători. “Absolut tot ce am afirmat și am publicat eu se adeverește, zi de zi.”²⁴

Deși figura principală pe care și-o arogă președintele PRM este cea a lui Moise, se încadrează încă în două tipologii, identificându-se și cu Alexandru cel Mare, pentru că se consideră capabil să conducă o țară, își urmează “numai și numai steaua călăuzitoare a dreptății.”²⁵ El se declară o *mână de fier*, un *Tribun* al poporului, care hipnotizează prin virilitate, forță, gesturi, vestimentație, cuvinte-cheie, serbări grandioase și manifestări culturale. Vestimentația este un element bine speculat de politician, care conștientizează că asupra poporului dobândești autoritate și prin ținuta pe care o ai, asemeni unui rege, care se deosebește fizic de un supus prin însemnele regale: tron, sceptru, îmbrăcăminte și prin atitudine. Simbolurile unei clase superioare, ale bogăției exercită fascinație asupra poporului, care simte nevoia să-și tranșeandă limita prin admirația sau adorația față de conducător. Numai în acest fel, prin reverie, el poate trăi experiența unică a schimbării condiției.

C.V. Tudor și-a etalat întotdeauna vestimentația somptuasă, în special costumele albe, culoarea lor constituind un simbol de corectitudine, puritate, speranță, aspirație și impresionând publicul. De câte ori a avut ocazia, a făcut fotografii cu el alături de somități ale vieții politice, culturale sau religioase, pe care le-a publicat în cărțile și revistele sale, să poată fi admirat de *plebe*. În acest sens, este elocventă cartea sa, *Jurnalul Revoluției, de la Crăciun la Paște*, unde pe copertă este surprins, în același sacou alb și cu ceas de aur, lângă Patriarhul Teoctist și Papa Ioan Paul al II-lea, dăruindu-i acestuia din urmă volumul său de poezii, traduse în jumătate din limbile pământului. Prima pagină a cărții este dominată de poza impunătoare a

²³ C.V. Tudor, „Țară plină de secături”, *România Mare*, nr. 643, 8 noiembrie 2002, p. 12.

²⁴ *Ibidem*, p. 1.

²⁵ C.V. Tudor, „Sfânta mare nerușinare”, *România Mare*, nr. 135, 5 februarie 1993, p. 12.

autorului, expusă strict după modelul cărților comuniste, care conțineau pe prima filă imaginea lui Ceaușescu. Sub această fotografie, avem și un comentariu pe măsură: “Le convine unora sau nu le convine, dar arbitrul eleganței în politica românească e președintele PRM...” Cultul personalității, care este strâns legat de atitudinea sa de erijare în Mesia românilor, continuă în aceeași carte cu alte fotografii înfățișându-l pe politician în *toată măreția și splendoarea sa* (sic!) și culminând cu ultima pagină, în care lui C.V. Tudor i se sărută mâna de către Sergiu Nicolaescu (care a negat ulterior autenticitatea fotografiei); mesajul neexprimat al imaginii se vrea a fi următorul: *iată cum românii, în frunte cu un om de cultură, încep să-i recunoască pe adevărații salvatori ai neamului* (sic!), în tandem cu sloganul electoral “Partidul România Mare, singura salvare!”.

Corneliu Vadim Tudor pozează de asemenea în *Solon*, dorind să schimbe complet legislația României, să instaureze o nouă ordine, care, în opinia sa, va da rezultate bune. “Așa cum spunea un om de spirit, mi se pare ca Petre Carp: *La români trebuie să le faci binele cu forța*. Voi schimba din temelii întreg regimul politic românesc, care este, la ora actuală, în metastază.”²⁶

Narcisistul C.V. Tudor consideră că divinitatea nu numai îl învăluie într-o aura protectoare, ci îi și pedepsește pe dușmanii săi: “Toți cei care m-au lovit au murit, mai repede decât se cuvenea, deși eu nu i-am blestemat. Atunci, ce virus i-a pedepsit în numele meu?” El se preocupă să stabilească o comuniune cu publicul prin discursul afixat, producând fascinație, fără a mai lăsa loc cititorului să gândească liber pentru a-i pune la îndoială spusele.

Mitul salvatorului se definește și prin cultul eroilor, iar Vadim Tudor își evocă întotdeauna înaintașii în discursurile sale, pretinzând că nutrește o dragoste și o admirație nețărmurită pentru ei, luându-i ca model în viață și considerându-se singurul urmaș demn al înaintașilor iluștri. Pe coperta *Almanahului România Mare-1996* apar figurile *Celor 12 apostoli ai Neamului, sacrificați prin moarte violentă pe Altarul Patriei*: Decebal, Vlad Țepeș, Ioan Vodă cel Cumplit, Mihai Viteazul, Constantin Brâncoveanu, Grigore Ghica al III-lea, Horea, Tudor Vladimirescu, Ecaterina Teodoroiu, Nicolae Iorga, Ion Antonescu, Nicolae Ceaușescu. Supranumirea lui Ion Antonescu *apostol al Neamului* demonstrează caracterul extremist al discursului lui C.V. Tudor, căci, așa cum afirmă analistul politic Gabriel Andreescu, “aproape toate organizațiile de extremă dreaptă recunosc cultul Mareșalului Ion Antonescu.”²⁷ Liderul PRM a susținut cultul Mareșalului prin elogiile aduse în publicațiile sale și prin prezența la comemorarea a 55 de ani de la moartea sa, alături de președinții celorlalte forțe extremiste: Mircea Chelaru – PUNR și Iosif Constantin Drăgan – Vatra Românească.

²⁶ Idem, „Românii au nevoie de un șef de stat autoritar, nu de o marionetă”, *România Mare*, nr. 541, 23 noiembrie 2000, p. 14.

²⁷ Gabriel Andreescu, *Extremismul de dreapta în România*, Centrul de Resurse pentru Diversitate Etnoculturală, Cluj, 2003, p. 19.

Din nou, C.V. Tudor își dovedește admirația față de Nicolae Ceaușescu, căruia îi construiește o aură de martir, așezându-l pe un piedestal și identificându-se cu el: “Sunt Vlad Țepeș, Mareșalul Antonescu și Nicolae Ceaușescu într-o singură persoană.” Se pare că aceștia trei sunt modelele pe care vrea să le urmeze și în ale căror atitudini și acțiuni președintele PRM se regăsește cel mai bine. Se observă că toți cei trei conducători s-au remarcat prin cruzimea actelor sale, nu întotdeauna îndreptățite. C.V. Tudor vrea să-și demonstreze autoritatea, forța și neînduplecarea pe care o va avea față de cei necinstiți, aceasta fiind o altă stratagemă electorală.

În ciuda faptului că Tudor depune un efort constant de a-și crea mitul, el se și demitizează în aceeași măsură prin afirmațiile dure pe care le face, prin insutele proferate și prin comportamentul agresiv pe care uneori îl manifestă.

2.3. *Vârsta de aur*

Vârsta de aur reprezintă un timp privilegiat al copilăriei umanității, proiectată într-un trecut legendar, regretat astăzi. Aceasta este expresia nostalgiei edenului originar, dar totodată speranța refacerii armoniei colective. Din cauza deziluziei față de un prezent corupt și inacceptabil, această vârstă este un refugiu în afara timpului prezent. Omul neagă și refuză formele contemporane de viață socială dominate de egoism și interese rivale, în care colectivitatea este tot mai lipsită de coeziune internă.

Paradisul pierdut nu se confundă cu utopia paradisiului promis, imaginar, des invocat de politicieni. Orizonturile mitice ale acestora sunt diferite, utopia fiind legată de religiile mântuirii, de așteptarea instaurării edenului de la sfârșitul vremurilor.

Mitul vârstei de aur se corelează cu mitul salvatorului prin evocarea personalităților marcante ale țării și a trecutului glorios, aflat în opoziție cu prezentul decăzut.

Ideologia adoptată de PRM are în centru trecutul exemplar al României, concretizat prin figurile dominante: Alexandru Ioan Cuza, Mircea cel Bătrân, Vlad Țepeș, Mihai Viteazu sau ale scriitorilor: Tudor Arghezi, Mihai Eminescu, Ion Luca Caragiale și alții, a căror imagine este promovată în *România Mare* prin numeroase fotografii. Corneliu Vadim Tudor atrage în partidul său urmași ai scriitorilor, precum Mitzura Arghezi, cărora le revine menirea să încredințeze poporul de legitimitatea liderului PRM, să-i aducă acestuia garanția de care are nevoie, prin transpunerea în prezent a vechilor valori mitizate.

Corneliu Vadim Tudor pretinde că vrea să aducă România într-o stare fetală, pentru a începe reconstrucția vârstei de aur. El se proiectează ca garantul prosperității populației și trimite la utopia unei societăți ideale, dominate de pace și armonie, în care oamenii sunt egali. De asemenea, invocă deseori *epoca de aur* comunistă în discursurile sale, sperând la o reactualizare a ei și promițând electoratului „marea cu sarea”. Adesea, face trimitere la epoca binecuvântată din perioada interbelică, în care teritoriul era întreg, iar capitala considerată „micul

Paris”. Anul 1940 echivalează cu căderea din paradis: România Mare este dezintegrată, iar sufletul românesc suferă o traumă nevindecată până astăzi.

Un alt mod de a evoca epocile strălucite este ritualul sărbătoririi zilei naționale, care reprezintă un izvor de energii în permanență reînnoite pentru populație. Partidul naționalist România Mare încearcă să stabilească o continuitate cu vârsta de aur din anul Unirii, celebrând-o cu fast.

2.4. Unitate, naționalism

Ideologia politică a Partidului România Mare are în centru mitul unității: membrii partidului doresc unirea Basarabiei, Bucovinei și Moldovei cu Patria Mamă și formarea României Mari. Pagina a opta din *România Mare* este intitulată *Basarabia și Bucovina, două lacrimi pe obrazul Europei* și cuprinde rubricile *Microprofiluri celebre* și *Moldovenismul – cauza pierdută a fundamentalistilor de peste Prut*. Prin unirea tuturor românilor și reîntregirea teritoriului care ne aparține de drept, statul devine o forță invincibilă în calea dușmanilor, care ar conspira la dizolvarea integrității țării, și ar fi factorul catalizator în instaurarea *epocii de aur*.

Constelația mitului unității este însă mult mai amplă; ea se referă atât la unitatea teritorială, cât și la cea politică, religioasă, spirituală, la orice formă de unitate care opune schizmei armonia și echilibrul. Conducătorul care realizează unitatea este unificatorul, iar, prin analogie cu mitul salvatorului, acesta este un salvator al neamului.

Multitudinea de ipostaze ale unității: familia, grupul, comunitatea, poporul, națiunea înseamnă valori convergente, atitudini, comportamente, sensibilități și disponibilități comune. Prin unificarea sensibilităților colective și crearea armoniei intrarelaționale, societatea își atinge punctul maxim de echilibru, aspirând la perfecțiune. Corneliu Vadim Tudor a încercat să demonstreze în nenumărate rânduri că are o familie unită, că este un tată iubitor și protector, că deține relații strânse de prietenie cu membrii comunității din care face parte, că este așadar bine văzut în viața politică, socială, familială. În scopul convingerii electoratului, acesta publică în fiecare număr din *România Mare* cel puțin câte o fotografie care denotă relațiile admirabile pe care politicianul și le-a făcut de-a lungul timpului, sau fotografii cu fetițele sale pe care le ține în brațe, pentru a sensibiliza opinia publică.

Astfel, liderul PRM dorește să inculce în sensibilitatea colectivă ideea satisfacerii nevoii de protecție și iubire, nevoie psihică primordială a omului. Corneliu Vadim Tudor simulează o tandrețe nemărginită, uneori chiar sufocantă, față de copiii străzii sau bătrânii neajutorați, fiind conștient de impactul pe care aceste scene de afecțiune îl au asupra publicului. El promite să ia averea bogaților și să o dea celor săraci, să unifice clasele sociale într-una singură după principiul: „oamenii sunt liberi și egali în drepturi”. Egalitatea umană pornește de la morala creștină „iubește-ți și ajută-ți aproapele!”, iar Corneliu Vadim Tudor o adoptă în discursul său.

Raoul Girardet consideră că o societate reconciliată ar putea fi aceea în care omul religios se confundă cu cetățeanul. Corneliu Vadim Tudor încearcă să demonstreze că acest lucru este posibil, insistând să arate că „mila creștină” îl călăuzește în viață și că este un „creștin practicant”, chiar dacă uneori are scăpări de genul: “cum de nu te trăznește Dumnezeu?”.

Politicienii zilelor noastre aspiră la unitatea europeană, însă Corneliu Vadim Tudor consideră că această unitate nu poate fi realizată până când nu este desăvârșită unitatea națională, fără de care România va fi transformată într-o „colonie străină”. În plus, el vede în Occident sursa ideilor de dezbinare a țării și a mișcărilor conspiratoare. Voința de unificare europeană întărește paradoxal tendințele de accentuare a individualităților naționale. Astfel iau naștere partide și doctrine naționaliste care exaltă patriotismul și ideea de națiune, ajungându-se chiar la ultranaționalism. Adepții acestei doctrine folosesc cu obstinație, până la degradare, simbolurile naționale (drapelul, stema etc.), conferindu-le puteri aproape mistice. Elanul mistic însoțește și celebrările unitare (zilele naționale) care suscită sentimente naționaliste. Pe exaltarea dimensiunilor mitice și mistice ale națiunii se bazează discursul lui Corneliu Vadim Tudor. El îndeamnă la solidaritate națională și la întregirea și apărarea frontierelor statului. Ca dimensiune mitică, națiunea este imaginea unei puteri fără limită și garanția fidelității față de origini. Ea reprezintă un simbol al unității sociale și politice, având o misiune sacră, istorică și civilizatoare. Emblema acestui tărâm idilic este fotografia publicată în numărul 695 al revistei PRM-iste, în care se poate vedea o biserică în spatele căreia, proiectată pe cer, este harta României Mari, formată numai din nori albi. Acesta este interpretat ca un semn divin, care se oferă românilor în momente de restriște. Naționalismul transpune tema unității naționale, investind-o cu puterea unui exorcism în fața forțelor de divergență, ruptură, destrămare, separatism regional. Corneliu Vadim Tudor face uneori uz de propagandă pentru a întreține, a canaliza sentimentul național cu scopul de a obține puterea politică.

Greșeala ultranaționaliștilor, în opinia lui Gabriel Andreescu, intervine în momentul în care, pe lângă valorizarea propriei națiuni, ei devalorizează – uneori chiar prin acțiuni concrete – celelalte națiuni, instigând la xenofobie. Simona Nicoară afirmă că naționalismul exprimă întotdeauna teama de decalaje, frica de declin, de aceea se fortifică prin a păstra și valorifica un trecut comun. „Naționaliștii vizează unitatea socială, elementul cel mai securizant, de aceea orice atentat la adresa unității provoacă pasiuni ce pot atinge paroxismul! Această ideologie invocă protejarea unității interioare și a gloriei exterioare, ceea ce înseamnă că teritoriul său ideologic vizează toată comunitatea, mai mult, chiar umanitatea!”²⁸

²⁸ Simona Nicoară, *Națiunea modernă. Mituri, simboluri, ideologii*, Editura Accent, București, 2002, p. 336.

Corneliu Vadim Tudor îndeamnă poporul la etalarea patriotismului vazut ca virtutea supremă pe care cetățeanul o poate deține, fiind în strânsă legătură cu demnitatea individuală. Ca orice politician, liderul PRM tinde să atașeze propriile ambiții *interesului național*, pe care îl invocă foarte des în discursuri. El cultivă cu fervoare naționalisme cum ar fi: legende istorice, cultul eroilor naționali, celebrarea datelor importante din trecutul țării, pentru a crea o imagine ideală de popor liber, puternic, capabil să întrețină pacea și armonia. Iată cum cele mai simple reprezentări ideologice prind atât de bine rădăcini în conștiința colectivă a românilor!

“Miturile și simbolurile țin de esența umană: miturile se degradează, simbolurile se secularizează, dar nu dispar niciodată.”²⁹

BIBLIOGRAFIA

- Andreescu, Gabriel, *Extremismul de dreapta în România*, Centrul de Resurse pentru Diversitate Etnoculturală, Cluj, 2003.
- Gallagher, Tom, *Democrație și naționalism în România 1989-1998*, All Educational, București, 1999.
- Girardet, Raoul, *Mituri și mitologii politice*, Humanitas, București, 1998.
- Nicoară, Simona, *Națiunea modernă. Mituri, simboluri, ideologii*, Accent, București, 2002.
- Tudor, Corneliu Vadim, *Carte românească de învățătură*, Editura Fundației România Mare, București, 1992.
- Tudor, Corneliu Vadim, *Jurnalul Revoluției, de la Crăciun la Paște*, Editura Fundației România Mare, București, 1999.
- Wunenburger, Jean Jacques, *Omul politic între mit și rațiune. O analiză a imaginarului puterii*, Traducere de Mihaela Căluț, Editura Alfa Press, Cluj, 2000.
- *** *Almanah România Mare 1996*, Ed. Fundației Umaniste România Mare.
- *** *România Mare*, colecția 1990-2004, selectiv.

²⁹ *Ibidem*, p. 352.

JÜRGEN HABERMAS – ETICA DISCURSULUI

ȘTEFAN MELANCU

Jürgen Habermas este, fără îndoială, unul dintre filosofii cei mai reprezentativi din gândirea actuală, un adevărat punct de reper pentru dezbaterile filosofice a prezentului, iar *etica discursului* pe care o întemeiază se constituie într-una din abordările cele mai impozante ale filosofiei morale actuale. Impozantă, în sensul în care reinteroghează o întregă arie filosofică – de la moștenirea neokantiană și neohegeliană, până la manifestările actuale ale postructuralismului, neoaristotelismului și neopragmatismului; impozantă în ideea în care repune în discuție repere ce țin de istoria modernității, teorii ale societății, ale psihologiei și ale dreptului deopotrivă; impozantă, în același timp, prin energicele conceptualizări formulate în configurarea problematicii morale actuale – de la chestiunile de fondare a normelor la procedurile argumentative privind alegerile axiologice, de la problematica limbajului și pragmatica acestuia la principiul autocomprenhensiunii și, în cele din urmă, la arhitectura unei etici fondate pe principiile cognitivismului și universalismului, singura capabilă, în viziunea lui Habermas, să facă față provocărilor complexe ale lumii actuale. Complexitatea acestei abordări impune însă, credem, mai întâi desfășurarea principalelor repere privind opera filosofică a lui Jürgen Habermas.

Opera lui Habermas este una impresionantă, acoperind, practic, peste o jumătate de secol – de la scrierea de debut, *A gândi cu Heidegger împotriva lui Heidegger*, 1953 (provocatoare atât prin titlul, cât și prin conținutul ei, într-o vreme în care faima autorului lui *Sein und Zeit* se impusese definitiv în conștiința culturală europeană, umbrită, e adevărat, de resuscitarea episodului anului 1933), urmată de studiul *Absolutul în istorie. Despre sciziunea din gândirea lui Schelling* (lucrarea de doctorat din 1954) și continuând cu un număr impresionant de scrieri, între care am aminti, selectiv: *Teorie și praxis* (1964), *Cunoaștere și interes* (1968), *Asupra logicii științelor sociale* (1969), *Cultură și critică* (1970), *Probleme de legitimare a capitalismului târziu* (1973), *Ce este pragmatica universală?* (1976), *Teoria acțiunii comunicative* (1982), *Conștiință morală și acțiune comunicativă* (1983), *Discursul filosofic al modernității* (1985), *Gândirea postmetafizică* (1986), și până la *Despre etica discursului* (1991) sau *Facticitate și validitate* (1993). O operă marcată, prin urmare, de numărul impresionant al scrierilor (nici un alt filosof actual, probabil, nu s-ar putea lăuda cu întinderea unei astfel de opere), dar și de diversitatea și complexitatea problemelor pe care le impune. Un nume, așadar, de referință, pătruns de multă vreme și în spațiul nostru cultural, grație, în primul

rând, lui Andrei Marga, de departe cunosătorul cel mai avizat la noi al operei habermasiene. Am aminti în acest sens – configurând astfel, pentru început, și câteva dintre liniile majore ale gândirii lui Habermas – preocuparea susținută a lui Andrei Marga pentru filosoful german, remarcată, între altele, prin: îngrijirea antologiei de referință, cuprinzând scrierile cele mai importante ale lui Habermas până în acel moment, intitulată semnificativ *Cunoaștere și comunicare* (1983), cu o substanțială introducere în opera filosofului; studiul *Cunoaștere și sens. Perspective asupra pozitivismului* (1984) în care, în dreptul lui Habermas, sunt abordate hermeneutica filosofică, reabilitarea filosofiei practice și „teoria societății în intenție practică”; monografia, apoi, *Acțiune și rațiune în concepția lui Jürgen Habermas* (1985), într-o abordare complexă și completă a operei de până atunci a lui Habermas, vizând, între altele, ponderea *teoreticianului* (teoria acțiunii sociale, teoria capitalismului târziu, teoria științei), ca și diversele probleme metodologice pe care le implică scrierile lui Habermas (sociologia comprehensivă a limbii, poziționarea față de filosofia contemporană, pragmatica universală, politica și morala etc.); continuând cu *Raționalitate, comunicare, argumentare* (1991), în care direcțiile abordării lui Habermas impun, am zice, chiar titlul acestui studiu; în sfârșit, abordările din ultima vreme regăsite, de pildă, în îngrijirea și prefațarea unei scrieri referențiale a lui Habermas, *Discursul filosofic al modernității* (2000), în prezentarea sistematică a întregii filosofii habermasiene, sub aspectul unor „sinteze integrative” incluse în *Introducere în filosofia contemporană* (2002) sau în tematizarea crizei europene din volumul de autor *Filosofia unificării europene* – la care se adaugă, de curând, *Filosofia lui Habermas*, studiul, de departe, cel mai complet la noi asupra operei lui Habermas (2003)¹.

Căutând o formulă sintetizatoare care să cuprindă în sine complexitatea gândirii lui Habermas, aceasta ar putea fi cea sub care Andrei Marga prefațează *Discursul filosofic al modernității*, respectiv: „o filosofie cuprinzătoare”². Sub o asemenea formulă poate fi înscrisă, generos, multitudinea preocupărilor lui Habermas în spațiul gândirii actuale: cele din spațiul *teoriei* – o teorie a științei și a tehnicii, o teorie a comunicării întregită în ceea ce se numește *pragmatica universală*, o teorie a adevărului și a *acțiunii comunicative* înțeleasă ca *paradigmă comunicativă*; preocupările, apoi, din aria istoriei filosofice și a reflecției filosofice, într-o diagramă referențială a modernității, parcursă pe un traseu ce se întinde de la

¹ Vezi Andrei Marga: *Cunoaștere și sens. Perspective asupra pozitivismului*, București, Ed. Politică, 1984, cap. IV. *Depășirea rațiunii instrumentale*, p.192-226; *Teoria societății în intenție practică*, prefață, în Jürgen Habermas, *Cunoaștere și comunicare*, trad. de Andrei Marga et alii, București, Ed. Politică, 1983; *Acțiune și rațiune în concepția lui Jürgen Habermas*, Cluj-Napoca, Ed. Dacia, 1985; *Raționalitate, comunicare, argumentare*, Cluj-Napoca, Ed. Dacia, 1991, p. 226-302; *O filosofie cuprinzătoare*, studiu introductiv, în Jürgen Habermas, *Discursul filosofic al modernității*, trad. de Andrei Marga et alii, București, Ed. All, 2000, p. 5-14; *Introducere în filosofia contemporană*, Iași, Ed. Polirom, 2002, cap. *Sinteze integrative*, p. 282-312; *Filosofia unificării europene*, Cluj-Napoca, EFES, 2001, cap. *Filosofia crizei europene*, p.59-92; *Filosofia lui Habermas*, Iași, Ed. Polirom, 2006.

² Andrei Marga, *op. cit.* p. 5-14.

Kant și Hegel, până la Husserl, Heidegger și intrarea în postmodernitatea filosofică a ultimelor decenii; și nu în ultimul rând, preocupările din sfera filosofiei morale, constituite, pe urmele unui Karl Otto Apel, cu deosebiri majore însă – și într-o permanentă confruntare cu abordările actuale din acest domeniu, de la B. Williams, J. Rawls sau Ch. Taylor, până la Ernst Tugendhat, Niels Luhmann sau MacIntyre –, într-o *etică a discursului*, subsumată aceleiași paradigme comunicative. Fără a ne propune să prezentăm în amănunt toate aceste direcții în care se desfășoară filosofia lui Habermas³, subliniem doar faptul că toate aceste preocupări ale gândirii habermasiene se desfășoară în spațiul unei *crize* profunde ce marchează modernitatea europeană. Și aceasta, într-o ipostaziere multiplă: *o criză a filosofiei înseși* reieșită din chiar aporiile modernității, *o criză a societății moderne europene* determinată, în fapt, de o diversitate de „crize” ale sistemului pe care le antrenează „capitalismul târziu” și, derivată din acestea sau consubstanțială acestora, *o criză a moralei moderne*. Vom încerca, în cele ce urmează, să înțelegem – legat tocmai de tema pe care ne-am propus-o – modul în care se configurează toate acestea, prin prisma câtorva dintre scrierile majore ale lui Habermas.

Vorbind despre o teoretizare a crizei filosofiei înseși subsumate spațiului modernității târzii, trebuie subliniate din capul locului, în cazul lui Habermas, câteva idei majore care guvernează reflecțiile sale, pe care le vom avea în vedere referindu-ne, pentru început, mai cu seamă la trei dintre scrierile reprezentative ale filosofului: *Discursul filosofic al modernității, Gândirea postmetafizică. Eseuri filosofice și Conștiință morală și acțiune comunicativă*, – respectiv, partea de început, intitulată *Filosofia ca locuitoare și interpretă*, o prefațare gândită, la origine, sub forma unei conferințe „despre modalitățile dialectice și transcendente de întemeiere” susținute în 1981, la Stuttgart, cu ocazia Congresului Organizației Internaționale Hegel⁴. Aceste idei țin, pe de o parte, de faptul că întregul discurs al modernității filosofice se așează în jurul unui universalism al rațiunii „centrate pe subiect”, necesitând însă ceea ce s-a numit *Selbstvergewisserung der Moderne* – o *asigurare de sine* pe care, așa cum subliniază Richard Rorty, Habermas o consideră, pe urmele lui Hegel, „problema filosofică fundamentală”, o problemă rămasă însă fără răspuns și căreia Habermas îi găsește rezolvarea actuală în ceea ce el numește „rațiune comunicativă”⁵; pe de altă parte, „despărțirea de filosofie”, echivalentă, în fapt, cu criza acesteia – pe un traseu al „suspiciunilor” ce vizează tocmai „pretențiile de întemeiere și autoîntemeiere ale gândirii filosofice”, început cu Nietzsche, continuat cu Heidegger și urmat apoi de

³ Vezi pentru aceasta mai cu seamă apariția recentă semnată de Andrei Marga, *Filosofia lui Habermas*, ed. cit.

⁴ Vezi Jürgen Habermas, *Filosofia ca locuitoare și interpretă*, în *Conștiință morală și acțiune comunicativă*, trad. de Gilbert Lepădatu, București, Ed. All, 2000, p. 9-25.

⁵ Richard Rorty, *Contingență, ironie și solidaritate*, trad. de Corina Sorana Ștefanov, studiu introductiv de Mircea Flonta, București, 1998, p. 126-127.

o parte a gânditorilor actuali (Richard Rorty sau triada franceză Lyotard – Foucault – Derrida) – ar putea fi depășită, în concepția lui Habermas, printr-o „actualizare” a raportului ei „cu totalitatea printr-un rol de interpretă întoarsă către lumea vieții”, fapt posibil doar în „praxisul comunicativ cotidian” în care se „amestecă” „interpretări cognitive, așteptări morale, expresii și evaluări”, în felul acesta găsindu-și locul „o chestiune de întemeiere” a filosofiei într-o stăruință a acesteia „pe rolul de păzitoare a raționalității”⁶.

Încercând o desfășurare a poziționării acestor idei în cadrul filosofiei habermasiene, am remarca mai întâi locul pe care îl ocupă Nietzsche în critica rațiunii moderne vizând „pretențiile de întemeiere și autoîntemeiere a gândirii filosofice”, fapt ilustrat și prin poziția specială pe care Habermas i-o acordă în *Discursul filosofic al modernității* – două dintre capitolele importante ale acestui studiu referindu-se, consecutiv, la Nietzsche: *Trei perspective: hegelienii de dreapta, hegelienii de stânga și Nietzsche*, respectiv *Intrarea în postmodernism: Nietzsche ca placă turnantă*⁷. În primul dintre acestea Habermas ia în discuție ideea de „sfârșit” al filosofiei, subliniind că „discursului modernității, pe care îl purtăm până astăzi fără întrerupere, îi aparține și conștiința faptul că filosofia și-a atins sfârșitul, indiferent cum e resimțit acesta: ca provocare productivă ori doar ca instigare. Marx vrea să suprimă filosofia tocmai pentru a o înfăptui. Moses Hess publică în aceeași perioadă o carte cu titlul *Die letzten Philosophen (Ultimii filosofi)*. Bruno Bauer vorbește despre ‘catastrofa metafizicii’ și e convins că ‘literatura filosofică poate fi considerată ca fiind pentru totdeauna închisă și încheiată’. Desigur, depășirea nietzscheană și heideggeriană a metafizicii înseamnă altceva decât suprimarea metafizicii; la fel, despărțirea lui Wittgenstein sau a lui Adorno de filosofie înseamnă altceva decât înfăptuirea filosofiei”⁸. Și totuși, continuă Habermas, „toate aceste atitudini se referă la acea ruptură de tradiție care a apărut atunci când spiritul timpului a dobândit putere asupra filosofiei, când conștiința modernă a timpului a spart *forma* gândirii filosofice”.

La toate acestea trebuie adăugat raportul dintre filosofia „laică” și cea de „școală” în moștenirea hegeliană. Mai exact, este vorba de „starea modificată a filosofiei” ilustrată în „felul în care s-a separat din nou, după moartea lui Hegel, filosofia laică de cea de școală. Filosofia de școală stabilită ca disciplină s-a dezvoltat alături de o îndeletnicire filosofică de literat, larg răspândită, al cărei loc nu mai poate fi clar definit din punct de vedere instituțional”, trebuind să concureze „de acum înainte cu privat docenți destituiți, cu scriitori și persoane private precum Feuebach, Ruge, Marx, Bauer și Kierkegaard – chiar și cu un Nietzsche, care a renunțat la profesoratul său din Basel”. În plus, adaugă Habermas, „pe lângă aceasta, nume ca Darwin și Freud, curente precum pozitivismul, istorismul și pragmatismul arată faptul că în secolul 19 fizica, biologia, psihologia și științele

⁶ Jürgen Habermas, *op. cit.*, p. 22-24.

⁷ Vezi Jürgen Habermas, *Discursul filosofic al modernității*, ed. cit., cap. III și IV, p. 64-135.

⁸ *Idem*, p. 64.

istoriei descătușează motive ideologice care acționează pentru prima oară asupra conștiinței timpului fără mijlocirea filosofiei”. O astfel de situație s-a schimbat, subliniază Habermas, „abia în anii '20 ai secolului nostru. Heidegger readuce discursul modernității la o mișcare filosofică autentică de gândire – chiar *acest lucru* semnaleză titlul *Sein und Zeit (Ființă și timp)*. Lucruri asemănătoare sunt valabile și pentru marxiștii hegelieni, pentru Lukacs, Horkheimer și Adorno, care au retradus *Capitalul*, cu ajutorul lui Max Weber, într-o teorie a reificării și au restabilit legătura întreruptă dintre economie și filosofie. De asemenea, filosofia recâștigă competența de a diagnostica timpul chiar și pe calea unei critici a științei, ce duce de la Husserl din perioada târzie la Foucault, trecând prin Bachelard”. De unde, întrebarea, justificată: „Să fie oare *aceasta* aceeași filosofie care aici, ca și în cazul lui Hegel, își depășește diferențierea în conceptul de laic și cel de școală al filosofiei?” Răspunsul lui Habermas: „Indiferent sub ce nume se prezintă ea acum, ca Ontologie fundamentală, ca și Critică, ca Dialectică negativă, Destrucție sau Genealogie – aceste pseudonime nu sunt în nici un caz deghizări sub care apare forma tradițională a filosofiei; draparea conceptelor filosofice servește mai degrabă ca mușmalizare a sfârșitului insuficient ascuns al filosofiei”⁹.

În celălalt capitol, despre care aminteam, din *Discursul filosofic al modernității*, Habermas accentuează rolul ce-i revine lui Nietzsche în dislocarea rațiunii moderne, întrucât „O dată cu intrarea lui Nietzsche în discursul modernității, argumentarea se modifică fundamental. La început rațiunea fusese concepută în calitate de cunoaștere de sine conciliatoare, apoi ca asimilare eliberatoare, în cele din urmă ca amintire compensatorie, pentru a putea apare ca echivalent al puterii unificatoare a religiei și pentru a putea depăși, din propriul impuls, rupturile modernității. De trei ori a eșuat încercarea de a face conceptul de rațiune să fie pe măsura programului unui iluminism dialectic. În această constelație, Nietzsche a avut de ales doar între a mai supune încă o dată unei critici imanente la rațiunea centrată în subiect și a abandona programul în întregul său. Nietzsche s-a decis pentru a doua alternativă – el a renunțat la o nouă revizuire a conceptului de rațiune și și-a luat la revedere de la *dialectica iluminismului*”¹⁰. Mai mult, în cazul lui Nietzsche, subliniază Habermas, e vorba de o respingere totală a modernității ce și-a pierdut sensul prin nihilism”¹¹, idee preluată mai târziu, într-o succesiune directă, de către Heidegger – cel care va radicaliza și mai mult critica modernității, și o dată cu ea critica metafizicii înțeleasă ca istoria însăși a filosofiei occidentale. De remarcat, în acest sens, faptul că mai cu seamă gândirea târzie a lui Heidegger circumscrie ideea că filosofia și-a epuizat orice posibilitate de întemeiere („Filosofia se află într-un stadiu terminal”). De altfel, în *Discursul filosofic al modernității* Habermas îi consacră un capitol aparte lui Heidegger, intitulat sugestiv

⁹ *Idem*, p. 65-66.

¹⁰ *Idem*, p. 95.

¹¹ *Idem*, p. 103.

*Subminarea raționalismului occidental prin critica metafizicii: Heidegger*¹². Habermas subliniază aici, între altele, moștenirea nietzscheană a lui Heidegger, interpretată în baza cursurilor acestuia despre Nietzsche din anii '30-'40 ai secolului trecut, respectiv modul „cum Heidegger preia treptat mesianismul dionisiac în acea întreprindere care vizează să treacă pragul către gândirea postmodernă pe calea unei depășiri survenind din interior a metafizicii”. Un drum pe care „Heidegger ajunge la o filosofie temporalizată a originii”, înțeleasă de către Habermas „prin patru operații pe care le efectuează Heidegger în disputa sa cu Nietzsche”: prin efortul, mai întâi, de a reapeza filosofia „în poziția dominantă din care ea a fost alungată de critica tinerilor hegelieni”; printr-o „critică a subiectivismului modern” în linia unei judecăți „fără echivoc” a „rațiunii centrate în subiect” – perspectivă din care „Heidegger poate distruge rațiunea modernă atât de temeinic, încât nu mai distinge între conținuturile universaliste ale umanismului, iluminismului și chiar ale pozitivismului” și „reprezentările particulariste de autoafirmare ale rasismului și naționalismului sau doctrinele reacționare”; printr-o înțelegere, pe urmele aceluiași Nietzsche, a prezentului „ca moment al crizei”, aflat „sub presiunea deciziei” dacă această epocă finală este sfârșitul istoriei occidentale sau jocul opus unui alt început”; în sfârșit, printr-o neputință, totuși, a lui Heidegger, după cum subliniază Habermas, de a „înțelege destrucția istoriei metafizicii ca pe o critică demascantă, iar depășirea metafizicii ca pe un ultim act de dezvăluire”, motiv pentru care „lui Heidegger nu-i mai rămâne decât gestul de a da asigurări că pentru inițiați ’există o gândire care este mai riguroasă decât cea conceptuală’”, motiv pentru care Heidegger trebuie „să niveleze într-un mod șocant evoluțiile diferențiate ale științelor și filosofiei *de după* Hegel”¹³.

O continuitate a traseului Nietzsche – Heidegger în raportarea la modernitatea filosofică caracterizează, după cum subliniază Habermas, în *Gândirea postmetafizică*, și filosofia actuală. Dincolo de fărâmițarea filosofiei într-o serie de mișcări sau curente dominante, se poate vorbi, opinează Habermas, despre existența unor „analogii” între modernitate și „arhitectura postmodernă”, ca și a unor „paralelisme terminologice”¹⁴. În felul acesta, „filosofii contemporani își celebrează la rândul lor propriile despărțiri”¹⁵. O subliniere importantă prezentă, între altele, în *Gândirea postmetafizică* este cea legată de necesitatea redefinirii „raportului dintre filosofie și știință”. După ce „și-a abandonat pretențiile de filosofie prima sau cea de enciclopedie, subliniază Habermas, filosofia nu poate să-și afirme propria poziție nici printr-o asimilare la științele tradiționale, nici printr-o demarcare într-un mod exclusiv de știință în general”. În acest mod, filosofia este nevoită de a-și asuma totodată viziunea failibilistă pe care i-au proiectat-o științele empirice și

¹² *Idem*, p. 136-141.

¹³ *Idem*, p. 136-141.

¹⁴ Vezi Jürgen Habermas, *La pensée postméthaphysique. Essais philosophiques*, trad. Rainer Roschlit, Paris, Armand Colin, 1993, p. 9-16.

¹⁵ *Idem*, p. 46-47.

raționalitatea procedurală ce le însoțește; ea nu poate pretinde nici accesul privilegiat la adevăr, nici la o metodă care să-i fie proprie, nici la un domeniu care să o particularizeze, nici măcar la un stil intuitiv propriu”. Motiv pentru care, filosofia trebuie să se îndrepte înspre sfera preocupărilor „cotidiene” și înspre „lumea vieții”, cu care se „înruțește” de altfel printr-o relație „intimă”. Tocmai printr-o astfel de relație „filosofia poate juca – accentuează Habermas – rolul de interpretă, de mediator între, pe de o parte, culturile de experți dezvoltate prin intermediul științei și tehnicii, dreptului și moralei și, pe de altă parte, practica cotidiană a comunicării, și aceasta într-un mod analog rolului pe care critica literară și critica de artă îl au ca mediatore între artă și viață”¹⁶.

O astfel de înțelegere privind sarcina actuală a filosofiei va fi reluată de către Habermas în Conferința din 1981, inclusă în volumul *Conștiință morală și acțiune comunicativă*, conferință al cărei titlu original este tocmai *Redefinirea rolului filosofiei*¹⁷. Fără a intra în amănunte privind ideile pe care Habermas le desfășoară în această parte a lucrării sale, subliniem aici doar ideea forte pe care insistă Habermas, plasând rolul de mijlocitor al filosofiei în „praxisul comunicativ cotidian”, spațiu în care „procesele de înțelegere din lumea vieții” au nevoie „de o tradiție culturală *de mare anvergură*, și nu doar de binecuvântările științei și tehnicii. Filosofia și-ar putea actualiza astfel – conchide Habermas – raportul ei cu totalitatea printr-un rol de interpretă întoarsă către lumea vieții”.

Rolul de *mijlocitor* pe care îl poate căpăta filosofia în praxisul cotidian se constituie de altfel într-o idee majoră a lui Habermas, legată de o teorie cuprinzătoare a praxisului cotidian și a fenomenelor ce țin, în acest cadru, de lumea vieții. În această direcție, amintim aici interpretarea lui Andrei Marga care, în teoretizarea aplicată crizei europene¹⁸, remarcă, din capul locului, prezența în opera lui Habermas a „acestei asumări a crizei europene și apoi desfășurarea ei conceptuală”. În acest sens, subliniază Andrei Marga, „la Habermas, prevalentă este încercarea de a găsi lista conceptelor antropologice fundamentale, ca punct de plecare al analizei crizei. Luându-și coordonatele din contextul criticii ‘societății industriale’ a anilor șaptezeci și optzeci, el a argumentat continuu în favoarea recuperării ‘interacțiunii comunicative’, alături de ‘muncă’, în poziția de concept antropologic fundamental”. „Lista conceptelor fundamentale”, a cărei bază Andrei Marga o extinde în volumul *Raționalitate, comunicare, argumentare*¹⁹, „în cadrul tentativei de a stabili bazele unei teorii a raționalității, concepută ca metafilosofie inevitabilă a timpului nostru”, cuprinde ca și „concepte antropologice fundamentale: munca, organizarea, interacțiunea, jocul” și este completată acum „în direcția prinderii în termeni a naturii umane”. Operând cu o astfel de premisă, Andrei Marga subliniază, în

¹⁶ *Ibidem*.

¹⁷ Vezi Jürgen Habermas, *Conștiință morală și acțiune comunicativă*, ed. cit., p. 9-25.

¹⁸ Vezi Andrei Marga, *Filosofia unificării europene*, ed. cit., p. 89-92.

¹⁹ Vezi Andrei Marga, *Raționalitate, comunicare, argumentare*, ed. cit., p. 226-302.

*Filosofia unificării europene*²⁰, faptul că „Habermas a indicat, în anii șaptezeci, drept componente ale crizei europene occidentale: *criza economică*, rezidând, la nivelul indicatorilor empirici, în criza finanțelor publice, inflația persistentă, disparitatea dintre sărăcia publică și bogăția privată etc.; *criza de raționalitate*, constând în dificultatea de a concilia măsuri care să mențină suportul de masă pentru sistem și măsuri tehnocratice care să-i crească eficiența; *criza de legitimare*, constând în dificultatea de a păstra legitimarea prin metode clasice ale democrațiilor liberale, luată ca bază normativă a funcționării instituțiilor de stat; *criza de motivație*, costând într-o eroziune a tradițiilor, fără ca noile sisteme universaliste să poată fi destul de eficace”. Aceste *crize societale*, cum le numește Andrei Marga, sunt de regăsit și „la nivelul societății în format mare, care este Europa”; în plus, „la această scară” europeană „sunt sesizabile și alte crize: „*o criză de creativitate*, ce constă în aceea că societățile europene, devenind ele însele, între timp, de masă, rezolvă probleme de integrare a persoanelor în sisteme, dar produc prea puțină inovație în sisteme”; „*o criză administrativă*, constând în faptul că o unitate de acțiune europeană, în situații extreme chiar, nu se atinge sau se atinge prea puțin”; „*în sfârșit, o criză de identitate*, constând în aceea că identitatea europeană este resimțită doar ca una *geografică*, nu și ca o *identitate culturală*”.

Trebuie spus – urmând sublinierile lui Andrei Marga, prezente în diversele abordări ale operei habermasiene – că reflectarea acestor *crize* sunt analizate de Habermas de pe poziția unui teoretician care și-a propus de la bun început plasarea cercetării într-un amplu program, programul unei *teorii a societății concepute în intenție practică*, dezvoltat într-un șir de lucrări „subordonate intenției de a realiza o clarificare sistematică, teoretico-filosofică, asupra problemelor sociale și umane ale timpului nostru”²¹, fapt anunțat încă din scrierea de debut a autorului, intitulată *A gândi cu Heidegger împotriva lui Heidegger* (1953). Un titlu cât se poate de sugestiv pentru evoluția ulterioară a lui Habermas, întrucât „’A gândi cu Heidegger’ se manifestă imediat în critica ’lumii tehnicizate’ și în unele accente de început, când fenomenul ’înstrăinării’ nu este suficient disociat de progresul tehnico-științific”, în timp ce „’A gândi împotriva lui Heidegger’ are însă o importanță mai mare deja în primele scrieri ale lui Habermas, și se manifestă în înaintarea analizei pe terenul raporturilor sociale, într-o perspectivă critică”. Mai mult, prin această scriere de debut „Habermas replica criticii lumii moderne (căreia Heidegger, în vasta sa ’destrucție a ontologiei’ îi reproșa căderea sub dominația spiritului tehnicist) cu argumentul că lumea modernă prezintă nu numai un astfel de spirit, ci și ’corectivul hermeneutic’. În locul unei critici globale a lumii moderne, ce pășește pe terenul unui negativism global, este mai adecvată punerea în valoare a acestui ’corectiv’”. În lucrări ulterioare, Habermas va miza și pe alte opțiuni importante, precum luarea în discuție a soluției „comunicării universale”, inspirată de Jaspers, cel care „o

²⁰ Vezi Andrei Marga, *Filosofia unificării europene*, ed. cit. p. 89-92.

²¹ Vezi Andrei Marga, *Acțiune și rațiune în concepția lui Jürgen Habermas*, ed. cit., p. 14-28.

avansa pentru ieșirea umanității din criza ce se exteriorizase cu putere în ultimul război mondial”, apoi „recunoașterea primordialității sensului în constituirea și cercetarea realității socio-umane” sau accentuarea ideii de „acțiune” ca și concept fundamental al antropologiei filosofice – urmând demersului lui Arnold Gehlen și punând-o în legătură cu o *teorie critică* a societății, Habermas luând în acest sens „cercetările lui Marcuse drept ilustrare exemplară a unei asemenea legături”.

De amintit că o sintetizare a întregii problematice pe care o presupune teoria habermasiană a *societății în intenție practică* este analizată de către Andrei Marga într-o substanțială introducere la antologia Jürgen Habermas, *Cunoaștere și comunicare*²². Fără a intra în amănuntele acestei analize, să spunem totuși că Andrei Marga se oprește asupra unor dintre liniile majore ce configurează demersul lui Habermas, cum ar fi: consecvența cu care Habermas se oprește în scrierile sale asupra unei teme majore ce constă în „clarificarea sistematică a 'relației dintre teorie și praxis', pe fondul unor fenomene caracteristice 'capitalismului târziu'", fenomene „cercetate din perspectivă critică, într-o viziune raționalist-iluministă ce încorporează achiziții ale materialismului istoric”; raportarea „obligatorie” la primele scrieri ale lui Habermas (mai cu seamă la cele adunate sub titlul *Teorie și praxis*), întrucât „aici s-a profilat problema dominantă a cercetărilor pe care le-a întreprins: luarea sub control a devenirii sociale prin instituirea unui cadru democratic al adaptării deciziilor relevante pentru mersul societății”, societate care „reclamă o acțiune pentru luarea sub control a devenirii ei, în scopul prevenirii crizelor” – terenul pe care s-a construit această problematică fiind „ceea ce Școala de la Frankfurt a numit 'societatea administrată'”; faptul că „societatea administrată” presupune o abordare a ei „din punctul de vedere al criticii conversiunii suferite de viața politică – de la forma discuției publice a problemelor de interes general la forma rezervării de către elite a deciziilor și a dispunerii de persoane”; edificarea unei „teorii a societății orientate critic, în orizontul unei 'democrații sociale', în care deciziile relevante pentru viața socială sunt derivate din consensul exprimat liber al cetățenilor care discută și tratează, teorie ce urmează să ofere un fundament normativ pentru științele și cercetările sociale”; relevarea consensului și a comunicării ca fiind impuse de „problemele practice”, alături de „transpunerea teoriei în praxis”, fapt ce „caracterizează „teoria societății în intenție practică””; replica relevantă pe care Habermas o dă „tehnocratismului” care „reduce în conceptualizările sale interacțiunile sociale la 'acțiuni instrumentale'”; fundamentarea unei teorii a „capitalismului târziu” centrată pe o problemă-nucleu, cea dintre activitatea de stat și „sfera publică” sau „opinia publică”, ca și analiza implicațiilor „pe planul funcționării 'sferei publice' ale altui fenomen caracteristic 'capitalismului târziu': transformarea științei în forță de producție nemijlocită și bază a organizărilor în producție și administrație”; sublinierea faptului că „societățile capitalismului târziu sunt periclitate continuu de cel puțin una din crize”, ca și a faptului că „o dată cu intervenția statului în economie”, un fenomen caracteristic capitalismului târziu, „crizele nu mai au caracterul istorico-natural de

²² Vezi Andrei Marga, *Cunoaștere și comunicare*, ed. cit., p. 5-30.

odinioară: totodată, câștigă teren o tendință de deplasare a crizelor 'de jus în jos', dinspre sistemul economic și administrativ spre sistemul legitimator și socio-cultural"; sublinierea ideii că în oricare dintre situațiile de criză „este inevitabilă o 'împușinare a generării de sens', care se caută a fi substituită cu consum stimulat", pe acest plan având loc confruntarea „normelor” cu „cerințele de legitimare” – condiție în care „problema legitimării” devenind „una dintre cele mai acute probleme cu care se confruntă astăzi capitalismul”; continuarea de către Habermas a „teoriei critice” promovate de Horkheimer și Adorno, dar și „distanțarea” de aceasta printr-o transformare a 'bazei normative", Habermas înfăptuind în acest sens „cotitura lingvistică a teoriei critice”; sublinierea faptului că „una dintre cele mai originale părți ale operei teoreticianului este consacrată elucidării condițiilor 'comunicării necontorsionate' și ale trecerii la realizarea unei 'înțelegeri discursive", aceasta dezvoltând „în profunzime constatarea că atingerea înțelegerii, care este *telos*-ul imanent al comunicării, depinde de normele interacțiunii dintre cei ce intră în comunicare”, norme care „sunt reperabile de o 'pragmatică uniiversală"; în sfârșit – și în aceeași arie a „pragmaticii universale” – valorificarea „hemeneuticii în științele sociale”, cu formularea însă a unor „critici la adresa 'hermeneuticii filosofice", întrucât aceasta se dovedește a fi insuficientă, motiv pentru care „ea trebuie susținută de o 'teorie a comunicării' care se întemeiază într-o 'pragmatică universală".

Problematica sintetizată de Andrei Marga²³ în introducerea la antologia *Cunoaștere și comunicare*, ca și ideile majore ale filosofei lui Habermas pe care am încercat să le redăm aici constituie suportul pe care se sprijină filofia sa morală, concentrată în ceea ce Habermas numește *etica discursului* (*Diskursethik*). Apărarea proiectului modern (în fața scepticismului, în ofensivă, a frontului postmodern) printr-o rechestionare constructivă a reperelor sale constitutive și regândirea sarcinii filosofiei într-o formulă care să instituie „rolul de păzitoare a raționalității” din partea acesteia, la care se adaugă marile repere integrate într-o teorie a societății în intenție practică – clarificarea relație dintre teorie și praxis, devenirea socială centrată pe luarea în calcul a unui orizont consensual liber, realizarea unei înțelegeri discursive și atingerea astfel a *telos*-lui imanent al unei comunicări depinzând de normele interacțiunii al celor ce intră în comunicare, norme care sunt reperabile de o pragmatică universală – toate acestea se regăsesc, rezumativ sau într-o formă desfășurată, în lucrările sale de filosofie morală. Pentru ilustrarea acesteia, ne vom opri asupra a două dintre cele mai cunoscute dintre lucrările lui Habermas în domeniul filosofiei morale, *Conștiință morală și acțiune comunicativă*, respectiv, *Despre etica discursului*.

²³ De văzut, în aceeași direcție, apariția recentă semnată de Andrei Marga, monografia de excepție *Filosofia lui Habermas*, în care opera lui Habermas este aprofundată în toate liniile sale majore, inclusiv în ceea ce privește filosofia morală ilustrată prin *etica discursivă* – pentru aceasta din urmă, vezi cap. *Etica discursivă*, ed. cit., p. 250-279.

În prima dintre acestea, *Conștiință morală și acțiune comunicativă* (*Moralbewusstsein und kommunikatives Handeln*, 1983), Habermas procedează, pe de o parte, la configurarea unui program de întemeiere a eticii discursului și, pe de altă parte, așa cum o arată și titlul lucrării, la o interpretare a conștiinței morale și a acțiunii comunicative²⁴. Expunerea programului de întemeiere a eticii discursului este făcută metodic prin: fixarea unor considerații propedeutice, interpretând fenomenologia moralului, în marginea unui celebru eseu al lui P. F. Strawson, *Libertate și resentiment*, și problematica eticilor noncognitiviste, plecând de la lucrarea lui St. Toulmin, *Locul rațiunii în etică*; expunerea apoi a principiului fundamental de universalizare al regulii de argumentare, o dată cu interpretarea modului, predispus criticii, în concepția lui Habermas, în care este făcută justificarea normelor în concepția lui Ernst Tugendhat, prin prisma lucrării acestuia, *Introducere în filosofia analitică a limbajului*; în sfârșit, prezentarea principiilor generale ce țin de etica discursului și de bazele ei în teoria acțiunii – respectiv, întemeierea principiului moral, structura și statutul argumentului transcendental-pragmatic, moralitatea și moravurile. Sublinierile și concluziile lui Habermas configurează *o etică a discursului* – pe care filosoful o consideră „inițiativa cu cele mai mari perspective în ziua de astăzi”²⁵ – orientată de repere constituite în tot atâtea principii precum: chestiunile moral-practice de tipul „Ce trebuie să fac?” trebuie să fie însoțite întotdeauna de „un răspuns pe latura raționalității conduse de intenții”; lumea fenomenelor morale apare doar „din atitudinea performativă a participanților la interacțiune”, iar justificarea moral-practică a unui procedeu de acțiune „vizează un alt aspect decât acela al evaluării legăturii dintre scop și mijloc, evaluare neutră din punct de vedere al sentimentelor, chiar și atunci când aceasta se lasă călăuzită de perspectiva prosperității sociale”, motiv pentru care se impune înlocuirea conceptului „acțiunii orientate către un scop cu acela mai cuprinzător de acțiune orientată pe înțelegere”; comunicative sunt doar acele interacțiuni „în care participanții își coordonează printr-un acord comun planurile de acțiune”, acord care „se măsoară după recunoașterea intersubiectivă a pretențiilor de valabilitate” – respectiv a pretențiilor „de adevăr, de corectitudine și de autenticitate, în funcție de acel ceva la care se raportează, la ceva din lumea obiectivă (ca totalitate a faptelor existente), la ceva din lumea socială comună (ca totalitate a relațiilor interpersonale, legitim reglementate, ale unei grupe sociale) sau la ceva din lumea subiectivă proprie (ca totalitate a trăirilor la care ai acces în mod privilegiat); întemeierea unei etici a discursului se sprijină pe principiul „fundamental de universalizare”, ceea ce presupune compensarea desprinderii judecății morale de „pacturile locale și de coloratura istorică al unei forme de viață particulare” printr-o aplicare „inteligentă

²⁴ Vezi Jürgen Habermas, *Conștiință morală și acțiune comunicativă*, ed. cit., cap. III. *Etica discursului – note pentru un program de întemeiere*, p. 46-111, și cap. IV. *Conștiință morală și acțiune comunicativă*, p. 112-182.

²⁵ *Idem*, p. 47.

a punctelor de vedere morale generale, promovând motivări pentru transpunerea în acțiune a punctelor de vedere”; în sfârșit, o întemeiere pragmatică a eticii discursului cere, între altele, comunicarea unui principiu de generalizare „care să funcționeze ca regulă de argumentare”, identificarea „premiselor pragmatice inevitabile și cu conținut normativ ale argumentării în genere”, ca și „expunerea explicită a acestui conținut normativ” sub forma „regulilor de discurs”²⁶.

În ceea ce privește cealaltă lucrare, *Despre etica discursului* (*Erläuterungen zur Diskursethik*, 1991), aceasta este concepută, după cum mărturisește Habermas însuși, în continuarea lucrării anterioare²⁷, problematica eticii discursului fiind abordată aici într-o triplă raportare a acesteia, după cum o arată însăși structura lucrării: I. *Moralitatea și viața etică*, II. *Evoluția moralei* și III. *Acțiunea practică*. Fără a rezuma întreaga problematică pe care o desfășoară această lucrare, ne vom opri mai cu seamă asupra principiilor, pe care Habermas le oferă aici într-o formă mult mai dezvoltată, privind întemeierea unei etici a discursului, ca și asupra „explicațiilor” din capitolul final – capitol prin care Habermas își susține proiectul în fața celorlalte abordări „concurrente”, într-un demers ce se constituie într-o „confruntare” la nivel global legată de problematica morală actuală²⁸. Astfel, în prima parte a lucrării²⁹, Habermas fixează principiile eticii discursului plecând mai întâi de la problema modalității în care ar putea fi valorificate, în această direcție, obiecțiile lui Hegel vizavi de etica lui Kant – legat de faptul că „Apel și cu mine am întreprins în ultimii ani tentativa de a reformula, în privința fondării normelor, morala kantiană prin mijloacele oferite de de teoria comunicării”, subliniind astfel cele patru obiecții formulate de Hegel împotriva filosofiei morale kantiene: obiecția împotriva *formalismului acesteia* (întrucât „imperativul categoric, pretinzând să facem abstracție de toate conținuturile determinate de maximele acțiunii, aplicarea acestui principiu moral trebuie să conducă înspre judecăți tautologice”), obiecția împotriva *universalismului* abstract al eticii kantiene (deoarece, „imperativul categoric, pretinzând separarea universalului de particular, judecățile valide ce satisfac acest principiu trebuie să rămână insensibile la natura particulară și la contextul problemelor ce reclamă de fiecare dată o soluție, rămânând astfel exterioare cazului individual”); obiecția împotriva *purei voințe*” (deoarece, „imperativul categoric, pretinzând a distinge sever între *a fi* și *a trebui*, acest principiu moral trebuie să rămână îndatorat oricărei informații asupra problemei de a ști cum pot fi judecățile morale transpuse în practică”); obiecția împotriva *purei convingeri* (întrucât, „imperativul categoric, separând purele exigențe ale rațiunii practice de procesele de formare ale spiritului și de concretizările sale istorice, atribuie

²⁶ *Idem*, p. 48-105.

²⁷ Vezi Jürgen Habermas, *Cuvânt înainte*, reluat în ediția franceză, *De l'éthique de la discussion*, trad. Mark Hunyadi, Paris, Les Editions du Cerf, 1992, p. 11.

²⁸ *Ibidem*. Cu cuvintele lui Habermas: “Capitolul «Etica discursului: Explicații», edificat pe notele dintre anii 1987-1990, constituie textul principal, permițând confruntarea cu abordările concurrente și pretinzând a fi o recenzare critică globală”.

²⁹ *Idem*, vezi Prima parte. *Moralitate și viață etică*, cap. I-III, p. 15-50.

astfel partizanilor concepției morale asupra lumii o viziune politică care își propune, ca scop, realizarea unei rațiuni ce se asociază, în perspectiva unor scopuri mai înalte, acțiunilor imorale”) – cu sublinierea, ceva mai încolo, că ceea ce vizează Hegel prin aceste obiecții este, în fapt, „rigorismul” unei etici procedurale, rigorism de care, la rândul ei, etica discursului se îndepărtează. Acest lucru Habermas îl explică luând în discuție „caracterul deontologic, cognitivist, formalist și universal al eticii kantiene”³⁰ și modul în care etica discursului reformulează toate aceste trăsături delimitându-se, „în ciuda a ceea ce le aseamănă”, prin „trei diferențe ce separă etica discursului de cea a lui Kant”, respectiv: prin faptul că etica discursului abordează problematica *inteligibilului* (cărui îi aparține datorica și libera voință) și a *fenomenalului* (inclinațiile, motivațiile pur subiective, ca și instituțiile Statului și ale societății) reducând hiatusul dintre acestea „în sânul aceleiași practici comunicaționale cotidiene”; prin faptul apoi că, în timp ce la Kant regăsim „abordarea pur interioară, monologală” scontând pe probarea de către fiecare în forul interior a maximelor acțiunii, etica discursului depășește o astfel de abordare scontând, dimpotrivă, pe faptul că „o intercomprehenșiune ținând de universalizarea intereselor este *rezultatul* unui *discurs public* realizat intersubiectiv”, în ideea în care „universalitățile utilizării limbajului formează o structură comună, prealabilă a indivizilor”; în sfârșit, prin faptul că etica discursului „ridică pretenția de a fi rezolvat problema fondării” (pe care Kant a evitat-o în ultimă analiză prin recursul la experiența contrângerii prin conceptul datoriei) grație deducției principiului universal „plecând de la presupuzițiile universale ale argumentării”³¹. În acest mod, subliniază Habermas, etica discursului „rupe cu idealismul și monologismul kantian”³², dând dreptate, în acest fel, aceluiași Hegel, în ideea în care „eticile de tip kantian sunt specializate în problemele de *justificare*”, lăsând însă nerezolvate „problemele *aplicării*”³³.

În plus, etica discursului, se ghidează după „imparțialitatea judecății morale”, o dată cu înțelegerea faptului că „în procesul de formare comunicațională, identitatea individului și cea a comunității se formează și se mențin într-un mod *co-originar*”, sens în care „*conceptul intersubiectiv de autonomie* ia în considerare faptul că libera dezvoltare a personalității fiecăruia depinde de realizarea libertății tuturor persoanelor”. În același sens, etica discursului, comparativ cu cea kantiană, „lărgeste conceptul deontologic de dreptate către aspectele *structurale* ale vieții bune care, din punct de vedere al socializării comunicaționale, lasă să reiasă totalitatea concretă a formelor de viață de fiecare dată particulare – fără a cădea totuși, precizează Habermas, în încurcătura metafizică a a neo-aristotelismului”³⁴. În același timp, etica discursului statuează faptul că „judecățile morale ar trebui să rămână fără consecințe în practică, dacă ele nu se pot sprijini în aceeași măsură pe presiunea motivelor și pe autoritatea recunoscută social a instituțiilor”, ca atare (cum ar spune Hegel), „ele trebuie traduse în

³⁰ *Idem*, p. 16-19.

³¹ *Idem*, p. 24.

³² *Idem*, p. 26.

³³ *Idem*, p. 27.

³⁴ *Idem*, p. 19-27.

datorii concrete ale cotidianului. Iată deci, subliniază Habermas, ce poate fi recunoscut ca just: fiecare morală universalistă se întoarce înspre formele de viață *favorabile*”, necesitând „un anume acord cu practicile de socializare și de educare”, ca și „un anume acord cu instituțiile politice și sociale în care se întruchipează deja reprezentări juridice și morale postconvenționale”³⁵. În această perspectivă, trebuie spus că Habermas apără astfel o poziție deontologică forte: prioritatea justeții, a dreptății asupra problematicei *binelui*, o dată cu separarea strictă între problemele de fondare și cele de aplicare și cu susținerea unui „punct de vedere moral” imparțial – deschis astfel spre o „lume a vieții”, cu toate „diferențurile” și „distorsiunile” acesteia, și prin care ceea ce se impune este „a putea” și nu „a trebui”, întrucât a obliga la un punct de vedere moral depășește chiar resorturile unei teorii morale, în felul acesta, etica discursului, spre deosebire de morală kantiană, nemaifiind o „teorie a obligației”, ci „o teorie a raționamentului”³⁶. În acest mod, etica discursivă capătă un caracter failibilist, o dată cu failibilismul însuși al filosofiei, promovând conceptul unei morale „înguste” – în sensul în care Habermas îl înțelege în finalul capitolului al doilea al primei părți din lucrare³⁷.

Principiile pe care Habermas le stabilește în această primă parte a lucrării ghidează, în fapt, întreaga sa abordare – în partea a doua (*Evoluția moarlei*), unde se oprește asupra legăturii dintre dreptate și solidaritate, a „punctului de vedere moral” în etica de tip procedural sau asupra neoaristotelismului în teoria lui Lawrence Kohlberg (prezent și în *Conștiință morală și acțiune comunicativă*, lucrarea din 1983), și, de asemenea, în partea finală (*Rațiunea practică*) – unde se concentrează asupra utilizării pragmatice, etice și morale a rațiunii practice (primele capitole) și asupra „explicațiilor” legate de etica discursului (capitolul final). Acesta din urmă (Capitolul VI. *Etica discursului: explicații*)³⁸ are, în plus, o distincție aparte, întrucât Habermas reia aici principiile pe care își sprijină teoria eticii discursului (teorie pe care o „apără” împreună cu Apel³⁹) în confruntarea

³⁵ *Idem*, p. 28.

³⁶ Vezi în acest sens și considerațiile lui Mark Hunyadi la ediția franceză a lucrării, *Idem.*, p. 8-9.

³⁷ *Idem*, p. 31-32.

³⁸ *Idem*, p. 111-198.

³⁹ Legat de K. O. Apel, abordarea acestuia ar merita o interpretare aparte, întrucât, așa cum recunoaște atât Habermas, cât și Apel însuși, amândoi susțin teoria eticii discursului, cu apropieri ale punctelor de vedere, dar și cu diferențieri majore. Vezi, în acest sens, K. O. Apel, *A gândi cu Habermas împotriva lui Habermas* (text inclus în volumul *Zwischenbetrachtungen im Prozess der Aufklärung*, 1989), în care Apel subliniază, între altele, susținerea reciprocă a poziției „unei pragmatice universale, formale, și cea a unei pragmatice transcendentale”, *diferendul* major dintre cei doi constând în ceea ce constituie „exigența unei fondări ultime” în etica discursului – exigență îmbrățișată de Apel, respinsă însă categoric de către Habermas: vezi, în acest sens, K. O. Apel, *Penser avec Habermas contre Habermas*, trad. Marianne Charrière, Paris, Ed. de L’Eclat, 1990, p. 7-20), ca și comentariile lui Habermas vizavi de Apel, în *De l’éthique de la discussion*, ed. cit., p. 165-175; vezi, de asemenea, în ceea ce privește programul de întemeiere a unei etici a discursului așa cum îl înțelege Apel, K. O. Apel, *L’éthique de la discussion*, trad. Mark Hunyadi, Paris, Les Éditions du Cerf, 1991, îndeosebi prima parte, *Delimitarea provizorie a programului*, p. 7-31, și partea finală, *Arhitectura eticii discursului ca etică a responsabilității*, p. 101-105.

acesteia cu o serie de teorii morale aparținând, între alții, lui B. Williams, J. Rawls, A. Wellmer, E. Tugendhat, Ch. Taylor, K. O. Apel (inclusiv), T. McCarthy sau A. MacIntyre. În acest sens, Habermas desfășoară o serie de teme precum: raportul între rațiunea teoretică și cea practică, asemănările și diferențierile între validitatea veridativă și cea prescriptivă, relațiile între raționalitate și moralitate, raportul între fondare și aplicarea normelor, raportul între validitatea normativă, sancțiune și respectul de sine, interpretarea punctului de vedere moral susținut de etica discursivă, diferența între drepturi și datorii negative și pozitive, abordarea postmetafizică a eticii binelui, sensul „fondărilor ultime” în teoriile morale, prioritatea justiției asupra binelui, raportul între tradiție și modernitate în asocierea cu „conștiința morală postconvențională”. Respingând teoriile metaetice (în care a excelat filosofia analitică a limbajului moral, de la intuiționismul moral la subiectivismul și prescriptivismul sau decizionismul moral), manifestând rezerve față de temerea unei „identificări epistemologice a rațiunii practice cu rațiunea teoretică” (prezentă la Rawls) sau față de tentativa de a acorda cunoașterii practice același statut pe care odinioară îi era acordat, în tradiția aristotelică, lui *phronesis* față de *epistemè* (B. Williams), împotrividu-se „reducționismului” manifestat de scepticismul moral (John. L. Mackie) sau tendinței de a explica fenomenul validității prescriptive printr-o descriere a structurilor morale „rezultând dintr-o violare a normelor morale” (Ernst Tugendhat) sau având rezerve față de o „resuscitare a chestiunii purtate asupra raționalității moralei raționale”, în direcția promovării unei linii neoaristotelice sub premise însă ale unei gândiri postmetafizice (așa cum apare aceasta în teoria *eticii binelui* susținute, cu argumente „insuficiente” de Ch. Taylor – într-o lucrare, altfel, de excepție, *Sources the Self. The Making the Modern Identity*, 1989, asupra căreia Habermas insistă îndelung), ca și rezerve manifestate, în același mod, asupra unui „istorism” moral întors înspre o critică a liberalismului identificat cu criza morală actuală, în condițiile în care „între timp liberalismul însuși s-a schimbat” (MacIntyre). Cea ce transpare mai mult poate decât orice, în această confruntare a lui Habermas cu teoriile morale actuale, este apărarea unui punct de vedere moral indus practicii comunicaționale, în care prioritatea nu aparține nici infailibilului *eu*, nici prea neutrilor *el*, ci modestului *noi*, întrucât „de fiecare dată «prin noi» sunt recunoscute pretențiile validității normative”⁴⁰.

⁴⁰ *Idem*, p. 140.

ASPECTE ALE POSTMODERNISMULUI LITERAR

FLORENTINA RACATAIANU

O minimă rezumare a ocurențelor acestui termen de-a lungul timpului este necesară în logica cutumiară a oricărei prezentări sintetice. Cuvântul a fost semnalat pentru prima dată în 1870, când pictorul englez de salon, John Watkins Chapman folosește sintagma „pictura postmodernă” pentru a denumi fenomenul plastic european subsecvent picturii impresioniste franceze (în sensul în care folosim azi noțiunea de *post-impresionism*). Liviu Petrescu în *Poetica* sa, invocă apoi și anul 1917, cuvântul fiind reperat într-o lucrare a lui Rudolf Pannwitz, citat de altfel și în subsolurile volumului lui M. Cărtărescu. În 1926 apare pentru prima dată în titlul unei cărți, *Postmodernism and Other Essays*, de Bernard Iddings Bell, iar în 1934 Federico de Onís folosea cuvântul *postmodernismo* pentru a desemna reacția împotriva poeziei moderniste dificile și experimentaliste. Termenul este preluat de Arnold Toynbee în 1939 și folosit într-un sens cu totul diferit, proclamând sfârșitul erei moderne a burgheziei occidentale începute în secolul XVII. Apoi, în 1945, Bernard Smith desemnează prin acest concept o mișcare în pictură care depășește abstracționismul, denumită ulterior *realism socialist*. În anii '50, în America, Charles Olson, împreună cu poeții și artiștii de la Black Mountain College vorbesc de un postmodernism revendicat mai degrabă din Ezra Pound și William Carlos Williams, decât din poeți formalisti precum T. S. Eliot. În 1959 și 1960, Irving Howe și Harry Levin pledează pentru identificarea postmodernismului cu un fenomen de declin în cultura modernă înaltă. Abia începând cu sfârșitul anilor '60 și începutul anilor '70 postmodernismul ajunge să semnifice o dezvoltare distinctă, o mutație în cultura americană, o modificare critică, dacă nu chiar un sfârșit al modernismului. Este sensul pe care, sub diferite înfățișări, postmodernismul îl păstrează și astăzi în dezbaterile teoretice. Dar, așa cum observă Liviu Petrescu¹, interpretarea postmodernismului începe cu termenul însuși – nu ca istorie a ocurențelor, (...) ci sub aspectul evaluării.

Reprezintă oare postmodernismul o ruptură radicală față de modernism, sau este doar o revoltă în cadrul modernismului, împotriva unei anumite forme de „modernism înalt”(...)? Este postmodernismul un stil (în acest caz putându-i-se în mod rezonabil trasa precursorii până la Dada, Nietzsche, sau chiar (...) până la *Confesiunile Sfântului Augustin*, din secolul IV), sau ar trebui perceput strict drept concept de periodizare (caz în care îi negociem originea în anii 1950, 1960 sau 1970)? Are postmodernismul un potențial revoluționar, datorită opoziției sale față

¹ , Liviu, PETRESCU, *Poetica postmodernismului*, ediția a II-a, Paralela 45, Pitești, 1998, p. 50.

de toate formele de meta-narațiune (inclusiv marxismul, freudismul, și totalitatea formelor de rațiune iluministă) și datorită atenției îndreptate spre alteritatea „celorlalte lumi”, a „celorlalte voci”, reduse până acum la tăcere (femei, homosexuali, negri, popoare colonizate)? Sau este pur și simplu comercializarea și introducerea în cotidian a modernismului, reducerea aspirațiilor deja compromise ale acestuia la un *laissez-faire*, la un eclecticism comercial de tipul „anything goes”(merge orice/ totul este permis)? Subminează sau se integrează în politica neo-conservatoristă? Își leagă apariția de o restructurare radicală a capitalismului, de emergența unei societăți „postindustriale” (...) sau trebuie perceput drept „logica culturală a capitalismului târziu” (așa cum au propus Newman și Jameson)?²

Un răspuns sintetic s-ar putea constitui din răsfoirea lexiconului ritualic al postmodernismului³: *spațiul rizomatic*, *timpul anacronic* (pe lângă *cronotopul* bahtian, Ricoeur vorbește de *al treilea timp*, fuzionând momentul narațiunii și timpul istoric, timpul cronologic și pe cel psihologic, subiectiv; Noica, de *timpul rostirii*, Schrag de *timpul spațializat*); *reprezentarea enciclopedică*, *discursivizarea istoriei*, *deconstrucția identității*, cartografierea ca rezultat al relației cognitive dintre eu și lume, *geneza intersubiectivă a eului*, *semnul vid*, *epistemologia pluralistă*, *personalitatea fluidă*, *trupul hibrid*, *discursul palimpsestic descentrat*, *structura serială a reprezentărilor „epocii electrice”*, etc.

Un demers inițiat cu scopul încercării de sintetizare/ panoramare a domeniului generos al postmodernismului, nu poate decât interconecta mai multe perspective complementare asupra conceptului, perspective decurgând din domeniul cultural, literar, istoric, politic, sociologic etc. De remarcat, în calitate de observație premergătoare încercării de definire a postmodernismului, opinia lui Călin Dan referitoare la caracterul eseistic al culturii postmoderne. Eseistic, în sensul etimologic chiar: „gândirea postmodernă se vrea mai degrabă o încercare de punere în discuție, decât o afirmare dincolo de orice îndoială, mai degrabă un comentariu decât un enunț.”. Ca figură simbolică cea mai potrivită pentru o efigie a eseului, ar sta Hermes, printre trăsăturile lui figurând eroizarea autorului (eseistul fiind un egolatu) și „filosofia întâmplării”, practică de eseu sub forma unui nomadism intelectual, fascinant și nesigur, în care esențială e funcția charismatică.⁴

În scopul simplificării și organizării privirii interogativ-scrutătoare asupra conceptului, se poate spune, cu rol de premisă, că noțiunea de *postmodernism* a fost utilizată pe cel puțin patru niveluri⁵:

- ca strategie artistică,

² Apud David HARVEY, *The Condition of Postmodernity, An Enquiry into the Origins of Cultural Change*, Blackwell, Cambridge MA and Oxford, UK, 2004, p. 42.

³ Așa cum apare inventariat de Liviu PETRESCU, *op. cit.*, p. 54.

⁴ Călin DAN, art. *Eseul. Note despre criza postmodernă*, în revista *Dialog*, nr. 115-116/1986, pp.31-32.

⁵ Apud Sanda BERCE, *Modernity in Contemporary English Fiction*, Dacia, Cluj-Napoca, 2002, pp. 69-70.

- ca atitudine a fenomenului de *counterculture* în America anilor '60, sau, mai restrictiv, ca nouă sensibilitate artistică a avangardei artistice și sociale a anilor '60 (eclectică, democratică, respingând exclusivismul liberalismului umanist și instituțiile cu care acesta se identifica)

- ca *Weltanschauung*, ca „sensibilitate” postmodernă – începând din anii '80
- și ca nouă epocă istorică

Alfonso de Toro (*Postmodernidad y Postcolonialidad*, 1997) identifică trei posibile interpretări: 1. ca ruptură cu modernitatea (Barthes, Fiedler, Sontag), 2. ca imitație a modernității (Jameson), 3. drept culme a modernității.⁶

Interpretând postmodernismul ca pe o „nouă față” a modernității, și nu ca pe o paradigmă culturală distinctă și ulterioară paradigmei moderne, Matei Călinescu⁷ se dovedește tributar (după cum diagnostichează Monica Spiridon în *Apărarea și ilustrarea criticii*, 1996), unei perspective metodologice prin care *actul artistic* e privit în dependența *actului cognitiv* dominant al unei epoci culturale, nu autonom și autarh. Drept consecință, postmodernismul e interpretat nu ca o realitate artistică, estetică, independentă, novatoare, ci ca punctul culminant al aventurii intelectuale a modernității: un sfârșit, de tip nietzscheean- resurecționar, care anunță o nouă eră, și nu ca un început epistemic absolut.⁸ De altfel, două sunt, în genere, modalitățile de periodizare a postmodernismului, în raport cu modernismul: o periodizare majoritară, „în care noul curent e situat la coada modernismului («sfârșitul modernității», «modernitatea târzie» etc.), fiind definit ca un moment crepuscular, eschatologic și alexandrin al unei foarte pregnante culturi dominante (modernitatea)” și o periodizare „minoritară (cum e cea a lui Krysstof Pomian)”, pentru care postmodernismul este „o criză a viitorului”, având o legitimitate precumpănitor prospectivă.⁹

„Eclectism rafinat” (M. Călinescu), cu o transcendență pur culturală, postmodernismul reprezintă, pentru Frederic Jameson (în *Postmodernismul, sau logica culturală a capitalismului târziu*): o mișcare cultural-artistică corespunzătoare noii configurații economice și politice a „capitalismului târziu”, deci, în formularea sintetică lui Mircea Cărtărescu, „epifenomenul cultural, artistic și, în cele din urmă literar, al postmodernității.”¹⁰

⁶ Apud Liviu PETRESCU, *op. cit.*, p. 50.

⁷ Matei CĂLINESCU, *Cinci fețe ale modernității: modernism, avangardă, decadență, kitsch, postmodernism*, ediția a II-a, trad. Din engleză de Tatiana Pătrulescu și Radu Țurcanu, traducerea textelor din „Addenda” de Mona Antohi, postfață de Mircea Martin, Polirom, 2005. Eseul *Despre postmodernism* datează din 1986.

⁸ Apud Ștefan BORBELY, *Matei Călinescu, monografie*, antologie, receptare critică, Editura AULA, Brașov, 2003, p. 37.

⁹ *Ibidem*, p. 37.

¹⁰ Mircea CĂRTĂRESCU, *Postmodernismul românesc*, postfață de Paul Cornea, Humanitas, București, 1990, p.79.

În ceea ce privește postmodernitatea, Virgil Nemoianu, în studiul „*Notes sur l'état de postmodernité*”¹¹, propune o interesantă încercare de sistematizare a acesteia, caracterizată prin nouă elemente principale:

1. „la centralité de l'élément communication/mobilité”,
2. „la société postindustrielle”,
3. „la transition de la révolution de Gutenberg... au visuel télévisé et à la présence virtuelle ”,
4. „l'établissement de nouveaux rapports entre les hommes et les femmes”,
5. „la tension entre le globalisme et le multiculturalisme”,
6. „la conscience de soi, l'auto-analyse”,
7. „la relativisation et l'incertitude des valeurs”,
8. „le jeu parodique avec l'histoire”,
9. „une religiosité postmoderne, spirituel/mistique”.¹²

În viziunea lui Guy Scarpeta¹³, postmodernismul este condus de patru principii:

- impuritatea, heterogenitatea codurilor (fuzionarea artelor, „impuritatea” genurilor),
- reciclajul (reabsorbția trecutului în operă),
- tratarea răului prin rău (pervertirea răului, coruperea kitschului, nu refuzul, evitarea lui),
- acceptarea simulării și a artificialului, (un reviriment aparent al barochismului).

Radu G. Țeposu sintetizează, la rândul său, câteva accepțiuni ale postmodernismului în articolul *Un romantism întors*¹⁴:

- 1) fenomen recurent, recognoscibil în orice epocă culturală, semnificând nu atât un moment cronologic bine circumscris, cât o categorie spirituală, un *kunstwollen*, un model operațional (în accepțiunea lui U. Eco¹⁵, din „Marginalii și glose la *Numele trandafirului*”);
- 2) prelungire a modernismului, o diferențiere specifică într-un gen proximal;
- 3) o punte de trecere, nu o ruptură;
- 4) un paradox al viitorului anterior, o virtualitate ce urmează a fi pusă în act: el nu urmează, ci precede;
- 5) nu o abatere fundamentală, în ordine spirituală, de la doctrina modernismului, întrucât nu s-au schimbat propriu-zis modelele esențiale (ontologice, metafizice). E prezent însă un model ontologic kantian, „variat, neomogen în latura fenomenelor,

¹¹ În revista *Euresis*, 1-2/1995, p.18-19

¹² Apud Mircea CĂRTĂRESCU, op. cit. , p. 10.

¹³ Apud Eugen SIMION, art. *Un concept care își caută sensurile*, în revista *Caiete critice*, nr. 1-2/1986, p. 7.

¹⁴ Radu G. ȚEPOȘU, articolul *Un romantism întors*, în *Caiete critice*, nr. 1-2/1986, p.122.

¹⁵ În același loc, Umberto Eco se întreba dacă Postmodernismul „nu este numele modern al manierismului, socotit categorie metaistorică”.

care a dus la o imagine fragmentaristă asupra lumii, la un sentiment al inaderenței, al incongruității, al indeterminării.”

În viziunea acestuia, postmodernismul ar încerca să concilieze două ambiții: „una a romantismului, care pune la mare cinste ideea de totalitate (dobândită prin vis, mistică și mimesis-ul superior), și alta a modernismului, care a dat la iveală fragmentarismul, transcendența goală, individualismul (relevate prin reflecția critică și spiritul antimimetic).”¹⁶ La postmodernism, „demiurgia romantică s-a retras în poietică. Nu doar transcendența e acum goală, ci și imanența, pe care literatura n-o mai tratează ca pe o epifanie (ca la moderni), ci ca pe o suită de semne, ca literalitate pură. Cartea lumii s-a întors într-o lume a cărții.”¹⁷

Pentru Andrei Pleșu, „Post-modernii nu sunt ceea ce sperau să fie, la începutul secolului, artiștii din jurul lui Boccioni: nu sunt «primitivii unei noi sensibilități». Sunt, mai curând, alexandrinii sensibilității moderne, conștiințele ei crepusculare.”¹⁸ Tot el vorbește de „dublul codaj” al postmodernismului, „schizofrenia” lui deliberată, caracterul hibrid al operelor lui, dornice să satisfacă „deopotrivă moralitatea specialiștilor, singură în stare să perceapă artificiile lor de construcție, și publicul larg, tradiționalist, sentimental, echivoc.”¹⁹

Postmodernismul ar echivala cu o schimbare a canonului perceptiv, o „nouă alianță”, în termenii lui Ilya Prigogine și ai Isabellei Stengers, sau un „romantism post-electronic”, în sintetizarea lui Leslie Fiedler.

În revista *Dialog*²⁰, o micro-antologie de teorii critice circumscrie fragmentar domeniul abordărilor teoretice ale postmodernismului:

1. Hal Foster și critica pluralismului- sugerează că pluralismul a creat în artă o omogenitate a înțelesului, în ciuda multiplicității de „efecte”, „instrumente” și „stiluri”. El denumește această situație convenționalism: pictura ca semn al picturii.

2. Frederic Jameson și postmodernismul ca dedublare- definește postmodernismul ca „fragmentare schizofrenică”, corelată cu răspândirea unei stări de „non-profuzime”. „Ceea ce înlocuiește diferitele modele adânci este (...) un conglomerat de practici, discursuri și joc textual în care adâncimea e înlocuită de suprafață, sau de multiple suprafețe”.

3. Thomas Khun și Paul Feyerabend: *Revoluții științifice și epistemologie anarhică*- respingerea liberativă a determinismului modernist și a dogmei în metoda științifică.

4. Michael Foucault și discursul istoric- respingând modelul istoric al dialecticii, Foucault subminează istoriografia tradițională, introducând principiul

¹⁶ *Ibidem*, p.123.

¹⁷ *Ibidem*, p. 125.

¹⁸ Andrei PLEȘU, *Inevitabilul post-modernism. Fragmente dintr-un text (încă) imposibil*, în revista *Caiete critice*, nr. 1-2/1986, p.47.

¹⁹ *Ibidem*, p. 49.

²⁰ *Dialog*, nr. 115- 116/ 1986, pp. 17-18.

discontinuității și al diferenței, favorizând „corelațiile polimorfe” în locul unei cauzalități simple sau complexe.

5. Craig Owens și ideea de alegoric- „Alegoria e puternic atrasă de fragmentar, de imperfect, de incomplet – o afinitate care își găsește cea mai elocventă expresie în ruină, identificată de Benjamin ca emblema alegorică prin excelență.” (Craig Owens, „*The Allegorical Impulse: Toward a Theory of Postmodernism*”)

Monica Spiridon, preluând identificarea pe care o face J. F. Lyotard postmodernismului cu un proces anamnetic, vorbește despre „succesoratul cultural, condiția creatorului de urmaș al deja creatului”, de unde „vocația dublului joc și a tensiunilor paradoxale.”²¹

Pentru Jean-François Lyotard (din *Condiția postmodernă: un raport asupra cunoașterii*, 1979), postmodernismul este o condiție istoric/ culturală, bazată pe disoluția marilor povestiri ideologice sau a metanarațiunilor. În mod paradoxal însă, în domeniul literaturii, în concepția aceluiași Lyotard, „O operă nu poate fi modernă dacă nu e mai întâi postmodernă”, căci „postmodernismul este modernismul în stare născândă.”

Preluată în mare de la Ihab Hassan, trăsăturile postmodernismului sunt sintetizate de M. Cărtărescu²² după cum urmează:

- **indeterminanță** (alcătuire după procedeul inventării de cuvinte noi al lui Joyce din opera *Finnegan's Wake*), ca noțiune definitorie a culturii, artei și literaturii postmoderne, desemnând, în același timp indeterminarea lui Heisenberg și statutul de imanență al lumii postmoderne.)

- **fragmentarea**- cultura fragmentului; experiențe textualiste; schizoidia gândirii.

- **decanonizarea**- idealul culturii globale de azi e cel al *egalității prin diferență*.

- **lipsa-de-sine, lipsa-de-adâncime**; Nietzsche, în *Voința de putere*, arăta că subiectul însuși este o ficțiune.

- **neprezentabilul, nereprezentabilul** – (relația față de referent) -pentru artistul postmodern, referentul nu mai există. (exemple: operele nonreferențiale, sau fals referențiale ale lui Umberto Eco, John Barth, Gabriel Garcia Marquez), textul devine *autoreferențial*; dispariția conceptului de *realitate*;

- **ironia, (perspectivismul)**, în postmodernism, ironia se generalizează; U. Eco: trecutul nu mai poate fi recuperat cu candoare, ci cu ironie. Tragică inițial, prin repetare, ironia devine *farsă*.

- **hibridizarea** – eclectismul nelimitat, sincronie stilistică, implicând *pastișa*²³, parodia, travestiul; arta înaltă face mezalianțe cu domeniile marginale ale artei de consum, paraliteraturii, kitsch-ului, camp-ului, clișeului, chiar plagiatului.

²¹ Monica SPIRIDON, art. *Postmodernismul sau fascinația paradoxului*, în *Dialog*, pp 14-15.

²² Mircea CĂRTĂRESCU, op. cit., pp. 94-106.

- **carnavalescul** – (pentru Bahtin era o trăsătură a textelor premoderne, Swift, Rabelais, Sterne etc., care se manifestă printr-o extraordinară vitalitate și productivitate a formelor)

- **performanță, participare** – textul postmodern este profund contextual, e făcut să fie manipulat, este interactiv; de aici toate formele de artă participativă: *happening*-ul, arta ambientală, body-art, arta pe computer.

- **construcționism** – substitutul vechii atitudini referențiale este construcția de lumi iluzorii, ficționale „imperii ale semnelor”

- **imanență** – lumea se dizolvă în limbaj și limbajul în lume ca o bandă Möbius.

Charles Jencks este cel care, în anii '80 definește postmodernismul în arhitectură, extrapolându-i, de aici, trăsăturile predominante și provocând extinderea dezbaterii până la poetica romanului.²⁴ Tot el a elaborat unsprezece reguli canonice²⁵, definitorii pentru conturarea noii episteme, invocate până și în zilele noastre ca puncte teoretice de referință:

1.o nouă sensibilitate estetică, caracterizată prin generarea și percepția *frumosului hibrid, distonant*, a unei *armonii dizarmonice*. Figura de stil guvernantă e cea a *oximoronului*, generator, în acest context, de nenumărate alte paradoxuri: „*simetrie asimetrică*”, „*întreg incomplet*”, „*unitate disonantă*” etc.

2.*pluralism cultural și politic*, (celebrarea *alterității*, a *diferenței*, a *diversității*) având drept corespondent stilistic, *eclectismul radical* al funcțiilor limbajului.

3.*contextualism urban*- concilierea dimensiunii private cu cea publică, intertextualitate arhitecturală.

4.*antropomorfismul* și realizarea *continuum-ului istoric*, temporal, prin *strategiile anamnetice* ale *parodiei*, *nostalgiei* și *pastișei*.

5.întoarcere la *conținut*, la *subiect*, practicarea extinsă a intertextualității.

6.*dubla codificare* – prin utilizarea ironiei, a ambiguității, a contradicției, a dublului sens.

7.*plurivalența*- în utilizarea codurilor multiple, a asociațiilor diverse, la nivel intratextual a referențelor multipli, a jocului deschis al temelor și motivelor.

8.*dislocarea convențiilor*

9.*re-interpretarea tradiției* („convențiile sunt confirmate și distorsionate în același timp”²⁶)

²³ *Patișă* este o modalitate specifică postmodernismului. Provenită din cuvântul italian *pasticcio* (desemnând un amestec de diverse ingrediente: potpuriu, amestecătură, ghiveci), și născută din frustrarea anticipării că totul a fost spus sau scris, *pastișarea* presupune o operație de anagramare stilistică, de permutare, combinare a ticurilor stilistice ale unui autor.

²⁴ „The most relevant books about postmodernism and the crisis of representation, postmodernism and irony (parody), about what metafiction is, about hibridity, were published in the late 1980's, after Charles Jencks' *Postmodern Poetics and the New Rules*.”- Sanda BERCE, *op. cit.*, p. 66.

²⁵ Apud Sanda BERCE, *op. cit.*, pp. 72-75.

²⁶ *Ibidem*, p. 75.

10. emergența a *noi procedee retorice*: paradoxul, oximoronul, ambiguitatea, dubla codificare, armonia dizarmonică, contradicția, ironia etc.

11. *reîntoarcerea „centrului absent”*.

Toate încercările de definire sintetică a postmodernismului rămân însă mereu dublate de incertitudinea unei interogații. O nouă epocă a barocului? (Scarpetta) O literatură a neliniștii? (John Barth) O viziune a apocalipsului? (Graff) O nouă formă de manierism? (Eco) Tendința indetermanenței? (Hassan) Un paradox al viitorului anterior? (Lyotard) O revenire a refulatului (a autorului în text)? (E. Simion)²⁷ Sau este „noua sensibilitate” (Susan Sontag), un „ethos estetic” (H. Marcuse), „perversitate polimorfă” (Marcuse și Norman O. Brown)?

Punctul de referință în răspunsul acestor întrebări îl constituie, de cele mai multe ori, pentru cei mai mulți investigatori ai postmodernismului, schema dihotomică elaborată de Ihab Hassan, în care sunt puse în opoziție trăsături ale modernismului și postmodernismului, coextensive unor domenii diverse, cum ar fi: lingvistica, antropologia, filozofia, retorica, științele politice, teologia etc. „O « perioadă » trebuie concepută, observă Ihab Hassan, atât în termeni de continuitate, cât și de discontinuitate, cele două perspective fiind complementare și parțiale. Viziunea apolinică, mobilă și abstractă, discerne doar conjuncțiile istorice; sentimentul dionisiac, senzual, deși aproape orb, se oprește doar asupra momentelor de disjuncție. Astfel, Postmodernismul, invocând simultan două divinități, implică o viziune dublă. Identitatea și diferența, unitatea și ruptura, filiația și revolta...”²⁸. Interfața dintre cele două curente literare, locul în care se produce bifurcarea lor în entități distincte și totuși nu desprinse complet una de alta, este identificată de Hassan cu *tăcerea*. (*The literature of silence*)

Modernism	Postmodernism
romantism/ simbolism	patafizică/ Dadaism
formă (conjunctivă, închisă)	anti-formă (disjunctivă, deschisă)
scop	joc
plan/ proiect	întâmplare/ hazard

²⁷ *Ibidem*, p.9

²⁸ Ihab HASSAN, *Sfășierea lui Orfeu: Spre un concept de postmodernism*, citat din Postfață, în *Caiete critice*, p. 182.

ASPECTE ALE POSTMODERNISMULUI LITERAR

ierarhie	anarhie
autoritate/ stăpânire/ logos	epuizare/ tăcere
obiect de artă/ produs finit	procesualitate/ spectacol/ happening
distanțare	participare
creare/ totalizare/ sinteză	de-creare/ deconstrucție/ antiteză
prezență	absență
centrare	dispersare
gen/ limită	text/ intertext
semantică	retorică
paradigmă	sintagmă
hipotaxă	parataxă
metaforă	metonimie
selecție	combinație
rădăcină/ profunzime	rizom/ suprafață
interpretare/ lectură	Împotriva interpretării/ interpretare greșită
semnificat	semnificant
lizibil/ lecturabil	scriptibil
narativ/ grande histoire	anti-narativ/ petite histoire
cod principal	idiolect
simptom/ manifestare	dorință

tip	mutant
genital, falic	Polimorf/ androgin
paranoia	schizofrenia
origine/ cauză	diferență-diferanță/ urmă
Dumnezeu Tatăl	Sfântul Duh
metafizică	ironie
determinare	indeterminare
transcendență	imanență

Așa cum observa și Steven Conner, în încercarea de a cartografia peisajul eclectic al culturii postmoderne, „comparativ cu orice alt domeniu, contururile paradigmei postmoderne sunt mult mai puțin clare în cazul studiilor literare”²⁹, dificultatea fiind generată, cu precădere, de relativismul instrumentarului teoretic al conceptelor culturale utilizate, cercetătorii fenomenului neizbutind să ajungă la un consens asupra unei definiții cuprinzătoare a postmodernismului în literatură.

O sumară trecere în revistă a perspectivelor critice americano-europene³⁰, referitoare la fenomenul cultural postmodernist, realizată de Ion Bogdan Lefter în lucrarea *Postmodernismul*³¹... remarcă faptul că, primul considerat a fi folosit, în eseuri și scrisori, termenul *postmodernism* în sensul lui actual, ar fi Charles Olson, iar Irwing

²⁹ Steven CONNOR, *Cultura postmodernă. O introducere în teoriile contemporane*, traducere din limba engleză de Mihaela Oniga, Editura Meridiane, București, 1999, p. 146.

³⁰ De amintit rămân și definițiile detractorilor postmodernismului: pentru Charles Murray, postmodernismul rămâne „Doar o modă intelectuală contemporană, mă refer la o constelație de puncte de vedere care îți vin în minte când auzi cuvintele multicultural, gen, a deconstrui, corectitudine politică, și Dead White Males. Într-un sens mai larg moda aceasta intelectuală contemporană acoperă un destul de răspândit sentiment de neîncredere în metoda științifică, care există în anumite cercuri. Inculcată în acest set de idei primite de-a gata este și un sentiment de ostilitate față de ideea că judecățile de discriminare sunt potrivite în cazul analizei artei sau literaturii, ideea că există ierarhii de valoare, ostilității față de ideea existenței unui adevăr obiectiv. Postmodernismul constituie doar eticheta atașată acestei perspective.” Pentru Clement Greenberg postmodernismul este numele cel mai recent, sub care prostul gust comercial ia cu asalt integritatea artei, mimând un «progresism» sofisticat, prin urmare, „un mod de a-ți justifica preferința pentru o artă mai puțin pretențioasă, fără să fii numit reacționar sau înapoiat.” Citat după Matei Călinescu, *op. cit.*, p. 243.

³¹ Ion Bogdan LEFTER, *Postmodernism. Din dosarul unei „bătălii” culturale*, ediția a doua, adăugită, Destin, Editura Paralela 45, 2002, p. 27.

Howe l-a introdus chiar în titlul unei cărți încă din 1959 (*Mass Society and Post-Modern Fiction*). Dar, mai important decât stabilirea unor asemenea priorități strict cronologice, e faptul că, în anii '60, dezbaterile se pornește după ce, în anii scurși până atunci de la război, modernismul începuse să se istoricizeze. Donald Allen și George F. Butterick, editorii unei antologii de poezie americană postmodernă din 1982, (*The Postmoderns*) amintesc zicala potrivit căreia „modernismul s-a încheiat o dată cu explozia Bombei din 1945”, evidențiind câteva trăsături ale postmodernismului poetic: „o nouă sensibilitate formală și sintactică”, ce decurge, de altfel, dintr-o nouă „atitudine față de realitate”. Malcom Bradbury, într-un eseu apărut în traducere în *România literară* nr. 45/1985, observă: „Modernismul a început să însemne ceva pentru noi abia după ce, de comun acord, ne-am despărțit definitiv de el, abandonându-l trecutului. Și numai așa l-am putut deosebi de postmodernism, succesul său pe scena contemporană. (...) Istoricizarea modernismului devine o temă a culturii cam prin anii '40, '50. (...) Modernismul e o preistorie necesară pentru existența post-modernismului.” „Se pare chiar că, - notează și Steven Connor- imboldul de a identifica și celebra categoria de postmodernism a fost atât de puternic, încât a produs, printr-o derivare regresivă, o acceptare colectivă a definiției modernismului, în scopul de a avea ceva împotriva căruia să se reacționeze. Așa cum afirmă Helmut Lethen, «condițiile postmoderne au creat posibilitatea de a înțelege Modernismul ca pe o entitate închisă și destul de rigidă. Dacă cineva vrea să deconstruiască, mai întâi trebuie să-și omogenizeze obiectul de studiu, astfel încât acesta să devină deconstructibil.»³² Recomandat de Ihab Hassan pentru o bibliografie obligatorie a începuturilor postmodernismului critic, eseu din 1965, *The New Mutants*, al lui Leslie Fiedler abordează problema din unghiul cititorului, încercând o descriere sociologică și psihologică a „mutațiilor” suferite de generațiile noi, datorate impactului tehnologiei avansate și emergența, în domeniul psihologiei sociale, a unui model existențial „feminin”, secondat de forme ale „misticismului” non-creștin. În 1966, Harry Levin (în *Refractions*) identifică postmodernismul cu „ieșirea la suprafață” a unui „curent subteran anti-intelectual”, opus expansiunii intelectualiste pornite din umanism și iluminism.³³

În opinia lui Steven Connor, „teoriile literaturii postmoderne postulează o regresie și o devansare” în raport cu concepțiile moderniste vizând autonomia, sub raportul integralității esențiale, al literaturității auto-reflexive, relativizate subiectivist, a operei literare. Într-un eseu din 1969, *Cross That Border- Close That Gap*, contestă ideea de integralitate a artefactului literar și pledează, după cum arată și titlul, pentru transgresarea graniței canonice dintre cultura înaltă și cultura de masă. O astfel de viziune concepe postmodernismul literar drept o intensificare selectivă a anumitor tendințe specifice modernismului însuși. Cel mai important exponent al acestui punct de vedere este Ihab Hassan și prima sa operă pe această temă, *The Dismemberment of Orpheus. Towards a Postmodern Literature* (1971, Oxford

³² Steven CONNOR, *op. cit.*, p. 148.

³³ Apud I. B. LEFTER, *op. cit.*, p. 28.

University Press, New York)- considerată de autor drept „un fel de istorie literară”, și anume „istorie anticipată”, conform unui gust pentru vizionarism care îl caracterizează³⁴. Autorul construiește prin analogie, imaginea dezarticulării deliberate a tradițiilor literaturii de către generațiile de scriitori de după 1914, recurgând la mitul sfâșierii lui Orfeu de către menade. Capul lui Orfeu aruncat împreună cu lira poetului în Hebrus, a continuat să cânte și după uciderea sa. Cea mai semnificativă literatură a acestui secol, în perspectiva lui Ihab Hassan, a fost „literatura tăcerii”, care consimte la dezmembrarea ei, dar totuși continuă cumva să cânte „la o liră fără coarde”. De aici natura duală a Orfeului modern, imagine heraldică a literaturii moderne, care nu numai că acceptă dezmembrarea, sfâșierea, ci continuă să și cânte pentru a afirma „o nouă forță creatoare, rămasă intactă în procesul de distrugere.” Consubstanțialitatea modernismului cu postmodernismul derivă din această constantă a eroismului dezintegrării, un tip de „masculinitate” temerară. „Spiritul postmodern stă ghemuit înăuntrul marelui corp al modernismului”, conchide Hassan, identificând în opera unor scriitori americani contemporani (ca John Barth și Williams Burroughs) „cele două accente ale tăcerii”, unul negativ, „autodistructiv, demonic, nihilist”, celălalt pozitiv, „autotranscendent, sacru, absolut”. Această condiție comună a modernității și a postmodernității de a-și deriva estetica dintr-o luptă cu realitatea fragmentării, a efemerității și a fluxului haotic, este remarcată și de David Harvey, care în *Condiția postmodernității*³⁵, identifică trăsătura principală a postmodernității în acceptarea necondiționată a efemerității, fragmentării, discontinuității și haosului, aspecte ce alcătuiau jumătate din concepția lui Baudelaire cu privire la modernitate.

În *Postfața* la ediția din 1982, deși susține în continuare că nu există o ruptură totală între modernism și postmodernism, dat fiind că „istoria este un palimpsest, iar cultura este permeabilă la timpul trecut, timpul prezent și timpul viitor”, Ihab Hassan este „mult mai convins de definirea termenilor în care postmodernismul poate fi interpretat mai degrabă ca un contrar al modernismului, decât ca o reformulare a acestuia.” Produsul modular al acestei radicalizări a perspectivei este celebra listă a trăsăturilor antinomice *modernism versus postmodernism*. În eseu *POSTmodernISM. A Paracritical Bibliography*, apărut prima dată în 1971, republicat în *Paracriticisms*, Ihab Hassan meditează asupra unor întrebări de mare gravitate: „Când se va încheia Perioada Modernă?”, „Când va înceta Modernismul și ce vine după el?”, „Dacă putem în mod arbitrar spune că Modernismul literar cuprinde anumite opere dintre *Ubu Roi* (1896) a lui Jarry și *Finnegans Wake* (1939) a lui Joyce?”. Pune în discuție concepte ca „schimbare” și „inovație”, face observația potrivit căreia „cultura criticii literare este încă stăpânită de presupuziții Moderniste”, crede în necesitatea unei „estetici a

³⁴ Apud I. B. LEFTER, *op. cit.*, p. 28.

³⁵ David HARVEY, *Condiția postmodernității. O cercetare asupra originilor schimbării culturale*, traducere de Cristina Gyuresik, Irina Matei, CEU, FSD România, Amarcord, Timișoara, 2002, p. 52.

Postmodernismului”, intuieste „coexistența” momentană a tipurilor. În *The Right Promethean Fire* face o distincție terminologică: „Postmodernismul și Postmodernitatea nu sunt neapărat identice; cel de-al doilea este un termen istoric mai cuprinzător, implicând sfârșitul unui ciclu care a început cu Renașterea europeană. După cum notează Richard E. Palmer, postmodernismul sugerează o mișcare artistică contemporană, postmodernitatea trimitând la o epocă viitoare. (...) postmodernismul ca mișcare actuală ar putea să și prefigureze anumite elemente ale postmodernității, inclusiv postumanismul și postcultura.”; „Ceea ce numim «perioadă literară» nu e adeseori deloc o perioadă: definiția ei nu e pur și simplu cronologică, ci și tipologică. Astfel, am putea găsi «antecedente» ale postmodernismului la Sterne, Sade, Blake, Lautreamont, Rimbaud, Jarry, Hofmannstahl, Stein, Joyce, Pound, Duchamp, Artaud, Roussel, Bataille, Queneau sau Kafka. Asta înseamnă că ne-am creat un model mental al postmodernismului, o anumită tipologie a imaginației, și am pornit la «redescoperirea» de afinități ale diverșilor autori și diverselor momente cu acel model”³⁶. Nostalgic apolinic, Hassan speră că, după tot paroxismul automutilant și postmodern, „arta s-ar putea îndrepta către o imaginație recuperată, corespunzătoare misterului nemărginit al conștiinței umane.” Cu toate că în scrierile ulterioare (*Paracriticisms*, 1975, *The Right Promethean Fire*, 1980), Ihab Hassan „a adoptat atitudini mult mai flexibile față de incertitudinile definirii antrenate de literatura postmodernă și teoriile asupra ei, scrierile sale au rămas fidele viziunii unei separări transcendente a artei”³⁷ - observă Steven Connor.

Dacă pentru Hassan spiritul modernismului și al postmodernismului se revelează consubstanțial într-o estetică a tăcerii și a dezintegrării asumate fertil, iar Gerald Graff (*Literature Against Itself*, 1980) denunță postmodernismul literar drept unul dintre miturile centrale ale contraculturii, merit să autorizeze o celebrare antiintelectuală a energiei vitale brute și un ethos al hedonismului iresponsabil³⁸, pentru Alan Wilde (*Horizons of Assent: Modernism, Postmodernism and the Ironic Imagination*, 1981), dezordinea este conținută în principiul ironiei, „un termen care, cuprinzând simultan tehnica și înclinațiile spiritului, permite articularea laolaltă a unor forme literare contradictorii.”³⁹ Ironia caracteristică modernismului ar fi o ironie de tip *disjunctiv*, desemnând reacția la o lume percepută ca fiind scindată, alcătuită din fragmente, și reprezintă dorința de a fi fidel incoerenței dar, în același timp, de a o transcende. „Caracteristică operelor lui Woolf și Joyce care îi furnizează exemplificări lui Wilde, incoerența fundamentală nu este «rezolvată » sau «unificată» (...), ci controlată prin proiectarea ei sub forma conflictelor binare (trup și spirit, individ și societate). Paradoxul și disjuncția nu sunt astfel compensate, ci delimitate în cadrul unei forme estetice recunoscutibile. (...) În fond, această soluție (în realitate deloc o

³⁶ Apud I. B. LEFTER, *op.cit.*, pp. 29-30.

³⁷ Steven CONNOR, *op.cit.*, p. 155.

³⁸ Apud Matei CĂLINESCU, *op.cit.*, p. 258.

³⁹ Steven CONNOR, *op.cit.*, p. 158.

soluție, ci mai curând o circumscriere nevrotică a problemei) marchează o criză iminentă. Dezordinea fixată în acest mod în rictusul esteticii, nu face decât să conducă la acumularea tensiunilor interioare care urmează să iasă la suprafață o dată cu postmodernismul.⁴⁰ Ironia specifică postmodernismului, susține Alan Wilde, este *ironia în suspensie*, marcă a unei arte care a depășit furiile moderniste și combină cunoașterea rigidă a celei mai rele incoerențe și alienări, cu o toleranță blândă, bine armonizată cu acestea, într-o poetică a consimțirii. Această disociere implică și o reconsiderare a raportului profunzime- suprafață, în estetica modernismului și a postmodernismului. Dacă metafizica profunzimii era asociată în modernism cu o estetică a detașării și a contemplării distanțate, postmodernismul susține, în locul acestei metafizici a esenței ascunse, că adevărul este inerent evidenței, neexistând nimic în afara aparenței.⁴¹

În căutarea unui răspuns la întrebarea „Ce este deci postmodernismul?”, în eseul *The Literature of Replenishment* din 1980, John Barth crede, împotriva ideii că postmodernismul ar fi „un fel de căutare lipsită de vlagă și decadentă, neavând nimic mai mult decât un interes simptomatic minor”, că „programul necesar postmodernismului nu este nici o simplă dezvoltare a programului modernist (...). nici o simplă amplificare a anumitor aspecte ale modernismului, nici, din contră, o subversiune totală sau o repudiere, fie a modernismului, fie a ceea ce eu numesc premodernism- realismul burghez tradițional.” Făcând referire în speță la domeniul prozei, Barth configurează chiar un program postmodernist: „Un program demn de ficțiunea postmodernistă, cred, ar fi sinteza sau depășirea acestor antiteze, care pot fi rezumate drept tipuri de scriitură premodernistă și modernistă. Autorul meu postmodernist ideal nu-și repudiază și nu-și imită pur și simplu părinții, moderniștii secolului XX, și bunicii, premoderniștii secolului XIX. (...) el aspiră totuși la o ficțiune mai democratică decât sunt minunățiile ultimei perioade a modernismului (...) el va trebui să spere că-și va putea impresiona și încânta cititorii, măcar din când în când, dincolo de cercul celor pe care Mann îi numea «primii creștini», profesioniștii fideli ai marii arte.” „Romanul postmodernist ideal va depăși, într-un fel sau într-altul, disputa dintre realism și irealism, dintre partizanii formei și aceia ai conținutului, dintre literatura pură și literatura angajată, dintre ficțiunea elitei și romanul de consum.”⁴² Referindu-se la eseul din 1967, *The Literature of Exhaustion* (în care vorbea despre „epuizarea” anumitor forme și genuri literare) și

⁴⁰ *Ibidem*, p. 159.

⁴¹ „Această implicare în realitate constituie suportul opoziției lui Wilde față de pretențiile de transcendență ale artei și motivul pentru care condamnă fără apel atât scriitori ca Ronald Sukenick, Raymond Federman, cât și școala americană de «supraficțiune» care, declarând că romanul «își inventează propria realitate», repun în circulație retorica libertății artistice supreme și necondiționate a creatorului. Ficțiunea postmodernă admirată de Wilde (...) nu și-a propus să abstractizeze lumea prin structuri de control imaginativ sau să absenteze din realitate; cu simplitate, ea s-a angajat în cunoașterea lumii, depășind sau modificând dezordinea aparențelor printr-o generoasă cufundare în ele.” (S. Connor, *op. cit.*, p. 160.)

⁴² Citat după I. B. LEFTER, *op. cit.*, p. 32.

recuperându-l prin prisma unei perspective schimbate, John Barth observă: „Mi se pare astăzi că eseuul meu *The Literature of Exhaustion* trata în realitate epuizarea efectivă, nu a limbajului și nici a literaturii, ci a esteticii marelui modernism: acest program admirabil care nu poate fi dezavuat, dar care este în chip esențial revolut și care caracterizează ceea ce Hugh Kenner a numit «era lui Pound». În 1966-1967, nu se auzea aproape deloc de termenul de «postmodernism» în sensul pe care critica actuală i-l conferă - cel puțin eu nu-l auzisem încă – dar mulți dintre noi, pe căi foarte diferite și cu diverse maniere de a conjuga răspunsurile intuitive și căutările conștiente, se lansaseră deja nu în inventarea unui substitut oarecare al modernismului, ci într-o adevărată creație care să-l urmeze, să-l egaleze și pe care o numim acum, de bine, de rău, ficțiunea postmodernistă; sper că ar putea fi și ea considerată într-o zi drept o literatură a regenerării.”⁴³

În capitolul despre postmodernism din eseuul lui Umberto Eco, *Marginalii și glosse la „Numele rozei”* (apărut în traducere în *Secolul 20*, nr. 272-273-274, 8-9-10/1983, p.87-106), se construiește, într-un stil subversiv, o viziune ironică, „ba chiar zeflemistă” (apreciază I. B. Lefter), față de concept. Criticul român avertizează asupra codului (postmodern el însuși) în care trebuie citite aprecierile lui Eco: „micul capitol e în întregime o trapă, construită în maniera de ansamblu a *Marginaliilor*, care sunt creația subtilului parodist și pastişeur de «stiluri critice» din *Diario minime*. Spunând că «la postmoderni se poate întâmpla ca jocul să nu fie înțeles și să fie luat ca atare în serios», Eco îi avertizează pe inocenți! Sunt și afirmații teoretice valide, precum cele despre atitudinea «postmodernului» față de trecutul cultural, însă o pledoarie efectivă pentru postmodernismul literar nu se află în cele două, ci în cele douăzeci de pagini, ele oferind în bloc o ipostază de critică postmodernă. Stilul sceptic-ironic contribuie la construirea unui model proaspăt de «critic-(și)-creator», confesiv fără pudori auctoriale, autodemitizându-se voluptuos. (...) Pornirea de a căuta trăsăturile postmodernismului în stil și nu în viziune, în atitudinea existențială și culturală de dincolo de coaja scriiturii, e – de altfel- ironizată implicit de Eco (într-o frază care nu trebuie luată în serios!) acolo unde identifică postmodernismul cu un manierism activ încă de la... Homer!: «Am putea spune că fiecare epocă își are postmodernismul ei, tot așa cum orice epocă are propriul ei manierism».”⁴⁴

Considerându-l un „concept explicativ și operațional”, de unde importanța capitală a punctului de vedere și a scopului metodologic care îl lansează într-o discuție, Matei Călinescu evită să dea o „definiție convențională” acestui concept, pornind de la ideea, formulată de Nietzsche, că „Toate conceptele în care se concentrează, în manieră semiotică, un întreg proces, eludează definirea”, de unde „numai ceea ce nu are istorie poate fi definit.”⁴⁵ De aceea preferă o descriere, mai degrabă decât o definiție, viziunea sa asupra modernismului rămânând, în linii mari,

⁴³ Citat după I. B. LEFTER, *op.cit.*, pp. 32-33.

⁴⁴ I. B. LEFTER, *op.cit.*, p. 34.

⁴⁵ Matei CĂLINESCU, *op.cit.*, pp.298-299.

metaforică, definibilă în termenii „asemănărilor de familie”, fizionomice. Considerat doar o „față” a modernității, postmodernismul intră în logica comparației cu celelalte „fețe” moderniste, confirmând prin aceasta ipoteza consubstanțialității sale moderniste: „se aseamănă izbitor cu modernismul (...), mai ales în ceea ce privește opoziția față de principiul autorității, opoziție care se extinde acum deopotrivă la raționalitatea utopică și la iraționalitatea programatică pe care le cultivau unii moderniști. Eclectismul rafinat al postmodernismului, faptul că el pune sub semnul întrebării unitatea și atribuie valoare părții în detrimentul întregului în această perioadă de *fin de siècle*, ne amintește de ceea ce am numit «euforia decadentă» din anii 1880-1890. Dar codul semiotic popular pe care-l folosește într-o manieră uneori atât de bătaoare la ochi, poate face ca postmodernismul să semene și cu kitschul sau camp-ul, cu care adversarii săi îl și identifică în mod deliberat.” Poate părea, uneori și „fratele geamăn al avangardei, în special în versiunile ei non-minimaliste (de la școala metafizică a lui De Chirico la suprarealiști).”⁴⁶

Printre cele mai frecvente procedee postmoderniste, Călinescu enumeră⁴⁷: o nouă utilizare existențială sau „ontologică” a perspectivismului narativ, diferită de aceea mai degrabă psihologică pe care o regăseam în modernism; dublarea și multiplicarea începuturilor, finalurilor și a narațiunilor; tematizarea parodică a autorului (reapariția autorului sâcâitor și manipulator, de data aceasta însă cu o dispoziție autoironică aparte); tematizarea, nu mai puțin parodică, dar mult mai deconcertantă, a cititorului; tratarea pe picior de egalitate a acțiunii și ficțiunii, a realității și mitului, a adevărului și minciunii, a originalului și imitației; autoreferențialitatea și „metaficțiunea” ca mijloace de dramatizare a inevitabilei învârtiri în cerc; versiunile extreme ale „narratorului îndoielnic”, utilizate uneori, paradoxal, pentru a obține o construcție riguroasă; anacronismul deliberat, tautologia și palinodia sau retractarea.

Fragmentarea, instabilitatea limbajului și a discursurilor impune, în descrierea postmodernismului, conceptul inclus și de Hassan în celebra listă, acela de *schizofrenie*. În preluarea acestui concept, Jameson (1984) utilizează descrierea lui Lacan cu privire la schizofrenie ca boală ce afectează limbajul, ca o fractură în lanțul semnificației, efectul fiind reducerea experienței la o serie de prezenturi pure și independente în timp. Se poate spune astfel că „postmodernismul abandonează orice senzație a continuității și memoriei istorice, dezvoltând în același timp o capacitate incredibilă de a prăda istoria și de a absorbi orice găsește acolo ca aspect al prezentului.”⁴⁸ Ficțiunea subiectului creator va face loc confiscării fățișe, citatului, extrasului, acumulării și repetiției unor imagini deja existente. Se schimbă, subsecvent, și termenii judecății estetice și critice. „Refuzând (și „deconstruind” activ) toate standardele autoritare și presupus imuabile ale judecății estetice,

⁴⁶ *Ibidem*, p. 300.

⁴⁷ *Ibidem*, pp. 292-293.

⁴⁸ David HARVEY, *op. cit.*, p. 63.

postmodernismul poate judeca spectacolul doar în termenii gradului de spectaculozitate.”⁴⁹ Barthes propune o versiune deosebit de sofisticată a acestei strategii, introducând în inventarul conceptelor operaționale postmoderne, pe acela de „*jouissance*”, diferit de cel al plăcerii simple al întâlnirii cu obiectul artistic.⁵⁰

Categoria timpului, alături de cea a spațiului, rămâne una dintre cele mai constante și fecunde preocupări ale esteticii moderne și postmoderne în domeniul literaturii. În ceea ce privește modernismul, concepțiile contemporane tind să considere că provocarea modernistă lansată timpului real burghez poate fi redusă la un singur principiu: aplatizarea timpului în spațiu. „A conduce timpul narațiunii împreună cu timpul prezent, sau a percepe istoria și existența umană ca pe o serie nesfârșită de cicluri, echivalează – observă Steven Connor – cu o tentativă de anulare a efemerului prin fixarea lui într-un tipar. Chiar și acei scriitori (și au fost numeroși) care au urmat sfatul lui Henry Bergson, care susținea că timpul trebuie să fie redat ca un proces absolut și fluid, mai degrabă decât ca o temporalitate înghețată artificial în clipe, s-au pomenit condamnați să spațializeze sau să suspende timpul în încercarea de a îi rămâne loiali.”⁵¹ W.V. Spanos (de formație heideggeriană) prezintă ca dovezi ale gândirii moderniste spațializante exemple cum ar fi: cultul modernist pentru momentul atemporal al existenței sau pentru manifestările divine, concentrarea timpului în clipa esențială sculptată a Imagismului și ceea ce el consideră drept înfrângerea motivului timpului în opere ca *În căutarea timpului pierdut* a lui Proust și *Ulise*, a lui Joyce care, deși amândouă par să îngăduie să fie saturate de imperativele timpului personal și istoric, fac acest lucru pentru atingerea scopului final de contracarare și supunere a timpului, pentru, așa cum spune Joyce, „a se trezi din coșmarul istoriei”. „Spațializarea literară a timpului prin intermediul clipei captate sau al cercului aplatizat al recurenței este completată de metodele noii critici care, în mod similar, împiedică existența cu final deschis a unui text și a lecturilor sale în timp, considerând textul în cauză drept o imagine-reprezentare sau o „urnă bine lucrată” care, într-o unitate atemporală, amestecă și strânge laolaltă tensiunile și contrariile. Paralel cu aceasta se manifestă o încredere în autoritatea criticii care se situează în afara tuturor impreciziilor și subiectivităților procesului de lectură în momentul comprehensiunii ideale, totale, așa cum se proiectează ea prin prisma neutră a metafizicii. (Spanos explică etimologic ultimul termen, afirmând că metafizica urmărește să vadă lucrurile așa cum sunt privite din exterior – *meta-ta-physica*, de

⁴⁹ Ibidem, p. 64.

⁵⁰ Harvey citează, în contrapunct, și aprecierea ironică a lui Huysens, care apreciază că Barthes reinstituie prin această distincție, una dintre cele mai demodate distincții moderniste și burgheze: că „pe de-o parte, există plăceri mai ieftine pentru gloată, i.e., cultura maselor, și pe de alta există *nouvelle cuisine* a plăcerii textului, *jouissance*.” Această reintroducere a disjunției superior/inferior – opinează Harvey - evită întreaga problemă a potențialei înjosiri a formelor culturale moderne prin asimilarea lor de către cultura pop prin intermediul artei pop.

⁵¹ Steven CONNOR, *op. cit.*, p. 162.

deasupra sau mai presus de aspectul fizic.)”⁵² Literatura postmodernă privilegiază un alt tip de viziune, subliniind fluxul contingent al temporalității în detrimentul stasis-ului. O metaforă-tehnică adecvată pentru acest tip de viziune ar fi **periplul**, termen folosit de Ezra Pound pentru a descrie tehnica sa din *Cantos*, și desemnează o configurare spațială, o narațiune temporală, un fel de hartă care proiectează dinamic etapele unei călătorii în succesiunea acestora pentru călător. Poezia postmodernă se reîntoarce la o narațiune de o natură mai puțin exaltată și logocentrică (pe care o deservise în modernism), deschisă spre ceea ce este vag, contingent, neformat și incomplet în limbaj și experiență. Este ceea ce Marjorie Perloff indica drept ieșire din „impasul” liricului și apariția unui nou gen de tolerare a narativului în poezie. O astfel de poezie va privilegia formele de limbaj neoficiale, nepoetice, de genul scrisorilor, ziarelor, conversației, anecdotelor, a tuturor tipurilor de texte cu potențial sporit de contingență. „După opinia lui Perloff – observă Connor – părintele fondator al acestei poezii este Ezra Pound, iar volumele sale intitulate *Cantos* estompează diferențele dintre limbajul poetic și cel de fiecare zi, dizolvă principiul central al eului autorului romantic și, prin multiplicarea și intercalarea diferitelor secvențe temporale istorice, rămân imperfecte, efemere și permeabile în fața procesului istoric.”⁵³ În această tendință intră poemele-colaj, poeziile care speculează prolificitatea calamburului, al jocului de cuvinte, „pentru a reafirma materialitatea istorică a cuvintelor într-o cultură care ignoră sau șterge consecvent această materialitate.” S-ar părea că valorile asociate cu ficțiunea sau cu narativul, cu finalul deschis, expansiunea în timp, impuritatea genurilor, până la impunerea unei viziuni bergsoniene asupra textului (organizat ca „verb”, nu ca „substantiv”), au ajuns să domine teoriile literare postmoderne.⁵⁴

- epistemologie, ontologie si metafictiune -

Dacă modelul⁵⁵ epistemologic platonician este un model ontologic, care tematizează existența, și este dimensionat pe principiul unei transcendențe verticale, în vreme ce modernismul funcționează după un model care nu mai este atât unul ontologic, cât al unei cunoașteri care construiește realul (deci care tematizează cunoașterea), înlocuind principiul transcendenței verticale cu un fel de transcendență slăbită sau deviată, redusă la orizontal, cu transcendentalul, modelul ontologic al postmodernismului tematizează comunicarea. Avem de-a face în

⁵² *Ibidem*, p. 162.

⁵³ *Ibidem*, p. 165.

⁵⁴ „Călinescu și alți teoreticieni – remarcă S. Connor – asociază acest lucru cu o deplasare spre formele narative ale gândirii din alte domenii – antropologie, teologie și filozofie.” (op. cit., p. 167.)

⁵⁵ Apud Aurel CODOBAN, *Postmodernismul, o contrautoapie?*, în *Postmodernismul, Deschideri filosofice*, Ediție îngrijită de prof. univ. Aurel Codoban, Dacia, Cluj-Napoca, 1995, pp. 104-105.

postmodernitate cu o ontologie a „suprafeței semnificante”, din care a fost exclusă atât istoria, cât și transcendența, articulată după principiul diferenței, nu al analogiei sau al asemănării. Cu toate că distingerea unui model ontologic specific postmodernismului ar fi în măsură să ateste delimitarea lui de modernitate, acest fapt nu poate „să dea și o măsură perfectă a distanțării de modernitate. Deplasarea de la o tematizare la alta poate apărea ca o aprofundare, pentru că, într-un registru mai general, cunoașterea este cazul particular al comunicării cu obiectul. Apoi, atât tematizarea cunoașterii cât și cea a comunicării produc *criticisme*, nu *ontologii*.(...) ambele produse teoretice criticiste ale celor două tematizări folosesc energia existentă și fosilizată a modelului ontologic inițial. Ele funcționează numai prin deconstruirea, prima, a substanței sau formei, în profitul subiectului, a doua, a acestui subiect în profitul unui limbaj la care lumea se reduce ca simplă suprafață semnificantă. (...) Ideea unei căderi culturale de potențial cu energia căreia se alimentează atât modernitatea cât și postmodernitatea își dezvăluie cel mai clar mecanismul în contextul istoriei artei moderne. Aici, avangarda artistică trăiește de pe urma energiilor degajate de «descompunerea» artei clasice.”⁵⁶ Astfel, conchide Codoban, „Clasicismul privea spre trecut, modernismul a privit spre viitor. Postmodernismul trăiește paradoxul prezentului pentru care viitorul este trecut. Dar nu este aceasta numai o utopică contrautopie?”

Pentru Ioana Em. Petrescu, care folosește criteriul distinctiv al conceperii categoriei individualului, postmodernismul reprezintă soluția ontologică la criza de lungă durată a „modelului renescentist” al umanismului structurat pe opoziția rațiune versus imaginație. Noua epistemă abandonează modelul cultural antropocentric și individualist construit în Renaștere, precum și conceptul clasic de științificitate și se va caracteriza tocmai prin transgresarea separației rațiune vs. imaginație. Postmodernismul este văzut astfel, ca un model cultural care aspiră spre o nouă sinteză, integrând și depășind criza modernismului, într-o încercare de reabilitare a categoriei individualului, conceput acum nu ca o entitate izolată, ci ca un sistem dinamic, nod structural de relații: „Nu consider postmodernismul ca o etapă ce urmează unei etape moderniste încheiate, ci ca un model cultural sintetic, apărut – ca răspuns la modelul cultural modernist – încă din perioada interbelică și desfășurându-se până în clipa de față, paralel modelului modernist, încă activ (dovadă voga textualismului și a deconstructivismului, fenomene specifice crizei moderne).”⁵⁷

Chiar dacă diversificat și polimorfic, postmodernismul începe invariabil din problema cunoașterii, dezvoltându-și rapid un vocabular cu o retorică anti-iluministă.

Gianni Vattimo observa în *Sfârșitul modernității* faptul că modernitatea se poate caracteriza într-adevăr ca fiind dominată de o idee a istoriei gândirii ca progresivă «iluminare», ce se dezvoltă pe baza apropierii și re-apropierii tot mai

⁵⁶ *Ibidem*, p. 105.

⁵⁷ Ioana Em. PETRESCU, *Modernism /Postmodernism. O ipoteză*, Editura Casa Cărții de Știință, Cluj-Napoca, 2003.

depline a «fundamentelor» - care adesea sunt gândite și ca «origini», așa încât revoluțiile, teoretice sau practice, ale istoriei occidentale sunt prezentate și justificate cel mai adesea ca niște «recuperări», renașteri, reîntoarceri.” Dar această viziune utopică și teleologică a fost puternic contestată de gânditori care au arătat rolul neantului, al hazardului, al inconștientului în structurarea istoriei, „categorii negative” care, pe lângă epocile de înflorire și progres, provoacă și fundături, decadentă, disoluție, moartea unor întregi culturi și civilizații. Nietzsche și Heidegger au pus în discuție ideea de *fundament* metafizic. Pentru ei, modernitatea, (bazată în întregime pe iluziile metafizicii) nu putea fi, de aceea, nici continuată, nici măcar depășită: singura soluție acceptabilă rămânând *despărțirea* de modernitate. Modelul întregii cunoașteri va fi de aici înainte experiența estetică, fundamental „slabă”. „Devalorizarea valorii supreme” se exprimă prin „moartea lui Dumnezeu” și a omului (ca ființă ideală, sublimă, atemporală, ca rațiune pură) în același timp. Desprinsă de rădăcinile metafizice care o ținuseră bine ancorată în epocile clasice, lumea post-nietzscheană se golește de realitate, fapt surprins cel mai bine în *Amurgul idolilor*, unde se spune că „lumea adevărată a devenit poveste”. Sub drapelul „patosului autenticității”, existențialiștii inițiali, fenomenologii, marxiștii și reprezentanții ai hermeneuticii contemporane, ca Habermas, au făcut eforturi uriașe pentru apărarea teoretică a marilor valori. Toate aceste eforturi, arată Vattimo, au eșuat.

În ceea ce privește arta, se înțelege că, obligatoriu, o operă postmodernă își conține în sine propria negare, manifestată prin distanță, ironie, parodie, (auto)parodișă, ceea ce face ca moartea artei să fie implicată literalmente în fiecare produs artistic, care, într-un fel, se hrănește acum din această idee. A transforma ideea dispariției artei în însăși sursa vitalității și supraviețuirii acesteia, iată răspunsul optimist al postmodernului. Această performanță a fost determinată și de impactul tehnologiei, care reproduce la nesfârșit și ubicuizează operele, distrugând astfel unul dintre criteriile esențiale ale valorizării elitiste a operei: *unicitatea* acesteia.⁵⁸

În ceea ce privește cunoașterea în postmodernitate, Jean –François Lyotard vorbește despre neîncrederea tot mai accentuată în metanarațiunile legitimize, pe care a învățat să le deconstruiască. De la începutul studiului - *Condiția postmodernă* -, Lyotard distinge între două mari modalități de cunoaștere: cunoașterea „narativă”, de sorginte populară, specifică societăților tradiționale, reînviată de spiritul romantic și extinsă până în modernitate, în care forma narativă este mai importantă decât conținutul sau finalitatea discursului (rememorarea trecutului). Nevoia de ficțiune, sub formă de mituri clasice sau moderne, devine astfel sinonimă cu nevoia de uitare – sau de inventare a unei memorii false -, mai adecvată dorințelor sau aspirațiilor colectivității. În acest tip de cunoaștere, legitimarea nu este necesară, căci narațiunea însăși se legitimează pe sine, e autolegitimantă. Cel de-al doilea tip de cunoaștere este cunoașterea științifică (cu două ramuri, cercetarea și învățământul). Lyotard „își fixează ca problemă legitimarea – mai ales a enunțurilor științifice – și

⁵⁸ Apud M. CĂRTĂRESCU, *op. cit.*, p. 24.

ca metodă perspectiva wittgensteiniană asupra enunțurilor ca jocuri de limbaj. Cea mai eclatantă și citată consecință a analizelor sale este aceea potrivit căreia „metanarațiunile” nu mai legitimează, în societatea postmodernă, cunoașterea. O dată cu modernitatea, marea povestire legitimoare – speculativă sau despre emancipare – și-a pierdut credibilitatea. (Pierderea sensului, pe care mulți o deplâng în postmodernitate, este dispariția cunoașterii narrative). Cunoașterea științifică este numai un joc de limbaj, înzestrat cu reguli proprii, dar incapabil să reglementeze alte jocuri de limbaj, adică situat pe picior de egalitate cu alte discursuri.⁵⁹

Dacă legitimarea este obsesia modernității europene, în postmodernitate are loc procesul de delegitimare ideologică, prin pierderea credibilității marilor scenarii. Accentul se deplasează, în acest proces, de pe scopuri (teleologie, progres, utopie) pe mijloace. De vreme ce realitatea furnizează probele, iar tehnicile stăpânesc realitatea, rezultă că legitimarea o dă puterea, singura care pune la dispoziție tehnicile de investigare a realității. Acesta este singurul mod real de legitimare, cunoscut de lumea postmodernă. Discursul de legitimare devine astfel *imanent* (la Hassan- *imanența + indeterminarea = indeterminanța* lumii postmoderne). Heisenberg, cu principiul de indeterminare, teoriile ecuațiilor nonliniare din matematică (teoria catastrofelor a lui René Thom, teoria haosului, teoria fractalilor a lui Mandelbrot) – toate acestea au contribuit și ele la congruența teoretică a lumii postmoderne. „Interesându-se de indecidabile, de limitele preciziei controlului, de cuante, de conflictele cu informația incompletă, de «fracta», de catastrofe, de paradoxuri pragmatice, știința postmodernă face teoria propriei sale evoluții discontinue, catastrofice, neregulabile, paradoxale.”⁶⁰

Brian McHale, subliniind pluralismul lumilor care coexistă în ficțiunea postmodernistă, consideră conceptul de heterotopie al lui Foucault o imagine deosebit de potrivită pentru a înregistra ceea ce ficțiunea încearcă să descrie. Prin heterotopie Foucault înțelege coexistența într-un „spațiu imposibil” a „unui număr mare de posibile lumi fragmentare”, sau, mai simplu, spații incomensurabile care sunt juxtapuse sau suprapuse unele peste altele. Dacă dominantă literaturii moderniste era epistemologică, cea a literaturii postmoderne este ontologică, trecerea de la o dominantă la cealaltă făcându-se conform unui tipar immanent al schimbării, trecerea nefiind lineară și univocă, ci reversibilă și circulară.⁶¹ Personajele nu mai

⁵⁹ Aurel CODOBAN, *op. cit.*, pp. 100-101.

⁶⁰ J. Fr. LYOTARD, *Condiția postmodernă*, 1993, p. 101, citat după M. Cărtărescu, *op. cit.*, p. 42.

⁶¹ Dar, obiectează Matei Călinescu, McHale „nu ia în considerare întrebările de genul: este modernismul (indiferent de model de modernism alegem) un moment distinct dintr-o succesiune ireversibilă sau, așa cum au susținut unii critici «textualiști» contemporani, o înclinație esențială a oricărei literaturi din orice moment? Și: este postmodernismul (indiferent de model) un moment distinct într-o atare succesiune, sau o posibilitate recurentă ce ține de logica internă a unui modernism transistoric?” (*op. cit.*, p. 296). Prin urmare, „în loc să opună «îndoiala epistemologică» (un catalizator pentru imaginația modernistă a ipotezei) unui imposibilism epistemologic postmodern, McHale preferă să vorbească despre o «dominantă epistemologică» în cazul prozei moderniste și o «dominantă ontologică» în cazul prozei postmoderniste”. (p.294)

contemplează modul în care ar putea să scoată la iveală un mister central, ci sunt forțate în schimb să întrebe: „Care lume este aceasta? Ce trebuie să realizăm în ea? Care dintre alter-ego-urile mele trebuie s-o facă?”⁶² Romanul modernist era preocupat, în primul rând, de problemele epistemologice, legate de cunoaștere și interpretare, de limitele și posibilitățile conștiinței individuale, de unde pluralitatea tehnicilor și a strategiilor stilistice puse în apostolatul acestei căutări. Proza postmodernă manifestă mutația de la epistemologic la ontologic. Generând, astfel, împletiri polifonic-bahtiene de stiluri, voci, registre, proza postmodernă își subliniază tendința de „carnavalizare”.

Dacă tehnicile narative ale ficțiunii moderniste (monologul interior, colajul punctelor de vedere combinate, contrapunctul etc.) convergeau spre tentativa de a circumscrie un realism cât mai convingător, tehnicile novatoare ale literaturii postmoderne sunt subordonate scopului declarat, ne-camuflat, de a crea lumi noi, absolute și autonome. „De la «noul roman» francez al anilor '50 și '60' încoace, lumea ficțiunii care se scrie pe sine este invadată de o veritabilă epidemie de reflexivitate, de la opera scriitorilor americani de genul lui William Glass (care susține că «în literatură nu există descrieri, ci numai construcții»), până la construcțiile ostentativ enigmatice ale lui Borges, improvizațiile gen poveștile Șeherezadei ale lui John Barth, fabulele lui Italo Calvino și basmele de coșmar ale lui Robert Coover.”

Linda Hutcheon consideră „metaficțiunea istoriografică” drept forma cea mai caracteristică a literaturii postmoderne, înțelegând prin aceasta acele opere de ficțiune auto-reflexive, care meditează asupra propriului lor statut de ficțiune, aducând în prim-plan personalitatea autorului și actul de creație. Opera literară care nu se referă la nimic altceva în afara propriilor texturi verbale este, în exprimarea lui Hutcheon, „ultramodernistă” mai curând, decât veritabil postmodernistă, deoarece postmodernismul presupune o redirectionare a unghiurilor autoreflexivității literare înapoi spre lumea reală, istorică. „Legătura dintre text și realitate este recreată în postmodernism nu printr-o eclipsare a textului în favoarea revenirii la real, ci printr-o intensificare a realității în așa măsură încât aceasta ajunge să devină o coextindere a realului.”⁶³ Distorsionarea timpului, a istoriei, în speță, se produce, așa cum inventariază Brian McHale, cu ajutorul câtorva modalități: istorii apocrife, anacronisme, împletirea istoriei și a ficțiunii.

În ceea ce privește semnificația limbajului și a comunicării, dacă modernității pleaseră de la premisa că există o strânsă și demonstrabilă relație între semnificat și semnificant, gândirea poststructuralistă vede toate acestea ca „distrugându-se și reasamblându-se în mod constant, sub forma unor combinații.” „Deconstructivismul”, (mișcare inițiată de Derrida prin interpretarea lucrărilor lui Martin Heidegger, la sfârșitul anilor șaizeci) se dovedește un stimul puternic pentru maniera postmodernistă de a gândi. „Deconstrucția este formula unei «hermeneutici

⁶² Apud David HARVEY, *op. cit.*, p.57.

⁶³ Steven CONNOR, *op. cit.*, p. 172.

slabe», născută din întrețeserea hermeneuticii heideggeriano-gadameriene cu semiologiile structuraliste și, în general, cu hermeneuticile negative. Preluată din gândirea heideggeriană și trecută prin semiologia structuralistă, deconstrucția este o operație de desfacere a arhitecturii conceptual-semnificante a oricărui fel de text și, în primul rând, o dizolvare a opozițiilor bipolare ierarhizate valoric, pentru a obține arhiconcepte care reabilitează termenul slab.⁶⁴ Viața culturală este în acest caz văzută ca o serie de texte care se intersectează cu alte texte, producând texte noi (incluzându-le pe cele ale criticului literar, al cărui scop este de a produce o altă operă literară, în care textele luate în considerare interacționează în mod liber cu alte texte, care se întâmplă să-i fi influențat modalitatea de a gândi). Îndeplinindu-și funcția prin noi, limbajul, sub forma textului, este imposibil de stăpânit. Recunoscând acest lucru, impulsul deconstrucționist este de a căuta într-un text un altul, dizolvând un text într-altul sau construind un text din altul. De aceea Derrida consideră colajul/ montajul ca forma primară a discursului postmodern. Eterogenitatea inerentă a acestuia ne stimulează pe noi, cititorii textului să-i conferim o semnificație care nu poate fi nici univocă, nici stabilă. Producătorul și consumatorul de texte participă în egală măsură la construirea sensului.

„Însă, dacă - observă David Harvey - așa cum insistă postmoderniștii, nu putem aspira la vreo reprezentare unificată a lumii, și nici nu ne-o putem închipui ca o totalitate plină de conexiuni și diferențieri, mai degrabă decât ca o multitudine de fragmente aflate în perpetuă mișcare, cum putem aspira să acționăm coerent în raport cu lumea? Răspunsul simplu, postmodernist, este că, din moment ce reprezentarea și acțiunea coerentă sunt fie represive, fie iluzorii (și de aceea condamnate să se autodizolve și să se autoanihileze), nici nu ar trebui să încercăm a ne implica într-un proiect global⁶⁵. Pragmatismul (de tipul Dewey) devine atunci singura filosofie de acțiune posibilă.”⁶⁶

Jean Baudrillard este susținătorul teoriei simulării în descrierea postmodernismului. Faptul că, în lumea occidentală contemporană realitatea este produsul comunicării, face ca distincția realitate-simulacru să dispară și să ne aflăm într-o lume a simulacrului generalizat. Nu în postmodernism ne-am situa, în opinia lui Baudrillard, ci în post-istorie, în *hipertelie*, unde totul s-a petrecut deja, fără ca ceva semnificativ să se petreacă.

⁶⁴ Aurel CODOBAN, *op. cit.*, p.102.

⁶⁵ Relativismul și defetismul profesate de Richard Rorty sau de Lyotard (pentru care „consensul devine o valoare demodată și suspectă” de a deservi un discurs autoritar, de tip metanarativ), este contracarat, într-o tabără opusă, de Jurgen Habermas, prin argumente aduse în apărarea proiectului iluminist, insistând asupra calităților dialogice ale comunicării umane, prin care se construiește consensual, norma. Aceste calități permit „rațiunii comunicative” să opereze „în derularea istoriei ca o forță răzbunătoare”. Habermas, expune în *Modernitatea- Un proiect incomplet*, (1983), teza conform căreia Iluminismul, în ciuda dezastrelor provocate, a fost un proiect emancipator al modernității, o modernitate neterminată încă, de vreme ce proiectul acesteia nu a fost finalizat. În concepția lui, așadar, postmodernismul este doar o față a modernității, în nici un caz sfârșitul acesteia.

⁶⁶ David HARVEY, *op. cit.*, pp. 59-60.

CONSEMĂRI

PROFILUL UNUI PUBLICIST: LUCIAN MÂNDRUȚĂ

ILIE RAD

Lucian Mândruță s-a născut la 15 septembrie 1967, la București. A urmat Liceul "Mihai Viteazul" din București (1982-1986). După stagiul militar, se angajează, pentru a se întreține singur, în diverse locuri, inclusiv pe șantierul Casei Republicii. Student al Facultății de Hidrotehnică din cadrul Institutului Politehnic București (1989-1993). Activează în Liga Studenților, condusă de Marian Munteanu, iar în 1991 apare, ca purtător de cuvânt, în prima sa conferință de presă, atunci când colegul său de grupă, Andrei Frumușanu, e ucis în mineriada care a doborât guvernul Roman. Așa cunoaște mai mulți ziariști, iar unul dintre aceștia îi propune postul de prezentator la Societatea pentru o Televiziune Independentă (SOTI), "prima alternativă românească de televiziune publică" (Vartan Arachelian), unde lucrau deja Andreea Esca și Răzvan Dumitrescu, deveniți ulterior jurnaliști foarte cunoscuți. În intervalul 1992-1994, "îmbracat cu un singur sacou (pe care, din aparate, colegii i-l colorau altfel în fiecare seară, prezintă știrile SOTI și face o emisiune cu un nume pe care alții se vor lăuda ulterior ca l-au inventat: <<Chestiunea zilei>>". Urmează cursuri de jurnalism în SUA (CNN, VOA, Washington State). Pleacă de la SOTI și refuză o ofertă a lui Adrian Sârbu, refuz pe care amândoi îl vor regreta, ulterior. În 1994, împreună cu Mihai Tatulici și alți colegi, ia parte la fondarea postului Tele 7 abc, unde prezintă știrile și realizează și câteva emisiuni. În decembrie, ajunge la PRO TV, mai ales la insistențele Andreei Esca, devenind aici editor la știri, scriind, mai bine de un an, jurnalul cu cel mai mare rating din istoria televiziunilor private românești. Face emisiuni electorale în 1996, iar din 1997 începe să prezinte știrile de noapte, cu Adina Goriță. Din același an realizează emisiunea săptămânală cu Silviu Brucan ("Profeții despre trecut"), care îi va mări popularitatea. În 1999 reîncepe studiile, acum la Facultatea de Jurnalism și Științele Comunicării de la Universitatea din București (unde, ulterior, va deveni cadru didactic asociat, predând aici *Tehnici de redactare*, alături de Robert Turcescu, și el absolvent al aceleiași facultăți, și de alți cunoscuți jurnaliști). Lucrarea de licență are ca subiect construcția unei companii de producție de televiziune. În 2001 pune bazele unei astfel de companii (Alter Media), care produce, între altele, emisunea "Banii sau viața". În anul 2000 este detașat la *Ziarul financiar*, "cu misiunea de a-l face rentabil și simpatic". În anul 2003 părăsește postul PROTV, fiind invitat la Antena 1, unde are șansa să facă "cel mai important pas din cariera unui jurnalist de televiziune: să prezinte jurnalul principal", aici în compania Alessandrei Stoicescu (desemnată recent, în urma unui sondaj realizat de UPC, pe locul III, în topul celor mai iubite "știriste", după Andreea Esca și Gabriela Vrânceanu-Firea). A fost redactor-șef la jurnalul TV "Observator", de la Antena 1. Împreună cu Alessandra Stoicescu, a înființat și o companie de "branding", unde cei doi predau "cursuri de branding, personal branding

și de construire a identității publice unor grupuri de câte 10 persoane, angajați ai firmelor care au nevoie de serviciile noastre”, după cum a declarat Alessandra Stoicescu (Cf. *Evenimentul zilei TV*, 26 ian. – 1 febr. 2007, p. 5). Între realizările sale jurnalistice de excepție se numără și un interviu, în exclusivitate, cu Bill Gates (realizat în Las Vegas), cel mai bogat om din lume, creatorul imperiului Microsoft.

În paralel cu fascinația televiziunii, Lucian Mândruță este atras și de presa scrisă. Colaborează cu editoriale la *Dilema*, *Dilema veche*, *Săptămâna financiară* și *Jurnalul național*, o parte din aceste editoriale fiind reunite într-un volum bine primit de public și de critica literară (*Fabrica de tămâie. Carte de muncă în industria cuvintelor*. Prefață de Doina Ruști, Editura Polirom, Iași, 2004). Autorii lui preferați, care l-au influențat și în scris, sunt Caragiale, dar mai ales If și Petrov (pseudonimul comun al scriitorilor ruși Ilia Arnoldovici Fainzilberg și Evgheni Petrovici Kataev, autorii unor romane satirice în manieră picarescă, precum *Douăsprezece scaune* sau *Vișelul de aur*).

*

Se știe că valoarea unui text nu este dată numai de conținutul sau forma (stilul) acestuia, ci și de notorietatea numelui care îl semnează. Un adevăr perfect valabil în cazul lui Lucian Mândruță, cunoscuta vedetă de la PRO TV, iar acum de la Antena 1, autorul unui excelent volum de eseuri, pamflete și articole (*Fabrica de tămâie. Carte de muncă în industria cuvintelor*. Prefață de Doina Ruști, Editura Polirom, Iași, 2004).

Ca și în cazul altei vedete TV, Robert Turcescu, interesul lui Lucian Mândruță pentru presa scrisă a apărut după ce autorul a cunoscut fascinația televiziunii (în cazul celor mai mulți autori, direcția traseului este inversă). Dar faptul că Lucian Mândruță provine din lumea televiziunii nu a rămas, cum vom vedea, fără urmări în scrisul sau.

Spre deosebire de marea majoritate a culegerilor de articole, care apelează la opțiunea cronologică în alcătuirea sumarului, Lucian Mândruța a preferat, pentru primul său volum, gruparea tematică. Cele 156 de articole și eseuri sunt grupate în opt secțiuni, în funcție de tematica acestora: I. *Eu și istoria*. II. *Catastrofe curente*. III. *Portrete*. IV. *România*. V. *Țara merge mai departe*. VI. *Paradoxuri*. VII. *Politice*. VIII. *Varia*.

“Călare pe două veacuri”, vorba lui Sextil Pușcariu, Lucian Mândruță (n. 1967) a prins, ca adolescent, “deceniul satanic” (Mircea Zăciu), cu tot ceea ce a însemnat sfârșitul dictaturii comuniste (foame, mizerie, lipsa de căldură și electricitate, izolarea în interiorul unui zid chinezesc etc.), dar și epoca imediat revoluționară (cu primele demonstrații de protest, greve, disponibilizări, mineriade, liberalizarea prețurilor, alegeri libere etc.), care l-au maturizat și i-au oferit publicistului-scriitor o neașteptată și generoasă materie de inspirație. Așa cum scrie Doina Ruști în prefața cărții, “deși articolele sînt în mare parte eseuri, comentarii și pamflete, există pretutindeni o epicitate care pune evenimentul în scenă prin vocea unui narator pregătit chiar și pentru cel mai mofturos destinatar”. Într-adevăr, multe articole ale lui Lucian Mândruță încep cu o istorioară, relatată scurt, fără abateri semnificative de la trama

principală, pentru ca, în final, autorul să poată trage concluzia la care voia să ajungă. Unui fapt banal, în aparență nesemnificativ, îi este atribuită puterea unui simbol. Iată un exemplu: “Într-o bună dimineață, un cetățean, pe numele lui conspirativ *nea Gheorghe*, a pus ochii pe cel mai frumos brad din Câmpina. Bradul, dintr-o specie rară, se găsea în părculețul din centrul orașului și fusese plantat acolo, acum zece ani, de un băiat al cărui tată murise în revoluție. Puțin importă însă acest amănunt – cert este că, pentru *nea Gheorghe* (care nici nu-i știa povestea), bradul era al nimănui. / Nu i-a fost ușor să-l taie. Polițistul care (miracol de Craciun!) l-a prins cu el în spate povestește că hoțul era asudat și enervat și a mărturisit din prima: <<Da, dom’le, l-am luat din parc să-l duc la copii!>>”. Ajuns prin tribunale, după dezbateri serioase, cu argumente pro și contra, Curtea rămâne indecisă, în ciuda faptului că suntem “un popor de Solomoni”. Iar concluzia moralistului apare imediat: “Căzut la datorie în războiul total dintre fiecare și restul lumii, tăietorul de brad din Câmpina ne spune un lucru extrem de important: comunismul n-are viitor în România. Dar nici vreo altă construcție statornică. / Rămas țaran până la capăt, *nea Gheorghe* nu poate să împartă nimic cu nimeni. Și-n plus, are ceva din pionierii care iau în stăpânire o țară părăsită de locuitorii ei. Ca să ne rădă în nas, ne-ar putea *spune* acum că și proprietatea obștească e furt” (*Moș Gerilă lovește din nou*). Aluzia din titlu se referă la anii regimului comunist, când Moș CRăciun devenise Moș Gerilă (după modelul sovietic al lui Ded Maroz), pentru a se înlătura orice conotație religioasă. Atunci pare să fi fost prima lovitură a lui Moș Gerilă. A doua este acum, când oferă ocazia unor cetățeni precum *nea Gheorghe* să fie nu numai împotriva proprietății private, ci și a celei obștești, considerată tot “un furt”.

Înscriindu-se într-o tradiție începută de Emil Cioran, cu *Schimbarea la față a României*, dar fără accentele apocaliptice ale acestuia, Lucian Mândruță vorbește, nu o dată, despre deriziunea și superficialitatea noastră ca popor. El distruge mituri, sfarmă prejudecăți. Una dintre acestea este, de pildă, mândria că noi am inventat avionul cu motor sau avionul cu reacție: “Henry Coandă a făcut primul avion cu reacție din lume, spun cărțile noastre de istorie. Toate trec cu ușurință peste amănuntul că avionul lui a luat foc la prima probă și s-a distrus. Traian Vuia a făcut și el un avion, prezentat ca <<primul avion care s-a ridicat de la sol prin mijloace proprii>>. [...] Cinstind vorbind, avionul lui Vuia n-a zburat niciodată, doar a făcut câteva salturi. Cu toate acestea, cei doi trebuie prezentați copiilor ca pe românii care i-au învățat să zboare pe occidentali” (*Și dragostea de țară se sfârșește cu căsătoria*). Așa cum era de așteptat, asemenea poziții tranșante (prin care a încercat “să-i umanizeze pe sfinții Vlaicu, Vuia și Coandă și să atragă atenția asupra situației triste a aviației românești din ziua de azi”), au stârnit reacții vehemente din partea “patrioților” români din țară și din străinătate, încât autorul este obligat să revină și să spună că aceasta-i realitatea în România, unde, “după vreo sută de ani de luminoasă istorie aviatică, ar trebui, nu-i așa, să duduie uzinele de supersonice, iar aviatorii să primească gratuit, de la stat, măcar girofaruri, dacă nu și mașini...”. Cum polemica aceasta se purta cu un domn (“extrem de stimabil, sunt sigur, Lucian Iorga pe numele său, specialist în aviație, cu domiciliul în New Jersey, USA”), autorul își termină articolul astfel: “Dar să închei cu o ramură de măslin: Domnule Iorga, voi fi în America la jumătatea lunii august, pentru o discuție sinceră,

cu mâna pe manșă, sau levier, cum preferați. Nu vă supărați însă pe mine că, în lipsa unui model Coandă de pasageri, mă văd nevoit să vin cu Boeingul” (*Umaniști, treceți peste acest articol!*). Nu este însă singurul eseu în care autorul încearcă demolarea unor mituri (pe linia cărților lui Lucian Boia, căruia i se și aduce, la un moment dat, un foarte discret omagiu – “plecăciune, domnule Boia!”), mituri întreținute nu neapărat de ideologia comunistă, ci de istoriografia românească în general. Ar mai fi de consemnat, în acest sens, eseu *Mitologie industrială*. S-ar putea aduce aici în discuție un exemplu al unui istoric profesionist, Zoe Petre: “Până destul de târziu, în preajma Primului Război Mondial, Mihai Viteazul nu era în manuale! [...] Dar, iată, Mihai Viteazul e o descoperire istoriografică din perioada războiului de reîntregire. Înțelegem imediat de ce. A fost un simbol util, important și foarte adecvat acestui moment din istoria națională, ceea ce nu spune neapărat ceva despre Mihai Viteazul, ci spune ceva despre generația de la 1918”¹.

Slugărnicia, pe care am dovedit-o de atâtea ori în istorie, fie că stăpânul în fața căruia ne aplecam era turc, rus sau american, este o altă “calitate” a românilor. De pildă, când muncitorii de la o uzină din Reșița au protestat împotriva unui patron american incompetent, autoritățile românești au comunicat Ambasadei SUA de la București că a fost vorba de o “neînțelegere regretabilă” (*Muhu și McNutt. La Reșița, oamenii și-au luat înapoi porția de sărăcie*). S-ar mai putea invoca aici și alte cazuri de slugărnicie, petrecute după conflictul de la Reșița, care au dovedit aceeași atitudine din partea autorităților românești: un pușcaș marin american, angajat al Ambasadei SUA la București, conducând în stare de ebrietate, produce un accident de circulație, soldat cu moartea basistului Teo Peter. A doua zi, el părăsește România, fiind ulterior judecat de justiția militară americană, care l-a pedepsit cu o ...mustrare! Un alt militar american a ucis, la Constanța, un bătrân aflat pe trecere de pietoni. Nu se cunoaște pedeapsa vinovatului. În fine, în toamna anului 2006, doi muncitori români sunt arestați de armata americană din Irak, fiind acuzați de spionaj. Autoritățile românești au făcut public acest incident abia în ianuarie 2007, fapt ce a produs un “cutremur” în politica românească, Mihai Răzvan Ungureanu, ministrul de Externe al României, fiind obligat să demisioneze. Repet, aceste cazuri nu sunt comentate de Lucian Mândruță, dar ele arată câtă dreptate are eseistul când trage o concluzie sau alta.

Parvenitismul afixat de lumea bună (*Jeep-ul și gogonelele*), aroganța oamenilor cu mașină de iarnă, care merg la schi în Austria, au vilă la Poiana Brașov, în contrast cu marea majoritate a populației, care crede că asemenea facilități sunt venite de pe ...Marte, bățosenia și snobismul (cei care poartă pulover pe spate, ca să se vadă numele franțuzesc de pe etichetă), indiferența noastră (“perfecta noastră răceală față de faptele bune ale altora”) – sunt alte trăsături ale nației din care facem parte.

Multe articole subliniază lipsa cultului muncii la români. Sugestia vine de la doi parlamentari, care au propus ca o zi din luna noiembrie (când, la Praga, s-a acceptat admiterea României ca membru NATO) să fie declarată Ziua NATO, care, desigur, ar urma să fie zi liberă. ”Cu această ocazie, Guvernul și organele locale ar trebui să

¹ Cecilia Caragea, *Dialog cu Zoe Petre*, Editura Dacia, Cluj-Napoca, 2000, p. 65-66.

organizeze manifestări populare, cum ar fi defilări, chefuri de stradă și concerte” (*No, hai să mai stăm oleacă! Despre oboseala victoriei fără efort*). Afirmția ne aduce aminte de o dorință a unei babe, dornică de mai mult *entertainment*, cum ar spune eseistul nostru, din *Amintirile* lui Creangă: “Să dea D-zeu tot anul să fie sărbători și numai o zi de lucru, și atunci să fie praznic și nuntă”².

O altă trăsătură națională pare a fi superficialitatea și lucrul făcut de mântuială, dacă se poate în ultima clipă (*Țara lu’ Ultima Clipă*). Dar poate cea mai gravă meteahnă a noastră este obediența, slugărnicia, relevată în eseul *Fabrica de tămâie*, care dă și titlul volumului. O trăsătură care ar merita trecută pe steagul național: “Și, în sfârșit, e vremea să lăsăm prejudecățile și să urcăm tămâia pe drapel, acolo unde plecarea stemei cu spice și tractor a lăsat un gol dureros și galben”. Darul de a linguși, de a-ți tămâia (cu laude excesive) superiorii sau binefăcătorii, are o bogată tradiție la români, iar presa, care este o oglindă fidelă a felului de a fi al unui popor, reflectă întocmai aceste lingușeli. Am arătat cu altă ocazie că, de pildă, în 1790, când a apărut *Courrier de Moldavie*, în numărul inaugural se publică, în limba latină, o odă închinată împărătesei Ecaterina a II-a, considerată “mama noastră și a ta” (a ziarului!), cea care a “poruncit să fii scos la lumină” și datorită căreia “s-a reîntors viața fericită pentru daci”³.

O problemă care apare în mai multe articole este aceea a religiei. Iată cum începe un articol pe această temă: “Mai zilele trecute, cineva m-a întrebat când îmi botez copilul. În penumbra interogației se ghicea inchiziția: de ce nu mă grăbesc? Poate sînt sectant, poate evreu? I-am răspuns că aștept încă oferte spirituale din partea principalelor religii monoteiste și că, oricum, nu există vârstă pentru înrolarea în oastea Domnului. Firește, ideea asta a fost luată drept o glumă, iar omul m-a sfătuit, cu bune intenții, să contactez urgent un popă. Unul ortodox, se subînțelege”. Autorul se preface apoi a trece în revistă oferta unor culte (baptist, ortodox, catolic). Problemele cele mai multe i le pune, desigur, religia ortodoxă, “pe a cărei solidaritate nu te poți baza” și care este așteptată “să explice ce făcea atunci când sute de mii de membri, creștin botezați, erau arestați (anii ’50) sau bătuți pe stradă (anii ’90). Sau poate o fi explicat, și eu n-am prins *talk show*-ul acela”. La toate aceste dileme se mai adaugă una, de natură practică: igienizarea cristelniței (“În ritualul bisericesc ortodox: vas mare, de obicei de forma unei cupe, umplut până la jumătate cu apă, în care preotul afundă copilul la botez” – Cf. DEX). “Nu vreau să-l obișnuiesc de pe acum (pe copilul proaspăt botezat, n. I.R.) cu antibioticele” (*Apa Iordanului, acum și la robinet*). Săgețile criticii se îndreaptă (pornind de la filmul *Amen*) și împotriva Bisericii Catolice, care, în timpul celui de-al Doilea Război Mondial, nu a protestat împotriva atrocităților comise de Hitler în lagărele de concentrare, deși Vaticanul știa de aceste atrocități (“un pontif plictisit alege repede între devastarea Vaticanului și viața evreilor de pe continent”). Autorul vrea să fie exact: “Sigur, Biserica Ortodoxă, martoră la nelegiuiri, a ridicat vocea în acele

² Ion Creangă, *Povești, amintiri, povestiri*, Editura Eminescu, București, 1987, p. 202.

³ Ilie Rad, *Prințul Potemkin și primul ziar tipărit în Principatele Române: “Courrier de Moldavie” (1790)*, în Ilie Rad, *De la Moscova la New York. Note de drum din Federația Rusă și fragmente de jurnal american*. Prefață de Mircea Popa, Editura Limes, Cluj-Napoca, 2005, p. 93-94.

vremuri poate oleacă mai mult decât papistașii sau protestanții. În același timp însă, spre deosebire de surorile ei din vestul Europei, ortodoxia a furnizat involuntar mare parte a motivației ideologice a fascismului românesc, în varianta sa legionară... , fără ca biserica să arunce anatema asupra lor” (*La coadă la Antonescu*).

Lucian Mândruță își spune cuvântul și în problema regionalizării, pentru care pledează pe baza unor constatări de natură practică: “Între națiunea română din Ardeal și cea din Oltenia, diferențele culturale îmi par mai mari decât între românii din sud și bulgari”. Dar regionalizarea, în opoziție cu administrarea pe județe, mai este susținută și prin argumente de natură logică: “Să ne aducem aminte că județele sînt o construcție administrativă de dinainte de inventarea telefonului sau a automobilului. Ele au exact suprafața care se putea guverna în epoca telegrafului și a șaretei. În vremurile de astăzi, ar fi o carte de vizită bizară să nu putem administra teritorii mai întinse.” (*București-Bruxelles via Mizil*). Despre ideea regionalizării s-a scris foarte mult în ultimii ani (după 1990), mulți naționaliști considerând că aceasta este o chestiune periculoasă, care vizează integritatea statului național unitar român. Dar problema este veche. De pildă, într-un articol apărut în perioada interbelică, în etapa de început a publicisticii sale, *Brăila și alte agonii*, Mihail Sebastian pune problema raportului dintre provincie și capitală, pledând pentru valorile provinciei, ale „descentralizării”, cum am spune noi astăzi, căci „o țară vie nu trăiește numai prin capitală, ci și prin câteva centre regionale de creație”. Jurnalistului nu i se pare normal ca 3/4 din veniturile orașului și ale județului Brăila să se ducă definitiv, dincolo de oraș și județ. El aduce exemplul orașelor de provincie din Franța, Germania sau Italia, care au alt destin comparativ cu provincia românească, lăsată încet să se descompună. Centralizarea excesivă i se părea lui Sebastian periculoasă. Inițiativele și oamenii de valoare migrau spre capitală, autorul ilustrând cu revistele *Gândirea* și *Viața românească*, mutate de la Cluj, respectiv Iași, la București. Or, Brăila „n-a cunoscut niciodată acea mediocră atmosferă de ratare, de încetineală și melancolie din povestirile d-lui Brătescu-Voinești”.

Alte probleme puse în discuție de eseist au ținut multe zile prima pagină a ziarelor: situația homosexualilor, clonarea ființei umane etc. Dintr-un asemenea palier nu putea lipsi cazul mareșalului Ion Antonescu, amendat în două articole (*Cotul Donului, colț cu Mântuleasa* și *La coadă la Antonescu*), pentru că a dus armata română la dezastrul de la Stalingrad, s-a aliat cu Germania hitleristă și a declarat război Statelor Unite. “O altă mândrie națională – că în România ar fi murit mai puțini evrei și țigani – nu face decât să arate disprețul nostru pentru individ. În lumea civilizată, un singur mort e de ajuns pentru o tragedie. Numai barbarii fac socoteală cu zecile de mii”.

Extrem de interesantă este secțiunea *Portrete*, unde autorul conturează adevărate fiziologii (mitocanul în voiaj, “cetățenii cu mașini negre și ocupații și mai închise la culoare”, gamerii – iubitorii jocurilor pe calculator, fala fără margini a românului, care nu-și cumpără avion numai pentru că nu poate fi parcat în fața casei, ca să fie văzut de vecini, prostia, lipsa de bun simț, a respectului pentru aproapele tău). Foarte criticat este cântărețul de muzică populară Ion Dolănescu, pentru derapajele făcute în materie de muzică, unde a lansat kitsch-ul și prostul gust. Andreea Marin este acuzată că vinde intimitatea oamenilor, intimitate care “nu e numai expusă public, ci și

disecată, tăiată în felii subțiri și așezată sub microscopul gros-planurilor”. Nu sunt iertați turiștii care lasă în urma lor mizerie și gunoie, proprietarii de mașini scumpe, “ale căror difuzoare pot omorî pasărea pe creangă și somnul într-un întreg cartier”.

Așa cum autorul unui jurnal TV știe că are în față milioane de telespectatori, “știristul” convertit în publicist întreține un dialog similar cu cititorii săi invizibili (de aici frecvența persoanei a II-a singular sau plural, a formulei de adresare “doamnelor și domnilor”, a pronumelui personal de politețe folosit chiar și în cazul persoanelor decedate – *dl Ion Antonescu, dl Abraham Lincoln, dl Leonida Condeescu*, celebrul primar dintr-o schiță a lui Caragiale, care a voit să facă din Mizil capitala unui județ). Cititorul devine chiar *ascultător*, cum lasă a se înțelege autorul, în mai multe rânduri (“Aici se așteaptă complicitatea *ascultătorului*, care știe (sau își imaginează pe loc) cine sînt complotiștii...” – p. 235; “*V-am povestit* de toate acestea, fără să pot scăpa totuși de un sentiment de vinovăție” – p. 506 – subl. ne aparțin).

Ca și eseurile lui Mircea Malița, din *Aurul cenușiu*, articolele lui Lucian Mândruță au limpezimea de cristal. Ele par extrem de lucrate, cu răbdarea unui bijutier. Pentru a putea să comunice ceea ce dorește, autorul folosește toate straturile limbii (de la neologimsul englezesc – *retail, business, cool, guest-star, look*), până la elementul de argou (a mărturisit *din prima, nașpa, mucleș*) sau regionalism (*mintenaș, musai, no hai*), combinarea elementului lingvistic modern cu cel arhaic producând efecte comice (“cinci milioane de babe care-și doresc puțin *entertainment mistic*”).

Nu lipsește comparația plastică: (“Gimnastica, o modă aprinsă de Nadia, s-a consumat în mod natural, la fel ca mișcarea hippie sau pasiunea pentru Vama Veche”. Eseistul este atent nu numai la nuanțele cuvintelor (la un moment dat observă extensia sensului cuvântului *autor* – de la autor de cărți – la autor al infracțiunii, crimei, accidentelor), ci și la nuanța unui gest (“revistele aruncate studiat pe măsura din sufragerie”). Peste multe texte plutește umbra lui Caragiale (evocat prin câteva personaje, cuvinte, expresii celebre din opera acestuia), dar și a lui Iif și Petrov, scriitorii lui preferați. Din Caragiale se preiau cuvinte sau sintagme arhicunoscute (“calitatea (mai multă sau mai puțină, după buget)”, “puțin importă însă acest amănunt”).

O mențiune specială trebuie făcută în legătură cu iscusința eseistului de a-și alege titluri sigestive, multe dintre ele bazate pe procedeul parodiei. “Tehnica parodică presupune transformarea superficială sau radicală cu intenție ludică, ironică, satirică, rezumativă, comică, sentențios-simbolică etc. a unui text preexistent. Titlurile parodice implică deconstrucția textului anterior, obligatoriu restrâns ca dimensiune, restituindu-l sub forme modificate, ușor sau dimpotrivă greu de recunoscut”⁴. Iată unele exemple: *Am fost. M-am cazat. M-am întors* (aluzie la vorbele *Veni, vidi, vicit – Am venit, am văzut, am învins* – conținutul lapidar al scrisorii prin care Cezar vestește Senatul despre biruința sa rapidă de la Zela, asupra lui Pharnaces, regele Pontului); *În peșteră e adevărul* (după *In vino veritas – În vin e adevărul*); *Românii vechi și noi* (aluzie la titlul romanului lui Nicolae Filimon, *Ciocoii vechi și noi*); *De-a viața ascunselea* (după titlul

⁴ Maria Cvasnîi Cătănescu, *Retorică publicistică. De la paratext la text*, Editura Universității din București, București, 2006, p. 33.

unei poezii argheziene, *De-a v-ați ascunselea*); *Și Crăciunul e frate cu românul* (după expresia populară *Codru-i frate cu românul*); *Lumina vine de la ARO* (după titlul unei lucrări de Sadoveanu, *Lumina vine de la Răsărit*). În câteva situații se parodiază nume proprii cunoscute: *Victoria Rațiunii*, *Născută Lipan*, *Brand Pitt*, *Marcu Polea* ș.a.

Nedatate în mod voit, situațiile și personajele (de multe ori fictive) vor să aibă puterea de simbol. Puține sunt cazurile care contextualizează evenimente și personaje din viața reală, iar cele care există, vor trebui explicate cititorului peste cincizeci de ani. Iată câteva: “La mai puțin de 100 de kilometri, lumea subțire se îngrozea de gândul pierzaniei din turul doi” – e vorba de alegerile prezidențiale din 2000, când, în turul doi, au ajuns *comunistul* Ion Iliescu și *naționalistul* Corneliu Vadim Tudor. Începutul unui articol (*Elogiul babelor*) este greu de înțeles pentru un neinițiat: “Fraților, am învins! Editorul a rămas, noi am fugit! Sîntem, în sfârșit, liberi!”. El nu se referă la începutul vreunei revoluții, ci are în vedere criza apărută între Fundația Culturală Română, condusă de scriitorul Augustin Buzura, și conducerea *Dilemei*, care, pe fondul unui conflict cu Fundația, și-a dat demisia în bloc. Pentru că brandul *Dilema* era proprietatea Fundației, redacția a întemeiat *Dilema veche*. Alt exemplu: “Într-o țară în care toată lumea dă șpagă, mai sînt unii care ar spera să-și trateze semenii (mai norocoși) cu cartușul de mitralieră, în locul celui de Kent” (e vorba de o declarație a lui Corneliu Vadim Tudor, președintele Partidului România Mare, care a afirmat, într-un discurs electoral, că, dacă va ajunge la putere, va ordona execuții publice pe stadioane, împotriva mafioților și a corupților).

Prin ce s-ar particulariza eseurile și pamfletele lui Lucian Mândruță? “Ironia subțire, umorul cu substrat moralist și alegoriile – scrie în prefața cărții *Doina Ruști* – dau articolelor substanță literară, iar personajele, deși ne sînt poate altfel cunoscute de pe scena publică, se transformă în actori ai unor piese când groțesti, când comice, când triste – dar întotdeauna interesante. România lui Mândruță părăsește astfel zona apăsătoare și ternă în care ne-am obișnuit s-o plasăm și devine un loc unde, surprinzător, se poate trăi cu zâmbetul pe buze”.

Aceste considerații ne fac să așteptăm cu mult interes viitoarele sale culegeri editoriale sau, cine știe, alte surprize literare pe care ni le poate rezerva autorul. Oricum, faptul că Lucian Mândruță a intrat deja, cu un text, într-un manual școlar, spune mult despre valențele expresive și ideatice ale textelor sale. Un alt text al său a fost inclus în sumarul volumului *Presa culturală*, datorat Doinei Ruști, Lucian Mândruță fiind considerat, alături de Ioan Groșan, Cristian Tudor Popescu, Andrei Codrescu, Bujor Nedelcovici și alții, ”ziariști și scriitori care au contribuit fundamental la dezvoltarea fenomenului publicistic românesc”⁵.

⁵ Doina Ruști, *Limba și literatura română pentru clasa a IX-a*, Editura Niculescu, București, 2004, p. 89; Idem, *Presa culturală. Specii, tehnici compoziționale și de redactare*, Editura Fundația PRO, București, 2002, p. 55.

ÎNMORMÂNTAREA UNUI MIT: ADIO, PRESĂ LIBERĂ!

ROBERT TURCESCU*

Era o după-amiază calmă a anului 1882. În biroul lui John B. Bogart, o cană mare de cafea aburindă aștepta să fie băută. Într-un colț, ațipit pe etichete din față, bulldogul Marc aștepta un os sau măcar o plimbare. Cu trabucul stins, dar încă lipit de colțul din dreapta al buzelor, cu ochii închiși sub borurile pălăriei aplecate pe frunte, domnul Bogart aștepta să-i fie adusă pentru viză pagina cu știri de actualitate. Se încheia ediția la *New York Sun*, iar John Bogart, unul dintre cei mai experimentați editori ai ziarului, era cel care dădea, în cele din urmă, bunul de tipar.

– Bună ziua, domnule, am adus pagina!

La un metru de ușa biroului, aștepta un individ subțire, cu ochelari groși și voce nefiresc de suavă.

John Bogart mai stătu câteva secunde ascuns în scaunul biroului, apoi catadicsi să-și îndrepte pălăria și să întindă o mână spre proba de tipar. Era bine, cu o singură excepție: o adunare de sâmbătă la biserica St. Nicholas.

– Ce-i asta?! întrebă Bogart.

Tânărul cu voce suavă se apropie de birou, privi textul subliniat cu cerneală roșie de Bogart, apoi bâgui pierdut:

– E o știre trimisă de unul dintre corespondenții noștri!

John Bogart tuși scurt, înroșind textul care povestea banala adunare a unor bigoți din New Jersey.

– Asta nu e o știre, rosti verdictul Bogart. Iese de aici, căutați altceva!

– Dar, domnule..., încercă timid tânărul.

– Ce e? tună Bogart.

– E totuși o întâmplare, acolo s-a petrecut ceva! Dacă asta nu e o știre, atunci, nu vă supărați, dar ce naiba înseamnă o știre, domnule?

Pe John Bogart aproape că-l bufnea râsul, dar reușea să se abțină. Se uită prin cameră încercând să găsească rapid un răspuns mulțumitor. Trezit de vocile celor doi, Marc privea nedumerit spre biroul lui Bogart. Editorul de la *New York Sun* îi făcu semn să se apropie și câinele se supuse înaintând cu pași leneși. Cu ochii la Marc și apoi privindu-l ținută pe tânărul cu voce suavă, John B. Bogart rosti cuvintele care aveau să-l facă celebru peste ani, devansând cu mult faima oricărei alte fraze scrise de el în vreun articol.

– Când un câine mușcă un om, asta nu e o știre, dar când un om mușcă un câine, asta e o știre, amice!

Și așa a început nebunia.

* Journalist, *Realitatea TV*, București

*

V-am chemat astăzi la o adunare tristă: înmormântăm un mit, mitul presei libere. Dar, deși pare un moment tragic, vă recomand să priviți cu o doză de ironie acest cortegiu funerar: nu ducem pe nimeni la groapă, pentru că... n-avem pe cine! Presa liberă nu mai există de mult, dacă o fi existat vreodată. Libertatea presei, atât de mult clamată în discursurile oamenilor politici sau ale unor jurnaliști care se visează tătucii națiunii a fost și este un mit. Cel puțin de la momentul în care John Bogart îi dădea învățăcelului său definiția unei știri care întrunește atributele necesare pentru a fi publicabilă, așa numita „presă liberă“ a contractat un virus periculos, care a făcut-o să dispară în cele din urmă. E vorba despre contaminarea mass-mediei cu pseudo-informații. Apărute la început în doze acceptabile, strecurate în coloanele de pe ultima pagină a ziarelor, la capitolul „Fapt divers“, pseudo-informațiile au ajuns azi să fie cap de ziar sau să domine structura jurnalelor de știri televizate. Alături de marketingul media, publicitate și, mai ales, apariția televiziunii, pseudo-știrile au lovit puternic presa liberă, aducând-o astăzi într-o situație de criză fără precedent. Dar să nu anticipăm.

Ce înseamnă o presă liberă? Și, de fapt, a fost vreodată liberă presa? Răspunsul categoric e NU. Priviți cu atenție mass-media din jur: în spatele celor mai puternice trusturi de presă se află oligarhi cu puternice interese politice și financiare, declarate, parțial observabile sau, din contră, foarte bine ascunse. Dar ele există. Constatarea ține de bunul simț sau de cercetarea atentă a structurii acționariatului din majoritatea acestor fabrici media, care se ocupă de colectarea, editarea și difuzarea știrilor. În țările cu democrații avansate, SUA spre exemplu, unele trusturi media au ajuns la concluzia că e onest, chiar dacă mai puțin profitabil, să-și declare orientarea ideologică sau susținerea față de anumiți candidați în perioadele electorale și chiar și în afara lor. Spre deosebire de ceea ce se întâmplă de ani buni în România, în SUA, Marea Britanie sau Franța, publicul știe de o lungă perioadă de timp care dintre ziarele influente sprijină dreapta sau stânga politică. Conservatorii sau democrații. Popularii sau social-democrații. Ceea ce la noi este încă atributul acelei foarte mici părți a publicului înzestrată cu abilități detectivistice ține de domeniul evidenței în statele menționate mai sus. Dar, salvarea presei libere nu se face punând pe frontispiciul ziarului orientarea lui politică. E o dovadă de onestitate față de cititor, nicidecum o declarație de independență editorială. Iar ca să complicăm lucrurile, am putea muta cursorul introspecției spre televiziuni. Unde schimbările de acționariat sunt mult mai frecvente și, odată cu ele, se modifică, adeseori, și așa-numita orientare politică.

Pomeneam mai devreme de oligarhiile politico-financiare din spatele unor trusturi de presă. Avem șansa, în România, de a putea vedea acum, relativ ușor, care sunt interesele politice sau economice ascunse sau potențate de majoritatea mijloacelor de comunicare în masă. Scandalurile din ultimii ani, având ca subiect finanțările cu publicitate de la stat ale unor ziare, televiziuni sau radiouri obediente

față de puterea politică, ne-au arătat, în mod clar, că regele e gol. Că iluzia presei libere trebuie să dispară. Concluzia e perfect valabilă la noi sau aiurea. Numai că, în statele în care exercițiul democratic are o istorie mai îndelungată, metodele prin care se fac jocurile sau aranjamentele de acest tip s-au rafinat în timp. Fie, așa cum spuneam, prin declararea manifestă a orientării politice, fie prin mecanisme și înțelegeri oculte, care transformă relația dintre mass-media și deținătorii de putere politică ori financiară într-o relație de tip mafiot, guvernată de legea tăcerii și a profitului reciproc. Într-o asemenea ecuație, tare aș fi curios să aflu dacă Thomas Jefferson și-ar mai menține azi declarația de la 1787, în care afirma că, dacă ar fi să aleagă între o guvernare fără presă sau o țară în care să existe presă, dar să nu existe guvern, n-ar ezita în a prefera cea de-a doua variantă. Pe modelul omului politic recent, dacă ar trăi în zilele noastre, probabil că și Jefferson ar prefera să tacă.

În România încă mai avem șansa de a vedea cum funcționează aceste complicități. Avem oameni politici care dețin trusturi de presă și avem trusturi de presă care fabrică sau întrețin capitalul electoral al unor oameni politici. Cu un exhibiționism aproape jignitor față de electorat, lucrurile acestea se întâmplă. La lumina zilei, fără perdea. Luați-vă o clipă de răgaz și încercați să aplicați acum sintagma „presă liberă” sistemului mass-media descris mai devreme: nu-i așa că a devenit aproape imposibil? Marea noastră șansă este de a putea fi conștienți încă de aceste mecanisme. Pe măsură ce faza capitalismului sălbatic în care trăim azi va dispărea, fiind înlocuită de faza capitalismului îmblânzit, evidențele se vor estompa. Peste ani, la vârsta la care va avea dreptul să intre în cabina de vot, fiica mea, care are acum doar șase ani, va înțelege mult mai greu sau, poate, deloc, cum funcționează complicitatea dintre presă și oligarhiile financiar-politice. Sistemul nu va dispărea, ci doar își va rafina metoda.

Nu cer nimănui să-mi dea dreptate. Discuțiile despre libertatea presei durează de ani mulți și comportă nuanțări tehnice, dar mai ales filosofice. Ceea ce îmi doresc însă cu orice preț este să ieșim din ipocrizie. A rămâne prizonierii unui mit narcotizant despre libertatea presei înseamnă a trăi în brațele unei minciuni gogonate. Asta vrem? Dacă asta vrem, e simplu: ne așezăm în fața televizorului sau a paginii de ziar și înghițim în continuare pseudo-informațiile livrate de mass-media. Dar, în acest caz, n-ar trebui să ne mire și nici să ne enerveze diferențele enorme dintre ceea ce se întâmplă în lumea reală și ceea ce ne furnizează sub formă de realitate mediată ecranul televizorului sau pagina tipărită a ziarului. Alternativa o reprezintă consumul rațional de media. Din păcate, nu e o alternativă ușor de accesat și nici ușor de acceptat. Apariția televiziunii ne-a demonstrat că oamenii preferă să se uite la orice altceva decât unul la celălalt. Dincolo de ironia amară cuprinsă în această frază, iese la iveală un adevăr dureros: mass-media a devenit o industrie alienantă, capabilă să producă o ruptură teribilă între *ceea ce se întâmplă* cu adevărat și *ceea ce ni se spune* că s-a întâmplat. Pe de altă parte, dezvoltarea tehnicilor de cercetare și marketing media a permis celor ce fixează astăzi politica editorială a mijloacelor de informare în masă să stabilească aproape cu exactitate ce vrea și ce așteaptă marele public. Sună excelent,

nu-i așa? Ziare, radiouri și televiziuni din care poți afla doar ceea ce te interesează! O lume media perfectă! Și atunci, dacă așa se întâmplă, de unde marea dezamăgire a publicului față de calitatea majorității produselor mass-media furnizate astăzi?

Un consumator de droguri nu devine dependent imediat. Începe, de obicei, cu droguri ușoare: tutun, alcool, cannabis, marijuana, metadonă, opium, hașiș. Pe măsură ce organismul își ridică nivelul de toleranță, cresc dozele și, mai apoi, se schimbă categoria halucinogenelor. Drogurile ușoare sunt înlocuite de cocaină sau heroină. Dependența devine majoră și, de cele mai multe ori, mortală.

Produsele media livrate astăzi marelui public seamănă în bună parte cu drogurile. În marea lor majoritate, pseudo-informațiile care țin prima pagină a ziarelor sau înregistrează audiențe record la televiziune sunt alcătuite după o rețetă atentă, menită să creeze dependență: ele furnizează experiențe vizuale la lumina oniricului, îndemnând la emoție, visare sau amuzament. Succesul telenovelelor sau al tabloidelor poate fi explicat în bună măsură prin această evadare din realitate sau prin exhibarea unor fragmente de realitate decupate atent, după atributul determinant al neobișnuitului. Nu vedem, nu auzim și nu citim în media ceea ce am avea nevoie, ci ceea ce ne place. Suntem într-un moment în care, parafrazând spusa lui John Bogart, butonăm telecomanda sau răsfoim taraba cu ziare în căutarea câinilor mușcați de oameni. Și împingând parafraza mai departe, nu ne mai interesează cum am putea să ne ferim de mușcătura câinelui.

Asemenea unor dependenți de narcotice, nu mai putem trăi fără pseudo-știrile din care nu aflăm mai nimic, dar care ne fac să plonjăm în oniric. Bârfa, zvonul, teoria conspirației, iubirea ideală sau, din contră, ura fără limite, obscenul, pornografia, violența sau moartea, în cele mai hidoase forme ale ei, au ajuns să domine comunicarea mediată. Satul global al lui Marshall Mc Luhan este astăzi un sat aparent populat exclusiv de curve, hoți, criminali și violatori în serie. Ne injectăm din poziția de consumatori ai produselor mass-media doza zilnică de ură și violență sau, în cazul în care nu procedăm așa, ne lăsăm abandonați în evadări televizate sau tipărite, mincinoase și alienante deopotrivă, în care nu există nici durere, nici chin.

Cum s-a ajuns aici? Rafinarea tehnicilor de vânzare a produselor media, adunate astăzi într-un cuvânt care sună frumos, *marketing*, a împins libertatea presei într-un colț, aducând sub lumina reflectoarelor zeul lumii în care trăim: profitul. La început a fost constatarea că din ce în ce mai mulți cititori ai marilor cotidiane încep lectura ziarului cu ultima pagină, adică locul în care figura coloana cu informațiile de tip „fapt divers“. Într-o perioadă relativ scurtă s-a dublat și apoi s-a triplat numărul știrilor din respectiva categorie. A urmat, previzibil, nu?, introducerea unor pagini dedicate exclusiv difuzării unor asemenea informații. De aici și până la titlurile de primă pagină din tabloidele de azi n-a mai fost decât un pas. Făcut foarte repede, e adevărat și sub impulsul apariției reginei media: televiziunea. Un mijloc de informare în masă, care a ocupat rapid prima treaptă a podiumului în întrecerea furnizorilor de divertisment ieftin și, mai ales, la domiciliu. N-a trecut nici măcar un secol și iată-ne

ajunși în situația în care suntem azi: ne uităm la televizor mai mult decât unii la ceilalți și, în general, mare parte din ceea ce știm despre lumea în care trăim, fie că e vorba despre o țară îndepărtată, dar chiar și când ne gândim la propriul nostru oraș, știm de la televizor. Investind mass-media cu o încredere nesfârșită, aproape oarbă, unii dintre noi au pretenția ca micul ecran, radiourile, ziarele ori revistele să-i educe și, prin ricoșeu, să le educe și copiii. Paradoxal sau nu, sunt părinți care ajung să critice mai mult mass-media pentru devierile de comportament ale odraslelor decât pe ei înșiși, școala sau biserica, altminteri persoane sau instituții care ar trebui să aibă cel mai important rol în formarea unui pui de om. Glumind amar, am putea adăuga că, după ce își varsă năduful, se relaxează împreună cu familia tot în fața televizorului...

Marketing media. O serie de tehnici bazate pe studii de piață și constatări empirice care arată uneori cu o precizie înspăimântătoare cine este publicul țintă, unde este localizat, ce vrea să consume ca informație, cât e dispus să consume, de ce și cum. A face un ziar, un post de radio sau o televiziune nu mai are de mult nicio legătură cu publicul, în general vorbind. Are de-a face cu ce vrea publicul, pentru că mass-media s-a transformat într-o industrie în care concurența e acerbă, produsele sunt numeroase, iar consumatorii foarte pretențioși și eterogeni. Gândiți-vă numai la câte posturi de televiziune are o țară mică precum România. Adăugați aici zecile de radiouri sau sutele de ziare și veți constata că avem de-a face cu o aglomerație îngrozitoare, ca într-o intersecție fără semafoare sau, și mai rău, dirijată de un polițist. Cine își închipuie că pe o astfel de piață se mai poate intra doar cu un condei bun sau cu un program de știri cu adevărat necesare, se înșeală amaric. Într-o instituție de presă a anilor pe care-i trăim se lucrează matematic. E nevoie de tipografia performante, distribuție bună, grafică deosebită, programe atent selecționate, altfel spus, un ambalaj cât mai seducător. Pe undeva, printre toate acestea, se strecoară și calitatea actului jurnalistic. Dar a ne închipui că un ziar doar bine scris sau o televiziune exclusiv dedicată educării publicului va ajunge să aibă succes de piață în accepțiunea definită de marketingul media din zilele noastre, e o iluzie de care trebuie să ne scuturăm cât mai repede. Realitatea zilelor pe care le trăim ne conduce la constatarea, amară și frustrantă pentru ziariști, că azi, în structura redacțiilor, departamentele de marketing sunt mult mai influente decât corpul redacțional în stabilirea politicilor editoriale. Un reportaj de o jumătate de pagină despre integrarea europeană a României are mari șanse să nu prindă ediția de mâine, dacă între timp s-a mai consumat o întâlnire la Golden Blitz.

În aceste condiții, dați-mi voie să întreb din nou: despre ce fel de libertate a presei vorbim? De fapt, poate ar mai trebui să stabilim un lucru: ce înțelegem prin libertatea presei. Cine își închipuie că libertatea presei înseamnă a lucra la un patron de presă, care îți dă voie să scrii orice ca ziarist angajat al respectivei redacții, se înșeală amaric! Numai în rare cazuri, chiar și în România, se mai găsesc indivizi care să cenzureze în felul acesta, de pe poziția de patroni ai unor instituții media, articole scrise de propriii angajați sau de unii colaboratori. Nimeni nu-ți spune astăzi să nu scrii sau să

nu vorbești despre ceva sau despre cineva. Într-o manieră subtilă, justificată de politica editorială, de rating sau de audiență, înveți, ca jurnalist, să te autocenzurezi. Iar dacă nu înveți, vine departamentul de marketing, care îți arată cu cifre și procente că ar fi cazul să te supui tehnicilor de lucru care au demonstrat, în timp, că un produs jurnalistic vinde mai mult decât cel pe care tu tocmai l-ai realizat. Cu alte cuvinte, ți se va arăta foarte rapid că o știre cu poză mare despre o vedetă care tocmai a divorțat a nu știu câta oară e mult mai cerută de public decât informația propusă sau deja publicată de tine despre votul din Camera Superioară a Parlamentului, pe marginea bugetului de stat. Iar dacă tot insiști să publici o știre despre Parlament, ai face bine să găsești una în care senatorul X a fost surprins scobindu-se în nas! Mutatis mutandis, la televiziune emisiunile de tip „Oana certându-se cu mama“ sau „Gigi arătându-și mușchii“ bat oricând un talk-show social-politic, fie el chiar și cu președintele.

Oricât ar fi de dureros pentru unii dintre cei ce încă mai refuză să accepte că libertatea presei a murit din momentul în care John Bogart a definit știrea cerută de public, pedalând aproape exclusiv pe caracterul ei de fapt neobișnuit, lucrurile chiar așa stau. Ziariștii, cel puțin cei din ultimul secol, au săpat singuri mormântul libertății de exprimare prin mass-media. Dealerii de droguri tipărite sau difuzate la radio și televiziune au ajuns față în față cu niște consumatori din ce în ce mai nesățui și mai greu de satisfăcut. Jurnalele de știri, fie ele și împănate cu pseudo-știri, nu mai ajung. După un model brevetat în Japonia și importat până și la Ploiești, prezentatoarele unor jurnale de noapte au început să se și dezbrace pe măsură ce vorbesc despre cele mai importante întâmplări ale zilei. Știri și streaptease! Vă las pe dumneavoastră, din acest moment, să vă imaginați cum ar putea arăta un jurnal de la miezul nopții în anii care vor veni. Până atunci însă desfid armata de ipocriți care laudă presa liberă din societatea în care trăim.

Nu sunt eu primul care a observat derapajele amintite mai sus. Ba, aș zice că sunt chiar printre ultimii. Conștienți de situația aproape fără ieșire în care au ajuns, gazetarii preocupați de interesul publicului și de respectarea deontologiei jurnalistice au căutat în ultimii ani porțițe de scăpare din labirintul tabloidizării. Formula salvatoare s-a numit, pentru o perioadă de timp, *jurnalistica de nișă*: publicații sau canale audio-video destinate exclusiv transmiterii unui anumit tip de informații. Așa au apărut posturile de televiziune specializate în transmitere de știri, muzică sau filme. Fenomenul, la o scară similară, s-a petrecut și pe piața ziarelor, revistelor sau radiourilor. Pentru că tema de azi e legată în special de informația utilă, necesară, interesantă, educativă, dar totodată perdantă în bătălia cu pseudo-știrea alienantă și narcotizantă, n-am să mă refer la canalele de nișă, în special televizate, specializate pe difuzarea unor programe de divertisment. Am să fac însă o subliniere în legătură cu posturile Tv de tip CNN, BBC, News sau autohtonele Realitatea Tv ori Antena 3, care recuperează și difuzează în momentul de față o bună parte din informația dată la o parte de posturile generaliste cu programe informative excesiv tabloidizate. La prima vedere, apariția unor astfel de televiziuni este salvatoare: în sfârșit, un loc în care poți afla în

mod rezonabil ce se întâmplă cu adevărat pe lume! Oare? Priviți cu atenție aceste programe și, mai ales, dezbaterile lor televizate de tip talk-show. Credeți că ele scapă de sub amenințarea procentelor de tip share sau a punctelor de audiență numite rating? Iluzii! Televiziunile de nișă sunt la rândul lor jucătoare pe o piață concurențială, în care bătălia pentru a atrage atenția cât mai multor consumatori este adesea necruțătoare.

Dar cred că, pentru viitorul apropiat, există o lumină. Ea vine dinspre presa electronică. Internetul, cu toate imperfecțiunile sale generate, iată, de o prea mare libertate de exprimare, este mediul care ar putea transforma decisiv mass-media anilor ce vin. Pentru cei care se gândesc că simpla trecere a ziarelor de pe hârtie pe site sau a semnalului televizat din tubul catodic pe ecranul cu cristale lichide va rezolva problema, am o veste proastă: nu va fi așa! Șansa la care mă refer este legată de eliminarea unui handicap major al presei „tradiționale“ și anume inexistența unui feedback rapid al publicului față de produsele jurnalistice, la care se adaugă de foarte mulți ani frustrarea consumatorului de media, apărută din cauza faptului că nu poate interacționa în timp real cu jurnaliștii sau cu cei ce fac subiectul atenției mass-media. Pe măsură ce stațiile TV se vor transforma decisiv, dând posibilitatea publicului să participe activ, prin programe de tip video-chat, la realizarea actului jurnalistic, există șansa unei resurecții a conceptului de „presă liberă“. Participarea publicului la realizarea actului jurnalistic, democratizarea mijloacelor de comunicare în masă – care vor trebui să permită interacțiunea directă a consumatorului de produse media cu subiectele interesului public – vor schimba decisiv cursul istoriei în acest domeniu. Apariția și succesul bloogurilor, accesările din ce în ce mai numeroase ale rubricilor prin care cititorii variantelor on-line ale ziarelor își pot exprima opinia, dar și bugetele din ce în ce mai mari pe care sunt dispuse companiile să le aloce pentru publicitatea pe aceste site-uri ne arată că majoritatea tăcută și narcotizată a consumatorilor de media a ajuns într-un punct critic în care-și dorește dezintoxicarea prin ieșirea din pasivitate. Nu cred că mai e cale de întoarcere, direcția e stabilită, dar e greu de spus acum unde va duce această revoluție a receptorilor.

Șcepticii ar putea vorbi despre dispariția, în viitor, a jurnaliștilor. Sau de menținerea lor în poziția absolut ingrătă de mediatori tehnici ai dialogului dintre publicul care întreabă și autoritățile care sunt obligate să răspundă: Optimiștii ar putea reevalua rolul ziaristilor, gândindu-se că, într-o lume cu un acces din ce în ce mai facil la informație, datorită Internetului și mijloacelor de comunicare electronice, cineva va trebui să-și asume misiunea de a face ordine din haos. Și acel cineva ar putea fi ziaristul. Dar de aici începe o cu totul altă discuție...

Câteva zeci de personaje, cel mult o sută, alcătuiesc minoritatea vocală a celor care se exprimă astăzi pe micul ecran din postura de personaje publice. Au sau n-au ceva interesant de spus, ei sunt preferații emisiunilor de televiziune, pentru că aduc publicul în fața micului ecran. Sau, altfel spus, fac *rating*. Nu e de mirare, în asemenea condiții, că unii dintre jurnaliștii posturilor de nișă ajung să se

întâlnească într-o lună cu invitații la talk-showuri mai des decât cu proprii părinți! Și atunci, cum rămâne cu presa liberă? Unde este libertatea jurnalistului de a prezenta puncte de vedere diverse ale cât mai multor actori de pe scena publică? Din comoditate sau din dorința de a nu pierde bătălia cu ratingul, jurnalismul modern preferă să meargă la sigur, evitând experimentele care se pot termina prost. Varianta aleasă este cea definită de un coleg de breaslă, pe care nu l-am bănuț niciodată de prea multă inteligență: „Tabloidizăm sau murim!”. Să fie iertat!

Și totuși, ce ne salvează? Sau, mai bine zis, există vreo șansă de salvare? Îndrăznesc să sugerez două posibile direcții. Una dintre ele experimentată cu relativ succes în democrațiile avansate. Dacă ajungem la un acord, fie și numai temporar, în ceea ce privește dificultatea de a vorbi despre o presă liberă în condițiile lumii de azi, putem deschide o paranteză despre jurnalist, ca om liber. Nimeni, dar absolut nimeni nu-l poate obliga pe cel care-și asumă exercitarea unei astfel de profesii să încalce deontologia jurnalistică. Altfel spus, să rămână captiv într-o instituție de presă în care interesele politice, economice sau de putere sunt în contradicție cu crezurile și aspirațiile sale. Are oricând șansa de a rămâne de partea publicului care nu vrea să devină dependent de pseudo-știri, cu riscul de a nu beneficia foarte rapid de avantajele celebrității și, prin ricoșeu, de o bunăstare materială în acord cu celebritatea. Își poate asuma demisia de onoare, poate invoca ceea ce în unele redacții se numește *clauză de conștiință* sau, pur și simplu, are la dispoziție varianta unei poziții de free-lancer (ziarist care lucrează pe cont propriu și care-și vinde produsul jurnalistic celor interesați de rezultatul muncii sale). Experiența demonstrează însă că și ziaristii sunt oameni și că orice om are în cele din urmă un preț. Prin urmare, istoria consemnează doar timide încercări de răstignire pe altarul libertății de exprimare ale unor confrăți. N-am să insist, așadar, în această direcție.

La orice înmormântare, chiar și la cea a unui mit, despre răposat se vorbește numai de bine. Nimeni nu poate nega că azi presa, bună, rea, liberă sau mai puțin liberă ne-a adus mai multă cunoaștere și mai multe beneficii decât am fi avut în absența ei. Dar a trăi azi cu impresia că lumea reală și mai ales sinceră este cea livrată de ecranul televizorului sau de comentariile din ziare ne aruncă într-o stare jalnică, vecină cu prostia. Diseară, înainte de a apăsa butonul telecomenzii, aduceți-vă aminte ce-a spus Noel Coward: „La televizor trebuie să apari, nu să te uiți!”

În cel de al LI-lea an (2006) *STUDIA UNIVERSITATIS BABEȘ-BOLYAI* apare în următoarele serii:

matematică (trimestrial)	dramatica (semestrial)
informatică (semestrial)	business (semestrial)
fizică (trimestrial)	psihologie-pedagogie (anual)
chimie (semestrial)	științe economice (semestrial)
geologie (trimestrial)	științe juridice (trimestrial)
geografie (semestrial)	istorie (trei apariții pe an)
biologie (semestrial)	filologie (trimestrial)
filosofie (semestrial)	teologie ortodoxă (semestrial)
sociologie (semestrial)	teologie catolică (trei apariții pe an)
politică (anual)	teologie greco-catolică - Oradea (semestrial)
efemeride (semestrial)	teologie catolică - Latina (anual)
studii europene (trei apariții pe an)	teologie reformată (semestrial)
	educație fizică (semestrial)

In the LI-th year of its publication (2006) *STUDIA UNIVERSITATIS BABEȘ-BOLYAI* is issued in the following series:

mathematics (quarterly)	dramatica (semestrial)
computer science (semesterily)	psychology - pedagogy (yearly)
physics (quarterly)	economic sciences (semesterily)
chemistry (semesterily)	juridical sciences (quarterly)
geology (quarterly)	history (three issues / year)
geography (semesterily)	philology (quarterly)
biology (semesterily)	orthodox theology (semesterily)
philosophy (semesterily)	catholic theology (three issues / year)
sociology (semesterily)	greek-catholic theology - Varadiensis (semesterily)
politics (yearly)	catholic theology - Latina (yearly)
ephemerides (semesterily)	reformed theology (semesterily)
European studies (three issues / year)	physical training (semesterily)
business (semesterily)	

Dans sa LI-ème année (2006) *STUDIA UNIVERSITATIS BABEȘ-BOLYAI* paraît dans les séries suivantes:

mathématiques (trimestriellement)	dramatica (semestrial)
informatiques (semestriellement)	affaires (semestriellement)
physique (trimestriellement)	psychologie - pédagogie (annuellement)
chimie (semestriellement)	études économiques (semestriellement)
géologie (trimestriellement)	études juridiques (trimestriellement)
géographie (semestriellement)	histoire (trois apparitions / année)
biologie (semestriellement)	philologie (trimestriellement)
philosophie (semestriellement)	théologie orthodoxe (semestriellement)
sociologie (semestriellement)	théologie catholique (trois apparitions / année)
politique (annuellement)	théologie greco-catholique - Varadiensis (semestriellement)
éphémérides (semestriellement)	théologie catholique - Latina (annuellement)
études européennes (trois apparitions / année)	théologie réformée - (semestriellement)
	éducation physique (semestriellement)