



STUDIA UNIVERSITATIS
BABEŞ-BOLYAI



EPHEMERIDES

2/2010

S T U D I A

UNIVERSITATIS BABEȘ-BOLYAI

EPHEMERIDES

2

Desktop Editing Office: 51ST B.P. Hasdeu, Cluj-Napoca, Romania, Phone + 40 264-40.53.52

CUPRINS - CONTENT - SOMMAIRE - INHALT

LIGIA STELA FLOREA, ANDRA TEODORA CATARIG, Préliminaires à une étude des genres de la presse écrite. À la recherche de critères pour une typologie opérationnelle ♦ <i>Preliminaries to a Study of the Genera of the Print Media. Towards some Criteria for an Operational Typology</i>	5
TIMEA TOCALACHIS, Algunas estrategias argumentativas en el discurso publicitario ♦ <i>Some Argumentative Strategies in Advertising Discourse</i>	19
RALUCA OCTAVIA ZGLOBIU, Representation and Transformation in Romanian Political Discourse.....	27
IOANA FLOREA, Sports Press in the Current Context of Sports Media Explosion. Towards an Interdisciplinary Approach of Sports Journalism	33
RAREȘ BEURAN, Media and Ethnic Diversity in Europe.....	49
CONSTANTINA RAVECA BULEU, Între documentare și opinie. Scriitori străini în presa secolului al XIX-lea ♦ <i>Between Documentaries and Opinion. Foreign Writers in the XIXth Century Press</i>	57
ADRIAN DINU RACHIERU, Documentarea în jurnalism. Cazul Roșia Montană ♦ <i>Documentation in Journalism. Rosia Montana Case</i>	67
GABRIELA RUSU-PĂȘĂRIN, Documentarea în producerea și elaborarea emisiunilor radiofonice – de la documentarea emisiunilor radiofonice la emisiunile radiofonice document ♦ <i>Documenting in the Production and Development of Radio Broadcasts - from Documenting the Radio Broadcast to the Radio Broadcast Document</i>	77

GEORGE STANCA, Surse de documentare la Pamfil Șeicaru. Studiu de caz : eseu "Relațiile româno-ruse" ♦ <i>Documentary Sources from Pamfil Șeicaru. Case Study: the Essay "Romanian-Russian Relations"</i>	91
MARIANA CERNICOVA-BUCĂ, Intervievarea ca metodă de documentare jurnalistică ♦ <i>Interviewing as a Method of Documentary Journalism</i>	95
MIHAI LISEI, Reportajul românesc interbelic. Teme și dezbateri (I) ♦ <i>Rumänische Zwischenkriegszeit Reportage. Themen und Debatten (I)</i>	105
DAN AL. BĂDILĂ, Segmentarea publicului spectator al Operei Naționale Române Cluj-Napoca – o etapă în evaluarea imaginii instituției ♦ <i>Segmentation of the Audience of the Cluj-Napoca Romanian National Opera - a Step in the Image Evaluation of the Institution</i>	109

RECENZII – BOOK REVIEWS – COMPTES RENDUS

Al IX-lea Simpozion Național de Jurnalism, cu participare internațională, <i>Documentarea în jurnalism</i>, Cluj-Napoca, 22-23 octombrie 2010 (Ilie RAD)	125
1. Lavinia Betea, <i>Am făcut Jilava în pantofi de vară</i> . Convorbiri cu Ioana Berindei, Editura Compania, București, 2006 (Andrei PĂUNESCU)	126
2. Lavinia Betea (coordonator), <i>21 august 1968. Apoteoza lui Ceaușescu</i> , Editura Polirom, Iași, 2009 (Mihai LISEI)	129
3. Răduț Bîlbăie (coordonator), <i>70 de ani de radiofonie militară (1940-2010): studii și documente privind emisiunile militare difuzate de Societatea Română de Radiodifuziune</i> , Editura Tritonic, București, 2010 (Lucian CIUPEI)	131
4. Ștefan Borbély, <i>Pomind de la Nietzsche...</i> , Editura Limes, Cluj-Napoca, 2010 (Constantina Raveca BULEU)	134
5. Constantina Raveca Buleu, <i>Dostoievski și Nietzsche. Congruențe și incongruențe</i> , Editura Limes, Cluj-Napoca, 2004 (Oana POPIȚIU)	136
6. Constantina Raveca Buleu, <i>Patru eseuri despre putere. Napoleon, Dostoievski, Nietzsche, Foucault</i> , Editura Limes, Cluj-Napoca, 2007 (Mihai LISEI)	138
7. Mariana Cernicova, <i>Regiunea de dezvoltare V Vest: politică și administrație</i> , Editura InterGraf, Reșița, 2003 (Lucian IONICĂ)	140
8. Ion Dur, <i>Noica: vămile gazetăriei</i> , Editura Institutul European, Iași, 2009 (Mihail GUZUN)	141
9. Silvia Grossu, <i>Retorica</i> . Note de curs, ediția a II-a, Centrul Editorial-Poligrafic, Universitatea de Stat din Moldova, Chișinău, 2009 (Mihail GUZUN)	142
10. Biblioteca Municipală B.P. Hasdeu, <i>Mitropolitul Gurie. Misiunea de credință și cultură, Culegere de articole și studii despre Mitropolitul Gurie (Grosu) al Basarabiei (1877 – 1943), îngrijită și coordonată de Silvia Grossu, Chișinău, Editura Epigraf, 2007 (Mariana CERNICOVA)</i>	144
11. Lucian Ionică, <i>Dicționar explicativ de televiziune englez-român</i> , Editura Tritonic, București, 2005 (Constantina Raveca BULEU).....	145
12. Lucian Ionică, <i>Introducere în industria și producția de televiziune</i> , Editura Universității de Vest, Timișoara, 2009 (Silvia GROSSU).....	147

13. Andrei Păunescu, <i>Lumea rabatabilă</i> , văzută de un ziarist român, pe cinci continente, la finalul mileniului doi, Fundația Constantin, București, 2001 (Raluca-Simona DEAC)	148
14. Andrei Păunescu, <i>Scriitori și politica în România secolului XX</i> , Fundația Constantin, Editura Semne, București, 2008 (Viorel NISTOR)	149
15. Mircea Popa, <i>Continuități</i> , Editura Dacia, Cluj-Napoca, 2010 (Sanda-Valeria MORARU)	151
16. Mircea Popa, <i>De la Est spre Vest. Privelști literare europene</i> , Editura Eikon, Cluj-Napoca, 2010 (Gabriela RUSU-PĂSĂRIN)	152
17. Adrian Dinu Rachieru, <i>Eminescu după Eminescu (Texte și contexte)</i> , Editura Augusta, Timișoara, 2009 (Oana POPIȚIU)	155
18. Adrian Dinu Rachieru, <i>Poeți din Basarabia. Un veac de poezie românească</i> , Editura Academiei Române și Editura Știința, București – Chișinău, 2010 (Mariana CERNICOVA)	158
19. Ilie Rad (coordonator), <i>Limba de lemn în presă</i> , Editura Tritonic, București, 2009 (Stelian DUMISTRĂCEL)	159
20. Ilie Rad (coordonator), <i>Jurnalism românesc în exil și diasporă</i> , Editura Tritonic, București, 2009 (Raluca-Simona DEAC)	162
21. Gabriela Rusu-Păsărin (coordonator), <i>Presa locală și regională în context european. Studii și cercetări de istorie a presei</i> , Editura „Independența Economică”, Pitești, 2010 (Mariana CERNICOVA)	164
22. Gabriela Rusu-Păsărin, <i>Interviul. Recurs la memoria culturală</i> , Editura Tritonic, București, 2010 (Mircea POPA)	165
23. Adriana Săftoiu, <i>Jurnal de campanie</i> , Editura Trei, București, 2009 (Mircea POPA)	168
24. Pamfil Șeicaru, <i>Istoria presei</i> . Ediție îngrijită și prefațată de George Stanca, Editura Paralela 45, Pitești, 2007 (Alina NECHITA)	171
25. George Stanca, <i>Angel Radios / Beaming Angel</i> , Editura Paralela 45, București, 2008 (Theodor DAMIAN)	175
26. Laurențiu Șoitu, <i>Sunt fiul</i> . Prefață de Constantin Dram, Editura Universitas XXI, Iași, 2010 (Silvia GROSSU)	176
27. Laurențiu Șoitu, <i>Mai aproape de cuvinte</i> . Prefață de Constantin Ciopraga, Editura Ars Longa, Iași, 2007 (Oana POPIȚIU)	179
28. Dona Tudor, <i>Manipularea opiniei publice în conflictele armate</i> , Editura Dacia, Cluj-Napoca, 2001 (Mircea POPA)	181
29. Dan Culcer, <i>Serii și grupuri</i> , Editura Cartea Românească, București, 1981 (Lucian CIUPEI)	183
PUBLICAȚII CULTURALE, <i>Revista română de istorie a presei (Ilie RAD)</i>	186

PRÉLIMINAIRES À UNE ÉTUDE DES GENRES DE LA PRESSE ÉCRITE

À la recherche de critères pour une typologie opérationnelle

LIGIA STELA FLOREA, ANDRA TEODORA CATARIG*

ABSTRACT. *Preliminaries to a Study of the Genera of the Print Media. Towards some Criteria for an Operational Typology.* This paper presents the theoretical background and working hypotheses that constitute the starting point of a study on the genera of French and Romanian general-interest press. Based on research conducted by the French School of Discourse Analysis and on communicative and linguistic analysis of journalistic text, we start by approaching the difficulty of defining the print media genus and of setting up a unitary typology. We subsequently put forward the idea of complementarity between the pragmatic–discursive perspective and the textual and enunciative one, in choosing pertinent criteria for the study of print media. In the end, we suggest a draft of operational typology useful for the analysis of generic construction of media events. We also present some examples of cross-cultural variations and introduce the definitional criteria of media genus.

Keywords: media discourse, print media, communication journalism, journalistic genus, definitional criteria, typology, cross-cultural variations

Mots-clés : discours médiatique, presse écrite, journalisme de communication, genre journalistique, critères de définition, typologie, variations interculturelles

0. Introduction

Nous nous proposons de présenter dans cet article le stade actuel d'une recherche sur les genres de la presse écrite d'information générale, projet financé par le CNCSIS (Conseil national de la recherche scientifique universitaire de Roumanie). Le titre exact du projet, qui s'étend sur trois ans, est « Le genre journalistique comme pratique discursive et culturelle. Typologie et dynamique des genres de la presse écrite d'information roumaine et française »¹.

* *Centre de Linguistique romane et Analyse du discours*

¹ Sur la page web du projet www.genuljournalistic.hum.ro, nous avons réuni une somme de données concernant : la bibliographie dans le domaine, les problèmes liés à la définition du concept de genre journalistique comme genre médiatique, les critères linguistiques et pragmatiques de classement des genres journalistiques, les correspondances entre les manuels roumains et français, la constitution et l'analyse du corpus de presse écrite roumaine et française.

0.1. Voici tout d'abord en quelques mots **les objectifs et les retombées du projet**. À partir d'une synthèse des plus importants travaux dans ce domaine et de l'analyse d'un corpus de quotidiens nationaux roumains (*România liberă, Ziua, Cotidianul*) et français (*Le Monde, Le Figaro, Libération*), on se propose d'aborder dans un premier temps les problèmes de la théorie des genres. Quels sont les critères pertinents pour définir et classer les genres journalistiques et avant tout comment définir le concept de genre dans le cadre du discours de presse comme discours médiatique ? Quels sont les genres spécifiques à la presse généraliste ? Quel rapport y a-t-il entre genre et condition de finalité du discours de presse, entre genre et degré d'implication du journaliste, entre genres et stratégies discursives, entre genres et séquences textuelles ?

La comparaison entre les quotidiens roumains et français vise à établir dans un deuxième temps la place et le rôle qui reviennent à chaque genre dans les pages/rubriques de ces journaux. On essaiera de déterminer l'effet produit par l'absence ou la fréquence d'un genre dans un certain quotidien, les convergences et les divergences dans la réalisation de certains genres (éditorial, enquête, reportage, chronique, interview, etc.), les variations typologiques et stylistiques qui se manifestent d'un quotidien à l'autre ainsi que les variations d'ordre culturel qui se manifestent d'une presse nationale à l'autre.

L'analyse du corpus de presse va porter dans un troisième temps sur les phénomènes de date plus récente : il s'agit principalement de deux tendances majeures qui se font jour dans la manière de structurer l'information, à savoir : la contraction et l'expansion. La première tendance concerne les unités discursives à fonction d'appel, d'introduction et d'orientation ; la seconde concerne les ensembles rédactionnels, c'est-à-dire l'hyperstructure et le multitexte. Le projet se propose de fournir ainsi un cadre méthodologique général pour la description des genres de la presse écrite d'information et une analyse approfondie du profil de chaque quotidien dans l'espace interdiscursif et le contexte culturel propres à la presse roumaine et française.

0.2. La thématique proposée se situe au croisement de trois domaines de recherche qui connaissent actuellement un grand essor : analyse du discours (modèles théoriques, voies d'approche), analyse du discours médiatique (presse, radio, télévision) et analyse linguistique du texte de journal. Notre projet s'inscrit dans la lignée des travaux effectués, dans l'espace francophone notamment, dans trois grandes directions.

- L'approche pragmatique-énonciative de l'École française d'analyse du discours. Elle utilise les concepts et les méthodes de l'analyse linguistique mais considère les textes comme produits au sein de certaines institutions et formations discursives, dans un contexte social-historique déterminé ; l'identité d'une formation discursive se définit en relation avec d'autres formations discursives dans et par l'interdiscours. Si un organe de presse est une formation discursive appartenant à l'institution médiatique, les énonciateurs (journalistes, experts, politiciens) sont pris inévitablement

dans l'interdiscours médiatique général et, à une autre échelle, dans l'interdiscours de la presse écrite nationale et régionale. Au plan générique et textuel, leur discours est déterminé par les catégories et les pratiques discursives qui ont cours à une certaine époque dans la presse d'information².

- L'approche communicative et sémiolinguistique du discours de presse comme mode de structuration de l'espace public et de mise en scène de l'événement. Nous en avons adopté les concepts opérationnels : contrat de communication, contraintes situationnelles et discursives, projet de parole et stratégies discursives, découpage thématique de l'actualité, modes discursifs de traitement de l'information, dispositifs de mise en scène de l'événement. Cette direction est illustrée en premier lieu par les recherches menées au cadre du Centre d'analyse du discours de l'Université Paris XIII³.

- L'analyse linguistique du texte de presse, axée sur l'étude de certaines séquences textuelles (narration, description, argumentation) ou de certains genres de la presse écrite (fait divers, éditorial, billet, rapport de déclarations politiques, etc.) et dans une moindre mesure sur les questions liées à la théorie des genres journalistiques, à savoir : caractère fluctuant des typologies établies par les manuels et par les analystes du discours, configuration générique hétérogène des articles de presse, innovations des journaux en vue de diversifier les modalités de mise en scène de l'information. Les recherches se poursuivent au sein de plusieurs centres en France (ICAR – Lyon 2, PRAXILING – Montpellier 3, etc.) et en Suisse romande (Lausanne, Fribourg, Neuchâtel)⁴.

² L'un des centres les plus représentatifs est le CEDITEC adossé à l'Université de Paris XII. L'un des spécialistes consacrés du domaine est D. Maingueneau, auteur de plusieurs ouvrages fondamentaux : *Sémantique de la polémique* (1983), *Genèses du discours* (1984), *Nouvelles tendances en Analyse du Discours* (1987), *L'Analyse du discours. Introduction aux lectures de l'archive* (1991), *Analyser les textes de communication* (1998), *Dictionnaire d'analyse du discours* (2002), dont il a assuré la coordination avec P. Charaudeau.

³ L'un des ouvrages de référence du CAD est *La presse: produit, production, réception*, élaboré sous la direction de P. Charaudeau et publié en 1988. Les ouvrages de P. Charaudeau sont également une source capitale: *Langage et discours* (1983) chap. *Analyse des stratégies et contrats de parole de certains genres discursifs*; l'article *À propos des débats médiatiques: l'analyse de discours des situations d'interlocution* (paru dans la revue *Psychologie française*, 38/1993), *Le discours d'information médiatique. La construction du miroir social*, (1997), *Les médias et l'information. L'impossible transparence du discours* (2005), *Le discours politique* (2005).

⁴ On va mentionner ici les travaux parus dans *Pratiques* en 1986, dont *Le récit de faits divers: étude comparée de France-Soir et Libération*, signé par A. Petitjean, et les articles publiés dans le numéro 94 de 1997 sous le titre «Genres de la presse écrite». Ce numéro a été coordonné par J.-M. Adam, auteur des ouvrages *Les textes: types et prototypes* (1992), *Le texte narratif* (1994), *Linguistique textuelle. Des genres de discours aux textes* (1999), *La linguistique textuelle. Introduction à l'analyse textuelle des discours* (2005). Il convient de mentionner également les travaux parus dans *Réseaux*, no. 76 de 1996 (*Genres rédactionnels et appréhension de l'événement médiatique*, signé par G. Lochard, et *Grandir l'événement. L'art et la manière de l'éditorialiste*, signé par P. Riutort) et deux numéros de la revue *Semen*: 13/2001, intitulé «Genres de la presse écrite et analyse du discours» et 22/2006, qui a pour titre «Énonciation et responsabilité dans les médias».

En Roumanie, on ne dispose pas encore de travaux approfondis sur les genres journalistiques dans la perspective de l'analyse linguistique du discours. Les manuels et les dictionnaires de journalisme⁵ contiennent bien quelques chapitres consacrés aux « genres rédactionnels ». Mais cette notion réduit l'article de presse à un texte et ses conditions de réussite à l'observance de certaines normes liées aux techniques de rédaction : mise en page et en section, formulation du titre, structuration de l'information, moyens de capter les lecteurs, etc. Nous avons analysé les manuels roumains et français pour établir les correspondances typologiques et terminologiques entre la presse roumaine et française (voir *infra* 4).

1. L'étude des genres et les « paradigmes journalistiques »

Les auteurs de l'ouvrage *Nature et transformation du journalisme. Théorie et recherches empiriques*, publié au Québec en 2004, proposent, pour rendre compte de l'évolution du journalisme, une théorie des *paradigmes journalistiques*. Quoique l'ouvrage soit principalement centré sur l'histoire et l'évolution du journalisme en Amérique du Nord, il contient de nombreuses références à l'espace culturel européen et aux pratiques journalistiques européennes.

Les auteurs divisent l'histoire de la presse en quatre grandes périodes, dont chacune correspond à une « manière spécifique et singulière de concevoir et de pratiquer le journalisme », qu'ils appellent paradigme journalistique (Brin, Charron, Bonville 2004 : 2). On passe ainsi du *journalisme de transmission* du XVIIe siècle, qui servait de simple canal entre les sources et le public, au *journalisme d'opinion* du XIXe siècle, mis au service des luttes politiques et s'efforçant d'acquérir une identité discursive véritable.

Ce n'est qu'au début du XXe siècle que, grâce aux moyens d'autofinancement offerts par la publicité, les journalistes ont eu la possibilité de s'assurer une certaine autonomie, d'augmenter le tirage et d'élargir le réseau de distribution afin de pouvoir toucher un nombre plus grand de lecteurs. C'est la période du *journalisme d'information*, qui se donnait pour tâche de refléter l'actualité avec un maximum d'objectivité.

À partir des années 1970-1980 le journalisme entre dans une nouvelle phase de transformation et la pratique journalistique se rapproche de plus en plus du *journalisme de communication*. La diversification accentuée des moyens de communication de masse impose aux journaux d'adopter une position éditoriale claire, de s'orienter vers un public ciblé, afin de pouvoir acquérir et maintenir une position sur le marché. L'exigence d'objectivité de la période antérieure se voit contrecarrée de ce fait par une subjectivité affichée parfois avec ostentation mais de plus en plus appréciée par le public.

⁵ M. Coman (coord.), *Manual de jurnalism*, 2 volumes, Iași, 2001; S. Preda, *Tehnici de redactare în presa scrisă*, Iași, 2006; C. F. Popescu, *Manual de jurnalism. Redactarea textului jurnalistic. Genurile redacționale*, București, 2005; D. Comloșan și M. Borchin, *Dicționar de comunicare (lingvistică și literară)*, Timișoara, vol. I, 2002, vol. II, 2003, vol. III, 2005; A. Matei-Săvulescu, *Genurile presei*, Pitești, 2001).

Dans ces conditions, la presse écrite connaît certaines mutations au niveau des genres. On assiste à l'avènement d'un journalisme qui affirme et encourage la subjectivité de l'instance énonciatrice, ce qui a pour conséquence l'effacement des frontières nettes entre genres de l'information et genres du commentaire et l'oscillation permanente entre les deux pôles de la position discursive : objectivité-subjectivité.

« Les genres journalistiques qui font une large place au commentaire (chroniques d'opinion, d'humeur et thématiques, [...] etc.) sont en nette progression ; la nouvelle, genre par excellence du journalisme d'information, incorpore de plus en plus de jugements et de commentaires. Le métissage entre le discours de presse et les autres formes du discours médiatique est toléré, voire encouragé : la fiction se mêle à la réalité ; l'anecdote acquiert le statut d'événement ; l'information se fait divertissante et adopte volontiers le ton de l'humour ou encore celui, familial, de la conversation ; l'effusion et l'émotion tiennent lieu d'explication ; le ton et le style du discours promotionnel imprègnent le discours de presse » (Brin, Charron, Bonville 2004 : 4).

Mais l'apparition et le développement d'Internet semblent marquer une nouvelle étape. Ayant aussitôt interpellé les journalistes, Internet a suscité un sérieux questionnement sur l'interactivité et sur la place qui revient au public dans le modèle journalistique classique à caractère plutôt unilatéral (cf. Grevisse 2009).

Ces prises de conscience ont conduit à la naissance, à l'aube du XXI^e siècle, du *Public (Civic) Journalism*, un paradigme américain à l'origine, qui n'a pas tardé à trouver des adeptes en Europe. On assiste au phénomène de « réappropriation de l'information par les citoyens », avec des retombées importantes sur les pratiques journalistiques, sur la nécessité de redéfinir et de revaloriser la communication médiatique.

2. Critères de typologisation des genres journalistiques en AD

On va passer brièvement en revue les principales approches de la problématique des genres journalistiques en analyse du discours (AD), essayant d'identifier les critères de définition et de typologisation les plus pertinents : Adam (1997), Charaudeau (1997), Grosse et Seibold (1996), Lochar (1996), Ringoot et Rochard (2005).

Chaque auteur apporte de nouvelles variables à même d'assouplir et de nuancer les classements antérieurs. Adam (1997) ajoute au binôme traditionnel *information/opinion* la dimension énonciative et range les genres sur un axe situé entre les pôles *distance-information/implication-commentaire*. Charaudeau (1997) propose deux axes de typologisation : un axe horizontal qui prend pour critère le mode discursif de traitement de l'information (événement rapporté, commenté et provoqué) et un axe vertical qui prend en compte le statut social et énonciatif de l'instance d'énonciation (instance externe ou interne, instance +/-engagée).

Grosse et Seibold (1996) adoptent comme critère définitoire la fonction dominante des genres (*informer, juger/persuader, louer/vanter, conseiller*). Dans un premier temps, ils conçoivent un « modèle des transitions » reposant sur le principe du *continuum*, qui se retrouve dans les typologies élaborées par Adam et Charaudeau ; ce modèle répartit les genres en quatre groupes. Dans un second temps, ils construisent un « modèle arborescent » où les textes journalistiques se ramifient en six grandes catégories ou *classes textuelles* (en allemand *Textfunktion*), entre lesquelles il y a deux *champs transitoires*. Le second modèle inclut beaucoup plus de genres que le premier et intègre les nouvelles créations (l'appel, l'entrée informative et les hyperstructures).

Lochard (1996) opte pour une approche socio-discursive, alliant le critère de l'orientation pragmatique (les intentions de communication) à celui de la réalisation textuelle effective des genres dans la presse écrite (les modes d'organisation textuelle).

Ringoot et Rochard (2005) recourent à la notion d'*ethos* pour décrire trois images du journaliste (corporalisation, caractérisation ou dépersonnalisation). Celles-ci, corroborées par la notion de proximité éditoriale (physique, intellectuelle, fonctionnelle ou d'utilité), qui prend en compte l'interaction entre journaliste, sources et public, offrent une nouvelle possibilité de classer les genres journalistiques. La plupart des approches de type énonciatif incluent l'instance de réception parmi les critères de typologisation.

Nous considérons que, malgré certaines limites inhérentes, les modèles proposés par Charaudeau et Lochard - qui présentent par ailleurs quelques similitudes -, sont les plus aptes à permettre une catégorisation rigoureuse des genres journalistiques. Une des limites de ces modèles serait qu'ils ne peuvent pas rendre compte des genres hybrides et des nouvelles formes de structuration de l'information. Mais en combinant les modes discursifs archétypaux de Charaudeau avec les deux critères de Lochard (visée communicative et modes d'organisation textuelle) on obtient un bon point de départ pour l'élaboration d'une typologie opérationnelle qui essaiera d'intégrer par la suite les genres hybrides et les nouveaux modes de structuration de l'information.

La conception sur laquelle repose la typologie de Lochard (1996) est qu'entre information et commentaire il y a un *continuum* et qu'il est impossible de tracer une frontière nette entre objectivité et subjectivité, idées que partagent certains auteurs de manuels (Papuzzi 1993, Bège 2007) et des linguistes comme Adam (1997). Le modèle de Lochard allie l'orientation pragmatique ou la condition de finalité de l'acte de communication aux modes d'organisation textuelle (narratif, descriptif, argumentatif, énonciatif), selon une démarche analogue à celle qu'adopte Charaudeau en 1994 et 1997 pour définir le contrat de communication médiatique.

Du fait qu'il associe deux perspectives, socio-discursive et textuelle, et qu'il propose des critères permettant une description détaillée des genres, nous croyons que le modèle de Lochard apporte une contribution essentielle à l'analyse du discours journalistique. Il convient d'en rappeler ici les principaux éléments.

3. Le modèle de Guy Lochard (1996)

Partant de la double finalité du contrat de communication, Lochard considère que c'est la contradiction entre visée informative et visée séductrice qui détermine l'apparition de nouvelles formes de mise en scène de l'information (schémas, graphiques, illustrations) et la diversification de l'écriture de presse en plusieurs genres rédactionnels.

Pour répondre aux attentes d'un nouveau public (celui du XXI^e siècle), le journaliste ne se limite plus aux rôles de chroniqueur ou de polémiste. Il assume de nouveaux rôles : narrateur direct des faits (reportage) ou analyste (éditorial, analyse, commentaire), ce qui a déterminé la multiplication et la différenciation des genres rédactionnels et par voie de conséquence, la nécessité de les définir et de les classer.

Selon Lochard, la tâche de décrire systématiquement l'organisation discursive de ces *formes d'énonciation journalistique* revient à l'analyse linguistique du discours. L'auteur se déclare adepte de l'approche socio-discursive des genres journalistiques, qu'il appelle « prototypes textuels », « patrons d'écriture informative » ou « formats d'énonciation journalistique » et qu'il considère comme des catégories historiques, plutôt que comme des catégories théoriques.

Pour Lochard, le critère de base dans la classification des genres journalistiques doit être *l'orientation pragmatique* ou *l'intention de communication*. Le chercheur justifie son option en affirmant que la réalisation textuelle des genres journalistiques est très hétérogène ; contrairement à l'impression que donnent les manuels de journalisme, entre les catégories génériques il n'y a pas une *étanchéité* parfaite. Nous y retrouvons la condition de finalité de tout échange langagier, que Charaudeau inclut parmi les *données externes* (contraintes situationnelles) du contrat de communication médiatique.

On peut établir les équivalences suivantes entre les termes utilisés par Lochard et par Charaudeau :

- visée informative - « faire savoir »
- visée persuasive - « faire croire »
- visée séductrice - « faire sentir »
- visée factitive - « faire faire »

Le second critère auquel recourt Lochard pour décrire les genres est *le mode d'organisation du discours* ou *le mode textuel*, élément de la contrainte discursive de thématisation, qui représente chez Charaudeau l'une des *données internes* du contrat de communication médiatique. Pour chacun des genres qu'il distingue, Lochard indique le mode textuel dominant mais aussi d'autres modes d'organisation textuelle, ce qui permet de percevoir facilement les caractéristiques des genres. Par exemple, si les manuels stipulent que l'éditorial doit recourir à une stratégie argumentative,

le modèle de Lochard prévoit qu'il peut se réaliser aussi à l'aide d'autres procédés discursifs ou à l'aide d'une combinaison de procédés discursifs (narratifs, descriptifs, même démonstratifs). Dans le cas de la chronique, le mode textuel dominant est le mode énonciatif, mais le journaliste peut recourir aussi au mode argumentatif ou au mode narratif.

Étant le critère dominant de classification, les intentions de communication sont situées sur un axe vertical, entre la posture de « *Légitimité* » ou *Objectivité* de l'instance de production et celle de « *Subjectivité* » ou *Crédibilité*. De cette façon, les genres sont toujours conçus selon une logique de continuité, comme dans la typologie de J.-M. Adam, où ils sont placés entre le *pôle distance-information* et le *pôle implication-commentaire*.

4. Esquisse de typologie opérationnelle

À cette étape du projet on ne peut établir qu'une typologie opérationnelle des genres de la presse écrite. Les journalistes sont en permanence à la recherche de nouvelles formes textuelles, auxquelles on ne peut pas toujours attribuer le statut de genre journalistique. De plus, les frontières entre les genres sont assez perméables et d'un espace culturel et l'autre peuvent apparaître des variations significatives.

4.1. Pour les raisons qu'on vient de mentionner, nous avons décidé de combiner les critères utilisés par Lochard et par Charaudeau. Les genres seront donc classés et décrits selon deux séries de critères subsumés, d'une part, à la configuration pragmatico-discursive, et, d'autre part, à la configuration énonciative-textuelle:

- la configuration pragmatico-discursive :

- le mode discursif de traitement de l'information : événement rapporté, commenté, provoqué ;
- la fonction pragmatique (l'intention de communication) : informative, persuasive, séductrice, factitive ;

- la configuration textuelle et énonciative :

- l'organisation macro-structurale : les actes de langage sélectionnés par la fonction pragmatique et les stratégies discursives afférentes ;
- les modes d'organisation textuelle : narratif, expositif-descriptif, explicatif, argumentatif de type dialogal ou monologal ;
- le degré d'engagement de l'instance énonciative ;
- les modes d'organisation microstructurale : syntaxique et stylistique.

On n'essaiera pas de faire rentrer nos catégories dans un tableau, car certaines risquent de ne pas y trouver leur place. On va les lister sur deux colonnes (presse roumaine et française) afin de pouvoir établir ensuite le set de catégories qui seront prises en compte dans l'analyse de corpus. À l'intérieur de chaque mode discursif les genres sont placés sur un axe vertical dans un ordre qui indique un degré croissant d'engagement de l'instance médiatique.

A. Le mode discursif de l'événement rapporté

Fonction informative:

	dépêche
<i>comunicat</i>	communiqué
<i>știre dezvoltată</i>	nouvelle
<i>știre scurtă</i>	brève
	filet
<i>relatare</i>	compte rendu
<i>reportaj</i>	reportage
<i>anchetă</i>	enquête
<i>sinteză</i>	mouture
<i>revista presei</i>	revue de presse

Types dominants d'organisation textuelle : narratif et descriptif.

B. Le mode discursif de l'événement commenté

B.1. Fonction persuasive

<i>editorial</i>	éditorial
<i>comentariu</i>	commentaire
<i>analiză</i>	analyse
<i>critică</i>	critique
<i>portret</i>	portrait

Types dominants d'organisation textuelle : argumentatif et expositif.

B.2. Fonction séductrice

<i>cronică</i>	chronique
<i>tabletă</i>	billet d'humeur

Types dominants d'organisation textuelle : argumentatif et expositif.

C. Le mode discursif de l'événement provoqué

Fonction d'information

<i>interviu</i>	interview
	entretien

Types dominants d'organisation textuelle : narratif et expositif – forme dialogale.

4.2. Cette esquisse de typologie appelle quelques remarques.

En premier lieu, certaines catégories comportent plusieurs variétés. Par exemple, la nouvelle est subdivisée par les auteurs américains en *hard news*, *soft news*, *straight news*, *spot news* et *feature news*. *Cronica* et *recenzia* sont considérées par les auteurs roumains comme des espèces relevant de la critique appliquée au domaine artistique et culturel. L'interview présente, chez les auteurs de l'espace francophone, une série de variétés comme l'interview-enquête, l'interview-reportage, l'interview-rencontre, l'interview-documentaire, l'interview-sondage ; tout comme le commentaire, qui est subdivisé en commentaire explicatif, commentaire interprétatif, commentaire expressif.

Ces espèces hybrides tendent à effacer les limites entre les trois modes discursifs archétypaux et à amalgamer les fonctions pragmatiques. D'ailleurs, dans le cas de la chronique, du billet d'humeur et du pamphlet, la fonction de séduction coexiste naturellement avec la fonction persuasive ; ces deux fonctions peuvent s'associer également à la fonction d'information ; dans les *feature news*, la fonction informative se joint à la fonction séductrice, l'enquête peut avoir, outre la fonction informative, une fonction persuasive. Le poids des trois fonctions varie selon le degré d'engagement de l'instance médiatique.

Entre les genres de la presse roumaine et ceux de la presse française il n'y a pas toujours des correspondances biunivoques ; de plus, certains genres peuvent avoir la même dénomination, mais des fonctions et des tonalités différentes. C'est le cas de la chronique qui, dans le journalisme français connaît une forme proche du billet, ayant une fonction de séduction et adoptant un ton critique, souvent railleur, et qui, dans la presse roumaine, s'apparente par sa forme et sa fonction à la critique de théâtre, littéraire ou cinématographique. L'interview, considérée par les auteurs roumains de manuels comme un « genre noble », comporte des espèces complètement différentes de celles recensées par les manuels français, à savoir : interview d'information, d'interprétation, d'opinion et de commentaire, de « colorature », de promotion et interview-portrait (Coman, 1999).

Enfin, on ne doit pas confondre les genres et les pages/rubriques, comme ça arrive souvent. Ainsi, dans la presse française on rencontre la page *Débats*, qui inclut des articles d'opinion (mode discursif de l'événement commenté). En revanche, les débats radiophoniques ou télévisés sont des genres appartenant au mode discursif de l'événement provoqué.

5. Vers une définition du concept de genre journalistique

5.1. Nous définirons le genre à la suite de Charaudeau (1997) comme *forme textuelle-discursive de mise en scène de l'information* découlant des contraintes discursives du contrat de communication médiatique.

Le genre fait partie intégrante du processus de mise en discours qui suppose, selon Charaudeau plusieurs opérations intervenant à quatre paliers successifs :

- au premier palier, le choix et la construction du thème ;
- au deuxième palier, le choix d'un mode d'organisation discursive (descriptif, narratif, argumentatif, énonciatif) et, conjointement, d'un mode discursif de traitement de l'information (rapporter, commenter, provoquer) ;
- au troisième palier, le choix d'un dispositif particulier de mise en scène ;
- au quatrième palier, le choix d'un *type textuel* résultant de l'utilisation des modes de configuration discursive et du recours à un dispositif scénique particulier.

Ce sont les trois derniers paliers qui intéressent directement ce qu'on pourrait appeler la construction générique de l'événement (Florea 2007).

Aux modes discursifs de traitement de l'événement s'ajoutent nécessairement, selon Charaudeau (1997 : 167), les conditions de dispositif, qui spécifient le cadre matériel où s'inscrit la communication médiatique. Les trois composantes du dispositif (type de *matériau*, de *support* et de *technologie*) sont des contraintes situationnelles qui agissent sur les formes de mise en scène de l'événement. Ces formes spécifient des *types de textes* ou genres, qu'on doit bien distinguer des modes discursifs qui concourent à leur réalisation.

Si les modes discursifs sont « des procédés de configuration-réalisation discursive », *les genres sont le résultat de l'utilisation conjuguée de l'un ou plusieurs de ces procédés et d'un type de support matériel*. C'est là une distinction fondamentale aux yeux de Charaudeau, dont les manuels et les professionnels du journalisme font très peu de cas mais que l'analyse textuelle du discours peut cerner avec rigueur et conséquence⁶.

5.2. Dans l'esprit des thèses de Lochard (1996), Charaudeau (1997), Adam (1999) et Rastier (2001) nous proposons à titre d'hypothèse de travail les critères suivants pour définir le concept de genre journalistique⁷ :

- a) type et sous-type de discours associés au domaine socio-culturel où s'inscrit l'acte de communication ;
- b) finalité, fonction pragmatique (informer, instruire, convaincre, inciter, amuser, séduire, émouvoir, etc.) qui déterminent le mode d'organisation macrostructurelle du texte : mode discursif de traitement de l'information, associé à certains actes de parole et stratégies discursives ;

⁶ Voir à ce propos la thèse de A.-T. Catarig (2009), qui réalise une étude de la construction discursive et textuelle de l'événement dans la presse écrite d'information générale. L'étude s'appuie sur l'analyse, dans une perspective interdiscursive et interculturelle, d'un corpus de quotidiens français et italiens.

⁷ Nous reprenons ici les critères de définition du genre journalistique proposés par L.-S. Florea dans son article *Les genres de discours dans les cadres d'une poétique générale*, paru en janvier 2010.

- c) degré d'implication de l'instance médiatique, qui dérive du mode discursif de traitement de l'information et qui peut varier sur un axe situé entre les pôles : distance, effacement énonciatif / implication subjective, attitude engagée ;
- d) structure compositionnelle au sens d'Adam (1999 et 2005), à savoir la *structure globale* associée à un plan de texte conventionnel ou spécifique à un texte donné, où va s'inscrire la *structure séquentielle* formée par l'alternance ou l'inclusion des séquences narratives, descriptives, explicatives, argumentatives ou dialogales ;
- e) mode d'organisation microstructurelle associé à des caractéristiques d'ordre syntaxique et stylistique propres au langage de la presse, comme par exemple la nominalisation, le passif, les reformulations paraphrastiques, la segmentation, l'ellipse, l'imparfait narratif, le conditionnel médiatif (journalistique), etc.

En appliquant ce faisceau de critères à l'éditorial, on obtient le profil générique suivant⁸ :

- *type et sous-type de discours* : médiatique, presse écrite d'information générale ;
- *finalité* : exprimer un point de vue sur un événement de l'actualité socio-politique, le soutenir par des arguments pour convaincre ; *mode discursif* de l'événement commenté, discours d'opinion ; *actes de langage* dominants : affirmer, réfuter, dénoncer, critiquer ; *stratégies possibles* : contraste, démonstration, ironie ;
- haut degré *d'implication subjective*, le point de vue exprimé étant celui d'une instance interne et engageant la responsabilité de l'équipe rédactionnelle ;
- *structure globale* reposant sur une planification *ad hoc* qui inclut des séquences descriptives-expositives (présentation de l'événement et des positions qui ont déjà été exprimées) et des séquences argumentatives (expression d'un point de vue personnel en accord ou en désaccord avec les positions mentionnées) ;
- *particularités syntaxiques et stylistiques* : *patterns* syntaxiques récurrents, isotopies et reformulations paraphrastiques ; marques d'implication subjective, conditionnel médiatif et, dans la presse française, futur antérieur de bilan⁹ .

⁸ Pour une analyse des dimensions linguistiques de l'éditorial, plus exactement des « modalités énonciatives » qui spécifient ce genre comme pratique discursive, voir N-S. Lee, *Identité langagière du genre. Analyse du discours éditorial*, Paris, 2003.

⁹ Voir à ce propos L.-S. Florea (2009), qui effectue une analyse des rapports entre perspective et modalité et s'attache à cerner l'apport des tiroirs verbaux à la construction d'une représentation discursive en s'appuyant entre autres sur des exemples tirés de la presse écrite.

5.3. En guise de conclusion, quelques mots sur l'orientation ultérieure de notre recherche. Une des premières tâches consiste à appliquer ce faisceau de critères aux autres genres listés sous 4.1., tout en les validant par une analyse approfondie sur corpus.

Après avoir sélectionné un nombre égal d'éditions en vue d'obtenir un corpus représentatif d'articles pour chaque quotidien, on va procéder à une lecture analytique afin de déceler des spécificités concernant la structuration de l'information par sections thématiques, rubriques, genres et ensembles rédactionnels.

Une fois réunies les données partielles, on passera à l'analyse comparative des trois quotidiens dans l'espace interdiscursif de la presse roumaine et française respectivement, en essayant de saisir certaines convergences ou particularités concernant la structuration et la hiérarchisation de l'information, la palette des genres mobilisés et le mode spécifique de réalisation de certains genres.

On va s'intéresser également à des aspects liés à la dynamique des genres, notamment aux effets des tendances à la contraction ou à l'expansion, et on tâchera de cerner l'apport de la construction générique à l'émergence d'un profil, d'une « identité discursive » propres à chaque quotidien d'information.

Les données fournies par l'étude comparative des quotidiens à l'intérieur de l'espace français et roumain respectivement pourront servir à leur tour pour la comparaison des deux corpus nationaux dans une perspective interdiscursive et interculturelle.

BIBLIOGRAPHIE

- Adam, J.-M., 1997, « Unités rédactionnelles et genres discursifs : cadre général pour une approche de la presse écrite », *Pratiques*, 94, pp. 3-18.
- Adam, J.-M., 1999, *Linguistique textuelle. Des genres de discours aux textes*, Paris, Nathan.
- Adam, J.-M., 2005, *La linguistique textuelle. Introduction à l'analyse textuelle des discours*, Paris, A. Colin.
- Bège, J.-F., 2007, *Manuel de la rédaction. Les techniques journalistiques de base*, Paris, CFPJ.
- Catarig, A.T., 2009, *Genres, mise en thème et mise en discours dans la presse d'information générale. Analyse comparative des quotidiens « Le Monde », « Le Figaro », « Corriere della Sera » et « La Repubblica »*, Thèse en sciences du langage, Université « Babeş-Bolyai » de Cluj-Napoca.
- Catarig, A.T., 2010, « Le billet d'humeur, une approche interculturelle », *Studia Universitatis Babeş-Bolyai - Philologia*, LV, no.1, pp. 163-180.
- Charaudeau, P., 1994, « Le contrat de communication médiatique », *Le français dans le monde*, Numéro spécial, Médias : faits et effets, Paris.

- Charaudeau, P., 1997, *Le discours d'information médiatique. La construction du miroir social*, Paris, Nathan/INA.
- Charaudeau, P., 2005, *Les médias et l'information. L'impossible transparence du discours*, Bruxelles, De Boeck Université.
- Charron, J., Bonville, J., Brin, C. (coord.), 2004, *Nature et transformation du journalisme. Théorie et recherches empiriques*, Quebec.
- Coman, M. (coord.), 1999, *Manual de jurnalism*, (vol. II), Iași, Polirom.
- Florea, L.-S., 2007, « La construction thématique, générique et textuelle de l'événement. Un modèle d'analyse du discours journalistique », *Studia Universitatis Babeş-Bolyai - Ephemerides*, LII, no.2, pp. 3-28.
- Florea, L.-S., 2009, « Les emplois modaux comme effets de perspective temporelle », *Studia Universitatis Babeş-Bolyai - Philologia*, LIV, no. 4, pp. 47-64.
- Florea, L.-S., 2010, « Les genres de discours dans les cadres d'une poétique générale », *Studia Universitatis Babeş-Bolyai - Philologia*, LV, no.1, pp. 135-150.
- Grevisse, B., 2008, *Écritures journalistiques*, Bruxelles, De Boeck.Grosse, E.U., Seibold E., 1996, *Panorama de la presse parisienne : histoire et actualité, genres et langages*, Frankfurt am Main, P. Lang.
- Grosse, E.U., 2001, « Évolution et typologie des genres journalistiques », *Semen*, 13, pp. 15-36.
- Lee, N.-S., 2003, *Identité langagière du genre. Analyse du discours éditorial*, Paris, L'Harmattan.
- Lochard, G., 1996, « Genres rédactionnels et appréhension de l'événement médiatique. Le déclin des 'modes de configuration' ? », *Réseaux*, 76, CNET.
- Maingueneau, D., 1987, *Nouvelles tendances en analyse du discours*, Paris, Hachette.
- Maingueneau, D., 2005, *Analyser les textes de communication*, Paris, A. Colin.
- Papuzzi, A., 1996, *Manuale del giornalista. Tecnica e regole di un mestiere*, Roma, Donzelli Editore.
- Rastier, F., 2001, « Éléments de théorie des genres », *Texto*, sur <http://www.revue-texto.net/Inédits/Rastier>.
- Ringoot, R., Rochard, Y., 2005, « Proximité éditoriale : normes et usages des genres journalistiques », *Mots. Les langages du politique*, 77, Proximité, pp. 73-90.

ALGUNAS ESTRATEGIAS ARGUMENTATIVAS EN EL DISCURSO PUBLICITARIO

TIMEA TOCALACHIS*

SUMMARY. *Some Argumentative Strategies in Advertising Discourse.* Either we like it or not, the publicity is invading our lives. The aim of this article is to reveal the different types of discourse according to various criteria. We will also try to establish the difference between discourse type and discours genre. Finally, we will prove that the advertising discourse is an argumentative discourse and we will analyze some ressources that publicity uses in order to determine the public to buy a product or a service.

Keywords: discourse, advertising, argumentation, message, strategy.

Además de la dicotomía habitual que se basa en criterios que hacen referencia a un repertorio común (por ejemplo, novela histórica, de aventuras) y a un repertorio especializado (editorial, entrevista, en el campo del periodismo), la noción de tipo discursivo tiene en la literatura de especialidad varias acepciones:

a) homogéneo/ intermediario/ heterogéneo

La lingüística francesa ha propuesto una tipología de los discursos en función de los criterios que representan la base de cualquier discurso. De esta manera, las categorías de discurso que tienen como base un criterio único, a saber, los procesos cognitivos, se constituyen en las llamadas tipologías homogéneas. De esta categoría forman parte los tipos discursivos narrativos, descriptivos, argumentativos. Las tipologías intermediarias son el resultado de la asociación entre criterios múltiples, pero que se estructuran alrededor de un núcleo de clasificación, como, por ejemplo, la intención de comunicación o las condiciones de producción del discurso. Las tipologías heterogéneas se definen a través de la combinación de varios criterios que se organizan alrededor de unos núcleos distintos de clasificación, como la temática, la intención comunicacional, el modo de enunciación. Por el intermedio de las tipologías heterogéneas se analizan los géneros discursivos, que representan mecanismos eunciativos determinados desde una perspectiva socio-histórica, como, por ejemplo, el noticiario televisado o la disertación literaria. El tipo de discurso mediático, por ejemplo, abarca varios géneros: la crónica, el editorial, el reportaje.

* Timea Tocalachis is Asssistant Lecturer at Babeș-Bolyai University, Faculty of Economical Sciences and Business Administration, Department of Modern Languages and Business Communication

b) tipologías funcionales o tipologías comunicacionales

Encontramos una categoría de discurso, un género discursivo en cualquier texto. El locutor dispone de una gama variada de denominaciones para designar los textos presentes en la sociedad (manual, diario, reclamo, novela etc.) Maingueneau propone una tipología comunicacional y una tipología de las situaciones de comunicación. La tipología comunicacional remite a discursos que comportan una finalidad comunicacional. A su turno, estos discursos se dividen en funciones del lenguaje y funciones sociales. La clasificación de las funciones del lenguaje realizada por Roman Jakobson es pertinente también en el caso del discurso: la función referencial, la función emotiva, connotativa, fática, metalingüística y poética. Los textos se organizan en relación con estas funciones, pero una función no describe sólo un discurso, del mismo modo que un solo discurso presenta simultáneamente varias funciones. Por ejemplo, la función poética del lenguaje aparece en obras líricas, pero también puede estar presente en las obras épicas. Los antropólogos y los sociólogos han sido los que han evidenciado las funciones sociales, identificando entre otras la función lúdica, la función de contacto, la función religiosa. Como en el caso de las funciones del lenguaje, la función de contacto, por ejemplo, se puede notar tanto en la conversación en un café, como también en una carta informal. En la tipología arriba mencionada se enmarca lo que llamamos “discurso político”, “discurso publicitario” o “discurso polémico”.

La tipología de las situaciones de comunicación representa, en la opinión de Maingueneau, lo que se ha venido a llamar “los géneros discursivos”. De esta categoría forman parte los programas de entrevistas, los editoriales, los informes. La diferencia entre la tipología comunicacional y la tipología de las situaciones de comunicación reside en el carácter permanente de los discursos de la primera categoría frente al carácter efímero de los discursos que forman parte de la tipología de las situaciones de comunicación. Las nociones de “género” y “tipo de discurso” no se pueden equiparar, en la visión de Maingueneau, puesto que los géneros implican varios tipos de discurso que corresponden a los sectores de actividad social. Así, el editorial es un género discursivo que forma parte del tipo de discurso de la prensa escrita, que es, a su turno, parte constituyente del tipo de discurso mediático.

c) tipologías situacionales

Existe una serie de otros criterios que permiten una clasificación de los géneros discursivos, a saber el dominio de actividad social en el que se desarrolla el discurso. Un ejemplo en este sentido lo representa el marco institucional (en una empresa nos encontramos en presencia de un género discursivo que abarca informes, reuniones de trabajo, cartas oficiales). El estatuto de los socios de trabajo sería, según Maingueneau, otro criterio de inventario del discurso: se trata del discurso entre empleado y superior, entre hombres y mujeres, entre niños y adultos

o sólo entre niños. El criterio ideológico contribuye también en marcar la distinción entre discursos: se habla de “discurso nacionalista” o de “discurso socialista”. Según Maingueneau, ninguna de estas tipologías corresponde realmente a unas tipologías discursivas. Para crear las verdaderas tipologías discursivas se deberían combinar las tipologías enunciativas que tienen su origen en los trabajos de Benveniste, que sin embargo carecen del componente social, con las tipologías comunicacionales que están desprovistos de la perspectiva lingüística de enfoque del texto.

Del conjunto de los tipos discursivos nos detendremos en los tipos homogéneos, o estructurales, como también se le han llamado, debido a su elemento estructural dominante, a saber el tipo narrativo, descriptivo y argumentativo.

a) El tipo narrativo es un tipo de discurso organizado de una manera secuencial, centrado en el desarrollo temporal, que presenta acciones y eventos vinculados por relaciones causales o finales, que actualizan un modelo global es decir, el esquema de acción. De esta categoría de textos forman parte el relato o el cuento.

b) El tipo descriptivo es un tipo de discurso organizado desde una perspectiva espacial, como un conjunto de atributos, especificaciones determinados por un modelo global de tipo “marco”. La topografía geográfica o el retrato literario representan géneros discursivos que pertenecen al tipo descriptivo.

c) El tipo argumentativo es un tipo de discurso cuyo propósito es la adhesión a ciertas ideas consideradas verdaderas, positivas. Las relaciones que se instituyen lo más frecuentemente en el marco de este tipo de discurso son las de motivación, valorización u oposición. La superficie textual comprende indicios de cohesión, coherencia y ordenamiento, como la repetición, la paráfrasis, partículas que desempeñan el papel de asegurar la conexión entre distintas unidades (trans)frásticas. En este caso, el modelo global es de tipo “plan” y se distingue del esquema por el hecho de que el locutor utiliza los términos para alcanzar cierto objetivo. Dado que se propone la adhesión del consumidor a cierta marca/cierto producto, podemos afirmar de la publicidad que es un discurso argumentativo, idea que desarrollaremos a continuación.

El líneas generales, se puede decir que el discurso argumentativo representa la totalidad de las estrategias de un locutor que se dirige a un auditorio con la finalidad de cambiar la opinión del mismo sobre una situación, un evento, o incluso con el propósito de modificar la conducta del interlocutor. A través de un proceso de argumentación, el locutor rechaza una tesis y propone otra, que desarrolla y defiende. En el circuito argumentativo, el orden *tesis rechazada - proceso de argumentación - tesis propuesta* puede ser cambiado, o uno de estos momentos puede ser implícito. Un ejemplo en este sentido es la publicidad para un detergente: “¿Estás harto de tu antiguo detergente? ¡Prueba el nuevo Lenor!”, en el que el proceso de argumentación como tal se sobrentiende.

La neoretórica sitúa la argumentación en el nivel del producto sobre todo (los esquemas argumentativos determinados por modelos lógicos, como la tautología: $A = A$, de tipo “Una mujer es una mujer”, la transitividad: $A = B, B = C, A = C$, por ejemplo “Los amigos de nuestros amigos son nuestros amigos”). En el nivel del contenido, estos esquemas se fundan en ciertos *sistemas de valores* (universales: el bien, la verdad, la justicia, y concretos: la iglesia católica, la patria), *jerarquías* (la superioridad de lo justo frente a lo útil, la superioridad del humano frente a la máquina) y *tópicos* (reglas generales que se refieren al comportamiento del público: el tópico de la cantidad, de la cualidad, del orden). En el nivel de la expresión, estos esquemas se reflejan en *modalidades dominantes* (el imperativo, el eslogan, la pregunta retórica), y en *figuras de carácter sintáctico* (la repetición, la anáfora) y *semántico* (la metáfora, la ironía, la metonimia). Desde nuestro punto de vista, consideramos que la argumentación se concibe no sólo en el nivel del producto, sino también en el nivel de la producción (el acto de la argumentación). Por consecuencia, podemos afirmar que el modelo triádico peirciano (signo, objeto, interpretación) es pertinente también en el caso de la argumentación: existe un *componente sintáctico* de los esquemas argumentativos, un *componente semántico* (esquemización construida por el locutor para el auditorio y basada en una gramática del texto de tipo cita, refrán, eslogan publicitario, incorporados en la argumentación), a los que se añade una *pragmática de la interacción comunicativa*, dado que el discurso representa conflicto (de conocimientos, interpretaciones) y diálogo (real o ficticio, *in praesentia* o *in absentia*).

El discurso argumentativo es un discurso orientado hacia el receptor, estructurado en oraciones o tesis que llegan a ser un racionamiento y traducen directa o indirectamente la posición del locutor (aserciones, críticas, alabanzas), para obtener la modificación del universo epistémico del interlocutor (creencias, deseos, concepciones); ésta es la causa por la cual se habla de *estrategia argumentativa* (entendida como acción verbal), con un objetivo y reglas bien determinadas. En el nivel argumentativo, el propósito de la estrategia es representado por la persuasión (presentación convincente de los elementos elegidos), y las reglas se refieren al estatuto epistemológico de las tesis (lo que se admite como normal, válido). Puesto que este tipo de discurso tiene como objetivo la adhesión del interlocutor al conjunto de valores que promueve, podemos decir que el discurso publicitario es un discurso argumentativo. Argumentar significa realizar un acto ilocutorio para determinar a un interlocutor (virtual en el caso de la publicidad) de realizar un acto perlocutorio, es decir de aceptar o de rechazar una tesis que se le presenta por dicho acto lingüístico. La validez de una argumentación no depende de la plausibilidad del racionamiento, del elemento de sinceridad, sino del éxito conseguido, es decir de la realización positiva del acto perlocutorio.

El producto valorizado por el discurso publicitario se percibe desde una perspectiva doble: como objeto y como signo (de cierto estándar de vida), a saber como praxis y como semiosis. Tal ejemplo es el automóvil, percibido como objeto y como posición social, o, en sentido más amplio, como pertenencia a una comunidad, como en el ejemplo de abajo:

Algo importante.

Golf siempre se adelanta a los tiempos. Ha llegado incluso antes de la unificación de Europa, sin esperar el año 1992: de hecho, en el continente entero hace ya mucho tiempo que se habla su lengua, la lengua de la cualidad. Es el coche que, por su encanto y fiabilidad, representa el mejor concentrado de gusto y técnica europea. En todo el mundo, quien tiene un Golf sabe muy bien que Golf es algo de valor, algo importante.

Golf: puedes confiar.

La publicidad presentada corresponde también al tópico de la cantidad, sometido a su turno al principio de superioridad de lo que se admite por la mayoría de la gente (“el continente entero”, “todo el mundo”), frente a lo que se aprueba por la minoría. Conforme a este principio, cuanto más personas adhieren a una norma, a un punto de vista, a un código, a un sentimiento, más fácil es de aceptar la validez de un argumento basado en este principio. Este modelo de la normalidad es un tipo de argumentación al que se acude con frecuencia en la publicidad. Asimismo, en este caso, se recurre también al prestigio del propio nombre de la marca para garantizar, de un modo tautológico, una competencia técnica: “Golf: puedes confiar”.

Otra estrategia argumentativa utilizada frecuentemente en la publicidad es el principio de la mistificación, por el que se da por demostrado lo que debe o se va a demostrar. Veamos el ejemplo siguiente:

PC 60: PARA TÍ QUE QUIERES LA TECNOLOGÍA ALEMÁN A SERVICIO DE TU COMPAÑÍA

Para tí, que has decidido tener en tu compañía todo lo mejor, sin compromisos, hemos realizado PC 60: una joya tecnológica, fiable y con rendimientos inigualados, gracias a los que Commodore se ha vuelto en el número 1 en Alemania para la venta de PC. Las compañías más importantes han elegido Commodore como proveedor principal. Tú también, para tu compañía, elige PC 60: porque es eficaz, seguro, y la relación precio/rendimientos sólo Commodore te la puede ofrecer.

En este anuncio publicitario para una marca de ordenador se hacen, claramente, una serie de afirmaciones relacionadas con el producto, afirmaciones que habrían de demostrarse; en cambio, la única prueba es el hecho de que el producto se halla, desde el punto de vista de las ventas, en primer lugar en el país que lo produce, sin que esto demuestre que su superioridad se debería a las características enumeradas.

Mientras que el lenguaje económico respeta estrictamente la norma de la univocidad semántica, el lenguaje publicitario admite a menudo derogaciones de esta norma. En el marco de este tipo de lenguaje, las formas lingüísticas están sobrecargadas de ambigüedades y polivalencias. El mensaje publicitario debe llegar simultáneamente a grupos grandes de destinatarios, por eso, el papel del auditorio es fundamental. El discurso publicitario, de tipo argumentativo, está menos constreñido por reglas en su estructura formal y juega mucho con la creatividad lingüística y con el potencial de las reglas combinatorias específicas a una lengua, como también con su sistema sintáctico. El mensaje publicitario, a diferencia de los otros textos

argumentativos, es una argumentación en la que el emiteente es, aparentemente, el único protagonista. El destinatario no tiene una réplica y, en general, no puede replicar; tiene sólo la tarea de valorar el mensaje y de decidir si realiza el acto perlocutorio y si desea entrar en posesión el objeto para el que se hace la publicidad.

En lo que concierne el eslogan publicitario, en el nivel semántico actúan las estructuras formales siguientes:

a) *la polisemia*

- simple: “Cuando eres pro, eres pro Mazda” (pro = abreviatura para profesional y pro = la preposición para);
- compleja, antenando en la rima varios elementos: “Quand j’entends le mot trafic, je sors mon automatic” (“Cuando oigo la palabra tráfico, saco mi automático”; la palabra “tráfico” remite tanto al tráfico de drogas, como también al de la circulación, mientras que “automático” hace referencia en francés al arma automática y a la palanca de cambios automática);

b) *el oxímoron*: “Acercamos incluso las destinaciones más lejanas” (una publicidad para la compañía aérea Austrian Airlines);

c) *la composición de palabras*: una tienda que vende comida para perros se llama Magichien (mágico + chien = perro en francés);

d) *la aliteración*: “En un mundo inseguro, ASIROM les asegura” (publicidad para una compañía rumana de seguros).

En el caso del mensaje publicitario impreso, el macroargumento aparece escrito en caracteres grandes, las subargumentaciones en caracteres más pequeños; la dimensión de las letras es directamente proporcional a la importancia y prioridad del mensaje o del componente argumentativo. El lector puede saltarse la parte argumentativa propiamente dicha, lo que también ocurre con bastante frecuencia, siendo el enunciado del macroargumento el elemento que debe llamar su atención. El lingüista italiano Vincenzo LoCascio llama la *macro-opinión* un acto ilocutorio que, en el texto impreso, queda a menudo implícito, no se realiza desde el punto de vista lingüístico, estando presente sólo en el nivel de la estructura de profundidad (Lo Cascio, 2002, p. 312). Así, la estructura tiene una composición de tipo:

[verbo performativo *quiere/ compra/ acepta/ sírvete de*] : [el nombre del producto X].

En nivel superficial, sólo X es una constante y, por lo tanto, es lexicalizada, mientras que el indicador de la fuerza del acto ilocutorio no se realiza, igual que, en muchos casos, el verbo performativo tampoco aparece lexicalizado. Así, encontramos con frecuencia reclamos de tipo:

Colgate: dientes blancos, dientes sanos

en vez de

(verbo performativo *Utiliza*) COLGATE (verbo performativo *porque te hará*)
dientes blancos (y por lo tanto) dientes sanos

o

Taiwán, l'Asie tout en émotion. (Taiwán, Asia llena de emoción)

donde se entiende:

(verbo performativo *Elige viajar a*) Taiwán (verbo performativo *porque así descubrirás*)
Asia llena de emoción.

Por consiguiente, de la estructura de superficie faltan los predicatos, que aparecen en la estructura de profundidad, pero que se interpretan como estando presentes. El motivo de la falta de lexicalización se debe buscar en la necesidad de producir un mensaje dinámico e impactante y de ofrecerle cierta ambigüedad entre afirmación, exhortación, orden. Lo que aparece siempre explícitamente es el producto (o la marca), los atributos del producto y lo que ofrece el producto, no necesariamente en este orden. Esta afirmación se puede esquematizar de esta manera: $M(P) \times c = R$, donde M = la marca, P = el producto, c = características, R = el resultado de la combinación de los primeros dos términos. Según hemos constatado más arriba, en muchos esloganes las características no están presentes, esta ausencia siendo un modo de expresar el hecho de que cierta marca no necesita especificaciones, la notoriedad de la misma siendo suficiente para que el destinatario pueda entender y tenga el anhelo de procurarse el producto de dicha marca.

El discurso publicitario articula dos tipos de procedimientos argumentativos:

a) *la unicidad*

Refiriéndonos al esquema mencionado, en algunos esloganes encontramos el patrón: “Sólo P(M) le permitirá adquirir R”. Esta unicidad se puede expresar explícitamente: “Sólo con nosotros tienes los precios más bajos”, o por el intermedio del atributo “el/la mejor”, como en el ejemplo “Seul le meilleur est digne de LIPTON” (“Sólo el mejor es digno de Lipton”).

b) *la presuposición*

En este caso, el eslogan se convierte en una respuesta del esquema: “No puede no desear para usted R”. Se trata de construir una imagen que el destinatario no puede rechazar o negar, un atributo del destinatario mismo, una característica negativa que el eslogan e, implícitamente, el producto, es capaz de remediar por la solución proporcionada. Así, en el eslogan “Avec ORTHO-RAPIDE, apprenez, vous aussi, à écrire sans fautes” (“Con ORTHO-RAPIDE aprended, vosotros también, a escribir sin errores”), lo que supone, *a priori*, el hecho de que vosotros “escribís con errores”.

Conclusiones

La publicidad emplea una variedad de recursos para realizar su función fática (la de producir la adhesión del destinatario para inducirle una acción muy precisa, es decir, la compra). En estas líneas hemos exemplificado sólo algunos de ellos, pero, en estudios ulteriores, nos encargaremos de analizar también otros recursos no menos importantes.

El discurso publicitario, como discurso argumentativo, está dirigido al destinatario. Para llamar la atención de éste, el discurso publicitario utiliza un universo subyacente lúdico de los juegos de palabras, de la ironía, de la rima, a través del cual se instauro una complicidad del placer.

Emblema de la sociedad de consumo, pero también de la cultura postmoderna profundamente intertextual, la “nueva publicidad” cesa de ser imagen de lo real (mimesis) para transformarse en imagen de sí misma (poiesis). El objetivo económico llega a ser acto socio-cultural, favorecido por la explotación lúdica y poética del eslogan y de la imagen. Fenómeno sincrético, la publicidad articula el elemento real y el elemento imaginativo, lo denotativo y lo connotativo, el universo de los objetos y el de los valores.

BIBLIOGRAFÍA

- Adam, Jean-Michel, Bonhomme, Marc, *L'argumentation publicitaire. Rhétorique de l'éloge et de la persuasion*, Armand Colin, Paris, 2005.
- Benveniste, Emile, *Problèmes de linguistique générale*, Gallimard, Paris, 1966.
- Charaudeau, Patrick, Maingueneau, Dominique (éds), *Dictionnaire d'analyse du discours*, Seuil, Paris, 2002.
- Lo Cascio, Vincenzo, *Gramatica argumentării. Strategii și structuri*. Traducción de Doina Condrea-Derer y Alina-Gabriela Sauciuc, Meteora Press, București, 2002.
- Lozano, Jorge, Peña-Marín, Cristina, Abril, Gonzalo, *Análisis del discurso. Hacia una semiótica de la interacción textual*, 8.ª Edición, Catedra, Madrid, 2007.
- Maingueneau, Dominique, *Analyser les textes de communication*, Nathan, Paris, 2000.
- Moeschler, Jacques, *Argumentation et conversation. Éléments pour une analyse pragmatique du discours*, Hatier Crédif, Paris, 1985.
- Perelman, Chaim, Olbrechts-Tyteca, Lucie, *La nouvelle rhétorique. Traité de l'argumentation*, PUF, Paris, 1958.
- Reboul, Anne, Moeschler, Jacques, *Pragmatica azi – O nouă știință a comunicării*. Traducción de Liana Pop, Echinox, Cluj-Napoca, 2001.
- Rovența-Frumușani, Daniela, *Argumentarea. Modele și strategii*, BIC ALL, București, 2000.

REPRESENTATION AND TRANSFORMATION IN ROMANIAN POLITICAL DISCOURSE

RALUCA OCTAVIA ZGLOBIU¹

ABSTRACT. The relativist nature of representation in language has been embraced by many analysts, among whom; the most predominant stance was taken by Fairclough (1989), who criticized political discourse regarding it as “a form of social practice with a malign social purpose”. Examples of such malign social practices have been regarded as “nukespeak”, built on analogy with Orwell’s “newspeak”, and their main assumption was that “if one could manipulate or limit what was possible in language then one could manipulate or limit what was possible in thought” (Wilson: 2001).

Key words: political discourse, representation, transformation, linguistic manipulation.

1.0. An Overview of Romanian Political Discourse

Zafiu (2007) considers that Romanian political discourse has not been studied enough yet from a typological or a comparative perspective. Still, the main characteristics of Romanian political discourse arise from the cultural specificity of language: a certain ratio between archaisms and neologisms, a core lexicon and a specialized terminology, or the Romanian literary language and the Romanian folk language. Of course, there are also the traces of the historical condition of communication: a limitation of language in the dictatorial regime but an upgrowth and diversification in the democratic period.

The Romanian political lexicon absorbs from other languages a large chunk of expressions, collocations and meanings: since the second half of the 19th century, the modern western sources seem to have left a strong fingerprint on Romanian political discourse, especially the Romance sources; right after the second world war, for a short period of time, the main source becomes the Russian language; after 1989 the English influence predominates.

The Rhetoric of political discourse is in its turn a transnational one: the specific traits of a certain culture impose the limitation or the extra use of emotional elements, or of emphatic means (usually according to the preferences

¹ Assistant Professor, Specialized Languages Department, Faculty of Letters, Babes-Bolyai University.

for an aggressive polemics or for underlining the constructive elements), or even conditioned by the different positions occupied by the politeness formulae or ceremonious ones.

Zafiu (2007) acknowledges that political discourse is an essentially historical category and its best characterization may come if applied on certain units of time. In this regard, she postulates the delimitations on the 18th, 19th and 20th centuries. The current form of Romanian political discourse, with all its specialized and certified elements, is a creation of the 19th century and came into being almost at the same time with the language of advertising. But a slight, germinal form of such a discourse may be detected even sooner, in the shapes of political language of the court, of diplomatic letters or solemn speeches. Unfortunately, it was just partially recorded in written forms: in chancellery documents and chronicles. For older epochs, it becomes almost impossible to separate Romanian political language from the judiciary and administrative languages (Munteanu: 2006).

At the beginning of the 18th century, the work entitled *Istoria ieroglifică* by Dimitrie Cantemir captures a „snapshot” of a so-called autonomous Romanian political language (for that time), in the sense that it proves the existence of political rhetorical practices, of moral political philosophical elements and of a minimal resource of political lexicon. The political, administrative and military language of the 18th century is marked by the existence of Turkisms and Grecisms, which makes the Romanian political language of the period a combination of new and old terms, borrowed words and Romance influences: “The current reading of a text from a transition epoch may stumble against, or, might be delighted by the involuntary expresivity of linguistical differences and contrasts: neologisms pop up next to Walachian pronunciations (eg. S-au arătat un fenomenu pă cer), and the Fanariot jargon (Grecisms and politico-administrative Turkisms) combines with westernized versions (represented by Italian words and – to a smaller extent - by Latin and French words)” (Zafiu; 2007:24).

Starting with the 19th century, Romanian political discourse enriched itself and rapidly modernized its structures under the Romance influence (Latin, French and Italian borrowed words). Zafiu (2007: 25) analyses the official speech of the Collective Congregation in 1832 and finds it quite blunt, formal, ceremonious and feathered with Slavicisms, neologisms and semantical or syntactical loan translation words:

“Prea cinstiți Dumneavoastră boieri simpatrioți,
Însărcinat fiind a prezidui această Adunare, alcătuită de iubiți boieri simpatrioți,
am cinste a-i face împărtășire de tălmăcirea predlojeniei cu No. 4.109, precum și
de alăturata instrucție povățuitoare de chipul alegerei a șasesprezece boieri spre
a fi mădulari a ghegeneralnicei Obicinuitei Adunări” (anul 1893, AP III, 94).

The above fragment becomes a proof of the fact that the administrative type of political text started to shape its own profile on the Romanian political stage; only 16 years later, it was followed by the revolutionary type of discourse:

„Fraților români,
Timpul mântuirii noastre a venit: popoul român se deșteaptă la glasul trâmbiței
îngerului mântuirii și își cunoaște dreptul său de suveran. Pace vouă, pentru că
vi se vestește libertate vouă!” (Islaz Proclamation, 1848).

Munteanu (2006) underlines the astounding contrast of rhetorical and stylistic elements between the two types of text: if the administrative type seems quite blunt and structured on formal and ceremonious formulae, the revolutionary type gains terrain in prophetic and rhetorical elements. The language of the revolutions of the 19th century combines the neologistic lexis of westernization with old, folk-related elements (emotional lexis) and, furthermore, with religious metaphors.

From 1848 to 1948, the Romanian political discourse passes through a period of lexical modernization and diversification, giving birth to a specialized type of lexis, most of the time international in character, but also to personal oratorical styles, such as: the rationalist style (Titu Maiorescu), the emotional and emphatic style (Nicolae Iorga), the pragmatic style (Armand Călinescu). At the same time, the right-wing extremist language – that of the Iron Guard – absorbs lots of archaic and conservative elements from the religious language.

The communist period – the second half of the 20th century – is marked by a new simplified and rigid type of political discourse. Zafiu (2007) describes it as being imposed by force even outside the political domain and considers it to be a systematic form of reality suppression. Known as the “wooden language”, this type of new political discourse seems to be totally submitted to the party and his supreme leader. The wooden language was first used by the Stalinist regimes and then overtaken by the authoritarian regimes from the communist coalition. According to Șerban (2006), it is characterized by a combination of internationalist ideological elements and nationalist ones, the simulation of reasoning, the presence of pathos (which suppresses judgment and stirs adhesion), an aggressive tone, the allegoric representation of the enemy, a moralistic character, the representation of the communist hero as the incarnation of the national voice and the uniformity of the heavy and impersonal style.

The democratic period is marked by the plurality of political discourses. The reality of democracy produces a complicated braid of propagandistic discourses, always struggling for the role of the vehicle of power. Șerban (2006) considers that the most common type of discourse in democracy is that of “corrupted form of discourse”, that is the populist, demagogical discourse. Romanian “corrupted form

of discourse” is characterized by excessive grandiloquence, primitive sentimentalism and the abundance of seducing promises. Overtaken initially from the American pattern of “political correctness political discourse” (which postulates the accomplishment of the human rights guarantees), it failed to mould itself on the democratic reality and could not apply the same pattern due to the relatively “young” type of Romanian democracy. The second type of Romanian political discourse often met nowadays – established as a normal consequence of the concept of democracy - is that of the elective discourse. The elective discourse marks a festive social event and is shaped by the different political actors who compete for rebuilding a social and political order (aiming for a leadership position).

1.1. Representation and Transformation in Political Discourse

Modern times brought Orwell’s writings to highlight the political potential of language: “political speech and writing are largely the defense of the indefensible” (1965: 225). His book *Nineteen Eighty-Four* gives specific examples of different types of inverted logic which still remain applicable in today’s field of political discourse analysis. His examples include the use of “pacification” to refer to the bombing of defenseless villages, or the use of “rectification of frontiers” to refer to the relocation or, simply, the removal of thousands of peasants from their home (Wilson: 2001). Orwell’s main concern was with a general decline in the use of English language and from his perspective politicians had a central role in this decline: “They have a general reputation for the construction of what the Americans call fog or the British political gobbledygook. For example, the American navy has described high waves as climatic disturbances at the air-sea interface, while in the 1970s, President Nixon’s press secretary coined the phrase biosphere overload for overpopulation (also called demographic strain by some government officials)” (ibid.). However, it is not only manipulation that Orwell takes into consideration, but the goal of such manipulation: “Politicians seem to want to hide the negative within particular formulations such that the population may not see the truth or the horror before them” (ibid.).

Orwell’s concerns were taken over by different political scientists, such as Edelmann (1971, 1977, 1988) or - more politically oriented - Pecheux (1982, 1978), both trying to emphasize that “ideology is not just an abstract system of thought but becomes actualized in a variety of material forms, set about studying discourse as one type of material form” (Wilson: 2001). Put simply, the meaning of words would become transformed according to who used them or in relation to particular “discourse formations” (Foucault: 1972). In this case, the same collocation, for example “social benefit” would be radically different interpreted within a nationalist discourse in comparison to a socialist one: “The general

principle here is one of transformation. Similar words and phrases may come to be reinterpreted within different ideological frameworks. Linked directly to this process is the concept of representation. Representation refers to the issue of how language is employed in different ways to represent what we can know, believe, and perhaps think. There are basically two views of representation: the universalist and the relativist. The universalist view assumes that we understand our world in relation that we understand our world in relation to a set of universal conceptual primes. Language, in this view, simply reflects these universal possibilities. Language is the vehicle for expressing our system of thought, with this system being independent of the language itself. The relativist position sees language and thought as inextricably intertwined. Our understanding of the world within a relativist perspective is affected by available linguistic resources. The consequences here, within a political context, seem obvious enough...” (Wilson: 2001). In other words, to make people believe you, do what you want them to do and try to shape the perspective of the world in such a way as to suit your interests.

The relativist nature of representation in language has been embraced by many analysts, among whom; the most predominant stance was taken by Fairclough (1989), who criticized political discourse regarding it as “a form of social practice with a malign social purpose”. Examples of such malign social practices have been regarded as “nukespeak”, built on analogy with Orwell’s “newspeak”, and their main assumption was that “if one could manipulate or limit what was possible in language then one could manipulate or limit what was possible in thought” (Wilson: 2001). Montgomery (1992: 179) offers the following examples, emphasizing the intention to subvert negative associations whenever nuclear weapons came into discussion:

- Strategic nuclear weapon – large nuclear bomb of immense destructive power
- Tactical nuclear weapon – small nuclear weapon of immense destructive power
- Enhanced radiation weapon – neutron bomb (destroys people not property)
- Demographic targeting – killing the civilian population.

The examples above demonstrate how reality can be altered or shifted from the negative perspectives to the positive or less harming ones. The translations on the right offered by Montgomery prove that language may manipulate reality and definitely can obscure the truth in such a manner as to suit political interests.

The principle of transformation can be spotted in Romanian political discourse, as well. Let’s take for example the following political syntagms: “political police” and “Szeckler county”, two of the most famous Romanian political syntagms and follow their pattern of representation:

“POLITICAL POLICE”

Right wing interpretation → the ex PCR members who coordinated the Security activity will be assimilated to the security collaborators if their work helped maintaining the human rights

Left wing interpretation → the ex PCR members who coordinated the Security activity will not be assimilated to the security collaborators if there have not been gathered enough evidence to be considered harmful towards the human rights.

“SZECKLER COUNTY”

UDMR interpretation → autonomous Hungarian region which includes zones from three counties: Covasna, Harghita and Mures.

Romanian Civic Forum interpretation → region that comprises over 40% of the current Romanian population from Covasna, Harghita and Mures.

The process of representation employs all the linguistic levels: pragmatics (interaction amongst speakers and hearers), semantics (meaning, structure of lexicon) and syntax (the internal organization of sentences). Without these linguistic layers, transformation itself would not succeed in achieving the specific target (political discourse being always built according to an agenda or specific targets).

BIBLIOGRAPHY

- Edleman, M., (1977) *Political language*, New York: Academic Press.
- Edleman, M., (1999) *Politica si utilizarea simbolurilor*, Iasi: Polirom.
- Fairclough, N., (1989) *Language and Power*, London: Longman
- Fauconnier, G., (1994) *Mental Spaces*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Fauconnier, G. and Mark T., (2002) *The Way We Think: Conceptual Blending and the Mind's Hidden Complexities*, New York: Basic Books.
- Faye, J.P., (2004) *Langages Totalitaires*, Paris: Herman.
- Ferguson, C.A. and Farwell, C. B., (1973) ‘Words and sounds in early language acquisition: English initial consonants in the first fifty words’ *Paper and Reports in Child Language Development* 6(Stanford University Committee on Linguistics).
- Ficeac, B., (2006) *Tehnici de Manipulare*, Bucuresti: Beck.
- Montgomery, M., (1992) *An Introduction to Language and Society*, London: Routledge.
- Orwell, G., (1968) *Politics and the English Language*, in *Collected Essays* (part IV), London: Seaker and Wartburg.
- Orwell, G., (1991) *1984*, Chisinau: Hyperion.
- Orwell, G., (2002) *Ferma Animalelor*, Iasi: Polirom.
- Wilson, J., (1990) *Politically Speaking: The pragmatic analysis of political language*. Cambridge, MA: Basil Blackwell.
- Zafiu, Rodica (2007), *Limbaj si Politica*, Bucuresti: Editura Universitatii.

SPORTS PRESS IN THE CURRENT CONTEXT OF SPORTS MEDIA EXPLOSION. TOWARDS AN INTERDISCIPLINARY APPROACH OF SPORTS JOURNALISM

IOANA FLOREA¹

ABSTRACT. The article deals with the issues of sports journalism in the current context of increased sports commercialization. Focusing on specialized print media but also emphasizing some characteristics of broadcast media, the article proposes a definition of sports press and a short analysis of the current features of sports media market. The extent to which sports media shapes competitions and the influence of modern PR management on the accuracy of sports broadcasting are issues worthy of research in an age where economic and advertizing interests have a negative impact on the independence of sports journalism.

Keywords: sports media explosion, commercialization of sports, broadcasting rights, infotainment, media exposure, public image management, spectators sports, media sports

1. Introduction

The present article aims to offer an overview on the current issues regarding sports press, following the media explosion of sports² beginning with the 1990s.

Since sports press constitutes a somewhat newer field of research, not being subject of numerous scientific works³, we consider that for the beginning of the article a definition issuing from the main characteristics of this type of press is in order.

¹ *Ph.D candidate, research field: History of sports press, e-mail: ioana.florea@ubbcluj.ro*

Ph.D scholarship holder, Project co-financed by the Sectoral Operational Program For Human Resources Development 2007 - 2013

Priority Axis 1.Education and Training in Support for Growth and Development of a Knowledge Based Society, Key area of intervention 1.5: Doctoral and Post-doctoral Programs in Support of Research
Contract nr.: POSDRU/88/1.5/S/60185: Innovative Doctoral Studies in a Knowledge Based Society
Babeș-Bolyai University, Cluj-Napoca, Romania

² Media explosion of sports refers not to any kind of sports, but to top professional spectators sports.

³ Research papers in the field of sports journalism have been published in the second half of the 20th century, most of them from the 1990s onwards. But in comparison to general research on journalism, studies referring to sports have a reduced share.

The article continues by introducing several characteristics of modern sports press in the age of an extensive sports commercialization, examines the structural changes on the media market and its target audience and emphasizes the interference of public relations and public image management with sports press as well as the influence of media on sporting competitions. By presenting the complex issues characterizing contemporary sports in relation to media, the paper aims to point out the fact that sports journalism is a field worthy of further research.

2. Individualization of Sports Press in Relation to General-Interest Press

In order to point out the characteristics of sports press we will start from the concept of media communication contract defined by Charaudeau in 1997. This concept is based on the idea that every act of communication provides for a context of reference and co-intentionality that ensues from the restriction set by the communication situation. Every act of communication depends on a contract.

According to Charaudeau, the media contract generates two levels:

- Situational restraints (external characteristics of the contract)
- Discursive restraints (internal characteristics of the contract)

Situational restraints refer to: finality of communication, social roles of participants, theme field and material support.

In case of media, the finality of communication materializes through four functions: of information, of entertainment, of persuasion and of instigation to action.

It can be asserted that general-interest press focuses on the functions of information (by means of journalistic genres of information: news, narration, coverage, investigation, interview) and persuasion (through genres of opinion: commentary, review, editorial). Sports press on the other hand focuses more on the function of entertainment than on the one of information.

Regarding the social roles of participants in the act of communication, according to every citizen's right to correct information, general-interest press offers the readers a way of reflecting reality that strives to be as objective as possible, taking over the part of interface between politics and society. Every newspaper addresses a target audience, constructing a model of ideal reader. In case of sports press we can state that there exists a relation of proximity between journalist and reader, determined by the passion for sports, on one hand and the gender factor, on the other hand.

General-interest press approaches various fields of social life: economics, justice, politics, culture, sports, whereas sports press has only one field of activity. But we must also mention that with the continuous increase of sports commercialization, we can notice a growing interest of sports press in fields like economy, justice, medicine, etc.

Both types of press have the same support, newspapers and magazines.

Discursive restraints apply to the speech level and register of the enunciator and to the journalistic genres that are being used.

Speech level refers to literary, current, familiar or popular speech. Register of speech represents the technical jargon adequate to a specific field of social life, for example, scientific, technical, political, juridical or economic jargon.

Regarding speech level, we can state that there are no significant differences between the two types of press. Concerning the register of speech, general-interest press turns to more diverse types of technical jargon than the sports press. Therefore, the relation of proximity mentioned above translates to the tendency of using a semi-hermetical vocabulary, accessible only to the sports journalist and his readers. This semi-hermetical vocabulary is partly due to technical aspects of the field of sports but also to a type of code intended only for connoisseurs (nicknames, specific situations, innuendos, allusions regarding mutually shared situations, etc.).

If regarding journalistic genres we can notice several convergences, when it comes to columns, we have to state that general-interest press resorts to a more diverse range than sports press. The most common columns in Romanian sports press are: National Football, International Football, Other Sports, Opinions, Investigation, Soft News.

Sports Press - Attempt of Definition. In conclusion of what was stated above, sports press is a specialized type of press that often emphasizes the function of entertainment over the function of information, assumes a relation of proximity between journalist and reader, determined by passion for sports and gender factor. It has as material support daily newspapers and magazines.

Sports press commonly makes use of the same journalistic genres as general-interest press (informational genres: news, narration, coverage, investigation, interview; opinion genres: commentary, review, editorial; entertainment genres: pamphlet, feature), but these are distributed on a reduced number columns. Sports press uses a semi-hermetical vocabulary, accessible only to the journalist and his readers, a jargon that is partly due to the technical aspects of the field of sports but also to the existence of a type of code intended only for connoisseurs (nicknames, specific situations, innuendos, allusions regarding mutually shared situations, etc.).

3. Sports Media Explosion and Consequent Issues

3.1 Independence and Credibility of Sports Journalism in Context of Sports Commercialization

The transformation of sports in “media-sports“ (sports in a codependent relationship as well as mutual influence with the media) and “spectators sports“ (sporting events organized primarily for the audience) determined not only

modifications of sport itself but also changes in the way it is covered (Stiehler, Horkey, 2009).

At the end of the 18th century-beginning of the 19th European, in its early days, sports press focused on the function of information. Sports magazines/papers addressed both actively involved sportsmen⁴ and spectators. In our days sports print and broadcasting media address solely spectators, adjusting its tools accordingly.

The expansion of sports coverage and its wide commercialization lead to a certain deterioration of journalism's basic functions, with a negative impact on journalism's quality as well as on its capacity to fulfill its fundamental role in a democratic society, which is to inform the public (Boyle, 2006). Sports journalism adopted the techniques of show-business which consequently transformed athletes and top managers into real stars. Sports journalism is currently a hybrid – "infotainment" (information + entertainment) – between the conventions of entertainment and journalism (Braunleder, 1994; Boyle, 2006; Stiehler, Horkey, 2009). Its commercial side is currently best exploited by the North-American media but Europe is rapidly closing in.

Sports journalism is more and more characterized by a decrease of accuracy in favor of immediacy, of investigation in favor of cheap intrusion, of truthfulness in favor of excitement (Boyle, 2006).

In the framework of continuous increase of sports commercialization sports journalism is seen as a means of promotion by the sports industry. On the other hand, the basic task of journalism is to inform, the journalist should be loyal to his audience/readership and not to the organizers of events.

The informative function of sports journalism drops therefore in second place for various reasons:

- The print media has as main means of restraining the general policy of the journal;
- Television networks, that spend high amounts of money on broadcasting rights, have to advertise the event or the competition by creating an excessively positive image around it, that most of the times doesn't correspond to reality, in order to increase ratings and therefore revenues from advertising, with the long term goal of recuperating the investment and obtaining profit;

⁴ In those days sports magazines/papers contained a lot of information and advice intended for sportsmen, as sports still needed popularization among the public. With the development of several sports, their professional establishment and their transformation into spectators sports, there was no need for further popularization. We can still find in our days sports magazines focusing on leisure activities like fishing, hunting or sailing, that don't involve the entertainment component intended for spectators. These magazines are more likely to be compared to the early sports magazines, as current media focusing on spectators sports developed in a totally different direction.

- Private media organizations depend more on popularity among viewers/readers than the public ones;
- Agents/managers use the media for spreading rumors regarding the interest of other clubs for their clients, in order to achieve better contractual conditions for them, like raise of wages, longer contract periods as well as commissions for their own contribution;
- Sponsoring contracts bind top athletes/managers to a certain conduct towards the media: offering a small amount of information, exhibiting products of their sponsors, like clothing etc., leading to a new genre in journalism, the neutral puff pieces (Boyle, 2006);
- Top athletes/clubs direct an important amount of information towards their own TV channels, magazines, websites, therefore presenting it to the public from a subjective point of view, always inducing positive aspects that create an image meant to sell well;
- Excessive proclamation of exclusivity; “because content exclusivity is increasingly difficult to achieve, the importance of exclusivity in a certain time frame grows accordingly” (Schaffrath, 2007: 17, our tr.), therefore the tendency towards covering the events as they unfold as well as the increasing importance in immediacy of the presented event;
- The prevalence of news with negative character, because these have a bigger impact than the positive ones, based on the assumption that the latter might be interpreted as propaganda (Wilson, 2004: 73). Moreover news with negative content appeal directly to the negative feelings of the public, becoming therefore more interesting;
- The prevalence of ratings over content: in television, the quality of programs is often evaluated based only on ratings (Flügel, 2009).

The factors mentioned above restrain the independence of sports journalists, with a negative impact on the accuracy of sports coverage. The share of information, on one hand and the one of hidden publicity, on the other hand, tends to modify in favor of hidden publicity in sports press leading therefore to the conclusion that the media reflects events according to business relationships. Media organizations cover sports events relative to their broadcasting rights or sponsoring contracts, which leads to the fact that the share of information within this coverage is reduced.

Sports news programs do not constitute an exception to this trend, presenting mainly information about events/competitions acquired with broadcasting rights, in order to increase ratings. Other events receive a reduced space becoming therefore less important in the eyes of the public and some events are completely ignored. The main purpose of a news program should be to inform the viewers whereas in sports journalism (but also in other types of journalism) the share of information is continuously decreasing.

Furthermore, the proximity of sports journalism to its object as well as the codependent business relationships leave little space to impartial, critical opinions. Print media and broadcast media often employ former athletes/managers as experts, consultants, pundits, *opinionista*. They offer an inside view on events, but on the other hand they lack the capacity of distancing themselves from the world of sports.

The tendency of European sports journalism to close on the American pattern of excessive commercialization can also be noticed lately.

3.2 Structural Modifications of the Media Market

With the emergence of television, the print media was compelled to modify its focus, to look for information from behind the scenes, the quality sports press turning therefore to analysis and investigation whereas the down market/popular press focused substantially on speculations and sensationalism. The growth of televised sports broadcasting led therefore to the emergence and development of the tabloid sports press.

The unprecedented expansion of sports broadcasting and coverage starting with the 1990s is based on the establishment of all-sports TV stations and the subsequent rise of broadcasting time, as well as on the modern means of exposure.

On the other hand, the rapid development of modern means of the media wouldn't have been sufficient to explain the explosion of ratings recorded by sports broadcasting. The demand on this market was fairly high even before the 1990s, but is hasn't been satisfied accordingly. An important factor that contributed to the economic growth of sports on the media market was its structural modification, from a segment prevalingly oriented towards the offer, to one oriented towards the demand. Media organizations were compelled to adapt to the fact that sports, specifically football⁵, represents a complex business, which generates an important turnover and constitutes the object of interest of an extremely numerous audience. The knowledge of the market economy's mechanisms as well as the identification of the real potential of sports market on the media segment has therefore a special importance for the correct assessment of the situation. In our opinion, the possibility that - in the case of an adequate exploitation of the demand on the European market of sports journalism before the 1990s, we could have witnessed a constant growth of this market segment and not at a media explosion - is worth further exploring.

The reason why media organizations haven't identified earlier the economic potential of the media market's sports segment could be related to the fact that sport has been long considered a secondary, unimportant section of the press, sports journalists never getting a proper recognition for their work.

⁵ Football refers in the present paper to association football, the most popular sport in Europe, also named soccer, especially in the USA.

Sports journalists don't have the reputation their colleagues from other departments have. Moreover, there is a difference in perception of sports journalists from branch to branch. TV journalists usually have a better image than their colleagues from the print media, for reasons like better media exposure, the reduced possibility to distort statements, privileges from the organizers of sporting events etc.

For example, in Great Britain, where the specialized sports press has a reduced share, the sports department of general-interest newspapers is often called "the toy department" and the journalists "fans with laptops" (Andrews, 2005; Boyle, 2006; Steen, 2008). Also in Germany, sports journalists are called "outsiders", "the gang of pals always off-side" or even "the fifth wheel on the wagon" (Hackforth, 1994: 47, our tr.).

It is also interesting to study the extent to which the professional reputation influences the activity of sports journalists, for example regarding the reduced share of investigative journalism⁶, due to tight deadlines and the character of immediacy in relation to the covered event but also as remains of "the toy department". This mentality is due to change in time, in accordance with the reality on the media market, where the sports department generates the biggest revenue both from sales and publicity.

To that effect can be mentioned here, as an example, the absolute record of copies sold by a newspaper in France, held by the leading sports daily *L'Equipe*, with 1,645,907 copies, on July 13th 1998⁷, the day after the French national team won the FIFA⁸ World Championships. Similarly, in Italy, *Gazzetta dello Sport* holds the same type of record, with 2,302,808 copies sold on July 10th 2006⁹, the day after winning the football world title.

Turning to broadcast media, the absolute record in TV ratings in Germany is held by the TV station ARD, with the broadcast of the football game Germany-

⁶ On the other hand, investigation in sports usually constitutes a dilemma for media organizations: it often brings to light negative aspects that have as a normal consequence the decrease in interest of the spectators/viewers. Media organizations pay large amounts of money in order to acquire broadcasting rights, only to see the ratings drop as a consequence of the self-initiated investigations. Therefore emerges the dilemma between the ethic aspect and the financial consequences that such an investigation may have on the budget of media organizations.

⁷ *Office de Justification des Tirages des Organes Quotidiens et Périodiques* is a French professional association whose role is to certify the distribution numbers for the French press in order to make these available for the publicity agencies, according to www.ojd.com, consulted on 8.08.2010.

⁸ International Federation of Association Football, the initials come from the French designation, *Fédération Internationale de Football Association*

⁹ *Accertamento diffusione stampa (ADS)* is an association whose role is to certify the distribution numbers of the Italian press, in order to make them available for the advertising agencies, according to <http://www.adsnotizie.it>, consulted on 8.08.2010.

Spain, in the semifinals of the FIFA World Cup, on July 7th 2010¹⁰ whereas in Italy the record is held by the TV broadcaster RaiUno with the final of the FIFA World Cup, on July 9th 2006¹¹.

In Romania the absolute record in TV ratings, measured since August 1st, 2001, when Romania inaugurated the electronic audience measurement system, is held by the football game Middlesbrough – Steaua, in the semifinals of the UEFA-Cup, broadcast by Pro TV on April 27th, 2006, with an average of 3.78 million viewers per minute in urban environment, a rating of 33.7 %

In conclusion, the premise for the unprecedented growth in popularity of football cannot be attributed only to media exposure. It is necessary to identify the social and cultural conditions that have also determined this phenomenon.

Football, as the main exponent of European sports is no longer “the most beautiful unimportant thing in the world”, having (for some time already) evolved towards a business of great magnitude.

3.3 Structural Modifications of the Target Audience

Sport has a special identification potential and constitutes an incentive for the development of the conscience of belonging to a community. In the age of globalization and the subsequent decrease in importance of certain values considered intangible in the past, like tradition or fatherland, sport reflects the values of society, it is a way of life, leading to the development of local, regional and even national identity. In order to underline the economic, social and political aspects that influence the phenomenon, sports journalism has long surpassed the stage of a simple registration of results, approaching a whole range of aspects characteristic to its home society.

Spectators sports constitute one of the few fields of public life where patriotic manifestations are completely accepted, without being labeled as nationalist tendencies. Huge crowds with national flags, chants that in every other context would be considered improper, are being accepted within sports competitions.

As a result of the increase in popularity of sports, we witness a modification in the structure of the target audience. The audience initially targeted by sporting events was the one of the fans. Currently, as a consequence of the readership increase, sports journalism addresses to a wider audience, with more general interests, having therefore to provide information from various fields, with a strong component of entertainment.

¹⁰ According to GfK Group - *Gesellschaft für Konsumforschung* (Society for Consumer Research). The GfK Group is one of the largest market research companies in the world. Its media division provides information services on the intensity and nature of media usage and acceptance. <http://www.gfk.com/group/index.de.html>, consulted on 7.08.2010.

¹¹ According to Auditel, *Rilevazione dei dati di ascolto televisivo*. Auditel is a society that collects and publishes data on Italian TV ratings, <http://www.auditel.it>, consulted on 8.08.2010.

In order to attract a numerous audience, sports journalism often resorts to an insight into the private lives of top athletes or managers. The audience is hereby used as an alibi for stories with personal character, considering automatically that the readers have a special interest in sensational news, whereas yellow page journalism is in fact a tool used in the competition between media organizations. Like stated previously, sports journalism appeals to the negative feelings of its readers (especially to envy) and exploits them to raise sales. The extent to which sports journalism can meet the expectations of its readers without practicing sensationalism at all constitutes though an issue worth further research.

The present relationship between print and broadcasting media can be represented as a re-closed circle: the growth of sports broadcasting “stole” the readership from the print media, but the superior media exposure attracted more people towards sports, creating a well-informed and constant audience, that finally turns to the print media for extended information, as well as analysis and reflections on the events watched on TV.

Print and broadcasting media mutually complete themselves up to reaching a certain labor division (Derichs, 1994). Media exposure can therefore be viewed both as a cause and as a consequence of the rise of sports in the rankings of public options.

The expansion of sports journalism on the quality market constitutes a testimony for the increase in importance of sports for highly educated readers.

The process of cross-over is also to be mentioned in this respect: the cross of topics and pieces of news from the area of sports towards fields like finance, politics, society (for example subjects like take-overs of major sports clubs, listing of clubs on the stock market, implications of organizing major events like Olympic Games or World Championships, investigations on doping issues, etc.) is another consequence of the rise and diversification of sports interest among the public. The adequate environment for this process to manifest is the quality press, as it holds the necessary expertise to approach this kind of interdisciplinary issues.

As a consequence of the necessity to open up towards and actively involve readers, and with the help of digital technology, print media has become throughout the last years more interactive, from offering readers the possibility to leave comments on internet blogs up to inviting them to contribute online to the writing of certain pieces (for example, the Romanian daily *Gazeta Sporturilor*).

Sports press is also oriented towards a cross-medial approach, newspaper copies being often sold together with audio-visual supports, like CDs or DVDs or with books.

3.4 The Influence of Media on Competitions Structure

At the beginning of the twentieth century sports press in France and Italy was largely devoted to cycling. In order to attract readership from the main rival, the sports newspaper *L'Auto Velo*, subsequently renamed *L'Auto* (the predecessor of *L'Équipe*) decided in 1903 to create a cycling competition, that would provide constantly and on a long period of time topics from the sport with the higher audience at that time. The readers responded so well that one year later, the competition sports paper *Le Velo* closed out because of lack of audience (Marchand, 1999). The cycling competition called *Tour de France* fulfilled its mission to ensure the financial sustainability of the newspaper that created and managed it. Taking over the French model, the Italian *Gazzetta dello Sport* organized in 1908 *Il Giro d'Italia* with a similar success and a subsequent unprecedented rise of readership.

From the direct contribution to the establishment of the two competitions, currently among the most important sporting events in the world, the influence of all forms of media on sporting competitions manifests in different ways.

The rise of the economic value of spectators sports starting with the 1990s as well as the commercialization and high media exposure, led to modifications in the organization of sporting competitions, which got more and more dependant on television broadcasting schedule. In the beginning it was only necessary to find an agreement with the TV station concerning the starting hour of the sporting event. But with the constant increase of expenses for broadcasting rights, media organizations determined structural modifications of high audience sporting competitions in order to make them even more attractive for the public. The best example for this process is the transformation of the world leading football club competition, the European Champions Cup in the UEFA¹² Champions League in 1994, with subsequent changes in participation and disputation regulations. Club football gave up therefore the principle of equality of European countries regarding participation at UEFA competitions, in order to raise the attractiveness of the competition.

Negotiation and awarding of broadcasting rights of competitions with major audience, most of them being football competitions, has become a complex juridical and economical process because of the impact it has on federations and clubs, considering that an important amount of their budget is ensured by the sale of these broadcasting rights. Therefore the management of broadcasting rights tends to shift its emphasis from clubs onto federations/professional leagues at national level or onto UEFA or FIFA at the international level, in a form of collective sale of broadcasting rights, in order to manage the process more efficiently.

¹² Union of European Football Associations

In Europe, top football registers the highest ratings in TV being therefore the most important objective in the process of acquiring of broadcasting rights.

The goal of European football to establish itself on new markets by means of the mass-media, Asian and South-American markets being the most important targets in this respect, led to changes in time schedules, taking into consideration the different time zones of these markets. Thus some football games in the British Premier League, which represents the best sold national competition in football, regularly start at 12:00 GMT, a rather unfamiliar time for top football competitions of modern times, which usually take place in the evening. Similarly, the Italian *Serie A* schedules starting with the season 2010-2011 one game at 12:00 local time (GMT + 1). The Spanish Professional League (LFP) announced it will also move forward a number of games in the 2010-2011 season, in order to offer better broadcasting times to Asian viewers.

On the same purpose of getting established on the Asian market, and using the fame gained by winning the FIFA World Championships 2010 by the Spanish national team, the Spanish LFP announced the organization of a new pre-season competition, starting with the summer of 2011, named *Copa Internacional LFP*. Three Spanish football teams and an Asian one are scheduled to compete, in a country that is yet to be named¹³.

Another example for structural changes dictated by TV broadcasting negotiations is that of the British Rugby League, transformed recently from a traditional winter competition to a summer one. The initiative to take up the competition-free space in summer belonged to Rupert Murdoch's News Corporation.

The influence of mass-media on sports can be presented in the wider context of the advertising market, made up of three categories of actors: TV and radio networks as well as newspapers/magazines, offering advertising space, companies, requesting advertising space, and viewers/readers, representing the demand for programs/information. For companies, the content of programs/newspapers is only important as far as it attracts viewers/readers, hence as a supplier of audience/ratings (Burk, 2009). From the point of view of importance, the content of programs as well as the quality of sports journalism therefore slides into second place.

3.5 Public Image Management and its Influence on the Accuracy of Sports Coverage

Before television got a hold of sports and transformed top athletes and managers into stars, the relations with journalists were amicable. As the status of top sportsmen changed, according to the exponential growth of their wages and

¹³ According to <http://www.marca.com/2010/07/29/futbol/1adivision/1280395163.html>, consulted on 30.07.2010.

to media exposure, the relations also became different. The sport stars don't move in the same circles as journalists any more, they rarely interfere, in the majority of cases this happens only through agents that represent them or through PR managers/press officers of their clubs. These middle-men manage the image of top sportsmen/women, instruct them to censor their opinions, limit the interaction with the media to press conferences or arranged interviews, sometimes requesting a prior verification of the interview/article in form of copy approval, before it goes to print.

The absence of journalists' interaction with sport stars complicates the correct assessment of the problems and issues of the latter, leading to misinterpretations of their conduct and therefore makes it almost impossible for the journalist to offer a correct image of their life and activity to readers.

The continuous deepening of the cleft between athletes and public is influenced by both agents and journalists. Agents limit journalists' activity and the latter, out of lack of feed-back, release suppositions and speculations, that agents are bound to protect their clients from. This process is being fueled from both sides to the loss of the readers/viewers, deprived of a veridical representation of facts.

An open attitude of athletes/clubs towards the media is very important from the point of view of transparency, of communication with the fans/public, with the purpose of diminishing distrust and distortion.

The growth of PR in sports is a consequence of the expansion of a sports culture oriented towards television and celebrity. Parallel to the development of the entertainment function of sports journalism to the cost of the informative function can be noticed the transfer of practices and procedures of image marketing and public relations from show-business to sports industry. Therefore we assist at the blurring of the line between journalism and public relations and between news and advertising.

3.6 Gender Issues in Sports Journalism

The basic request for the access in the field of sports journalism is the passion for sports and a subsequent detailed knowledge of the sports world. Sports public is essentially male. Also, sports played by men occupy approximately 90% of total sports broadcasting time. Media sports is therefore prevailingly male, sports played by men are broadcast to a preponderantly male audience by male journalists.

As opposed to the American market, where women have a bigger impact, European market doesn't give them too many possibilities to assert themselves.

Football journalism is considered one of the most "macho" areas of sports journalism. The general opinion is that women don't have enough knowledge at their disposal to accurately cover football, because they don't play it. Women are therefore directed towards soft news or fashionable issues.

Women have a preponderantly decorative role in football journalism, most of them being employed in television. With very few exceptions, they are cast on criteria regarding physical aspect and not football knowledge or journalistic skills, see current TV sports shows and news programs on commercial channels. On the other hand, the lack of professionalism of decorative female TV presenters adds to the assertion of male sports journalists that women don't belong in sports media, diminishing the merits of the few true female journalists and making their job more difficult, see in this respect current TV sports broadcasting and news programs on commercial channels.

If the trend of audience structure modification in favor of women holds its course, the position of female sports journalists might change towards a better professional recognition.

4. Conclusions. The Importance of Research in the Field of Sports Journalism

As stated in the beginning, sports press represents a new research field. But, if in other countries several research works in this field have been published, in Romania we don't even have a work on the history of the sports press.

Although sports journalism constitutes an important share of the media market, generating an important turnover, it is still considered an inferior category of journalism.

The research in this field has a high potential of development, especially in context of the media explosion of spectators sports beginning with the 1990s and the subsequent transformation of sports journalism from a mere channel of reporting sports results to a trend-setter for public opinion in the field of sports.

In the same way that the professionalization level of sports journalists rose in the last period, demanded by higher requirements, it is necessary to expand the research field of sports journalism with specialists capable of offering an overview on the field. If years ago undergraduate studies were sufficient in order to become a sports journalist, the main prerequisite being the passion for sports, this profession currently requires graduate studies. With the development of investigative sports journalism and the increase of competition on the market, the professional requirements grow accordingly. Conducting investigations with implications in various fields like finance, management or marketing, determined by sports commercialization, requires thorough knowledge in these fields, the passion for sports being necessary but no longer sufficient.

Sports journalism tends to become an interdisciplinary field. The economical, juridical, social, cultural, historical or political aspects involved, as well as the unprecedented development of this form of journalism requires researchers with

an interdisciplinary background. Confining the studies of sports journalism strictly to Physical Education and Sports should no longer be a valid option, because the research in this field has implications in several other adjacent domains.

Sports journalism, with its examples of good or less good practice, with its mixture of information and entertainment, adheres to the features of modern journalism. As sport, with its cultural, political and economical implications, tends to occupy a growingly important part in contemporary culture, sports journalism requires a reassessment of its position in the broader framework of journalism. Similarly, the research in this field will have to involve all the aspects that result from its interdisciplinary character.

BIBLIOGRAPHY

- Andrews, P. (2005) *Sports Journalism: A Practical Introduction*, London, Sage Publications.
- Boyle, R. (2006) *Sports Journalism, Context and Issues*, London, Sage Publications.
- Braunleder, D. (1994) „Team-Arbeit beim Infotainment“, in *ABC des Sportjournalismus*, J. Hackforth and Ch. Fischer (ed.), Konstanz, UVK Verlagsgesellschaft mbH, Band 11 der Reihe Praktischer Journalismus.
- Burk, V. (2009) „Sport im Fernsehen“, in *Sport-Journalismus*, T. Horkey et al. (ed.), Konstanz, UVK Verlagsgesellschaft mbH, Band 86 der Reihe Praktischer Journalismus.
- Charaudeau, P. (1997) *Le discours d'information médiatique. La construction du miroir social*, Paris, Nathan.
- Derichs, G. (1994) „Sport von A-Z, «Das bringen die Agenturen»“, in *ABC des Sportjournalismus*, J. Hackforth and Ch. Fischer (ed.), Konstanz, UVK Verlagsgesellschaft mbH, Band 11 der Reihe Praktischer Journalismus.
- Flügel, C. (2009) „Aktuelle TV-Sportberichterstattung“, in *Sport-Journalismus*, T. Horkey, T. Schauerte et al. (ed.), Konstanz, UVK Verlagsgesellschaft mbH, Band 86 der Reihe Praktischer Journalismus.
- Hackforth, J. and Fisher, Ch. (ed.) (1994) *ABC des Sportjournalismus*, Konstanz, UVK Verlagsgesellschaft mbH, Band 11 der Reihe Praktischer Journalismus.
- Horkey, T. et al. (ed.) (2009) *Sport-Journalismus*, Konstanz, UVK Verlagsgesellschaft mbH, Band 86 der Reihe Praktischer Journalismus.
- Lăzărescu, A. (1999) *Management în sport*, București, Editura Fundației România de mâine.
- Marchand, J. (1999) *Les défricheurs de la presse sportive*, Biarritz, Atlantica, Collection L'aventure des journalistes sportifs, tome I.
- Randall, D. (2007) *Jurnalitul universal*, translation by Alexandru Brăduț Ulmanu and Miruna Andriescu, Iași, Polirom.

- Roșca, L. (2004) *Producția textului juralistic*, Iași, Polirom.
- Schaffrath, M. (ed.) (2007) *Traumberuf Sportjournalismus, Ausbildungswege und Anforderungsprofile in der Sportmedienbranche*, Second Edition, Berlin, LIT Verlag Dr. W. Hopf.
- Schierl, Th. (ed.) (2007) *Handbuch Medien, Kommunikation und Sport*, Schorndorf, Hofmann-Verlag.
- Schwier, J. (2009) „Sport in der Medien als kulturelles Alltagsphänomen“, in *Sport-Journalismus*, T. Horky et al. (ed.), Konstanz, UVK Verlagsgesellschaft mbH, Band 86 der Reihe Praktischer Journalismus.
- Steen, R. (2008) *Sports Journalism: A Multimedia Primer*, London – New York, Routledge.
- Stiehler, H.-J. and Horky, Th. (2009) „Themen für Sportjournalisten“, in *Sport-Journalismus*, T. Horky et al. (ed.), Konstanz, UVK Verlagsgesellschaft mbH, Band 86 der Reihe Praktischer Journalismus.
- Todan, I. and Roibu, T. (1997) *Management și legislație în Educație Fizică și Sport*, București, Printech.
- Voicu, A. (1998) *Managementul organizațiilor și activității sportive*, Cluj-Napoca, Risoprint.
- Wilson, J. (2004) *Să înțelegem jurnalismul*, translation by Areta Voroniuc, Iași, Institutul European.
- Zelizer, B. (2007) *Despre jurnalism la modul serios*, translation by Raluca Radu, Iași, Polirom.

MEDIA AND ETHNIC DIVERSITY IN EUROPE

RAREȘ BEURAN*

ABSTRACT. The study describes the general aspects of media and ethnic diversity in Europe focusing on the programs financially supported by the European Union Institutions.

After a brief theoretical introduction in the field of ethnic media, media diversity, and ethnic discrimination, the article presents some of the most relevant European funding programs that support anti-ethnic discrimination in Europe. Also, the study refers to the Speak Out Against Discrimination Campaign of the Council of Europe, program that by its announced objectives aims to create a professional background for journalism practice as far as media covering diversity is concerned. Also, the article mentions one of the most recent training programs conducted by the Council of Europe and focuses on reporting on media diversity. Finally, the most important recommendations from the final report on Media and Diversity, the Campaign of the Council of Europe, are presented.

Keywords: mass media, ethnic group, minorities, diversity, Europa

Background on Media and Ethnic Diversity in Europe

Diversity has become one of the most fashionable words in professional language; diversity is invoked in discussions of everything from employment policy to curriculum reform and from entertainment to politics; the word *diversity* according to the Chambers Everyday Dictionary *is a state of being diverse; it is about difference; variety* (*Ethnic and Religious Diversity in Europe, 2005*).

Recently, within another study focused on *Ethnic Media and Media Diversity*, we took a look to a recent position of one relevant newspaper (The Boston Globe) which considers that “ethnic media also cultivates democracy in ways that mainstream media seems to have abandoned”... “armed with knowledge of current events and issues, the public can become a wise participant in societal decision-making. Ethnic media sees it’s their role as giving voice to the community, strengthening cohesion, and chronicling community life. They also consider it important to correct misperceptions promulgated by the rest of the news” (Lehrman, 2009). Therefore, ethnic media is considered essential within a democratic society where citizens

* *Affiliated Assistant Professor, Director of the Media Studio of the Journalism Department, Babeș-Bolyai University, Romania.*

participation in the democratic process is vital (*Transparency, Democracy and Global Governance. A European Perspective, 2010*). Things could not be any different in the European media landscape.

In accordance with a Gallup poll titled *Is Europe a Good Place for Racial and Ethnic Minorities?*, many Europeans view their home cities or home areas as good places for racial or ethnic minorities to live (*Transparency, Democracy and Global Governance. A European Perspective, 2010*). This perception is least pronounced in some countries in Eastern and Central Europe as indicated below.

photo source: www.sgentrepreneurs.com

For example, the study demonstrates that less than half of Czechs (46%) said the city where they live is a the good place for minorities, well below the regional median in Europe (60%) (GallupPoll). This could be explained by a weaker experience of social tolerance by that is usually met especially by countries with a general lower civic experience in comparison with developed states. A good example would be the very recent study conducted by a financial institution from Washington which indicates that in only two years Romanians become the most pessimistic Europeans in terms of financial perspectives, after previously being the most optimistic from the mentioned European region. The lack of useful information, the lack of a proper public (maybe even national) debate and the lack of social civic experience could be just some of the possible causes that led to this full rotation of Romanians' perception.



Referring to the general background on media and diversity in Europe, we mention again *the European Convention on Human Rights* as this is the basic framework for media pluralism in the European market and we consider it important for understanding how media institutions take their editorial and human resources management decisions (*Transparency, Democracy and Global Governance. A European Perspective, 2010*). According to this article, European states can take positive measures to ensure diversity of opinion in the media. The report regarding *media pluralism* states that the European Court of Human Rights has stated that without plurality of voices and opinions in the media, the media cannot fulfill their contributory role in democracy. Thus, European States are under the obligation of safeguarding and promoting pluralism in the media (Media diversity in Europe) as stated in the already previously mentioned recent study.

European Campaigns for supporting Media and Diversity

Speak out Against Discrimination / Campaign of Council of Europe

As the organizers announce it, on the official website, the Campaign Runs in partnership with journalists and media from across the continent, the campaign supports the Council of Europe's fundamental human rights principles and its position on intercultural dialogue agenda, as set out in the White Paper on Intercultural Dialogue adopted in May 2008.

source: www.coe.int

Mutual understanding between different communities, public debate,



and a more significant awareness on issues related to diversity and discrimination could be also solved with the help of media. The campaign supports the media sector's own efforts to play a constructive role in an increasingly multicultural environment. And therefore, according to the official description of the Council of Europe's Campaign (<http://www.coe.int/>, 2010), the main three objectives of the program are: to provide information on intercultural issues and on policies against discrimination initiated at national and European level through local partnerships between mainstream media and ethnic & diversity media and their professionals; to encourage good practice in reporting on intercultural and discrimination issues amongst media professionals working in a multicultural Europe; to contribute to increasing the expression of "diversities" of European societies through strong support for the access of minorities to media professions and productions.

Some of the results and recommendations from the final report on *Media and Diversity*, "Speak out against discrimination" Campaign of the Council of Europe, a Campaign of the Council of Europe are to be briefly presented; the fragments are taken from the final report of the Council of Europe's website (*Transparency, Democracy and Global Governance. A European Perspective*, 2010). The recommendations of this campaign are addressed both to schools of journalism and media training institutes, and also to the professional media. So, the report considers that schools of journalism could consider introducing specialized courses in their curricula for developing a sense of professionalism in relation with a multicultural and multi-ethnic society. The report highlights the important contribution that media can bring to a better understanding between different ethnic groups. Then again, professional media is invited to consider "reporting factually and accurately on acts of racism and intolerance; reporting in a sensitive manner on situations of tension between communities; avoiding derogatory stereotypical depiction of members of cultural, ethnic or religious communities in publications and program service" (Media and Diversity final report). These are recommendations and like always the final decision is to be taken by the professional media institutions themselves. Still, there is one

European Programs – ethnic media supporters

Usually, ethnic media developed as a direct result of some communities' needs and some objective measures. Speaking about the ethnic communities' needs we could mention the need to be informed (detailed information regarding different problems and concerns specific to each ethnic community); the need to debate and to disseminate information to the ones belonging to the same community and so on; the need to express the values and the positive examples of that specific community and others. On the other hand, there would be the national measures according to which national ethnical minorities have access to national public media (both radio and television) that are usually being met in the European countries media legislation or recommendations. Besides these, there is another extremely important aspect that supported the development of ethnic media and this is the financial support given by international programs, mainly European ones, which actually gave the opportunity to the NGO sector to elaborate and later on implement useful projects in this field. Naturally, as we were mentioning in another study (*Transparency, Democracy and Global Governance. A European Perspective, 2010*), as reports indicate, some of these media projects end immediately after the financial support stops. Others prove to be successful projects and become self-sustainable and manage to resist on the professional media market.

For example, if we refer to the Roma communities, the support coming from the European institutions was extremely significant within the past years. During a recent conference organized in Belgium, a report was presented regarding the main European projects in favor of the Roma communities. They were financially supported through important programs implemented especially by the European Commission



(of course, the mentioned programs supported many different kind of projects, but we will only focus on the Roma Communities for providing a complete example).

photo source: www.topnews.in

We will add a brief description for each of these programs, as stated on the official European Commission website.

All the reports indicate that the Directorate General for Education and Culture from the European Commission was a very active supporter for the Roma communities through various programs like:

- **the COMENIUS Program** which focuses mainly on all levels of school education, from pre-school and primary to secondary schools. It is relevant for everyone involved in school education: mainly pupils and teachers but also local authorities, representatives of parents' associations, non-government organisations, teacher training institutes and universities.

- **the CULTURE Program** (2007-2013) has a budget of €400 million for projects and initiatives to celebrate Europe's cultural diversity and enhance our shared cultural heritage through the development of cross-border co-operation between cultural operators and institutions.
- **the GRUNDTVIG Program** that focuses on the teaching and study needs of learners taking adult education and 'alternative' education courses, as well as the organisations delivering these services. It aims to help develop the adult education sector, as well as enable more people to undertake learning experiences, notably in other European countries.
- **the LEONARDO DA VINCI Program** funds practical projects in the field of vocational education and training. Initiatives range from those giving individuals work-related training abroad to large-scale co-operation efforts.
- **the YOUTH Program** which has four permanent priorities and additional annual priorities which potential projects will have to be aware of as they frame their bids for support: **European Citizenship:** A key goal of the programme is to raise awareness in young people that they are citizens of Europe, as well as citizens of their own countries. **Participation of young people:** Youth in Action promotes and supports young people's involvement in democratic life spurring them on to be active citizens who care about their communities and understand the value of representative democracy. **Cultural diversity:** Respect for people's cultural origins is at the heart of the Youth in Action programme, as is the desire to fight against racism and xenophobia – forces that undermine European values and people's solidarity. **Inclusion:** The focus is on ensuring that young people with fewer opportunities get access to the Youth in Action programme, as well as on encouraging projects with a thematic focus on inclusion. **Annual priorities:** In addition to these permanent priorities, each year the focus is also placed on specific annual priorities.

The Directorate General for Employment, Social Affairs and Equal Opportunities and the Directorate General for Regional Policy from the European Commission from the European Commission also supported Roma communities.

Other active supporters of ethnic media

Once we have detailed the main programs of the European Union that supported the development of ethnic communities cultural identity and media projects, we may also refer to a Foundation which is considered as an extremely active supporter in this field: the Open Society Foundations. According to their official description (www.soros.org), the Open Society places a high priority on protecting and improving the lives of people in marginalized communities. And



**OPEN SOCIETY
FOUNDATIONS**

they do so by seeking to shape public policies that assure greater fairness in political, legal, and economic systems and safeguard fundamental rights. On a local level, the Open Society Foundations implement a range of initiatives to advance justice, education, public health, and independent media.

To support this idea, we refer to a study titled the *Strategic support of Roma media initiatives*, where the author shows that the *Open Society Institute* (OSI) has supported Roma media initiatives since the mid-1990s. The strategy, in the author's opinion, is two-fold: first, to empower and give voice to Europe's most disadvantaged and largest minority. This part of the strategy has as a core belief that Roma media projects are a vital tool for strengthening Roma identity, human rights, culture, language and self-esteem. Approximately twenty-five media outlets and production companies in eleven countries have been supported, among these television, television production, radio, and news agencies indicates the author of the previously mentioned study.

The author's personal professional experience in the field of media projects of the ethnic communities proved that projects financially supported through programs like the one of OSI, or the ones of the European Commission or others, do have the capacity of not only implementing the activities mentioned in the project contract, but also rising the awareness upon issues like cultural identity, discrimination, the right to equal chances, advantages of education and many others for the ethnic communities themselves and also for the majority.

We quote from Struthers who, in a concentrated approach, during a European Conference, describes the lessons learnt from these project experiences: *long-term (institutional) support*: Roma media initiatives are numerous and should be expected to continue for some years to come. Long-term commitment and institutional support from donors is crucial; *community-based outlets*: in general, given overall structural constraints (licensing, funding structures, market conditions, etc.), these outlets have the best chance of attaining sustainability, financially and in terms of relevance to their audiences; *donor coordination*: more cooperation and coordination among donors is required, not the least to maximize the impact of donor support. But more donor resources are needed, too; *enabling environment*: work is needed on domestic policy issues relating to Roma and minority media: legal status, licensing procedures, funding structures, best practice; *positive examples*: audience feedback, and Roma journalists themselves, acknowledge that the provision of positive examples help to counter stereotypes.

Some conclusions

The *United through Diversity* slogan of the European Union is indeed challenging. The recently adopted and announced European Commission's strategic priorities for 2011 include *the focus on Europe pulling its weight on the global stage*. While trying to strengthen Europe's position as an important actor on the global

stage, European diversity and European multiculturalism have significant chances of being strongly supported through administrative measures and financial supporting programs. Therefore, given all the positive general background, ethnic media and ethnic diversity seem to be encouraged to develop. On the other hand, there are other aspects that need to be taken into consideration – such as the digital technology that produce relevant changes upon the professional media, the media consumers' behaviour, the media targets and audiences and so on.

REFERENCES

- Beuran, Rares, study *Ethnic Media and Media Diversity*, in Virga, Delia (Editor), *Transparency, Democracy and Global Governance. A European Perspective*, Universitatea de Vest Printing House, Timisoara, 2010
- Council of Europe, *Media and Diversity*, “*Speak out against discrimination*” Campaign http://www.coe.int/t/dg4/anti-discrimination-campaign/Source/CoEDiversity_FinalReport_en.pdf
- Ethnic Network Journal. http://www.aen.org.nz/journal/1/1/williamson_desouza.html
- EU projects in favour of the Roma community*, *Conference Catalogue*, Brussels, 2010
- European Commission. http://ec.europa.eu/culture/key-documents/doc/eyid-highlights_2008_en.pdf
- Gallup. <http://www.gallup.com/poll/103258/Europe-Good-Place-Racial-Ethnic-Minorities.aspx>
- Lehrman, Sally 2009. The danger of losing the ethnic media, March 5, Boston Editorial Section. <http://www.boston.com/>
- Rogobete, Silviu; Otchie, Andrew, (editors) *Report Ethnic and Religious Diversity in Europe*, 2005, Leuven, Belgium
- Struthers, Marie, study in *Approach – Models – Impact in Media on the Move – Migrants and Minorities and the Media*, in Dietzm Christoph; Stammen, Petra (editors), *Symposium Forum Media and Development*, Bonn, 2008

ÎNTRU DOCUMENTARE ȘI OPINIE. SCRIITORI STRĂINI ÎN PRESA SECOLULUI AL XIX-LEA

CONSTANTINA RAVECA BULEU*

ABSTRACT. *Between Documentaries and Opinion. Foreign Writers in the XIXth Century Press.* The paper demonstrates how major writers of the 19th century (such as Balzac, Hugo, D'Aureville, Lamennais, Sue, Flaubert, and Zola) document and use press in order to disseminate various personal ideas, regardless to democratic, social or religious matters. In many of these cases short time newspapers and magazines are issued just in order to sustain pending personal or collective battles, so the militant tone of these publications and the wish to please the public put behind, in many cases, factual details and objective documentation. In some cases (Balzac's, with the Peytel trial, or Zola's with the Dreyfus affair) the implication is focused onto political confrontations, with various outcomes. The ultimate goal of the paper is to demonstrate how everyday, sometimes senzationalist political and social details previously outlined in press confrontations go into the texture of some great novels of the 19th century, which, by their length and plot, provide their authors the chance to develop earlier press releases into more elaborate, realist structures or to expand them towards fiction.

Keywords: 19th century fiction; 19th century press; Balzac; Zola; press documentary; Dreyfus trial; press politics.

Daniel Defoe, în ipostaza sa de ziarist (1728), descria exercițiul de investigație al unui ziarist, alocându-i abilități comune... spionilor și spărgătorilor! El făcea referire la munca de investigare, de documentare, aspecte oarecum secundare la scriitorii francezi prezenți în presa vremii lor. Scriitorii activi în presa de secol XIX, mai ales cei din spațiul francez, unde există o lungă tradiție a intelectualului implicat în viața cetății, corespund rareori acestui profil. În siajul Revoluției Franceze, jurnalismul francez continuă să ancoreze în domeniul politic, să favorizeze opinia în defavoarea investigației, a știrii documentate, să fie mai aventuros pe plan intelectual și deseori orientat către manipularea evenimentelor, nu către prezentarea lor.

Epoca modernă demonstrează treptat că ascensiunea influenței jurnalismului este explicabilă prin creșterea valorii culturale, economice și politice a informației. Reciproc, fără informație accesibilă, nici creșterea economică, nici democrația nu au susținerea necesară. După Revoluția Franceză devine tot mai evident rolul jucat

* Universitatea "Babeș-Bolyai", Cluj-Napoca

de presă în legitimarea acestor valori, care începe să-și asume tot mai accentuat funcția de formator prioritar al opiniei. Revoluția Franceză a dat tonul unei ere în care presa a devenit motorul omniprezent al societăților democratice moderne. Însă, în același timp, Revoluția Franceză este și evenimentul care a împins în față foarte mulți oameni de presă și i-a plasat în poziții de influență publică. Cazul Marat, editorul ziarului *Ami du peuple*, este emblematic în acest sens.

Elaborată în secolul al XVIII-lea, doctrina libertății presei se lovește constant de interesele unor instanțe de putere capabile să controleze în mai mică sau mai mare măsură presa. Emergența ideii de *presă liberă* este strâns legată de dezvoltarea politicilor democratice. Liberalismul european, mai ales, furnizează un fundament solid pentru presa liberă, James Mill și, mai târziu, John Stuart Mill pledând pentru o separare a presei de puterea politică și pentru libertatea expresiei de opinie. Instaurată de Revoluția Franceză și consfințită de *Declarația drepturilor omului și a cetățeanului*, libertatea presei reprezintă în Franța secolului al XIX-lea pivotul opticii liberale, Benjamin Constant ilustrând, inclusiv doctrinar, fenomenul. În opinia sa, libertatea presei acționează corectiv în raport cu puterea și protejează individul de virtualele abuzuri ale acesteia. În optica sa liberală, inclusiv libertatea în politică trebuie să devină libertatea *de* politică. Practica, însă, contrariază deseori aceste deziderate.

În 1828, istoricul britanic Macaulay¹ desemna presa ca fiind cea de-a patra putere în stat. În realitatea actuală, tot mai multe voci o consideră însă ca fiind prima. În cazul scriitorilor implicați în viața socio-politică a secolului al XIX-lea, locul presei în jocurile de putere este undeva la mijloc.

La începutul așa-zisului „secol lung”, presa scrisă funcționa ca pârghie în lupta cetățenilor pentru drepturi democratice, ceea ce justifică oarecum accentul pus pe opinie și marginalizarea documentării. Prin contrast, în geneza lor, radioul și televiziunea sunt marcate de o puternică influență a statului. (Nu degeaba De Gaulle spunea: “Inamicii mei au presa, astfel că eu păstrez televiziunea.”) Ceea ce nu înseamnă că în secolul al XIX-lea ziarele au scăpat de ingerințele statului. Cenzura oficială masivă și instrumentalizarea presei în exercițiul consolidării puterii unor personalități politice (cum este Napoleon, mai ales) sunt realități ale epocii. O concurență serioasă este asigurată însă de vocile unor oameni de cultură profund implicați în viața socio-politică, spațiul francez furnizând foarte multe exemple în acest sens.

De obicei, atunci când scriitorii de secol XIX apelează la presă în alt scop decât cel literar, motivația lor ține de implicarea într-o chestiune importantă și relevantă la nivel social. Ei ajung să se implice în adevărate *queste* socio-politice, a căror justete este nu numai dezvoltată prin campaniile lor publicistice, ci este consolidată și prin statura personalității autorilor. Acest ultim aspect imprimă o marcă personală exercițiului jurnalistic, în sensul că autorii articolelor se transformă în embleme ale unei lupte și mută centrul de greutate al articolelor de pe documentare pe opinia

¹ Ian Hargreaves, *Journalism. A Very Short Introduction*, Oxford University Press, 2005, p. 11.

² *Ibidem*, p. 3.

datorată personalității autorului. Bonusurile acestei mutații sunt date de intensitatea implicării acestor scriitori în rezolvarea unor probleme grave, de faptul că ei își folosesc propria reputație pentru a stimula publicul să schimbe ceva în bine, să acționeze corectiv acolo unde instanțele statului eșuează. Scriitorii secolului al XIX-lea trăiesc din plin epoca angajamentului politico-social personal, iar presa le furnizează un mediu propice pentru dezvoltarea angajării lor, fără a fi însă și ultimul stadiu al ei, deoarece ei își asumă responsabilitățile și convingerile până la capăt, considerând că este oportun să pună în practică ceea ce comentează. Astfel, ei candidează la funcții publice, devin parlamentari, miniștri sau șefi de guverne, propriile lor articole sau cele ale colegilor de breaslă având întotdeauna un rol important în realizarea ambițiilor. Lamartine, care intră în componența guvernului după Revoluția din 1848, publică nu numai poezii, ci și articole politice (cum este cel din 1831 despre “politica rațională”³, eliberată de contingente și axată pe morală, virtute și rațiune). Numirea lui politică se datorează în egală măsură talentului său de orator și sprijinului presei.

Atunci când vorbim despre presă în secolul al XIX-lea, relevantă este și infrastructura. În prima parte a secolului al XIX-lea, ziarul este mai degrabă un obiect de lux, care se vinde doar pe bază unui abonament destul de costisitor, dar care, în ciuda acestei relative rarități, circulă din mână în mână și se găsește în numeroasele cabinete de lectură (numai în Paris există aproape 500). Însă tocmai socializarea implicită lecturii în aceste spații și spectacularizarea hermeneutică a actului de lectură asigură o profundă receptare a articolelor și o accentuată adoptare mai mult sau mai puțin critică a opiniilor răspândite prin intermediul lor. Este la fel de adevărat că cele mai multe dintre ziarele și revistele create de scriitorii secolului al XIX-lea au o existență efemeră, nu rareori condiționată de necesitatea unei platforme publice de propagare a unor opinii personale. Fenomenul este compensat de itineranța jurnalistică a scriitorilor, de prezența lor constantă în presă, motivată și de faptul că ei sunt perfect conștienți de rolul lor de formatori de opinie. Situația devine cu totul alta la sfârșitul secolului, când ziarele proliferază și sunt accesibile practic tuturor, diseminând o gamă largă de ideologii, opinii, informații și fapte diverse. Legea franceză asupra libertății presei din 1881 și progresele tehnice care duc la scăderea costurilor de imprimare a ziarelor echivalează cu o dezvoltare fără precedent a presei.

Spre deosebire de jurnalismul de astăzi, când informația este transmisă aproape instantaneu cu producerea evenimentului, scoțând deseori din ecuație etapa *verificării*, jurnalismul de secol XIX își permite luxul distanței. Paradoxal, în ciuda acestui aspect, nu se poate vorbi despre o criză a adevărului în presa secolului al XIX-lea (multe voci susțin însă existența unei asemenea crize în secolul XX), fapt datorat și capitalului de încredere de care se bucurau scriitorii și jurnaliștii epocii.

După cum spuneam, spațiul cultural francez înregistrează o adevărată tradiție a scriitorului care folosește presa pentru a se pronunța în chestiunile de interes public. Această manifestare se poate reduce la simpla comunicare a opiniei personale

³ Articol publicat în *Revue Européenne*, în 1831.

sau poate lua forma unei campanii extinse, în care opinia este acompaniată de argumente documentate și de viziuni similare. Balzac, Hugo sau Zola sunt doar câțiva dintre scriitorii care utilizează ziarele pentru a-și manifesta rolul de conștiințe publice.

Alimentate de celebritatea romancierului, ambițiile intelectuale și cele politice îl împing pe Balzac pe scena presei. Astfel, motivat de perspectiva unor alegeri (pe care le va pierde), el colaborează, începând cu 1832, la unul dintre ziarele legitimiste, *La Rénovateur*. În 1836, scoate un jurnal bihebdomadar, *La Chronique de Paris*, cu viață extrem de scurtă, în care comentează scena politică a vremii, inclusiv cea externă.

Lansând *Revue parisienne* (1840), din care apar doar trei numere, Balzac nu face decât să creeze o platformă pentru opiniile sale legitimiste. El scrie, de pildă: “Puterea nu poate veni decât de Sus sau de Jos. A voi să o extragi de la Mijloc înseamnă să vrei să faci națiunile să meargă pe burtă, să le conduci prin cel mai grosolan dintre interese, prin individualism. Creștinismul reprezintă un sistem complet de opunere la tendințele de depravare ale omului, iar absolutismul constituie un sistem complet de reprimare a intereselor divergente ale societății. Ele se sprijină reciproc. Fără catolicism, Legea nu are palos, și astăzi avem dovada. O spun cu tărie: îl prefer pe Dumnezeu poporului; dar, dacă nu pot trăi sub o monarhie absolută, prefer Republica infamelor guverne nelegitime, fără activitate, imorale, fără baze, fără principii, care dezlănțuie toate pasiunile fără a-i lua nici una dintre ele partea și care duc, din lipsă de putere, la o națiune stagnantă. Îl venerez pe rege prin grația lui Dumnezeu, îl admir pe Reprezentantul poporului. Ecaterina și Robespierre au înfăptuit aceeași operă. Și una, și celălalt erau lipsiți de toleranță. Așa că n-am blamat deloc și nu voi blama niciodată intoleranța din 1793, pentru că nu-i aud decât pe filosofii neghiobi și clevetitori blamând intoleranța religioasă și monarhică.”⁴

Încă din primul număr, Balzac atacă Monarhia din Iulie, inclusiv prin proza publicată în paginile revistei. Nuvela *Z. Marcas*, de exemplu, se focalizează asupra unui fost jurnalist politic, victimă a unui politician fără scrupule, romanele sale fiind înțesate de cazuri similare. Întreaga istorie este și o revanșă personală a lui Balzac, motivată de lichidarea jurnalului *La Chronique de Paris*, iar țintele nu sunt numai membrii gerontocrației Monarhiei din Iulie, ci și cei din mediul jurnalistic. Articolele revistei critică vehement mediocritatea și incompetența guvernanților, acțiunile lor greșite, atât pe plan intern, cât și în politica externă. El comentează inclusiv evenimentul fierbinte al epocii, care este criza din Orient de după războiul turco-egiptean din 1839. Punctul culminant al umilirii Franței este Tratatul de la Londra (1840), negociat fără participarea Franței.

Sensibil la evenimentele socio-politice, Balzac abordează și problema muncitorească, devenită de neocolit în contextul unui șir de greve, manifestații, tentative de închegare a unor partide socialiste, societăți secrete (cum este cea a

⁴ Apud Michel Winock, *Vocile libertății. Scriitori angajați din secolul al XIX-lea*. Traducere din franceză de Florin Sicoie, Editura Cartier, Chișinău, 2003, p. 254-255.

Anotimpurilor, condusă de Barbès și Blanqui) și chiar atentate (cel al lui Fieschi, membru al unei asemenea societăți secrete, asupra regelui). Este epoca în care apar și investigații sociologice asupra vieții muncitorilor, Balzac luând aceste studii ca punct de plecare în articolele sale. Dacă, în virtutea poziției sale legitimize, disprețuiește societatea industrială (incipientă), Balzac nu ezită să folosească chestiunea muncitorimii ca bază de atac împotriva monarhiei burgheze. El justifică acțiunile protestatelor ale muncitorilor prin abuzurile discriminatorii ale guvernului și condamnă ceea ce el numește a fi “mișcarea antisocială a Interesului”. Oricum, opinia lui se bucură de aprobarea recunoscătoare a fourieriștilor, dar și, peste ani, de aprecierea lui Marx, care îl va cataloga drept “socialist reacționar” sau “socialist cu spirit feudal”, ecou oarecum ironic la cuvintele lui Hugo: “Fie că a voit, fie că nu, autorul acestei opere enorme și extraordinare aparține rasei puternice a scriitorilor revoluționari”⁵. Toate acestea nu estompează însă opiniile sale contrarevoluționare, pledoaria pentru o instrumentalizare supremă a religiei în exercițiul puterii, diatriba împotriva generalizării extreme a doctrinei liberului arbitru, suspiciunea față de progres sau apărarea ierarhiei și a diferenței, opinii care se acutizează în timp, devin rigide și fac din Balzac un ultraregalist desăvârșit.

Amestecul de fervoare tradiționalistă și transgresiune de coloratură revoluționară apare și la alți scriitori din epocă. Opiniile exaltate ale lui Lamennais (care, în primă fază, duc la extrem alianța tradițională dintre regalism și catolicism) atrag nu numai reticența Bisericii, ci și atacurile presei culturale liberale, în ciuda paradoxalei sale propensiuni către liberalism (un liberalism creștin în formula sa), ancorată în susținerea libertății presei, a cultelor și a învățământului. În 1830 apare *L’Avenir*, cu Lamennais ca instanță tutelară (după ce mai avusese o tentativă cu *Le Mémorial catholique*), ziar care împacă “Dumnezeu și libertatea” (motto) sub imperiul negării dreptului divin și al afirmării suveranității poporului. Intercalarea componentei revoluționare și susținerea cauzei libertății popoarelor în programul ziarului *L’Avenir* declanșează campanii susținute, soldate cu o condamnare supremă în enciclica *Mirari vos*, document elocvent pentru poziția oficială antiliberală a Bisericii.

Mai mult Dumnezeu și mai puțină libertate ocupă programul articolelor lui Barbey d’Aurevilly din *Le Globe*, *Le Phare*, *Le Constitutionnel*, *L’Époque* și în *Revue de monde catholique*, al cărui redactor-șef este din 1847. Opiniile sunt, în mare parte, consecința firească a ascuțirii instinctului său aristocratic pe fondul deziluziei provocate de Monarhia din Iulie, azeziunea sa la catolicism fiind mai degrabă politică decât strict spirituală. De altfel, el scrie: “Orice s-ar întâmpla și în măsura posibilului și a practicabilului, voi fi mai degrabă de partea ordinii, din care n-avem niciodată destulă, decât de partea libertății, din care începem să avem prea multă”⁶.

⁵ *Ibidem*, p. 259.

⁶ *Ibidem*, p. 507.

Anul 1830 este anul instaurării Monarhiei din iulie, dar este și anul bătăliei pentru *Hernani*. Departele de a rămâne pe teritoriul artei, înfruntarea dintre clasici și romantici are o miză mult mai mare: libertatea în artă și literatură. După prima reprezentație, presa a reacționat violent, acuzându-i pe Hugo și acoliții lui de obscenitate și republicanism.

Interesant este însă backgroundul. Într-o primă fază, Hugo ține de romantismul monarhist și creștin. În decembrie 1819, fondează împreună cu doi dintre frații săi *Le Conservateur littéraire*, un soi de satelit al ziarului *Le Conservateur* (condus de Chateaubriand, idolul tânărului Hugo), care apare până în martie 1821. În această revistă, Hugo publică o odă, *Moartea ducelui de Berry*, răsplătită de Ludovic al XVIII-lea cu 500 de franci. Succesul generează repetiție: mai întâi, oda *Nașterea ducelui de Bordeaux*, apoi, *Botezul ducelui de Bordeaux*. Gestul său nu rămâne nerăsplătit, intervenția ducesei de Berry aducându-i și o pensie. Regalist și catolic, tânărul Hugo dezvoltă un antiliberalism virulent, așa cum reiese din scrisoarea adresată redactorului *Le Moniteur universel*, scrisoare în care el descrie liberalismul drept “o facțiune care este antipoetică, întrucât este antireligioasă și antisocială”⁷.

A doua tentativă revuistică a lui Hugo este *La Muse française* (1823), la care contribuie și alți scriitori cu aceleași convingeri politice: Alfred de Vigny, Alexandre Soumet, Émile Deschamps și alții. Când Chateaubriand este înlăturat de la conducerea Ministerului de Interne (iunie 1824), revista intervine în favoarea sa, iar Hugo scrie un poem dedicat “Domnului de Chateaubriand”. Interesele personale duc însă la dispariția revistei. Pe de altă parte, atacurile la adresa romantismului se înmulțesc, mai ales dinspre publicațiile de nuanță raționalist-iluministă.

Romantismul regalist de factură lirică al lui Hugo are și un complement în tabăra opusă: romantismul liberal, care, deși constituie o excepție la început, capătă formă grație prozatorilor (Stendhal, Manzoni). Organul de presă al acestei aripi a romantismului este *Le Globe*, care apare în 1824, urmând un proiect al lui Pierre Leroux (înainte de cariera lui de șef de școală socialistă), care dorea să publice un fel de jurnal enciclopedic. Titulatura literar-filosofică a ziarului era și o cale de a obține autorizarea prealabilă, necesară în cazul ziarelor politice. Pierre Leroux pasează proiectul lui Paul-François Dubois, fost carbonar și francmason cu idei liberale, care recrutează colaboratori pentru *Le Globe*, unul dintre ei fiind Saint-Beuve. O cronică binevoitoare a acestuia din urmă la *Odele și baladele* lui Hugo (funciar monarhist) declanșează în 1827 o schimbare esențială: Hugo publică *Odă către coloana din Place Vendôme*, subiectul elogiului fiind de astă dată Napoleon. Mutația este posibilă și grație reconcilierii cu tatăl său, fost general al Imperiului, relația cu figura paternă condiționându-i practic lui Hugo opiniile politice. Firește, presa regalistă reacționează, iar romanticii strâng rândurile, clivajul dintre cele două tabere dispărând. Triumfător este romantismul liberal, în nuanțe personalizate la fiecare scriitor în parte. Interzicerea piesei *Marion Delorme* a lui Hugo (1829) declanșează

⁷ *Ibidem*, p. 132.

ostilitățile. *Le Globe* titrează: “O primă lovitură de stat literară [...] Cabinetul își croiește drum pe orice cale; lovește în literatură și artă, fără să ezite o clipă, și le tratează de la început drept inamice, așa cum face cu tot ce este onorabil și pur. Dl Victor Hugo a avut onoarea de a primi cea dintâi lovitură politică din acest război, pe viață și pe moarte, împotriva ideilor, care reîncepe.”⁸ Pasul următor este campania pro și contra *Hernani*. Extrem de importantă pentru cultura politică romantică, bătălia pentru *Hernani* ilustrează în fond crezul lui Hugo, potrivit căruia “fiecare operă literară e un act”⁹, prin act înțelegându-se act politic.

Dacă Hugo-scriitorul se află în centrul multor dispute literare și doctrinare din primele decenii, Hugo-omul politic (în 1845 a fost numit în Camera Părinților) atrage atenția presei în următoarele decenii. Propensiunile sale libertine și scandalurile în care este implicat sunt savurate din plin de ziare și pun în umbră atenția acordată de el aspirațiilor naționale din Europa. În iulie 1848, un Hugo cu simpatii de stânga, tot mai activ în dezbaterile Adunării, se bucură de sprijinul nou lansatului ziar *L'Événement*, condus de cei doi fii ai săi, Charles și François-Victor Hugo, ziar cu un motto care de altfel îi aparține (“Ură puternică față de anarhie; dragoste tandră și profundă față de popor”¹⁰). Ziarul va sprijini și candidatura lui Ludovic Bonaparte la președinția Republicii, ceea ce nu-l va împiedica pe Hugo să se întoarcă împotriva regimului acestuia, când devine tiranic. Hugo va folosi același ziar pentru a-l ataca pe Napoleon al III-lea. Charles și François-Victor Hugo sunt condamnați pentru delict de presă, primul din cauza unui articol împotriva pedepsei cu moartea (mai 1851), avocat fiindu-i tatăl său, el¹¹ însuși masiv implicat în campania de abolire a pedepsei cu moartea. Bătălia pentru abolirea pedepsei capitale îi atrage pe foarte mulți scriitori, jurnaliști, avocați, politicieni, arsenalul lor argumentativ cuprinzând criminologie, psihiatrie, teologie, sociologie, teze care susțin determinismul biologic sau teorii concentrate pe ideea de ameliorare socială.

Uneori, evenimente particulare, destinate paginilor cu fapte senzaționale, atrag atenția scriitorilor. Un asemenea eveniment este acuzarea și apoi condamnarea (1838) pentru o dublă crimă a lui Sébastien- Benoît Peytel, prieten cu Balzac. Convins de lipsa de premeditare a crimei și indignat de agresivitatea acuzațiilor, Balzac publică în trei numere din *Siècle Scrisoare asupra procesului Peytel, notar la Belley*, însă demersul său nu împiedică executarea lui Peytel. Investigațiile privind cazul Peytel ajung să-l coste pe Balzac 10.000 de franci, potrivit unor surse. Documentele arată și cercetarea unor precedente, din acest efort ivindu-se comparația cu un alt caz,

⁸ *Ibidem*, p. 142.

⁹ Peter Gay, *The Bourgeois Experience. Victoria to Freud. Volume IV. The Naked Heart*, W.W. Norton & Company, New York – London, 1995, p. 55.

¹⁰ *Apud* Michel Winock, *op. cit.*, p. 434.

¹¹ Potrivit lui Peter Gay, implicarea lui Victor Hugo în această campanie este motivată și de nevoia de a exorciza propriile anxietăți legate de moarte, anxietăți originare în amintirile sale din adolescență, când a fost martorul ghilotinei din Place de Greve. În Peter Gay, *The Bourgeois Experience. Victoria to Freud. Volume III. The Cultivation of Hatred*, W.W. Norton & Company, New York – London, 1993, p. 178.

cel al lui Wilfrid Regnault, apărut de către Benjamin Constant. Prin contaminare, o asemenea comparație plasa cazul Peytel sub patronajul unui mare liberal. Rezultatul este un articol de senzație, dar fără consecințe în justiție.

Thackeray (extrem de interesat de funcționarea sistemului judiciar și de execuții), care se afla la Paris în epoca respectivă, apreciază ironic rolul jucat de Balzac în această istorie ca fiind mai degrabă dăunător cauzei inculpatului: “Poate că domnul Balzac a contribuit la înăbușirea micilor scânteii de interes, care mai rămăseseră pentru cazul notarului criminal. Balzac a compus o scrisoare în favoarea acestuia, o scrisoare atât de lungă, atât de plictisitoare, atât de pompoasă, promițând atât de mult și realizând atât de puțin, încât publicul parizian a renunțat cu totul la Peytel și la cazul său.”¹² Fără a contesta culpabilitatea lui Peytel, scriitorul britanic observă și plasează în centrul atenției nu cazul particular al procesului acestuia, ci carențele de ansamblu ale sistemului penal francez, el dezaproband mai ales pedeapsa capitală. Articolul său (*Cazul Peytel*, 1839) demonstrează că un proces condus altfel s-ar fi putut solda cu achitarea lui Peytel. Miza articolului nu este însă exercițiul intelectual juridico-detectivistic al autorului, ci abolirea pedepsei capitale. Potrivit teoriilor sale, pedeapsa capitală este înrădăcinată în pofta de sânge și este similară altor forme de divertisment care generează un anumit entuziasm, o anumită plăcere, care rezultă numai prin participarea directă sau indirectă la acte violente.

Jurnaliștii nu oferă doar informație și opinie, ci și divertisment. Uneori acest aspect atinge cote paroxistice și mutații neobișnuite, exemplul elocvent fiind publicarea în foileton a *Misterelor Parisului* în cotidianul conservator (nota bene!) *Journal des débats* (1842), pe un spațiu consacrat anterior criticii dramatice și varietăților literare. Extrem de repede, romanul-foileton al lui Sue ajunge fenomen european, sporind tirajul ziarului și generând imitații, însă ce surprinde este metamorfozarea autorului unui roman de divertisment într-o instanță absolută de opinie, totul sub presiunea reacției cititorilor. Sue devine un soi de zeitate a adevărului și a cauzelor sociale. I se cere să intervină în tot felul de probleme socio-politice, să apere categoriile defavorizate. Ba mai mult, istoriile sale impulsionează multe comunități să contribuie la eforturile instituțiilor de binefacere. Investirile acestea surprinzătoare condiționează evoluția narațiunii, romanul lui Sue transformându-se într-o armă a criticii sociale, ceea ce îl obligă pe autor să cerceteze mai atent universurile pe care le descrie (închisoarea, spitalul, cartierele rău famate, azilul) și să fie mai receptiv la doctrinele socialiste la modă. Receptiv la publicul care îl citește, Sue studiază teoriile reformatorilor sociali, le adoptă în paginile romanului său și sfârșește prin a adera el însuși la un socialism incipient, aspect deloc negliabil, dacă ne gândim la opiniile legitimize ale

¹² “Perhaps Monsieur de Balzac helped to smother what little sparks of interest might still have remained for the murderous notary. Balzac put forward a letter in his favor, so very long, so very dull, so very pompous, promising so much, and performing so little, that the Parisian public gave up Peytel and his case altogether.” (<http://www.executedtoday.com/2008/10/28/1839-sebastien-benoit-peytel-balzac-thackeray/>), 13.10.2010.

dandy-ului de dinaintea fenomenului *Misterele Parisului*. Sue va repeta performanța cu *Evreul rătăcitor*, publicat în foileton în *Le Constitutionnel* (1844-1845), ziar care îl susține pe Ludovic-Filip.

Prea puțin implicat în formarea opiniei publice prin intermediul articolelor de presă, Flaubert devine subiectul unui intens mediatizat scandal. *Doamna Bovary*, publicată în foileton în *La Revue de Paris*, face obiectul procesului din 1857, Flaubert fiind acuzat că atentează la bunele moravuri și la religie. Achitat și ajuns mai mult decât celebru datorită scandalului, Flaubert continuă să fie acuzat de unele ziare, care-i consideră scrierea drept indecentă, dar și elogiată de altele (Barbey d'Aureville în *Le Pays*, care însă nu va mai fi la fel de amabil cu *Educația sentimentală* în *Le Constitutionnel*, 1869). În același an, *Le Figaro* se dezlănțuie împotriva *Florilor Răului*, iar Baudelaire și el apare în fața tribunalului corecțional. Mai puțin bine plasat social decât Flaubert, este condamnat. Revanșa nu întârzie să apară, Baudelaire publicând în *L'Artiste* un articol despre *Doamna Bovary*, deci o dublă răzbunare.

Dacă Flaubert și Baudelaire sunt scriitori concentrați practic exclusiv asupra artei lor, secolul al XIX-lea oferă și reversul: scriitori programatic implicați în cauze socio-politice. În 1841, George Sand și Pierre Leroux lansează *La Revue indépendante*, care reflectă perfect filosofia progresului continuu a celui din urmă și ilustrează efectul contaminat exponențial al implicării scriitorilor în cauze socio-politice. Această experiență jurnalistică se soldează, în cazul lui George Sand, cu o exacerbare a angajării în politică, de partea opoziției, germenii conversiei fiind atât opiniile socialiste ale lui Leroux, cât și articolele despre câteva cazuri particulare (cum este procesul Fanchette). De altfel, pe termen lung, George Sand va continua să scrie articole despre socialiști, despre tarele societății și soluțiile posibile, despre condiția lucrătorilor din Paris sau despre organizarea muncii.

În timpul Comunei, Zola funcționează în calitate de corespondent parlamentar al ziarului *La Cloche*, relatând pentru acesta dezbaterile Adunării, care se mută de la Bordeaux la Versailles. Jurnalist din rațiuni de supraviețuire, neutru în conflictul politic, el cade totuși victimă valului de suprimări ale ziarelor, *La Cloche*, *Le Figaro*, *Le Constitutionnel* și altele fiind interzise de către Comună. Drept urmare, folosește unul dintre ultimele spații de opinie la care are acces (tot în calitate de corespondent), *Le Sémaphore de Marseilles*, unde publică o *Scrisoare din Paris*, cotidiană și anonimă, clar anticomunardă, unde denunță teroarea și încălcările drepturilor omului de către Comună.

Deloc revoluționar în politică, el demonstrează o paradoxală fervoare a adevărului în perimetrul prozei. Formarea sa în școala realistă și experiența sa de corespondent de presă explică această propensiune, după cum explică și efortul de documentare din spatele fiecărui roman. De pildă, atunci când publică *Goana după pradă* (parte din ciclul Rougon Macquart, *Istoria naturală și socială a unei familii sub Al Doilea Imperiu*) în *La Cloche*, roman care stârnește atacuri atât de vehemente din partea conservatorilor, încât îl determină pe directorul cotidianului să suspende publicarea, Zola vorbește despre această muncă de documentare: „Vreme

de trei ani, adunasem documente, și ceea ce domina, ceea ce descopeream fără încetare în fața mea erau faptele murdare, aventurile de necrezut, de rușine și de nebunie, banii furați și femeile vândute.”¹³ La nivelul documentării, nucleul romanului se focalizează asupra afacerilor nu tocmai legale favorizate de remodelarea Parisului de către Haussmann. Altfel spus, ceea ce jurnalistul Zola nu îndrăznește să afirme, afirma curajos romancierul Zola într-un discurs în care opinia ancorează profund în documentare, atât la nivel metodologic (el insistând asupra dimensiunii științifice a proiectului său), cât și la palierul evenimentelor și fenomenelor istorice ficționalizate. Cel puțin, deocamdată! Pentru Zola urmează o epocă de succes literar, însoțit de scandaluri de presă iscate pe marginea indignării multor ziare, care se grăbesc să-i facă un portret de provocator, imoral și chiar pornograf.

După 1880, Zola duce în *Le Figaro* o adevărată campanie împotriva transformării scriitorilor în oameni politici, ceea ce nu-l împiedică să-și transforme articolele într-o platformă de reglare a conturilor cu republicanii care l-au criticat. Paralel, devine din ce în ce mai interesat de mediul muncitoresc, de grevele declanșate în epocă, de constituirea unui Partid Muncitoresc și de evenimentele din Rusia, mai ales asasinarea lui Alexandru al II-lea, în 1881, eveniment căruia îi consacră un articol în *Le Figaro*. Când se declanșează greva de la Anzin, din 1884, Zola se duce acolo, discută cu minerii, coboară în subteran, îl întâlnește pe directorul minei, apoi pe secretarul general al camerei sindicale a minerilor din Nord, Émile Basly. Rezultatul este un dosar imens cu documente legate de viața minerilor, în el găsim lucrări, broșuri, tratate asupra tuturor aspectelor vieții acestora, informații privind bolile profesionale, manifeste care subliniază revendicările minerilor. Toate acestea vor forma și materia primă pentru *Germinal*, publicat în foileton în *Gil Blas*, începând cu 26 noiembrie 1884. Reacțiile pro și contra din presă nu întârzie, în mijlocul dezbaterilor, Zola trezindu-se socialist fără voie.

Evenimentul care i-a desăvârșit imaginea eroică de apărător al drepturilor celor discriminați este afacerea Dreyfus. Zola publică în 13 ianuarie 1898, în ziarul *L'Aurore*, o scrisoare deschisă adresată președintelui republicii, Félix Faure, în care acuza guvernul de antisemitism și de încarcerarea ilegală a lui Alfred Dreyfus. *J'accuse...!* insista asupra erorii juridice, mai cu seamă în condițiile unor dovezi insuficiente. Ecoul violent al articolului în Franța (unde scandalul a divizat practic opinia publică) și în străinătate a dus la acuzarea lui Zola, care, pentru a evita încarcerarea, fugă în Anglia, întorcându-se în Franța abia în iunie 1899.

Cazurile prezentate mai sus sunt ilustrări ale portretului dinamic al scriitorului de secol XIX, prezent activ în presa epocii sale și angajat fervent în formarea opiniei publice. Cu toate că miza centrală a acestei prezențe este opinia, asumarea responsabilă a rolului de formator al ei îl obligă deseori pe scriitorul acestui interval să investigheze lumile despre care scrie și chiar să se metamorfozeze sub presiunea cauzelor devenite subiecte de presă.

¹³ *Apud* Michel Winock, *op. cit.*, p. 698.

DOCUMENTAREA ÎN JURNALISM. CAZUL ROȘIA MONTANĂ

ADRIAN DINU RACHIERU*

ABSTRACT. *Documentation in Journalism. Rosia Montana Case.* A recent and low profile documentation visit carried out in New Zealand by a group of journalists, with the support of Gold Corporation, woke tumultuous reactions of the media. Could this be the abandon of “all journalism praxis”? Are these incriminations nothing but the reaction of those who weren’t on the trip? Is, however, the visit an “ethical crime” (as Doru Buscu was wondering auto ironically, calling up the *curiosity presumption*). Moreover, appeals of saving the “tearful Rosia Montana” generated a wide-scale emotional tremble. We must admit the fact that *Alburnus Maior* (the old name of the village) has always fed a “diabolic enchantment”.

In this paper, we are examining the present case without warlike inflammation and smoky props. In the following, we therefore set out to bring forward – with an analytic calmness and based on technical-sociological valuations – the demonstrations, pondering upon pros and cons of the matter.

Keywords: Journalism documentation, Roșia Montană, Roșia Montană Mining Project, image capital, sustainable development, community development vision.

O recentă și discretă vizită de documentare în Noua Zeelandă a unui grup de jurnaliști, pe banii companiei *Gold Corporation*, a iscat reacții vehemente în media. Fără a ne întreba, asemenea lui Ovidiu Șimonca (v. *Colegii mei din Noua Zeelandă*, în *Observator cultural*, nr. 281, 26 august-1 septembrie 2010, p. 19), dacă, în atari condiții, „mai are rost să facem presă”, am dori să examinăm cazul fără inflamări belicoase și recuzită fumigenă. Să fie vorba oare de un abandon al „tuturor normelor jurnalistice”? Să fie doar reacția „ofticoșilor de serviciu”? În plus, apelul de a salva „înlăcrimata Roșia Montană”, având ca suport expertize academice, a provocat un frison emoțional de proporții. De pildă, nu demult, teleormăneanul Dumitru Rădoi a publicat volumul *Martiri și eroi din Roșia Montana*, cinstind memoria celor 18 eroi căzuți în luptele moșilor pentru apărarea localității, zădărniciind ofensiva lui Kossuth. Propunând ridicarea unui monument, autorul

* Prof. univ. dr., Facultatea de Jurnalism, Comunicare și Limbi Moderne, Universitatea „TIBISCUS” – Timișoara

nu ratează ocazia de a înfiera „onerosul proiect” care a iscat, se știe, o teribilă vâlvă mediatică, odată cu inițiativa lansată de *Gold Corporation*. Pericolul ar fi, zice dl Rădoi, „ștergerea Istoriei”. Canadienii de la *Gold Corporation*, scrie netulburată și Rodica Rarău (v. *Absurdistan: Zece pentru Noua Zeelandă, în Flacăra lui Adrian Păunescu*, nr. 37-38 (457-458), 17-30 septembrie 2010, p. 14), „n-au treabă cu muzeele”. Vor „ștergerea dovezilor arheologice”. Ceea ce e un flagrant neadevăr. Incriminând acea „excursie plătită”, costisitoare, cu ziașiști „cumpărași”, „aleși pe sprânceană”, publicistica în cauză observă că *hămesiții de canadieni* cer ajutorul presei. Și notează, îndreptățit acum, că avem de-a face cu o comunitate învrăjbită, decorată cu ONG-uri patetice. Să fie, totuși, acea deplasare o „crimă etică” (cum autoironic se întreba Doru Bușcu, invocând *prezumția de curiozitate*): Să recunoaștem că, dintotdeauna, *Alburnus Maior* (cum suna vechea denumire a localității) a întreținut o „diabolică fascinație”. Autoritățile române, anunțând prin ANRM (Agenția Națională pentru Resurse Minerale) că „nu își vor asuma luarea unei decizii finale”, amână, prelungind blocajul politic, limpezirea situației. Pe de altă parte, comuna – printr-o hotărâre a Consiliului Local – a fost declarată „zonă industrială rezervată în exclusivitate proiectului *Gabriel Resources*”, decizie considerată de Curtea de Apel Alba ca „ilegală”. Ceea ce, previzibil, a reanimat ostilitățile, reactivând frontul contestatarilor. Încercăm în cele ce urmează să prezentăm – cu calm analitic și pe baza unor expertize tehnico-sociologice^{*)} – probele, cântărind argumentele pro și contra.

*

1. Proiectul Roșia Montană a provocat (și întreține!), spuneam, reacții virulente, de o mare diversitate, cu erupții pasionale, însumând un voluminos „dosar”. În ceea ce ne privește, judecând sociologic, restrângem aria de interes asupra *Proiectului Comunitar Roșia Montană* (în continuare: PCR), prefațând comentariile noastre cu o succintă prezentare generală a zonei, în vizibil declin economic și chiar condamnată – conform prognozelor – la colaps, în absența unor salvatoare infuzii investiționale. Această veche așezare (bimilenară), atestată istoric și invocând drept tradiție mineritul aurifer (acoperind 90% din venituri), având un climat sub-alpin și soluri de calitate inferioară, nu poate oferi decât o economie de subzistență. În plus, degradarea ecologică a mediului și sistarea activității miniere obligă populația zonei la accentuarea fenomenului migratoriu. Încât, relansarea ei economică reprezintă o oportunitate de dorit a nu fi ratată! Iar *Proiectul Roșia Montană* poate fi un catalizator, preocupând autoritățile locale și grupurile civice și angajând cooperarea tuturor factorilor interesați în identificarea obiectivelor comune și implementarea inițiativelor de dezvoltare. Acest parteneriat, suportând blocajul celor ce recomandă zgomotos „prezervarea zonei” (uitând că

*) Mulțumim pe această cale d-lui Adrian Gligor (vicepreședinte la *Patrimoniu și Dezvoltare Durabilă - PDD*) și d-nei sociolog Claudia Buruiiană, ambii de la RMGC, pentru bunăvoința de a ne fi pus la dispoziție documentația necesară.

respectiva zonă este o „ruină ecologică”, cu o precară stare de sănătate), are ca suport *Proiectul minier Roșia Montană* (RMGC). Apariția acestui investitor (*Gold Corporation*) va permite nu doar dinamizarea economică, ci, se speră, reconstrucția ecologică. Se știe prea bine că zona este monoindustrială, decretată ca defavorizată, cu o moștenire ecologică precară (ape acide, halde de steril, mediu infestat, activități sub standarde de protecție). Ca partener constructiv, *Gold Corporation S.A.* promite că va asigura resursele financiare pentru relansarea economică a comunității, integrând, conform angajamentelor, considerentele de mediu în planurile de decizie corporativă și în toate activitățile companiei, supraveghind, pentru maximizarea beneficiilor pentru comunitate, „performanțele de mediu”. Evident că reluarea exploatărilor miniere va exercita, în timp, un puternic impact asupra economiei zonale, a mediului și a comunității. Or, zona strict impactată (1644 ha, 960 de locuințe) antrenează o preocupare a administrației (comunale, județene și regionale), dincolo de strategia reconstrucției și dezvoltării minei Roșia Montană, angajând dezvoltarea comunitară și protejând viitorul ei. *Dezvoltarea durabilă* înseamnă o politică integratoare a componentelor economice, ecologice, sociale, solicitând conlucrarea factorilor responsabili pentru a nu compromite nevoile generațiilor viitoare, asigurând viabilitatea socio-economică și ecologică a proiectului (cf. PDDC). *Comunitatea* din Roșia Montană însumează aproximativ 18.000 de persoane (incluzând comuna Roșia Montană, orașele Abrud și Câmpeni, comunitatea de strămutare Alba Iulia, aflată la 75 de km). Indicatorii socio-economici evidențiază fenomenul de îmbătrânire (ca tendință regională), un declin demografic și o predominanță feminină, cu mari riscuri pentru starea de sănătate și un agravant fenomen migratoriu în contextul pauperizării. Implicit, un grad înalt de descurajare pentru posibili investitori. Totuși, prin implicarea RMGC, șomajul e în scădere. Dar ponderea populației inactive, deteriorarea ecologică a zonei, serviciile sociale slab dezvoltate (sistemul informațional, de învățământ, asistență medicală), infrastructura necorespunzătoare și gama precară de utilități accentuează izolarea. *Este cert că prioritățile de dezvoltare ale guvernului român nu includ pe agendă Roșia Montană.* În afara proiectului lansat de RMGC, nu există alte intenții de refacere și nu sunt semne că un alt investitor ar fi doritor să se implice. Acest peisaj deprimant ar putea fi corectat sub un întreit aspect (socio-cultural, economic și ecologic), tocmai prin derularea proiectului, asigurându-se, în conexiune cu scopul prioritar, rețeaua de alimentare cu apă potabilă, sistemul de epurare a apelor uzate, alimentarea cu energie electrică și gaze naturale, colectarea (gospodărirea) deșeurilor, infrastructura de transport, calitatea serviciilor și locuințe confortabile etc.

Se impune apoi o observație esențială. PDDC, oferind un climat investițional viabil, se vrea un *proces*. Și după sistarea activității miniere, dezvoltarea durabilă poate fi susținută. Continuitatea acestor eforturi privește managementul economic, impactul social, preocupările de strămutare și relocare (PASR), incluzând monitorizarea pe termen lung a persoanelor strămutate și, finalmente, bunăstarea locuitorilor și

prosperitatea comunității. Ca mijloc de implementare, *Gold Corporation* va crea o Fundație de Dezvoltare Roșia Montană, condusă de un Consiliu de administrație, asigurându-i un capital inițial (grant), urmând a fi trecută apoi pe auto-finanțare. „Voce” a comunității, Fundația va urmări îndeplinirea angajamentelor RMGC, desfășurând tipuri de activități industriale și economice în afara mineritului. E vorba, așadar, de activități economice alternative (construcții, activități meșteșugărești, turism, industria textilă, sport), asigurând atractivitatea zonei și facilități de micro-finanțare. Prin servicii, calificări, activități, produse, prin antrenarea capacităților și competențelor, Fundația poate asigura potențialul de dezvoltare al comunității. Ea va include un centru de consultanță, va oferi sprijin educațional (burse, cursuri de instruire pentru o forță de muncă performantă) și va asigura un regim protecționist patrimoniului (restaurarea clădirilor istorice, conservarea bisericilor). Scopul prim rămâne însă *reînvierea simțului comunitar și promovarea localității ca destinație turistică* (națională și internațională). Departamentul de patrimoniu va încuraja inițierea unor programe arheologice și impulsionează turismului cultural, conservarea centrului istoric, Muzeul mineritului, Centrul Cultural, sprijinirea unor publicații locale. Se vor ivi, astfel, oportunități pentru asigurarea unor investiții independente de activitățile miniere, a unor noi locuri de muncă, implicit, a creșterii veniturilor. Este însă falsă opinia că, actualmente, se poate asigura o relansare economică a zonei prin turism și agricultură. Primul pas rămâne *re-ecologizarea ei progresivă*, iar PDDC prevede explicit o astfel de intenție pe termen lung, redând Roșia Montană eco-turismului. Sensibilitatea ecologică, protejând biodiversitatea, e de înțeles, polarizând reacțiile. Opoziția zgomotoasă a unora (*Alburnus Maior*, de pildă), invocând și strămutarea forțată, a creat o impresionantă *presuime mediatică*, declanșând un război imagologic și exploatând carențele de informație ale opiniei publice. Idealizând zona (considerată un „loc magic”), astfel de voci pledează pentru „prezervarea” ei, ignorând evidența: regiunea e „pe moarte”. Turismul nu poate fi relansat fără o investiție masivă. ONG-ul *ProRoșia*, înființat în 2001, numără mulți membri și simpatizanți și agreează Proiectul, veghind însă ca derularea lui să nu se abată de la promisiunile lansate de *Gold Corporation S.A.*

2. Totuși, PDDC-ul, în pofida ofertei generoase, îngăduie, la o lectură atentă, numeroase *observații și propuneri corective*. Menționăm, în continuare, câteva:

* Este limpede că oferta RMGC convine intereselor localnicilor, îndeosebi prin politica de achiziții. Strategiile de dezvoltare prin gestionarea resurselor naturale și ameliorarea calității vieții presupun însă și acțiuni comunitare (politica de relații comunitare).

* În *Planul* amintit (PDDC), conceptul sociologic de „dezvoltare durabilă” este manevrat precar, fără suport bibliografic. Mai mult, sintagma ca atare nici nu pare îndreptățită. Noi vom pleda pentru *dezvoltare comunitară*

* În cazul în care compania, interesată de o mină ultramodernă, va asigura și un corect management de mediu, conformându-se cerințelor *BAT* (*Best Available Techniques*), atunci ea nu va lăsa, la încheierea activităților, o moștenire ecologică negativă. Refolosința post-închidere, atenuând impactul (sub control) asupra mediului și salvând biodiversitatea zonei prin reabilitare ecologică, va asigura supraviețuirea ecosistemului.

* Pe această bază, prin ecologizare progresivă, Roșia Montană va deveni – conform previziunilor – un centru turistic, promovându-și publicitar (website) intențiile de relansare: dezvoltarea infrastructurii, apariția unor pensiuni, magazine de artizanat, „fructificarea” vestigiilor miniere din perioada romană, aducând – prin fluxul turistic – sporuri bugetare.

* În pofida dorinței de a asigura „o strategie eficientă și transparență de comunicare”, semnalăm în acest sector crase deficiențe. Chiar dacă dezbaterile publice au fost încurajate și au trezit interes, *capitalul de imagine* este preponderent negativ. Nu sunt cunoscute intențiile și, mai ales, reușitele (deja bifate!) ale companiei, în tentativa de a relansa triadic (economic, socio-cultural și ecologic) zona.

* Menționăm și carențele unor *studii de evaluare*, puțin interesate de a lua „pulsul” localnicilor, al percepției și așteptărilor lor, *dincolo* de promisiunile de relansare economică, implicit a unor viitoare câștiguri consistente (satisfăcând „orizontul de așteptare?”).

* Amintitele deficiențe de natură comunicațională au, se pare, o dublă cauză. Într-o primă etapă, s-a practicat mediatizarea în exces, prin canale „dubioase”, suspectate de necredibilitate; ulterior, în pofida reușitelor, s-a păstrat tăcerea mediatică, „vizibile” devenind doar reacțiile negative din presă, îndeosebi un șir de „minciuni ecologice”, alimentând o ostilitate întreținută prin *necunoaștere*.

* Or, Proiectul Roșia Montană, ca *proiect model*, promovând *mineritul responsabil* oferă o oportunitate și în beneficiul comunității. E vorba, deopotrivă, de reabilitarea mediului dar și de o necesară revigorare comunitară.

* Tot datorită carențelor de comunicare, sensibilitatea ecologică a opiniei publice a provocat îngrijorări, întârzieri, opoziție (cazul *Alburnus Maior*), polarizând reacțiile ONG-urilor, favorizând o *percepție emoțională*, fără acces onest la studiile de fundamentare, creionând – strategic – perspectivele de dezvoltare.

* Sectorul vulnerabil rămâne cel al vieții comunitare. Se impune „consultarea” (prin anchetă sociologică) a celor care vor locui în noile spații comunitare, pentru cunoașterea și împlinirea aspirațiilor lor. În actualul stadiu, existența *Programelor de bună vecinătate* poate fi o soluție-paleativ, favorizând re-crearea rețelelor de sprijin, funcționând în Centrul pentru Comunitate.

* Dar amintita anchetă sociologică va încerca să valorifice/ să valorizeze capitalul uman și natural, *armonizând* dorințele și aspirațiile comunității cu oportunitățile și capacitățile existente sau posibile. Oricum, RMGC există și va fi acceptată *doar* în armonie cu interesele comunității.

* Zonele de strămutare, fie că e vorba de Piatră Albă sau „satelitul” Alba-Iulia (cartierul Recea), vor cunoaște lucrări arhitecturale și de infrastructură, care, cu necesitate, *trebuie să țină cont* de doleanțele viitorilor comunitari. Anchetele de teren vor evidenția amănunțit tocmai aceste aspecte.

* Programele derulate (*Un vecin mai bun*, de pildă) probează angajamentele și responsabilitatea socială a companiei, oferind o asistență specifică, fie persoanelor vulnerabile, fie pregătind (cazul Centrului de Resurse Umane) cursuri de calificare.

* Sunt fugitiv menționate (expediate, mai degrabă) preocupările pentru sănătate și educație. Nu doar expunerea profesională întreține o situație alarmantă. Baza de date probează, din păcate, precara situație din punct de vedere sanitar a locuitorilor zonei, cu o scăzută durată medie de viață; măsurile preconizate (sigilarea masei de steril, ecologizarea amplasamentelor, reconstrucția ecologică progresivă, crearea unei zone tampon / perdea vegetală) se vor dovedi investiții benefice în atenuarea impactului asupra mediului.

* Factorii locali vor beneficia de o *informare continuă*. Fiind în necurmată prefacere, tabloul socio-economic obligă și la *refacerea sondajelor*, actualizând și transparentizând banca de date, inclusiv pe linia angajării forței de muncă (locale), a planurilor de strămutare ori a respectării protocolului încheiat.

* Ivită din inițiativa RMGC, Fundația – aspirând la independență financiară – va trebui să-și dovedească viabilitatea. Deocamdată, strategia e aproximată, iar riscurile sunt doar anunțate, nicidecum analizate (buget, bord etc.).

* Planificarea durabilă la nivel local presupune o abordare consensuală, o strategie pe termen lung, pe baza unui *larg proces de consultare*, participarea activă a celor implicați. Altfel spus, obligatoria consultare a comunității în privința viitorului ei. În fond, esența dezvoltării comunitare rezidă în a promova inițiativele comunității, stimulând capacitatea ei de *autodezvoltare* în evoluția planificată spre bunăstare.

* Există însă serioase rezerve în privința folosirii sintagmei de *dezvoltare durabilă*. Ea presupune trei direcții majore: bunăstarea economică (rentabilitate), protecția mediului (fundamentare ecologică) și stabilitatea socială („licență” socială). Or, proiectul RMGC a întâmpinat și o opoziție puternică; e vorba chiar de o campanie dirijată, întreținând o virulentă presiune mediatică .

* Obiecția principală vizează *ciclul de viață al proiectului*. Or, programul minier „ființează” în contextul larg al planului de dezvoltare durabilă al unei comunități strămutate, fiind o proiecție pe termen lung (17-20 de ani). Viața limitată a proiectului minier nu reprezintă însă un aspect durabil al strategiei. E de presupus că, după închiderea minei, vom asista la o creștere accentuată a migrației, în pofida masivelor specializări preconizate în domeniul minier. În plus, acest *consum total* (preconizat pentru intervalul menționat) va consfinți epuizarea rezervelor aurifere.

* Viziunea de dezvoltare a comunității se bazează, indiscutabil, pe *sprijinul* acelei comunități, de dorit fiind ca proiectul să-i aparțină. Or, proiectul RMGC este *un program impus*, provocând tensiuni și dispute, aparținând unui agent extern.

* Proiectul RMGC, susceptibil de intervenții corective, ignoră, deocamdată, metoda de jos în sus, fiind în exclusivitate rezultatul abordării convenționale. Anchetele sociologice vor completa și fortifica această fundamentare, explorând – prin reactualizarea datelor – starea comunității. Și, în plus, introducând, argumentat, în PDDC, setul de propuneri și soluții avansate de comunitate. Astfel, putem anula și obiecția (valabilă) că nu acea comunitate a inițiat proiectul (o imposibilitate, de fapt, dată fiind incapacitatea financiară de a susține un proiect de o asemenea anvergură).

* Considerăm că PDDC propune, în sens extensiv, o definiție laxă a comunității. Ea, în fapt, acceptând, firește, un registru larg de conexiuni și interferențe, *se restrânge* pentru investigația noastră la zona sever impactată: cea istorică, zona de protecție și cele două zone de strămutare (relocare), pentru a cunoaște *cu exactitate* starea de spirit a locuitorilor, doleanțele și sugestiile lor, pentru a armoniza oferta PDDC cu așteptările și propunerile aspiraționale ale viitorilor comunitari.

* Totuși, în pachetul concluziv al Proiectului PDDC întâlnim și sugestii improbabile, chiar hilare. De pildă, înființarea unor nuclee ale învățământului universitar în zonă. O astfel de posibilitate ni se pare puțin probabilă. Chiar implementată, ideea are șanse nule de supraviețuire în etapa post-închidere, deoarece centrul de greutate al ofertei universitare privea învățământul minier.

* O atenție specială ar trebui acordată fenomenului fluctuațional (ca latență) și preocupărilor de „fixare” în spațiul comunitar, interesați fiind de soarta angajaților după închiderea minei (viitor barat), desfășurând un evantai profesional atractiv.

* Investițiile ne-miniere n-ar trebui, credem, să ignore încurajarea unor activități manufacturiere (cazul meșteșugarilor aurari) sau chiar reînființarea unor cazinouri (ex. Abrud) în perioada de exploatare, cu cert potențial turistic.

* Spiritul comunitar trebuie reactivat în zonele de strămutare. Dincolo de largul proces de consultare, însăși comunitatea trebuie redefinită în aspectele ei actuale și virtuale (tipologie, competența civică, intenții de implicare, comportament inerțial ș.a.).

* Întreținerea liantului comunitar implică și schimbarea percepției comunității în legătură cu derularea proiectului (acceptat) și prezența companiei (văzută, de dorit, ca *membru al comunității*).

* Dezvoltarea comunitară înseamnă și asumarea unor noi situații existențiale (cazul celor care manifestă rezistență la intențiile de dislocare și care, finalmente, prin răscumpărare forțată vor părăsi actualele proprietăți).

* Observăm că, în politica de achiziții a proprietăților afectate, s-au comis erori strategice. „Febra aurului” a întreținut o frenezie constructivă („cabanizare”), impulsionată de sumele tentante oferite.

* Strategia comunitară ar fi lipsită de realism dacă, dincolo de programele de „agregare socială”, n-ar fi preocupată, spuneam, de soarta viitorilor pensionari sau a celor care, la închiderea minei, vor fi constrânși la reconversie profesională.

* Comunitatea ca atare trebuie bine cunoscută în structura ei socio-economică și culturală, inclusiv pe dimensiunea religioasă (existând șase culte) sau sportivă, cu preocupări pentru amenajarea unor terenuri și a locurilor de joacă pentru copii.

* La anumite intervale devine *obligatorie* reactualizarea PDDC, în funcție de dinamica socio-economică a zonei.

* Pe termen scurt, eforturile S.C. *Roșia Montană Gold Corporation S.A.* trebuie, prin departamentul PR, să vizeze – ca *urgență* – o ameliorare a prezenței mediatice și o îmbunătățire a imaginii, în consens cu realitățile zonale.

*

3. Este de ordinul evidenței că proiectul RMGC, cu miză internațională, a iscat numeroase controverse, conducând la o radicalizare a opiniilor, implicit la *polarizarea* reacțiilor. Oponenții ar fi, totuși, obligați să recunoască faptul că e vorba de o zonă monoindustrială, cu grave probleme de mediu, cunoscând un vizibil declin demografic (însoțit de un accentuat fenomen migrațional), cu slabe șanse de a asigura o dezvoltare alternativă, prin succesul agriculturii organice și resuscitarea turismului (prin reecologizarea zonei), în absența unui masiv suport financiar. Or, proiectul în cauză propune tocmai o astfel de injecție financiară. Ceea ce nu înseamnă că e scutit de o discuție critică, aplicată, noi încercând să evidențiem câteva aspecte lacunare, pe lângă alte observații, deja cunoscute, fără a conchide însă că ar fi vorba de un raport „lipsit de credibilitate științifică”, vehiculând „date false și interpretări tendențioase”, cum, repetat, s-a afirmat.

3.1. Trebuie să reamintim că *dezvoltarea comunitară*, presupunând o evoluție planificată înspre bunăstare, se bazează pe inițiative *in interiorul comunității*, stimulând „capacitatea (ei) de autodeterminare”. O comunitate durabilă deține controlul și gestionează procesele de dezvoltare. În cazul Roșia Montană avem de-a face cu un proiect propus/ impus de un agent extern. Iar activismul civic (uneori stimulat) se cheltuie pentru blocarea lui prin agitatorismul unor grupuri, asociații, instituții. Motiv pentru care am asistat la o *retragere* din prim-plan a companiei, transferând „soarta” proiectului în mâinile Consiliului Local (neputincios, de fapt). Decizia ține însă de un cu totul alt nivel, chestiunea fiind, momentan, *temporizată*.

O strategie de dezvoltare la nivel comunitar, cu obiective și angajamente concrete, e de dorit a fi elaborată *pe baza unei largi consultări*. Reproșul (vehement rostit) că planificarea durabilă se cuvine „prinsă” în procesul bugetar, corect teoretic, nu poate fi împlinit practic în acest caz. Știe oricine că Primăria n-ar putea suporta costurile uriașe ale PDDC. De fapt, Programul este un cumul de proiecte, cu obiective generale, specifice, operaționale. Iar responsabilitatea nu poate fi „pasată” Fundației de Dezvoltare Roșia Montană (deocamdată, inexistentă).

Opozanții Proiectului invocă, definind *dezvoltarea durabilă*, cele trei componente: protejarea biodiversității, a capitalului natural (definiția „verde”), maximizarea conservării resurselor și beneficiile socio-culturale aduse comunității

(eradicarea sărăciei, creșterea calității vieții ș.c.l.). Este ignorat, cu bună știință, un aspect esențial: rezervele aurifere vor fi, mereu, un punct de atracție, un alt investitor poate veni oricând, iar epuizarea lor – inevitabilă.

Nu credem că se poate construi un proiect de dezvoltare durabilă Roșia Montană în absența proiectului minier. Iar prezența RMGC nu poate fi taxată drept „negativă”, deloc de bun augur, pe considerentul că „sectorul minier nu este esențial” pentru dezvoltarea durabilă a zonei, stopând – în plus – alte activități. Se susține că alte investiții sunt imposibile din cauza PUG (modificat, în 2002), deși zona afectată de Proiect reprezintă doar un sfert din suprafața localității, iar comunitatea intră sub incidența regimului zonelor defavorizate.

„Tapajul” iscat în media în privința potențialului turistic suportă un drastic corectiv: infrastructura precară și costurile uriașe ale reabilitării ecologice. Investițiile, salvarea patrimoniului arheologic, celelalte inițiative de reecologizare și „muzeificare” sunt posibile tocmai prin Proiectul RMGC.

3.2. Notăm, concludiv, că discuțiile prilejuite de subiectul Roșia Montană, intens mediatizat, păcătuiesc prin abordare emoțională, inflamată, radicalizată, polarizând și blocând dialogul părților în conflict. Iar media, fără preocuparea de a vehicula *informații complete și corecte*, întreține astfel de reacții. Încât ideea unei vizite de documentare, incriminată cu vehemență de unii, văzând la fața locului consecințele (în faza post-exploatare), nu ni se pare blamabilă în sine. Mai ales că, fluturând *cianurarea* ca sperietoare (un nou Auschwitz, s-a spus), cei în cauză s-au putut convinge că e vorba de un risc controlat, prin tehnologii de ultimă generație, în conformitate cu standardele de mediu.

Cei care doresc prezervarea zonei uită că ea, actualmente, este o ruină ecologică (ape acide, concentrație de metale grele, 18 halde de steril etc.). Mai mult, *inacțiunea* (prin strategia de tergiversare) costă, iar degradarea mediului se accentuează. Nici vorbă de ecologizarea fostelor exploatare (părăsite) și, cu atât mai puțin, de posibile intervenții („costuri de oportunitate”, în limbaj economic) din partea statului român.

Obținând, recent, un nou certificat de urbanism (al treilea!), s-ar părea că Proiectul, intrând în procedură de autorizare, are șanse de a fi demarat. Dl Laszlo Borbely, ministrul Mediului și al Pădurilor, invoca, stupefiant, și necesitatea unor „discuții transfrontaliere cu partea ungară” (!); ceea ce, desigur, ar însemna blocarea Proiectului.

Aceluiași scop îi corespunde și *inițiativa de listare UNESCO*, luată fără consultarea autorităților locale. Deși comunitatea locală dispune de un Plan strategic de dezvoltare socio-economică și de un Plan de conservare a patrimoniului.

Semnalăm, în final, că, prin *Asociația Centrul de Cercetare și Dezvoltare Socio-Economică „Munții Apuseni”*, cu sediul la Alba-Iulia, implicând două Universități, sunt inițiate cercetări temeinice asupra zonei. Menționăm, ca ultimă probă, *Raportul asupra stării socio-economice a localității Roșia Montană* (2009), investigațiile

urmând a fi aprofundate și extinse. Încât, ignorând suveran astfel de surse credibile de documentare, putem conchide că *urechismul* și *mercenariatul* sunt fenomene lesne detectabile în spațiul media, angajând voluminosul dosar Roșia Montană. Fiindcă subiectul în discuție, temporizat strategic, întreține și un virulent război mediatic.

DOCUMENTAREA ÎN PRODUCEREA ȘI ELABORAREA EMISIUNILOR RADIOFONICE – DE LA DOCUMENTAREA EMISIUNILOR RADIOFONICE LA EMISIUNILE RADIOFONICE DOCUMENT

GABRIELA RUSU-PĂȘĂRIN*

*Motto: „The Medium is the Message.”
Marshall McLuhan*

ABSTRACT. *Documenting in the Production and Development of Radio Broadcasts - From Documenting the Radio Broadcast to the Radio Broadcast Document.* Documenting the production of radio broadcasts is a complex process which requires specialized communication skills in the field concerned. Paradoxically, as the intention to broadcast simultaneous events live is more evident, the "real" world seems "fabricated", built to stress what the broadcaster wants to highlight. Docu-verite, an accurate reflection of the real world through images which make the metalanguage of an absent world, changes into the re-interpretation of the world through the perspective of intentionality. Thus, it is not the truth of the world which will come into prominence, but another world, filtered through a code proposed by the means of communication. It is not the events that are revealed in their specificity, but their reinterpretation which is provided under a decoding cipher imposed by the required means of communication.

An intentionality supported by communication and cultural skills of media "actors" is revealed. The product of documentation filtered through the ideology of the broadcast is sent out. The effect should be the "verite", "docu-verite", the consumer of broadcasting products having two essential tasks: reception by decoding a cipher which has been given to him, and responsiveness according to the affective-emotional profile (spontaneous reaction to the message) and to the cognitive one (message comprehension skills).

From the technical model issued by the means of communication (mental clippings visualized after listening the sound sequence, with symbolic value) to the models of media communication – this is the path documentation should take in order to produce radio broadcasts. The public is picking up what makes sense for them (according to symbolic interacting) as co-participants in events which are "related" or "induced" (according to P. Charaudeau). An effective communication code is required so that the desired effect would be the reconstruction of the world on the scale of meanings which has been framed.

From documenting the radio broadcast to the radio broadcast document – this is the path which we shall illustrate through media events and testimonials.

Keywords: communication and cultural skills of media "actors", the "verite" effect, the "docu-verite" effect, "related" events, "induced" events, document events.

* Conf. univ. dr., Universitatea din Craiova; Radio „Oltenia” Craiova

Celebra afirmație a lui Marshall McLuhan este cu atât mai actuală astăzi, cu cât a decodifica mesajul transmis de radio și de televiziune este o necesitate, care se traduce prin „a consuma” nu conținutul secvențelor sonore sau vizuale, ci o schemă de dezarticulare a realului și de „recompunere” după un model tehnic. Mesajul real produce astfel o schimbare structurală operată la nivelul relațiilor umane. Preluând aceste idei elaborate de McLuhan, Jean Baudrillard spunea într-un volum dedicat societății de consum: „Mesajul televiziunii (înțelegem și al radioului, n.n.) nu rezidă în imaginile transmise, ci în noile relații și moduri de percepție pe care le impune, în schimbarea structurilor tradiționale ale familiei și grupului. Mai mult, în cazul televiziunii și al mass-mediei moderne, ceea ce e primit, asimilat, „consemnat” nu e atât un anumit spectacol, ci virtualitatea tuturor spectacolelor”¹. Este exprimată, în esență, „ideologia atotputerniciei unui sistem de lectură asupra unei lumi devenite sistem de semne. Imaginile televizuale se vor metalimbajul unei lumi absente”².

Cu cât intenția de a transmite ... în direct, în derularea simultană a evenimentelor este mai evidentă, cu atât lumea „reală” este una „confectionată”, construită pentru a accentua ceea ce emițătorul dorește să evidențieze. *Docu-verité* se transformă, din reflectarea fidelă a realului în imagini ce reprezintă metalimbajul unei lumi absente, în re-interpretarea lumii din perspective intenționalității. Astfel, nu adevărul lumii se va impune, ci o altă lume filtrată printr-un cod propus de mijlocul de comunicare. Nu evenimentele în specificitatea lor sunt redade, ci se oferă reinterpretarea lor conform unui cod de decodare, de înțelegere, impus de mijlocul de comunicare.

Ceea ce se redă este o intenționalitate susținută de competențele comunicative și culturale ale „actorilor” media. Ceea ce se transmite este un produs al documentării filtrate prin ideologia promovată de acel post. Efectul trebuie să fie cel de „*verité*”, „*docu-verité*”, consumatorului de produs radiofonic rămânându-i două sarcini esențiale: de receptare printr-un cod, de care să fie înștiințat, și de receptivitate în acord cu profilul afectiv-emoțional (reacție de spontaneitate la mesaj) și cognitiv (competențe de comprehensiune a mesajului).

De la modelul tehnic propus de mijlocul de comunicare (decupajul vizualizat mental în urma ascultării secvenței sonore, cu valoare simbolică, de referință) la modelele comunicării mediatice – iată parcursul documentării pentru realizarea emisiunilor radiofonice. Publicul receptează ceea ce are sens pentru el (conform interacționalismului simbolic), fiind co-participant la evenimentele „relatate” sau la cele „provocate” (conform lui P.Charaudeau). Pentru ca efectul să fie cel scontat, de reconstrucție a lumii pe baza grilei de sensuri propuse, este necesar codul comunicării eficiente.

¹ Jean Baudrillard, *Societatea de consum. Mituri și structuri*. Traducere de Alexandru Matei. Prefață de Ciprian Mihai, Editura Comunicare.ro, București, 2005, p. 157.

² *Ibidem*, p. 157.

Fluxul complex al *docu-verité*-ului presupune trei etape în procesul de “reflectare”, în fapt reconstituire a evenimentelor narate: documentarea (o tipologie ramificată), comunicarea (modelele comunicării pun în discuție rolul celor trei repere ale axei comunicării, E-M-R, pentru a reflecta axa reprezentării, realitate-imagie) și produsele radiofonice (*emisiune documentată*, ca valoare de circulație), *documentarul* ca gen publicistic cu valoare infomațională și cu accent pe formare) și *emisiune-document radiofonic* (ca valoare validată, plasată într-o ierarhie axiologică și tezurizată într-o arhivă a radioului).

1. Tipologia documentării

Proces complex de acumulări successive de informații pe baza cărora se construiește argumentația discursului, documentarea este, în esență, un flux permanent de reperare și procesare a datelor care configurează realitatea obiectivă a situației comunicaționale, a evenimentului plasat pe axa trecut-prezent-viitor.

Triada ieri-azi-mâine funcționează ca o condiție *sine qua non* validării discursului radiofonic și își schimbă configurația în funcție de importanța faptului narat sau reconstituit: ceea ce este “azi” (o actualitate) devine “ieri” doar dacă faptul a avut o valoare socială. Altfel rămâne o constatare (unică, irepetabilă) dintr-un peisaj mozaicat al vieții cotidiene.

Tipologia documentării este arborescentă și vizează diverse perspective de denominare și clasificare.

1.1. Documentarea dirijată

Politica de programe, ca și strategia editorială, presupune o direcționare a pre-documentării și documentării, ce vor fi vizibile în “tonul” discursului, selectarea actorilor actului radiofonic, a “vociilor” publice, a instituțiilor invocate ca indice de identificare și argumentare. În perioada comunistă, de dictatură comunistă, dirijarea politică era o necesitate și o condiție a validării produsului radiofonic. Indiferent de temă, contextul socio-politic trebuia configurat, trimiterile la rolul partidului în viața națiunii trebuia subliniat în tușe groase, marcate de limba de lemn, o “incantație” cu formule acreditate și repetate obsesiv, încât reproducerea lor în context devenea un fapt firesc. Era o argumentare dirijată, pentru a servi ideii de reflectare a societății, o reflectare filtrată ideologic. După 1989, documentarea dirijată a devenit imperativul reconstituirii pe baza declarațiilor oferite (tot dirijat) de oficialitățile reprezentante ale instituțiilor democratice.

Documentarea dirijată fondată pe comentariul radiofonic cu insert de voci (preponderent “vocea poporului”) este înlocuită cu documentarea pe baza declarațiilor oficialităților, comentariul este înlocuit de cele mai multe ori cu interviul sau radioreportajul cu nota constatativă (elaborată pe baza comunicatelor de presă emise de instituțiile organizatoare ale evenimentului).

Se configurează astfel o realitate re-constituită din voci autorizate. Dacă în documentarea dirijată politic (pentru care era obligatoriu “bun de difuzare”) lumea mediatizată era lumea “poporului” *condus* “către cele mai înalte trepte ale democrației”, în documentarea în perioada de democrație (mult așteptata democrație!), realitatea obiectivă este o realitate mediatizată “la comanda” gustului publicului, rating-ul devenind instanța supremă a rămânerii în peisajul mediatic.

Sunt, în fapt, două modalități de documentare bazate pe genuri publicistice diferite, nu întâmplător alese pentru a servi comenzii politice (în primul caz), sociale (în cel de-al doilea caz). Documentarea dirijată (în acord cu ce ? în serviciul cui ?) rămâne o condiție a re-compunerii cotidianului supus metamorfozelor generate de evoluția socială.

1.2. Documentarea etapizată

Este tehnica jurnalistică uzitată pentru “urmărirea” evenimentului în intenția de radiografiere în evoluția lui și consemnarea secvențelor definitorii pentru efectele pe care le va avea (efecte pe termen lung sau la distanță, în timp) sau pe care le produce (efecte imediate).

Acumulările succesive de informații, ierarhizarea valorică a acestora contribuie la reconfigurarea realității, proces plasat între realitatea obiectivă și realitatea subiectivă, în intenția ilustrării realității jurnalistice.

Acest tip de documentare este specific jurnalismului radiofonic (în cazul în speță) de investigație pentru constituirea “dosarului” evenimentului și reprezintă baza informațională a documentarului, ca gen publicistic. Ancheta radiofonică, serialul unui eveniment amplu în derulare (în general din domeniul cultural), ca și emisiuni tip “carte de identitate a unei localități/ zone / regiuni” reprezintă genurile publicistice specifice acestui tip de documentare.

1.3. Documentarea etnografică – între ritualizare și dramatizare

Revistele radiofonice de etnografie și folclor se bazează pe o documentare specifică, revendicată atât de natura domeniului, cât și de rigorile de reconstrucție a unei lumi simbolice. Lumea satului, cu valorile ei universal transpuse într-un cod comunitar, este reflectată mediatic atât prin secvențe informaționale, cât și prin secvențe muzicale.

Scenariul unui asemenea tip de emisiune se bazează pe o documentare atât din surse livrești (documente ale vremii, monografii sociologice, colecții de genuri și specii populare), cât și pe documentarea de teren, prin intermediul informatorilor preponderant vârstnici (adevărații tezaurizatori ai istoriei “orale” a comunității).

Scenarizarea datinilor și obiceiurilor populare plasează produsul radiofonic între idilic, reconstituire obiectivă în cadre susținute de argumentații ideatice validate de cutuma popular, și kitsch, amestec de tradiție și imixtiuni moderne, produs motivat drept “cerere de piață”.

Prin documentarea etnografică se construiește, nu doar de reconstruiește, se obține radiofonic o “lume-vitraliu”, recompusă din amintiri și înregistrări document de epocă și teaurizate în arhiva radiofonică.

O prezentare pe paliere “istorice”, cum a fost (rezultat din documente, deci surse livrești), cum își amintesc bătrânii satului (deci persuadare prin reminiscențe de amintire) și cum se mai practică (mărturii ale contemporanilor), este un document radiofonic cu o semantică în mai multe trepte, cu semnificații ce converg spre redefinirea dintr-o perspectivă reconstitativă a unei secvențe monografice-document.

1.4. Documentarea în situații emoționale

A te documenta înseamnă implicit a te integra în mediul pe care-l investighezi. Documentarea din surse și documentarea de teren, documentarea “la distanță” și documentarea “la cald” sunt modalități revendicate de natura evenimentului ce este propus sau selectat pentru mediatizare.

Documentarea în situații emoționale este amprentată de un alt tip de implicare, care trimite la realitatea subiectivă a circumstanțelor ce definesc situația comunicațională.

Spre ilustrare aducem în discuție nu “Cronica neagră” și nici cataclismele naturale (cele ce prin universalitatea lor afectează emoțional orice public, din orice spațiu geografic și din orice timp istoric), ci două momente din “sportul-rege” cu impact major la publicul radiofonic “împătimit” de “Craiova Maxima”: un personaj emblematic pentru domeniu, Ion Oblemenco, și un tânăr care prin destinul său tragic va intra în galeria personajelor memorabile din istoria fotbalului craiovean.

Sunt puține locuri publice în România care au o statuie a unui fotbalist, gest de recunoaștere a personalității respective. Craiova are statuia lui I. Oblemenco în fața Stadionului Central. Și nu întâmplător. A fost un model, un reper al performanței și al pasiunii pentru fotbal.

Emisiunile radiofonice sportive au fost timp de o jumătate de veac “vârf” de audiență.

Și astăzi, când se produc transmisiunile sportive în direct, ratingul radioului public (prioritar al radioului public regional, Radio “Oltenia” Craiova) crește semnificativ.

Reconstituirea chiar și “la distanță” are și azi rezonanțe afective, iar personajul a devenit “mit” în mentalul colectiv, un model la care se fac referiri în același registru al reconstituirii memorabile.

Nu este un caz izolat, dar poate fi reprezentativ, personajul este subiect al emisiunilor- evocare, al emisiunii tip mozaic, cu comentarii și inserturi de voci în același acord.

Destinul tragic al tânărului fotbalist Cristi Neamțu, care a murit în urma unei accidentări în timpul unui antrenament din perioada de pregătire de iarnă în Larnaca (Cipru), a catalizat emoțional pe radioascultătorii pasionați de domeniu.

Mediatizarea evenimentului a necesitat o documentare “din mers”. Informațiile despre contextual producerea evenimentului, ca și plasarea subiectului în zona interesului pentru inedit și pentru sport au fost obținute printr-o documentare în situație emoțională de excepție. Un caz devenea astfel un reper. Destinul unui jucător a devenit destin tragic, intrat în istoria comunității datorită mediatizării evenimentului în simultaneitatea secvențelor.

Nu doar reconstituirea presupune documentarea, ci și urmărirea evenimentului în derulare.

Documentarea în situații emoționale presupune și competențe comunicativ-afective ale jurnalistului, competențe ce susțin discursul radiofonic, un “plus” de competențe pe lângă cele comunicativ-informative.

1.5. Documentarea în situații de criză

Particularitățile crizei impun particularitățile documentării. Plasarea informațiilor obținute în context “tensionat”, “conflictual”, impune o documentare care are ca element definitoriu conexarea surselor pentru verificarea informațiilor.

Pentru ilustrare, exemplul “Revoluției române în direct” este un caz elocvent. Difuzarea secvențelor informative cu prioritate pentru a obține primatul informației implică participarea mai multor actori la configurarea fluxului informativ. Știrile despre evoluția evenimentelor s-au obținut din surse care au fost considerate credibile:

- surse primare, de la fața locului, cu mărturii-document din perspectivă subiectivă (participativă);

- surse oficiale, care prelucrau informațiile colectate și le transmiteau ca acreditate (cazul informației “Genocidul din România – peste 60.000 de morți” este un caz celebru, cu impact major în epocă și cu efecte care nu au putut fi nici după douăzeci de ani anulate, încă se mai vorbește de genocid, chiar dacă numărul real al eroilor Revoluției a fost stabilit la 1100).

Serialul radiofonic realizat în perioada decembrie 1989-februarie 1990, cu genericul “Cesurile Revoluției la Craiova”, m-a conectat direct la evenimentele postrevoluționare. Din perspectivă rememorativă, cu mărturii-document din partea celor ce fuseseră direct implicați în derularea evenimentelor și cu o reconstituire cu efecte sonore, cu o alternanță a corpusului informativ și a melodiilor compuse și difuzate sub impresia imediată, toate au contribuit la “rescrierea” momentelor cu un impact radiofonic remarcabil.

Scoase din formatul reconstituitiv și redifuzate după 20 de ani într-un registru memorialistic doar în context informativ, și-au păstrat logica internă și valoarea de document. Grila de verificare pentru acest tip de emisiuni reconstitutive

constă în transmiterea în reluare a emisiunilor și constatarea impactului pe care îl mai au (dacă informația este perimată prin reiterarea, uneori obsesivă sau slab contextualizată, cu efect de inconsistență, odată cu distanțarea în timp).

“Dosarul Revoluției” (ca dosar de documentare radiofonică) rămâne un fond de investigat de către specialiști în orice timp istoric.

2. *Tipologia comunicării corpusului documentar*

2.1. *Documentarea și “înțelesurile” circumstanțiale*

Oamenii acționează asupra lucrurilor pe baza înțelesurilor pe care aceste lucruri le au pentru ei. Înțelesul lucrurilor este derivat, se naște în urma interacțiunii sociale pe care o persoană le are cu celelalte. Ideile au fost promovate de interacționalismul simbolic, curent care a promovat procesul de interpretare ca un proces în două etape:

– actorul (jurnalistul) identifică acele obiecte care au înțeles pentru el (se declanșează un proces de interacțiune cu sine, generator de comunicarea intra și interpersonală);

– actorul (jurnalistul) selectează, verifică, regroupează, transformă înțelesurile prin prisma unor situații noi, în care se găsește, încearcă să adapteze înțelesurile la noile activități pe care le va desfășura.

Interacțiunea reprezintă “procesul prin care se formează conduita umană, un cadru unde conduita umană își găsește modalitatea de expresie”³.

“Actul social” (Mead) ca și “asumarea rolurilor” (Blumer) sunt o responsabilitate a integrării în grupuri, colectivități supuse mereu transformărilor impuse de evoluția societăților.

Din această perspectivă rezultă rolul esențial al jurnalistului, contribuția sa la “decriptarea” sensurilor noi ale contextelor în care se derulează evenimentele cotidiene. Pentru ca rolul său să fie pertinent, oportun și eficient, trebuie să-și fundamenteze demersul jurnalistic pe o documentare riguroasă.

Implicarea sa în decodarea sensurilor unei realități imediate are efecte de influență asupra publicului, care acordă credibilitate mijlocului de comunicare și implicit actului comunicațional.

Un exemplu doar: episodul “Piața Universității”, episod care a fost în atenția tuturor radiourilor care funcționau în primul an de democratizare a vieții sociale.

Cum codul deontologic al jurnaliștilor era încălcat chiar ostentativ, relatările despre evoluția evenimentelor erau amprentate de precaritatea informațiilor (nu de la sursă), slaba capacitate de contextualizare (rezultată dintr-o pregătire jurnalistică ad-hoc și nu în sistem instituționalizat) și de “stilul” jurnalistic (balanța între știrile

³ Herbert Blumer, *Symbolic Interaction. Perspective and Method*, University of California Press, Berkeley, 1969/1998, p. 8.

soft și *hard* fiind înclinată evident în favoarea celor “facile”, de detaliu nesemnificativ sau conotat tendențios). Câte dintre radiourile ce emiteau în acel an (1990) mai păstrează în arhivă relatările “incendiare” și declarațiile oficialilor ? Radioul public le păstrează !

2.2. Documentarea – de la “evenimente relatate” la “evenimente provocate”

O întrebare fundamentată referitoare la procesul jurnalistic, ca proces de reflectare, de mediatizare a vieții reale a fost: “Unde începe știrea reală și unde intervine reporterul cu evaluarea faptului în prezentarea impersonală ?” Și mai ales: “Care este parcursul de la faptul brut la știre?” Dacă primele două întrebări se circumscriu rolului jurnalistului, a doua presupune participarea mai multor actori ai comunicării și evaluării (sociologi, psihologi, reprezentanți ai managementului mass-media).

P. Charaudeau a realizat un model de comunicare bazat pe diferența dintre faptul brut (modificarea realității empirice) și evenimentul mediatic – știrea. “Avem întotdeauna de a face cu un *real construit*, atunci când încercăm să ne dăm seama de o realitate empirică, și *nu cu însăși realitatea*”⁴.

Procesul de transformare a faptului brut în știre se axează pe două instanțe: – mediatică și de receptare – și pe două fenomene – de producere și de interpretare.

Evenimentul are semnificație, dacă satisface trei principii, comentate de Ioan Drăgan astfel⁵: de modificare (să inducă o modificare la nivelul lumii fenomenelor, de actualitate, clasifică I. Drăgan), de saliență (de așteptare, modificarea să fie perceptibilă de către subiecții-comunicatori), de pregnanță (circumscris unui “sistem de recunoaștere socială”).

Categoriile generale ale situației de comunicare numite de Charaudeau “moduri de organizare a discursurilor” dau socoteală despre “starea lumii”:

- descriptivul, care permite a da seama de starea ființelor și faptelor după proprietățile lor zise naturale și circumstanțiale;
- narativul, care permite a da seama de acțiunile care se produc în lume în relație cu actorii care sunt implicați și cu împrejurările apariției lor;
- argumentativul, care permite a da seama de explicațiile date de om, ca răspuns la întrebările pentru ce? și cum? se produc aceste acțiuni;
- enunțiativul, care precedează la articularea și ordonarea fiecăruia dintre cele trei moduri, pentru a permite subiectului să producă discursuri, narațiuni și argumentări⁶.

⁴ Patrick Charaudeau, *Le discours d'information médiatique. La construction du miroir social*, Nathan, Paris, 1977, p. 145.

⁵ Ioan Drăgan, *Comunicarea. Paradigme și teorii*, Volumul I, Editura RAO International Publishing Company, București, 2007, p. 126-127.

⁶ P. Charaudeau, 1997, p. 166, *apud* Drăgan, 2007, p. 128.

Fiecare situație de comunicare are particularități specifice care definesc trei moduri discursive:

- *a relata* ceea ce s-a petrecut în spațiul public; astfel se construiește un spațiu de mediatizare ce cuprinde: “evenimente relatate” (ER), “acțiuni, fapte relatate” (FR) (acțiuni, fapte rezultate și actanți implicați) și “spuse relatate” (SR) (declarații ale actorilor vieții publice); este aplicarea principiului vizibilității;
- *a comenta* pentru ce a avut loc evenimentul și cum s-a desfășurat; este miza inteligibilității faptelor;
- *a provoca* confruntări de idei prin dezbateri, interviuri; este în acest caz un “eveniment provocat”, cu participarea unui “provocator animator”, este miza dramatizării prin narațiune și confruntare.

Modelul lui Charaudeau propune decriptarea comunicării mediatice prin analiza particularităților situațiilor specifice de comunicare și amintește de concepția lui W. Schramm despre “câmpul de experiență”, poziția “interpretului” și realizarea feedback-ului.

Documentarea în acest amplu proces de transformare a faptului brut în știre este esențială și fondul ideatic astfel configurat poate să genereze diferența în formularea știrii. În procesul de transformare și în cel de tranziție, fiecare informație obținută, filtrată de instanța de receptare poate să influențeze natura mesajului până la distorsionarea sensului.

Un exemplu elocvent: “*Lupta de la Costești*”. Evident, este perioada receptării cu aviditate a știrilor despre venirea minerilor la București, o nouă descindere în Capitală, cu preconizate consecințe. Spargerea blocadei realizată de jandarmi la Costești, județul Vâlcea, s-a datorat, conform informațiilor difuzate pe toate canalele mediatice, presiunii minerilor asupra cordoanelor de jandarmi. Conform declarațiilor localnicilor (neimplicați direct în eveniment, dar co-participanți prin prezența pasivă la fața locului și prin ajutorul indirect acordat ortacilor), realitatea a fost alta. Jandarmii aveau și câini dresați pentru a crea astfel o imagine de “graniță”, zonă de neîncălcăt. Câțiva mineri au cerut localnicilor să le dea câteva... pisici. Au dat drumul pisicilor în “zona interzisă” și câinii, receptivi la provocare, s-au desprins din “lanțul” de delimitare și atunci au început ciocnirile dintre jandarmi și protestatari, lansarea gazelor lacrimogene. Nu anecdoticul interesează în mod special (cu toate că are toate calitățile unui schach umorisitc), ci modul cum au fost prezentate evenimentele de la Costești, în funcție de interesul manifestat pentru a accentua implicațiile pozitive/negative ale celor două părți aflate în conflict.

Dintre cele trei moduri discursive definite de P. Charaudeau, *a provoca* o confruntare de idei prin dezbateri, interviuri a fost modul cel mai uzitat în acel moment. “Pacea de la Cozia” vine să consfințească avantajul realizării unui “eveniment provocat” în defavoarea “evenimentului brut”.

3. *Tipologia emisiunilor-document radiofonic*

Pierre Bourdieu în *Langage et pouvoir symbolique*⁷ explică *sensul comun*, consensul explicit, cel care îi determină pe oameni să rezeze experiența individuală și să constate că reprezintă o formidabilă putere socială. Raportându-se la puterea politică, Bourdieu face trimitere la puterea cvasimagică de a *numi* și de a face să existe ceva în virtutea nominalizării. Este, în esență, capacitatea de a face să existe la nivel explicitar, de a reda public.

Această putere de obiectivare, categorizare, explicitare și clasificare conferă putere simbolică unei experiențe individuale, care însă devine exemplară. În timp, această exemplaritate îi conferă statutul de document (conotat pozitiv sau negativ).

“A trăi într-o lume mediată implică o împletire permanentă a diferitelor forme de experiență [...]. Deși experiența trăită rămâne fundamentală, ea este tot mai mult completată, și în anume privințe înlocuită, de experiența mediată, care capătă un rol tot mai mare în procesul de formare a sinelui”⁸.

Această aserțiune a lui John B. Thompson vine în completarea celei formulate de Pierre Bourdieu și fundamentează un mod de definire a *documentului*: ceea ce se referă la experiența personală cu forță de iradiere în timp și în spațiu, creând sentimentul “recunoașterii”, acel *sens comun* care unește generații prin forța exemplarității. Vom argumenta această interpretare prin trei categorii de documente radiofonice, ce au generat emisiuni-document tezaurizate în arhiva radioului public regional (Radio “Oltenia” Craiova) sau în arhiva proprie radiofonică.

3.1. *Valori comunitare-valori universale*

Experiența persoanală filtrată printr-o filozofie de viață devine exemplară atunci când prin ea se identifică destine exemplare. În două circumstanțe diferite, doi prelați ai Bisericii Ortodoxe Române, Părintele Dumitru Stăniloae și Părintele Galeriu, au formulat în cadrul unor emisiuni radiofonice definiții ale unor stări afective sau sociale, care au devenit peste timp reper, definiții memorabile în interviuri-document.

În primăvara anului 1991, am realizat un serial radiofonic cu genericul “Disidență sau rezistență prin cultură. Dialoguri incomode”. Timp de două săptămâni am intervievat peste douăzeci de personalități ale culturii române, într-un ritm greu de imaginat, cu o predocumentare pe temă și cu o postprocesare în același mod susținut, în ideea declarată de a obține informații inedite despre cultura română din perioada de dictatură, informații pe care să le difuzez numai după ce realizez corpusul final al documentării, pentru a nu influența nici opinia publică, nici viitorii interlocutori cu detalii dezvăluite de antevorbitori.

⁷ Pierre Bourdieu, *Langage et pouvoir symbolique*. Préface de John B. Thompson, Editions Fayard, Edition Seuil, 2002, p. 303.

⁸ John B., Thompson, *Media și modernitatea. O teorie socială a mas-media*. Traducător: Miruna Tătaru-Cazaban, Editura ANTET, București, 2005, p. 222-223.

În acest context, dialogul cultural cu Părintele Dumitru Stăniloae a devenit emisiune-document prin succesiunea de reflecții și dezvăluiri făcute de cel ce a trudit timp de 45 de ani la traducerea lucrării “Filocalia sfintelor nevoițe ale desăvârșirii” (în douăsprezece volume). Oferim doar un exemplu: “a trăi în echilibru !”

Gabriela Rusu-Păsărin: Tot din lucrările dumneavoastră, ca un iubitor de literatură mai mult, am reținut că această ambivalență Occident-Orient este grefată totuși pe echilibru, echilibrul fiind trăsătura esențială a spiritualității românești.

Dumitru Stăniloae: Echilibrul presupune bogăție. Ca să trăiești un echilibru trebuie să te simți între mai multe orientări. Dacă ai fi numai într-una, n-ai avea nevoie de echilibru. Poporul nostru are un simț al echilibrului, pentru că e bogat, prin poziția lui, în ceea ce are, primind și din Occident și din Orient. Pe urmă, cunoscând nu numai lumea aceasta, ci și fiind foarte aproape de planul superior lumii, de aceea cred că poporul nostru e mai bogat în judecățile lui, în înțeleșurile lui și în același timp foarte echilibrat între aceste întreînțeleșuri. Cum nu sunt foarte mulți intelectuali care se declară așa, conform unor cărți pe care le-au citit. Nu se declară lipsiți de înțelegerea credinței. Înțelegerea tainei existenței, unde ai echilibru, ai o bogăție și poporul nostru are un echilibru foarte cuprinzător. De aceea găsim în poporul nostru propoziții ca acestea: “Să nu fii într-o ureche”!. Cum spune unul: “E cam într-o parte”! El se uită la un intelectual și spune: “Domnule, oi fi avut dumneata minte multă, dar nu-i toată bună”! Știa multe, dar știa de un sigur fel. Poporul nostru se cumpănește și între lume, și între Dumnezeu, și între înțelegere, și între taină. Are o măsură în toate. Trebuie să înțelegi lumea într-o legătură cu Dumnezeu, trebuie să înțelegi pe Dumnezeu foarte prezent în lume. Este echilibrat în cuvintele lui. Nu merge prea departe în a spune un singur lucru. E o cumișenie aici și, poporul nostru nu degeaba laudă cumișenia. E foarte comunicativ și totuși se ferește de a spune orice. Are un simț la ceea ce nu trebuie spus. Deși, pe de altă parte, e mai comunicativ decât orice popor. Și aceasta vine tot dintr-un echilibru. Cred că o bogăție de echilibru, un echilibru al unei cuprinderi largi, un echilibru între toate aceste părți, aceste elemente ale ceea ce știe el și ceea ce simte el. Un popor de o bogată spiritualitate care se arată și în echilibrul ei. Bogăția și echilibrul se țin împreună. De aceea cred că noi putem aduce Europei, ce o aprob, o bogăție pe care nu o are Europa.

(interviu realizat în luna mai 1991 și aflat în arhiva noastră, păstrat parțial și în Arhiva Radio “Oltenia” Craiova)

Peste timp reflecțiile Părintelui Stăniloae sunt receptate cu același interes, cu atât mai mult cu cât libertatea de exprimare a ancorat deseori în libertinaj, iar “bogăția și echilibrul” nu se prea mai țin împreună. Compensatoriu însă, se poate trăi cu amintirea unei lumi patriarhale, când cumpătarea, cumișenia, bogăția și echilibrul reprezentau punctele cardinale ale unui orizont de-nțelepciune.

Și John B. Thompson amintește în cartea sa “Media și modernitatea” despre intenția oamenilor de a găsi un echilibru între experiența personală trăită și experiența mediată. “Ei încearcă să găsească un echilibru cu care să poată trăi și cu care să se poată justifica”⁹.

În aceeași ordine a mărturisirii-document radiofonic plasăm și confesiunea Părintelui Galeriu despre familie.

⁹ *Ibidem*, p. 223.

Când au venit împrejurări, solicitându-mă oamenii, oamenii însingurați, necăjiți, părăsiți, le-am zis așa: "Sau în lume cu familia sau într-o mănăstire, unde iar ești într-o familie". Nu ești singur. Că altfel, singurătatea – zise Scriptura: "Vai, celui singur!". Familia înseamnă comuniunea reală a existenței. Mântuitorul a spus așa: "Unde sunt doi sau trei adunați în numele meu și eu sunt în mijlocul lor." N-a spus de unul. Ci unde sunt doi sau trei. De aceea, în mănăstire, acest cuvânt al Mântuitorului este numit "Calea Împărătească". Adică să nu fii de unul singur. Dar și călugărul însingurat, cum spunea Vasile Voiculescu, marele nostru poet duhovnicesc, și călugărul, pustnicul, ia cu el întreaga lume a durerilor ei și se roagă pentru toți, după cum și noi ne rugăm pentru el. Deci, familia este acest mare dar scump, dacă vrei, oglindire în creație a familiei Dumnezeuiești. În suprarealitatea existenței, necreat, în veșnicia existenței, este o familie: Tatăl, Fiul și Duhul Sfânt. Și după chipul familiei divine este familia umană. Pentru că în lumea întreagă, cum numește o cântare, un imn al bisericii, se evocă "fapturi, oglinzi ale frumuseții tale, Treime". Deci familia să fie o oglindă a frumuseții Treimii.

(secvență radiofonică păstrată în Arhiva Radio "Oltenia" Craiova, CD documentar 115)

Neamul, familia sunt valori comunitare și valori universale. Prin raportarea unor voci memorabile la aceste valori se obține un document radiofonic, o mărturisire-document cu valoare emblematică.

3.2. Viața personală și viața publică-destine reconstituite pe baza documentelor

La acest tip de document se face apel cel mai des, cu atât mai mult cu cât viața personală devine subiect pentru știrile "lejere", de divertisment facil. Când însă este vorba de destine tragice, acestea se amprentează de gravitatea faptelor, în aparență ne semnificative. Au rămas document radiofonic (și o readucere în actualitate nu face decât să acutizeze episodul istoric) declarațiile lui I. D. Sârbu și ale lui Ștefan Augustin Doinaș din perioada de prietenie. Ulterior istoria literară și istoria politică vor aduce argument în a susține delatiunea făcută de Șt. A. Doinaș, în urma căreia Ion Desideriu Sârbu va fi deținut politic. Astăzi citim cu aviditate "Jurnalul unui jurnalist fără jurnal", încercând să recuperăm informațiile cu valoare de document.

Cum era însă... la-nceput ?

Ștefan Augustin Doinaș despre I.D.Sârbu

Ceea ce ne-a atras a fost, fără îndoială, preocuparea noastră literară, care s-a manifestat încă de pe vremea aceea în cadrul unei formații existente atunci, Cercul literar studențesc "Octavian Goga", condus de Lucian Blaga, cel din care s-a desprins pe urmă formația mult mai redusă a celor care aveau să formeze, câțiva ani mai târziu, nu prea târziu, Cercul literar din Sibiu. I.D.Sârbu era singurul nostru prozator. Și de aceea era pentru noi extrem de prețios, ca să zic așa, noi toți ceilalți fiind poeți, critici, dramaturgi. El, pe vremea aceea, scria numai proză. Ceea ce ni l-a făcut dintr-o dată extrem de prețios și ni l-a apropiat tuturor, este faptul că el însuși a fost unul din factorii coagulanti ai acestui cerc. Un talent de prozator incontestabil, care se concretiza printr-un fel de vigoare a narațiunii amestecată cu intelectualitatea. Un om fermecător, de o vervă ineputabilă, extrem de spiritual, extrem de inteligent, care se mișca cu mare ușurință în sfera ideilor generale. Era un excelent povestitor.

(secvență radiofonică păstrată în Arhiva Radio "Oltenia" Craiova, CD documentar 275)

Iată ce declara I.D. Sârbu despre Ștefan Augustin Doinaș:

De trei din ei pot să vorbesc mai mult. De Radu Stanca, de profesorul Liviu Rusu, cu care am fondat într-o perioadă în care la Sibiu veneau foarte puține trupe dramatice, un teatru universitar, iar al treilea despre care trebuie neapărat să vorbesc, *unul dintre prietenii mei* (s.n.), este Ștefan Augustin Doinaș. El, Doinaș, mi-a conturat prin contrast, modul meu de a gândi și de a trăi literatura. De a fi în literatură, fără îndoială. Am fost coleg de cameră cu el prin '44-'45 la Sibiu, pe strada Goblinoș 6. A sta cu Doinaș în cameră, când la noi veneau toți scriitorii din Sibiu de atunci, a însemnat pentru mine *a sta alături de un om* (s. n.), care era poet sută la sută.

(secvență radiofonică păstrată în Arhiva Radio "Oltenia" Craiova, CD documentar ...)

Destinul lui I.D. Sârbu va dovedi că încrederea nu este întotdeauna apogeul oamenilor inteligenți și că vâltoarea istoriei influențează caracterele.

Râmân însă emisiunile-document cu declarații care, difuzate astăzi, invită la reflecție și la reconsiderări valorice (cel puțin morale).

3.3. *Voci și strategii culturale*

Documentarea în arhiva sonoră a radioului este un demers necesar pentru realizarea emisiunilor ce își propun prezentarea în diacronie a unui fenomen, fapt istoric, cultural, social și comentariul pe bază de comparație între un "ieri" (conotat pozitiv sau negativ) și un "azi" (pentru actualitate ascultătorul recunoaște faptul din experiența personală, pentru restituirea istorică este nevoie de documentul-argument al pledoariei).

Teatrul Național "Marin Sorescu" din Craiova a avut o istorie bogată, cu personalități marcante ale vieții culturale care au jalonat strategiile culturale ale vremii.

Un asemenea nume este cel al lui Liviu Rebreanu, cel care făcea mărturisiri despre proiectele sale teatrale, mărturisiri rămase document radiofonic, de arhivă. Astăzi redifuzăm, și cu impactul vocii marelui scriitor aceste secvențe de istorie a teatrului românesc capătă valoare de document, un document la care ar trebui să se întoarcă cei ce doresc promovarea valorilor culturale românești în lume.

LIVIU REBREANU

Despre teatru se poate vorbi totdeauna și mult și cu folos. Aș prefera întâi să vorbesc despre criteriul acesta care m-a călăuzit în alcătuirea repertoriului. Aș vrea să spun că criteriul principal a fost gândul ca să alcătuiesc un repertoriu numai din piese românești. Asta cred că ar fi idealul pentru repertoriul unui Teatru Național, cum e de altfel în Franța, pentru populația franceză. Evident că neavând producție suficientă, trebuie să completăm producția românească, piesele românești, cu lucruri străine. M-aș lupta ca să pun literatură românească și literatură clasică. Dar nici aici nu pot să merg până la capăt, fiindcă, în definitiv, Teatrul Național este al tuturor, în primul rând al publicului care dorește ca să vadă tocmai pe scena Naționalului și lucruri moderne, într-o înfățișare mai strălucită, mai apropiată de ceea ce ar trebui să fie, decât pe scenele particulare. Și atunci, pe urmă, firesc, trebuie să ajung ca să pun în repertoriu și lucruri moderne. Acuma nu este suficient asta. Când alcătuiști repertoriu trebuie să te gândești

ca să alternezi aceste lucruri. Am ajuns atunci ca să fixez ca principiu, să alternez: o piesă românească cu o piesă străină. Eventual, dacă se poate, o piesă nouă românească cu o piesă nouă străină. O reluare românească, cu o reluare străină. Dar nu numai atât. Cel puțin în ce privește teatrul străin, trebuie să mai am în vedere ca să intercalez în repertoriu piese din toată literatura universală. Nu numai dintr-a unei nații. N-aș putea să joc numai piese franceze sau numai engleze sau numai germane. Așa că, în repertoriul pe care l-am alcătuit eu, în prima parte chiar, am: literatura străină: am un Shakespeare, un Schiller, am un Lope de Vega, am un Alfieri. Deci, am o dată, patru nații. Trebuie să fac de fel de bucătărie, în care să variez ordinea spectacolelor, ordinea pieselor prezentate, pe de o parte să fie agreabile publicului, pe de altă parte să-mi fiu agreabil mie însumi. Deschiderea stagiunii o avem cu "Vlaicu Vodă". Despre "Vlaicu Vodă" n-am ce să adaug. Știe toată lumea despre ce este vorba. Doar atât vreau să spun: e montată cu costume și decoruri cu desăvârșire noi și distribuția rolurilor este aproape complet nouă, afară de rolul titular. Și pentru rolurile principale, în curând, peste vreo două săptămâni, vom veni cu o nouă distribuție, chiar în condițiile astea. Așa cred că spectacolul "Vlaicu Vodă", care este o piesă destul de văzută, cred că va interesa un public cât mai larg, și mai ales pe iubitorii de teatru. După această piesă românească va veni o piesă nouă străină. "Doamna Bovari". Va veni o reluare, care pe mine mă interesează foarte de aproape și aș fi fericit dacă interesul meu l-ar manifesta și publicul și critica noastră. Este vorba de reluarea lui "Hamlet". Hamlet, nu trebuie să o mai spui, deși, totuși o spui...E lucrarea cea mai reprezentativă nu numai din literatura lui Shakespeare, ci din toată literatura universală. Poate, în afară de "Faust" al lui Goethe. Nu cred că există o operă mai cuprinzătoare, mai mare, din toate punctele de vedere. Această operă trebuie să figureze în repertoriul permanent al oricărui teatru care se respectă, al oricărui teatru mare, cum este Teatrul Național. "Hamlet" trebuie să figureze în repertoriul unui teatru mare, și atunci, nu numai să figureze în repertoriu, să se găsească pe afiș. Noi o să încercăm acum trei interpreți, cu trei artiști de frunte în "Hamlet": Calboreanu, Vraca și Valentina. Îmi place să cred că dintre ei se va alege un nou Hamlet, care să fie cel puțin cât a fost Demetriade sau Grigore Manolescu. E inutil să spun că tragedia asta e montată în decoruri noi, în costume noi, fiindcă aș vrea ca și stilul ei să fie...Dacă se poate, să fie un stil, Hamlet românesc. În interpretarea ei să fie un stil românesc, o linie românească și sperăm că vom reuși cu ea.

(secvență radiofonică păstrată în Arhiva Radio "Oltenia" Craiova, CD documentar 164)

În anul 2010 în cadrul Festivalului Internațional Shakespeare s-au jucat numai interpretări modern ale piesei "Hamlet". Ideea a aparținut lui Emil Boroghină, fost director al Teatrului Național "Marin Sorescu" din Craiova, Președinte al festivalului și al Fundației cu același nume.

Am reprodus aceste texte chiar și numai pentru a oferi... un document pentru viitoare emisiuni radiofonice... documentate.

Documentarul deschide "orizontul de așteptare al publicului", invită la reconsiderarea socialului, la reșezarea valorilor într-o ierarhie dictată de noi paradigme. Într-o lume în care totul se vinde, totul se cumpără, reperele-document rămân pilonii unei ordini sociale ce revendică restabilirea echilibrului interior al celor ce "spectatori ca la teatru" devin actorii unei lumi ce li se oferă spre receptare printr-o grilă de "semnificații", nedecriptată îndeajuns sau intenționat decriptată pentru a obține un metalimbaj al unei alte lumi decât cea reală, o lume recompusă mediatic.

SURSE DE DOCUMENTARE LA PAMFIL ȘEICARU. STUDIU DE CAZ: ESEUL “RELAȚIILE ROMÂNNO-RUSE”

GEORGE STANCA*

ABSTRACT. *Documentary Sources from Pamfil Șeicaru. Case Study: the Essay "Romanian-Russian Relations".* Sentenced to death by the Communist regime, the great journalist Pamfil Șeicaru continued his anti-Communist fight from the West, more precisely from Spain and then from Germany. One of his obsessions was that of the history of the permanently tensioned relationships between the Russians and the Romanians, the Romanian-Russian relationships, irrespective the political regimes, relationships which have been permanently tense even when the Soviet troops were occupying the territory of Romania which they were claiming to be their “neighbor and friend”.

In order to support the obsessive ideas of his statements, Pamfil Șeicaru made use of a huge documentation based only on foreign sources, which he had obtained especially from Russia and France. On the other hand, even the political leaders from Bucharest, Gheorghe Gheorghiu-Dej and Nicolae Ceaușescu read the great Romanian journalist and, in a secret way, got inspired from him, in the moments of maximum tension, for the former especially in 1964, through the Declaration of April and, for the latter, in 1968, Ceaușescu’s speech dated the 21st of August, 1968 respectively, on the occasion of the invasion of Czechoslovakia.

Keywords: Pamfil Șeicaru, Romanian-Russian relationships, documentation, foreign sources.

Ori de câte ori se referă la subiectul, la relațiile istorice dintre România și Rusia, Pamfil Șeicaru ia ca punct de plecare o sursă primară: călugărul rus Filotei, care la 1492, lansa «lozincă imperialismului moscovit» conform căreia «*Două Rome au căzut, a treia Romă va fi Moscova și nu va fi a patra*»¹.

O covârșitoare mostră de documentare fiind în sine chiar materialul citat, unde printr-o abundență de surse comentariul materialului se transformă într-un studiu exprimat într-un text de trei ori mai mare decât textul propriu-zis, astfel încât textul inedit al lui Marx, a fost tipărit în trei volume...

* *Lect. univ. dr., Facultatea de Jurnalism, Universitatea „Valahia”, Târgoviște*

¹ Pamfil Șeicaru, „Karl Marx: Însemnări despre români”, Ed. Carpații, Madrid, 1965, Comentariu, p. 133.

Aducând la zi ideea veche, Șeicaru deduce că o terță Romă creștină, la care aspira călugărul Filotei, nu a putut înlocui o a doua Romă, “dar a apărut sub forma Internaționalei a treia, care a condus destinele revoluției mondiale până în 1960, când a apărut calmă, masivă, contestația Peking-ului”².

Spre a trage concluzia că ”De la Radicev la Alexandru Soljenițin, sub țări ca și sub comuniști, Rusia este mereu aceeași, fiindcă nu poate fi altfel.”

Din sursele românești dedicate aceleiași teme, punctul de plecare este articolul lui Take Ionescu publicat în 1902, sub titlul «Dușmanul natural», despre care Șeicaru crede că este un ecou al cărții lui J.J. Skupiewski «La doctrine panslaviste d’apres N.I. Danilevki”. Iată o nouă sursă!

Contextul teoriilor acestuia redă ceea ce fundamentează leit-motivul politicii rusești. Astfel, că la 1835 ostilitatea față de Occident se regăsea în cartea „Noaptea rusești” de Odoiewski: ”Să îndrăsnim a rosti cuvântul care părea la mulți straniu, dar care în curând va fi foarte simplu: Occidentul pierе”. Și, cum aserțiunea solicită numirea unui succesor, poporul ales pentru salvarea Occidentului este poporul rus: „noi suntem la răspântia a două lumi, a trecutului și a viitorului, noi suntem un popor nou și proaspăt, noi nu am fost amestecați în faptele rele ale bătrânei Europe; ... secolul al XIX-lea aparține Rusiei”³.

Față cu problema pusă de poziția Rusiei, Occidentului, Marx gândea ca un european, astfel că în panslavisml revoluționar și în democrația socialistă a lui Bakunin el nu vedea decât o banală mistificare, „neexistând deosebire decât prin frazeologia și ipocrizia lui de panslavisml vulgar, onest, rus”⁴.

Cum activitatea diplomatică a unui stat ca și politica sa externă, este în mod curent pendinte de poziția și spațiul geografic ocupat, fiindcă, în mod logic, această ultimă noțiune, cea a „spațiului geografic”, este o constantă permanată, eseul lui Pamfil Șeicaru incriminează ca „dușmanul natural” al nostru: Rusia. Poziția noastră, „la răspântia tuturor răutăților” dă un dramatism atât de mare persistenței și, mai ales, supraviețuirii românilor în spațiul dat astfel încât „Existența noastră, nu numai ca Stat, dar chiar ca națiune, este un continuu miracol, reînnoit printr-o vitalitate excepțională. Când s-au potolit invaziile barbare, ultimul val a fost cel al maghiarilor, cele două principate, Țara Românească și Moldova, au avut de luptat cu neîntreruptul asalt al Ungariei și Poloniei de a ne cotropi și desființa ca națiune”⁵.

Dar peste invaziile barbare și tendințele expansioniste maghiaro-poloneze, românii din cele două principate nu au avut timp să respire căci au venit, în plus, alte pericole și mai mari, din alte puncte cardinale: la Est tătării, la Sud, la Dunăre turcii. Tocmai de aceea este de relevant: „Îndelungata domnie a lui Ștefan cel Mare” care ”ilustrează așa de dramatic factorul geografic, care, neschimbat, condiționează politica

² *Op. cit.*, p. 130.

³ *Idem*, p. 131.

⁴ *Idem*, p. 132.

⁵ *Idem*, p. 133.

*externă a poporului român*⁶.

Urma o perioadă lungă și obsesivă pentru poporul român cu consecințe nefaste și nebănuite în viitor. Rusia a ajuns în apropierea Moldovei după Tratatul de Pace din decembrie 1791 la Iași, care confirma Pacea de la Kuciuk Kainargi. Așadar din 1792, am început a ne învecina, pe Nistru, cu imperiul Rusiei, „*spre marea noastră nenorocire*”. Iar, pornind-o din vremea țarului Petru cel Mare, „*poporul român a cunoscut blestemul unei vecinătăți care vroia să se reverse peste noi spre Constantinopol*”⁷.

Un lung citat din *Essais sur l'Historire de la Civilisation Russe*, de Paul Miliukov, profesor la Universitatea din Moscova și în același timp, șeful partidului Cadeților, apărut în traducerea franceză în 1901, editura V. Girard și E. Briere, arată eforturile făcute de Rusia Țaristă în ceea ce mai târziu va căpăta numele de “cursa înarmărilor”, cu miza unică a expansiunii teritoriale. Întregul citat este pus de Șeicaru la dispoziția cititorilor cu un scop bine definit: „*să întipărească în mintea fiecărui român că Rusia este un Stat prin natura lui mereu, conform naturii lui, cuceritor și militarist*”.

Concluzia este surprinzătoare însă, pentru spiritul expansionist al Rusiei, evocat în eseu, indiferent de regimul ei politic: în pofida marilor probleme/tulburări sociale, politice și financiare ale noului stat sovietic după 1917: “*Revoluția bolșevică din Octombrie 1917 nu i-a schimbat natura – dovadă bugetul Rusiei sovietice, care consacră înarmării 50%*”.

Adică exact ca în vremea lui Petru cel Mare.

În lucrarea de față, Pamfil Șeicaru mai citează un autor rus care a publicat în 1917, la Londra, studiul *Rusia și Europa*: Grigore Alexinski. Era o carte care-și propuse să releve în esență „natura pacinică” a poporului rus. Dar autorul s-a văzut obligat să recunoască ceea ce Istoria Rusiei învederează în mod indubitabil: „*natura războinică a concepției Statului rus*”.

Grigore Alexinski, arată că „*în cele două ultime secole, de la Petru cel Mare, Rusia a avut 120 de ani și patru luni de război contra 71 de ani și opt luni de pace. În cele 35 de războaie declarate de Rusia în acest timp, 33 au fost războaie de cuceriri, numai două interne, contra popoarelor din Caucaz și Asia, pentru a supune aceste popoare deja cucerite, dar cari se răsculaseră spre a-și câștiga libertatea*.”⁸

Mai mult, Grigore Alexinski - susține Pamfil Șeicaru, fără a indica sursa - a avut nobilul curaj să recunoască într-o declarație publică realitatea istorică: „*Basarabia este o provincie românească și prin caracterul ei etnic și prin istoria ei*.”

Tehnica argumentației la Pamfil Șeicaru, este una corectă dar abilă, mai ales când este vorba despre subiecte grave și sensibile cum ar fi cele referitoare la problemele teritoriale ale României. Tocmai de aceea, în toate textele sale care ating acest subiect el folosește cu precădere surse străine, unele aflat chiar în miezul chestiunii. Adică în problemele teritoriale existente cu statul Rusi, folosește

⁶ *Ibidem.*

⁷ *Ibidem.*

⁸ *Idem.*

argumente din surse rusești. Același procedeu îl aplică el cu mare succes în alte lucrări ale sale elaborate în perioada exilului: Comentariul, uriaș, la „Karl Marx. Însemnări despre români”, care depășește cu mult textul subiectului principal sau „România în Marele Război” ori „Unirea Națională”.

În susținerea celor afirmate mai sus, revenind la eseul „Relațiile româno-ruse”, Pamfil Șeicaru adaugă citatelor-argument în favoarea pledoariei sale și altele, tot din surse rusești. Astfel, el evocă figura senatorului Nicolae Novossiltzoff, care repetă obsedant la vremea domniilor lui Alexandru I și Nicolae I „*că ordinea, pacea și fericirea vor putea să domnească în Europa numai când ucaturile pornite de la Sankt Petersburg vor fi executate la Stockholm, Constantinopol, Viena, Berlin și Paris.*” Nicolae Novossiltzoff era președintele Consiliului Imperial rusesc.

Dar natura războinică a concepției de Stat rusesc, sau mai exact moscovit, nu s-a schimbat. Senatorul Nicolae Novossiltzoff, ne spune Șeicaru, a murit când era președintele Consiliului Imperial rusesc. În Martie 1917, a prăbușit țarismul și în octombrie același an, Lenin a preluat puterea instaurând dictatura proletariatului și Statul sovietic.

Ce s-a petrecut după asta în plan extern: În 1920, război contra Poloniei, apoi atacarea Finlandei și cucerirea Republicilor baltice. Apoi, în 1942-45, „*cu ajutorul lui Roosevelt și al lui Churchill, [Rusia sovietică] să cucerească jumătate din Europa și puțin a lipsit ca întreaga Europă să fie – așa cum cerea Nicolae Novossiltzoff –, condusă cu ukazuri date de Stalin din Kremlin.*”⁹

Concluzia indubitabilă a analistului: „*Acesta este vecinul pe care îl avem datorită situației geografice, care ne condiționează existența istorică.*”

Cu toate cele afirmate mai sus privind armătura demonstrațiilor privind relațiile româno-ruse, Pamfil Șeicaru nu a neglijat nici contribuția cărturarilor, intelectualilor și politicienilor români. Exemplul prim vine de la mișcarea socialistă de la noi, pe care în tinerețe autorul a simpatizat-o și pe care o cunoștea la nivel academic, nu numai din realitatea trăită. Astfel, este frapat de „*puținătatea studiilor consacrate Rusiei în publicațiile apărute în românește în raport cu viabilitatea neamului românesc.*” Este citată cartea lui Zamfir C. Arbore, în care erau descrise închisorile țariste, al căror client fusese (teribila fortăreață „Petropavlovsk”, aceea în care ulterior a fost închis și viitorul politician țărănist C. Stere, „*vecin de celulă cu Lenin și cu Pilsudski.*”

Într-un volum apărut în rusește în 1933, *Retrăite și răsgândite*, Pavel Axalord vorbește de activitatea pe care o desfășura Zamfir Arbore pentru revoluționarii ruși la Geneva. Aflăm și lucruri inedite din lecturile socialiste ale lui Șeicaru, anume că „*Toți basarabienii, în frunte cu Zub Codreanu – refugiați în România –, erau socialiști, duceau lupta contra țarismului.*” Și că întâiul ziar socialist apărut în România se numea Basarabia. Aici au debutat Ion Nădejde și C. Dobrogeanu-Gherea.

⁹ Idem.

INTERVIEWAREA CA METODĂ DE DOCUMENTARE JURNALISTICĂ

MARIANA CERNICOVA-BUCĂ*

ABSTRACT. *Interviewing as a Method of Documentary Journalism.* Interviewing, alongside with observation and document consultation stays at the core of fact gathering in journalism. However, contemporary Romanian journalists give little thought to the reasons an interview is necessary as part of the professional approach in documenting an article, as shown in a survey conducted in July 2010. While it is time consuming and rendering emotionally coloured interpretation of facts rendered by people as sources, interviewing presents a large range of possibilities which make the method indispensable for the media. The paper also points at some of the most important ethical issues posed by the technique of working with people and concludes that only a thorough knowledge of the topic and of the technique grants success to the interviewer engaged in complex media writing.

Key words: documenting, interviewing, attribution, journalistic ethics, strategy of textualization, context/situation of communication

Cuvinte cheie: documentare, interviu, atribuire, etică jurnalistică, strategie de textualizare, situație de comunicare

Majoritatea covârșitoare a manualelor de specialitate care se ocupă de subiect enumeră trei metode esențiale utilizate de jurnaliști pentru colectarea informațiilor: documentarea, observația și interviu, apreciind că îmbinarea celor trei conferă calitate produsului de presă¹. Prin această grilă, documentarea se referă doar la lucrul cu documentele, observația – la demersul implicat sau la plasarea jurnalistului în postura de martor al evenimentelor despre care scrie, abia interviu însemnând interacțiunea cu oamenii, pentru obținerea de informații, explicații, comentarii, evaluări. Lucrarea de față este dedicată celei de-a treia metode, interviu, pornind de la experiența proprie de gazetar, dar și de la fundamentele teoretice din bibliografia relevantă.

* Conf. dr., Departamentul de Comunicare și Limbi Străine, Universitatea „Politehnica” din Timișoara.

¹ Melvin Mencher enumeră cele trei metode în capitolul *Finding Information and Gathering Facts* din *Basic Media Writing* (p. 184-210), dar folosește termenul de *interview* (interviu). Mirela Lazăr, în *Manual de jurnalism*, vol. I, p. 26, recurge la termenul de *interviu*, care ni se pare mai clar în contextul metodelor de culegere a informațiilor/comentariilor.

1. Precizări

Una dintre precizările metodologice necesare dintru început se referă la delimitarea interviului de interviu. Cel mai frecvent se vorbește despre interviu, prezentat, înainte de toate, ca metodă de colectare a informației într-o largă arie a științelor socio-umane. Sociologia, spre exemplu, atunci când recurge la interviul calitativ, realizează un demers similar cu cel jurnalistic, diferențele vizând mai ales modul de prelucrare și prezentare a opiniilor evidențiate către public². În justiție interviul glisează către anchetă. În medicină – către anamneză. În media, interviul este privit ca gen publicistic în care interacțiunea verbală dintre jurnalist și sursă este prezentată publicului în desfășurarea sa, cu prelucrări relativ mici operate pentru evitarea redundanțelor, pentru păstrarea temei selectate și, firește, pentru încadrarea în spațiul editorial alocat. Jurnaliștii mai puțin experimentați confundă interviul, în care inițiativa și propunerea temelor trebuie să le aparțină, cu discuția sau conversația, în care mizele actului de comunicare nu sunt legate de obținerea de informații sau comentarii, ci doar socializarea, respectiv – petrecerea timpului în grup. Confuziile sunt, în oglindă, și în percepția surselor de informare pentru jurnalist, care afirmă adesea „dau un interviu” când, în fond, este vorba doar despre un dialog destinat familiarizării jurnalistului cu subiectul sau contextul demersului publicistic și care nu va apărea necesarmente cu atribuire în materialul destinat publicului. Pentru a evita confuzia dintre genul publicistic și metoda de selecție a informațiilor și comentariilor – indiferent de modul în care acestea sunt, ulterior, prelucrate în texte de presă, folosesc termenul de *intervieware* pentru prezentul excurs.

2. Motivele recurgerii la intervieware

Oricât de mult și-ar dori jurnalistul să fie prezent la evenimentele care merită acoperire de presă, se lovește de condiționări care nu țin, neapărat, de efortul său de voință. Presiunea redacțională de a realiza mai multe materiale jurnalistice în aceeași zi, apariția neanunțată a unor evenimente de interes pentru public, limitele observației directe îl determină pe gazetar să își suplimenteze informația cu ceea ce poate afla de la martorii, de la actorii unui eveniment sau de la experții care pot oferi explicații credibile cu privire la cele petrecute. În plus, așteptarea publicului este să obțină, parcurgând presa, o sinteză complexă și completă (în limitele rezonabilului) a secvențelor de viață. Citarea participanților la evenimente, a martorilor sau a experților conferă caracter polifonic materialului jurnalistic, evidențiind tocmai efortul profesional

² David Silverman, în *Interpretarea datelor calitative* dedică un spațiu generos interviului (p. 101-133), cu învățăminte pentru jurnalistul care ar dori să împrumute tehnici sociologice în activitatea sa. Alte utilizări ale interviului ca metodă sunt sintetic prezentate în M. Cernicova, *Stilul publicistic actual*, p. 87-110.

depus de jurnalist pentru ca restrângerea spațio-temporală a secvenței selectate să nu afecteze fidelitatea și complexitatea relatării. În presa generalistă predomină interviuarea orientată către obținerea de informații. În situații deosebite, se utilizează și interviul de evidențiere a profilului unei persoane³.

În materialele informative, jurnalistul nu are întotdeauna nevoie de interviuare pentru realizarea produsului publicistic. De ce o face? Câteva motive sunt puternice și invocate atunci când jurnaliștii sunt rugați să-și comenteze demersul (bazat pe întrebare deschisă, adresată jurnaliștilor timișoreni în intervalul 1-15 iulie 2010, dar care urmează un model general):

- Demonstrarea faptului că au fost martorii evenimentelor relatate sau au obținut informațiile „de la prima mână”;
- Evidențierea diferențelor de percepție, atunci când este vorba despre evenimente controversate sau dramatice;
- Dorința de a pune în evidență motivele/cauzele care au condus la producerea/organizarea unui eveniment sau consecințele (așteptate) ale acestuia;
- Posibilitatea de a redacta mai concis și mai neutru materialul de presă;
- Mimetismul profesional („așa se face/e bine să se facă/cere redactorul șef”).

„Semnele” acestui demers sunt vizibile prin atribuirea informației, realizată cu verbe dicendi, cele mai des utilizate formule fiind: *X a/ne-a spus/zis, a declarat, a relatat, a afirmat, a anunțat, a răspuns, a comentat, a explicat, a opinat, a punctat, a relevat, a dezvăluit, a susținut că...* etc. În registrul prudenței aflăm că *Y a lăsat să se înțeleagă ceva*. În fine, în registrul controversei, publicul află că, de exemplu *Z a contrazis, a acuzat, a infirmat, a polemizat sau a negat ceva*. Regulile atribuirii, explicate excelent de Randall⁴, cer ca sursele umane să fie definite clar și transparent pentru public, relevând modul sau contextul în care jurnalistul a obținut o informație relativ sensibilă, chiar dacă este vorba despre surse care doresc să păstreze anonimatul. În paranteză fie spus, moda care bântuie în presa românească a anilor 2009-2010 de a indica obținerea de informații „pe surse” (nenominalizate, dar sugerate ca fiind certe și credibile) – ca alternativă la explicația că informațiile au fost obținute off-the-record din apropierea imediată a fenomenelor sau evenimentelor relatate, aruncă demersul publicistic din zona comunicării profesionalizate în cea a bârfei și speculației gratuite. În aceeași măsură, este o dovadă de standard jurnalistic scăzut ca atribuirea informației să fie realizată pasiv, de forma: *s-a spus, s-a afirmat, s-a anunțat, s-a înțeles că...* etc. Presa abundă în exemple, lăsându-l pe cititor să se întrebe cui îi aparține responsabilitatea pentru afirmații, respectiv pentru interpretările pe care jurnaliștii le presupun cu (prea multă) lejeritate.

³ Melvin Mencher, *Basic Media Writing*, p. 190.

⁴ David Randall, *Jurnalisticul universal*, p. 185-188.

În materialele de presă de mai mare întindere, mai ales acolo unde interlocutorul a avut și o exprimare demnă de citare (adăugând culoare sau efecte speciale relatării), secvența de interviu este redată prin ghilimele, cu decuparea câtorva cuvinte, mergând până la o frază. Efectul este atât unul stilistic, cât și unul care îi permite jurnalistului să își manifeste distanța față de interpretările oferite de cel care furnizează informațiile sau comentariile prezentate. În același timp, însă, responsabilitatea pentru exactitatea formulărilor este mai mare, jurnalistul având obligația să păstreze mărturia corespondenței dintre ceea ce atribuie sursei sale și ceea ce această sursă a rostit în timpul interviului.

3. Avantaje și dezavantaje în recurgerea la interviu

Câteva caracteristici evidente fac din interviu o metodă abordată cu ușurință de jurnaliști⁵:

- a) Răspunde spiritului dialogic, intrinsec presei;
- b) Este participativă și emergentă;
- c) Permite dezvăluirea unor amănunte, informații, cauzalități care nu sunt, necesarmente, vizibile „cu ochiul liber”;
- d) Economisește timp profesional în colectarea de informații,
- e) Oferă perspective de autoritate (profesională – dacă este vorba despre experți, managerială – dacă acesta este cazul) pentru interpretarea unor fapte sau fenomene, respectiv pentru tratarea unor subiecte mai îndepărtate pe axa temporală (indiferent dacă este vorba despre incursiuni în trecut sau despre prognoze).

Atuurile metodei estompează dezavantajele, care sunt, totuși, suficient de importante pentru a-l ține pe jurnalist în alertă.

Cea dintâi condiționare este legată de controlul asupra situației de comunicare. Când jurnalistul nu își pregătește demersul profesional după toate regulile, în sensul studierii prealabile a temei, contextului și personalității celor care urmează să fie interviuați, cu pregătirea listei de întrebări care să conducă spre relevarea informațiilor dorite și cu mintea eliberată de prejudecăți (care pot conduce spre selectări viciate de informații, care să confirme ceea ce gândește jurnalistul și nu să reflecte ceea ce este „în teren”), interviuarea poate fi ratată cu ușurință. Sunt abundente cazurile în care jurnaliștii sunt prizonierii unor surse, comoditatea sau condiționările politicii redacționale făcând din ei simple difuzoare ale mesajelor transmise de comunicatori autoritari. În campaniile încrucișate care au avut ca țintă slăbirea influenței media în societatea românească post-decembristă s-au făcut ample referiri la dependența actului jurnalistic de voința angajatorilor/patronilor, care au

⁵ Mariana Cernicova, *Interviul, un dialog specializat*, p. 83-89.

denaturat vocile prezente în discursul publicistic, oferind platformă sau excluzând din comunicare vectori importanți, în funcție de interese și criterii departe de cele profesionale consacrate. Având în vedere și realitatea că foarte mulți dintre jurnaliștii români actuali nu au studii de specialitate, iar breasla n-a reușit să dezvolte mecanisme de auto-reglementare, reproșurile cu privire la calitatea demersului jurnalistic nu sunt, în totalitate, greșite sau de neglijat, criza de creștere și criza industriei media amplificând vulnerabilitățile jurnalismului românesc contemporan.

Un alt dezavantaj este legat de disponibilitatea surselor de a oferi informații sau comentarii, influențată de factori precum timpul, contextul situațional, posibilitatea de a oferi informații din punctul de vedere al răspunderii în organizația din care fac parte (de exemplu, polițiștii de la fața locului în accidente, incendii, catastrofe nu au avut, până în 2008, dreptul să comenteze situația pentru presă, comunicarea fiind obligatoriu direcționată prin filtrul purtătorului de cuvânt).

În sfârșit, jurnalistul trebuie să țină cont și de motivațiile ascunse care pot face o sursă disponibilă pentru declarații: dorința de publicitate (alimentată de tentații narcisiste), intenția de a orienta opinia publică într-o anumită direcție, ambiția de a obține revanșă, cea de a alimenta controversele? Interacțiunea nu este niciodată o simplă juxtapunere de personalități. Dacă jurnalistul dovedește că este informat cu privire la domeniul dialogului, arată că este sincer interesat de subiect, demonstrează o atitudine flexibilă și permisivă față de argumentele interlocutorului, în sfârșit creează clar situația în care interviewarea are caracteristicile unui demers profesional, șansele de a avea acces la surse credibile, deschise și disponibile pentru oferirea de informații sau comentarii cresc substanțial⁶. Dar este o demonstrație care trebuie realizată continuu, la fiecare documentare în parte.

Jurnalistul își compromite aproape ireparabil interviewarea dacă recurge la:

- a) Contrazicerea directă a respondentului;
- b) Comentarea opiniilor interlocutorului;
- c) Introducerea elementului emoțional. Aprobarea sau dezaprobarea interviewatului îl pot determina pe acesta să deformeze ceea ce intenționa să relateze, în rezonanță sau în opoziție cu jurnalistul.
- d) Manifestarea unor reacții non-verbale care să trădeze altceva decât ascultarea participativă;
- e) Ascultarea selectivă, neatentă a răspunsurilor.

⁶ Sharon Wheeler, în *Sursele și documentarea* (vol. *Presa scrisă. O introducere critică*, p. 83-84) comentează că adesea durează mai mult identificarea sursei potrivite pentru interviu decât realizarea interviului propriu-zis. Muriel Solomon, *Working with difficult people*, oferă soluții la depășirea problemelor pe care le ridică intervievații care pun bariere în calea identificării de informații. Marcel Tolcea, în *Interviul de presă scrisă*, sesizează probleme asemănătoare (p. 15-16).

4. Intervievare – interviu

Utilizarea interviului în publicistica românească este realizată într-o gamă foarte largă de modalități⁷. Publicațiile orientate către informații, având și constrângeri de spațiu, nu recurg la texte-interviu, preferând citările scurte sau discursul indirect. Presa de calitate, în schimb, consideră că interviul animă paginile, este o modalitate interesantă pentru public și este adecvat atât în registrul serios al genului (când se caută fie evidențierea unor informații, când, mai ales, argumentarea unor puncte de vedere), cât și în cel ironic sau parodic. În situația textelor publicistice de tip interviu metoda trebuie să fie lăsată „la vedere”. Unii autori consideră, de exemplu, că tot ce ține de identificarea interviuatului, de circumstanțele/contextul interviului trebuie plasat în șapou, sub formă de narațiune. Personal, cred că stilul publicației dictează modul în care se redactează textul, respectiv dacă permite sau nu existența unui șapou sau a unei casete explicative, dacă evidențiază (sau nu) porțiuni din interviu cu intertitluri aparținând redacției sau cu decuparea unor secvențe de text și marcarea lor prin font distinct. Practica jurnalistică este extrem de diversă și inovațiile dau strălucire acestui gen redescoperit în presa românească post-decembristă. Strategiile de textualizare, selecție pentru public, stilizare și încadrare în spațiul editorial merită atenție aparte. Voi cita doar un interviu mai puțin obișnuit, cu povestea lui semnificativă pentru demersul jurnalistic.

În iarna anului 1991 Marin Sorescu, poet și om de cultură se afla într-o postură incomodă, sub asaltul unei prese care devia atenția de la calitățile sale de scriitor spre mărunțișuri demne doar de paginile tabloidelor, care îi erau străine ca spirit și ca interese. Situația l-a determinat să plece din Capitală, cu refuzul explicit de a sta de vorbă cu ziaristii. Lui Marin Sorescu îi era limpede că, din cauza contextului, tema va viza obligatoriu situația neconfortabilă în care se afla, politica zilei, relația sa cu presa. L-am căutat la Craiova, rugându-l să-mi ofere un interviu axat pe cariera sa literară, mai ales că urma să își sărbătorească împlinirea a 55 de ani. Profesional. Pregătisem, ca strategie, și un interviu imaginar, bazat pe confesiuni și interviuri ale sale de-a lungul carierei, din caiete-program ale teatrelor unde a avut spectacole, din presa literară și din alte surse. Când l-a citit, a fost entuziasmat: „Doamnă, mai bine de atât nu știu ce aș putea spune acum!” Și mi-a dat acordul să-l public, în forma de colaj pe care i-am prezentat-o și pe care o redau mai jos, ca exemplu de text în care tot demersul este transparent. Altminteri, Marin Sorescu se considera om al cuvântului scris, apreciind că faima de scriitor îl obligă să fie impecabil în exprimări, indiferent că sunt cele așternute de el pe hârtie sau transpuse de altcineva după o discuție față-în-față, înregistrată.

⁷ Mariana Cernicova, *Stilul publicistic actual*, p. 222-242.

Interviu (imaginar) cu poetul Marin Sorescu

Marin Sorescu – mândria noastră națională. Cum scria Georges Gross în *Le Courier*, e „o voce complet nouă. Cu totul nou ca dramaturg, evident, dar și ca filosof și gânditor...”. Un imjens talent ce a izbucnit din glia oltenească, unde oamenii sunt harnici, mândri și reținuți, poate chiar închiși oarecum în contemplarea eului interior. Ca multor olteni, lui Marin Sorescu nu îi place reclama. Ar prefera să fie lăsat la masa scriitorului, decât să participe la manifestări zgomotoase, iar sensul crezului său îl găsim în opera sa, și nu în interviurile din ziare sau în emisiunile televizate. Marin Sorescu a strâns un buchet de 55 de ani și un coș imens de premii. Aș fi dorit să stăm de vorbă, dar poetul evită contactele cu ziariștii, mai ales sub influența recentelor evenimente care au revoltat intelectualitatea română și pe iubitorii de frumos, indiferent de simpatiile lui politice. Uniunea Scriitorilor s-a dovedit încă o dată un instrument nu cultural, ci politico-administrativ, elitar, în direcții rușinoase pentru cei care o conduc. Așa că nu ne rămâne decât să apelăm la opera poetului, la interviurile sale mai vechi pentru a sta de vorbă, în gând, cu MARIN SORESCU.

Reporter: Cine sunteți dumneavoastră și care este biografia dumneavoastră, domnule Marin Sorescu?

M.S.: Date biografice? Sunt foarte puțin spectaculoase și, în afara faptului că m-am născut într-o comună de pe lângă Craiova, nu aș ști ce să mai spun, având în vedere că biografia mea este în curs, lucrez la ea.

Reporter: Ce este poetul? Un gânditor, un om politic, un solitar, sau un exponent al gândurilor și sentimentelor celor mulți?

M.S.: Poetul ori e un gânditor, ori nu e nimic. Poetul autentic e un filosof și mai mult decât atât: el posedă în plus intuiția. Gândurile lui sunt transformate într-un instrument de cercetare... Cred că un poet genial poate descoperi numai prin intuiție poetică o nouă stea, care mai apoi să fie confirmată de savanți prin calcule de parametri... Trebuie spulberat mitul boemului pușlama, al cântărețului ignorant „nealterat”, un individ pe care mi-l închipui bâjbâind printre noțiuni, trăind numai din propriile „revelații” ca bețivul din sughițuri.

Reporter: Ce credeți despre poezia românească? Are ea șanse să fie cunoscută și recunoscută în spațiul universal? Și acum când avem în țară atâtea probleme nerezolvate, mai sunt cititori de poezie?

M.S.: Cred că o problemă importantă este aceea a modului în care știm să ne impunem valorile fără a avea timidități și complexe atât în fața străinilor, cât și față de ierarhiile dintr-o epocă în care stabilirea valorilor se făcea pe scara din dos. N-aș intra în panică nici dacă nu m-ar citi nimeni! Problema pe care trebuie să și-o pună un scriitor nu este cine îl citește, câți îl citesc, ci cum scrie ca să poată jura că spune adevărul și numai adevărul. Trebuie să arzi și tu puțin ca să ardă și alții pe lângă tine.

Reporter: Este compatibilă ideea de poezie cu cea de revoluție?

M.S.: Poezia nu trebuie să declare mereu că e revoluționară, ci trebuie să fie astfel, fără declarativism. Să-și asume timpul și istoria cum își asumă metaforele și tot materialul din care este făcută. În fond, poezia a fost întotdeauna prin însăși existența ei nu numai o revelație, ci și o revoluție.

Reporter: Care ar trebui să fie cuvântul de ordine pentru poeți în momentul de față?

M.S.: Militant! Dacă acest cuvânt n-ar fi puțin obosit din cauza unui prea debil militantism. Pentru că, o vreme, au părut militanți acei scriitori care n-au făcut, practic, nimic.

Reporter: Inevitabil, poetul este un misionar. Care e misiunea astei la sfârșit de secol XX?

M.S.: Avem un singur și mare drept: de a scrie adevărul, atât de adevărat încât să te îngrozești și chiar să vrei să ajustezi anumite gânduri și să nu poți. Cred că serioase deservicii aduse literaturii noastre se datoresc funcționarilor care, pretinzând a poseda monopolul adevărului, fac din niște închistări personale „probleme” ale intelectualității, întârzie cărți sau intrarea în repertoriu a unor piese de teatru. A spune adevărul nu e un lucru atât de simplu. Nu există un monopol al adevărului. Nimeni nu are în buzunarul de la vestă licența adevărului.

Reporter: Anul 1989 ne-a adus în atenția lumii ca un popor însetat de libertate. Recent, europenii s-au convins că nu suntem niște sclavi revoltați, ci un popor cu o bogată cultură materială și spirituală. Ce ne puteți spune în acest sens?

M.S.: O bună declanșare a fenomenului artistic autentic, care există în clipa de față, ar da țării noastre un plus de prestigiu pe care îl merită, de la înaintași până la noi. România este ultima descoperire frumoasă a lumii. Dintr-o dată tot Globul a aflat de un popor care trăiește demn, de mii de ani, iar astăzi are un cuvânt de spus întregii lumi.

Cerem scuze cititorilor pentru interviul imaginar. Dar, dacă întrebările au fost ale noastre, răspunsurile aparțin lui Marin Sorescu **cuvânt cu cuvânt**, din interviurile, mărturisirile și declarațiile sale anterioare, atât de pertinente și azi. Căci, în versurile sale, Marin Sorescu se identifică pe sine în dedublare: „Noaptea cineva umblă cu hainele mele/ Și mi le poartă./ Dimineața observ pe pantofi noroi proaspăt./ Cine o fi semănând la umbrel cu mine?// De la o vreme a început/ Să-mi îmbrace și gândurile./ Când mă trezesc nu le mai găsesc niciodată/ Unde le-am pus.// Sunt uzate, oboșite, cu cearcăne în jurul ochilor./ Se cunoaște că cineva a gândit cu ele/ Toată noaptea.// Cine s-o fi potrivit la suflet cu mine?”

(Februarie 1991)⁸

Câteva comentarii apreciez că sunt necesare aici. În primul rând, jurnalistul este dator față de publicul său cu transparență totală. Etica profesională îl obligă să-și respecte contractul și să divulge cum, de la cine, în care circumstanțe a aflat ceea ce relatează, cât mai fidel posibil. Literatura în domeniu este amplă atât în domeniul utilizării oamenilor ca surse de informare, cât și în privința demersului jurnalistic actualizat sub forma textului destinat publicului, așa că nu voi insista asupra acestor aspecte în economia prezentei lucrări.

În al doilea rând, textul de mai sus este integral realizat pe baza documentării, în sensul precizat la început, adică se întemeiază pe cercetarea materialelor publicate anterior, căutate asiduu, selectate, sintetizate, prelucrate pentru noua utilizare. În sfârșit, doresc să precizez că scriitorul, după dovada cunoașterii temeinice a operei sale, a consimțit să ofere un alt interviu, realizat după regulile clasice. Adesea personalități

⁸ Mariana Cernicova, *Stilul publicistic actual*, p. 173-175.

care nu sunt din seria celor mediatice (intens cultivate de jurnaliști și care trăiesc în cea mai mare parte în atenția publicului doar pentru că revistele și televiziunile deschid spațiu editorial pentru spusele lor) dovedesc rezerve în fața gazetarului din presa generalistă⁹. Abia demonstrarea cunoașterii domeniului profesional și a regulilor comunicării de substanță deschide calea dialogului, care să nu fie o formală ceremonie de recunoaștere a prezenței celuilalt, ci de dezvăluire a mersului gândirii, de permisiune ca intervievatorul să exploreze complexitatea universului intim al celui intervievat.

5. Concluzii

Intervievarea eficientă, orientată, complexă este crucială pentru succesul jurnalistului preocupat ca publicul să îi rămână fidel și atașat. Metoda este, pe cât de generoasă, pe atât de pretențioasă, cu destule capcane pentru cel care o abordează superficial și fără pregătire specială. Alunecarea pe suprafața războaielor declarative de pe scena publică îl face pe jurnalist părtaș la gâlceava generalizată, necum la împlinirea idealului profesional de ghid al publicului în hățișul fenomenelor contradictorii și de mare amplitudine cărora le suntem martori și actori simultan, în care universul comunicațional a explodat dincolo de capacitatea umană de cuprindere și în care publicul destul de des îl abandonează pe jurnalistul insuficient de racordat la realități în favoarea altor comunicatori, poate nu la fel de pregătiți profesional, dar care simt pulsul vremurilor în fiecare conexiune prin Satelit.

BIBLIOGRAFIE

- Cernicova, Mariana, *Interviul, un dialog specializat*, Editura Augusta, Timișoara, 1997.
 Cernicova, Mariana, *Stilul publicistic actual*, Editura Augusta, Timișoara, 1999.
 Coman, Mihai (coord.), *Manual de jurnalism. Tehnici fundamentale de redactare*, vol. I, ediția a II-a, Editura Polirom, Iași, 2001.
 Keble, Richard (coord.), *Presa scrisă. O introducere critică*, traducere de Oana Dan, Editura Polirom, Iași, 2009.
 Mencher, Melvin, *Basic Media Writing*, ediția a 6-a, McGraw Hill College, 1999.

⁹ Tudor Vlad, în *Interviul de la Platon la Playboy* (p. 56-58), oferă liste complexe de persoane/personalități care sunt, tradițional, identificate drept surse de intervievat în procesul de documentare, identificând repertoriile necesare pentru domeniile politic, cultural-științific, sportiv, eveniment.

- Randall, David, *Jurnalistul universal. Ghid practic pentru presa scrisă*, prefață de Mihai Coman, traducere de Alexandru Brăduț Ulmanu, Editura Polirom, Iași, 1998.
- Silverman, David, *Interpretarea datelor calitative. Metode de analiză a comunicării, textului și interacțiunii*, Editura Polirom, Iași, 2004.
- Solomon, Muriel, *Working with difficult people*, Prentice Hall, 1990.
- Tolcea, Marcel, *Interviul de presă scrisă. Ghid practic*, Editura Augusta, Timișoara, 1999.
- Vlad, Tudor, *Interviul. De la Platon la Playboy*, Editura Dacia, Cluj-Napoca, 1997.

REPORTAJUL ROMÂNESC INTERBELIC. TEME ȘI DEZBATERI (I)

MIHAI LISEI*

KURZFASSUNG. *Rumänische Zwischenkriegszeit Reportage. Themen und Debatten (I).* In der Zwischenkriegszeit waren die Haupteinflussquellen der rumänischen Berichterstattung die französische Kultur und der Avantgardismus. Über diese Einflüsse hinaus findet der Bericht, als epische Gattung die Korrespondenz in dem Mysterienroman des XIX Jahrhunderts.

Die Wichtigste Stimme der Epoche, bezüglich der Durchsetzung des Berichts war Geo Bogza, dessen Namen an die Untersuchungen in den Seiten der Wochenzeitung „Vremea” (1934) gebunden ist. Die vorgeschlagene Debatte leitet die Rubrik ein „... im Gespräch über die Reportage und hat als Hauptdarsteller”: N. D. Cocea, Felix Aderca, Mircea Eliade, N. Davidescu și Felix Brunea-Fox.

Schlüsselwörter: Bericht, Grenzliteratur, französischer Einfluss, Mysterienroman, Avantgardismus, Echtheit, Meinungen zum Bericht.

1. Introducere

Presa românească, în perioada dintre cele două Războaie Mondiale, a acordat spații meritorii reportajului, verificat mai ales prin literatura de călătorii, memorialistică și jurnal. Prin urmare, s-a putut constata că, deși este o specie ce aparține genului jurnalistic de informare, reportajul „împrumută” tehnici specifice literaturii. Adesea, folosind procedee literare într-un complex unitar, prin conținut și formă, reportajul tinde să depășească granițele jurnalismului și să fie asimilat *literaturii de frontieră* (Silvian Iosifescu), fapt recunoscut și de către teoreticieni.

O cercetare de detaliu a reportajului interbelic românesc conduce la descoperirea unor izvoare surprinzătoare, demne de tot interesul pentru înțelegerea dezvoltării acestei specii jurnalstice care, de multe ori, s-a confundat cu jurnalismul însuși.

Într-un studiu comparatist, intitulat *Reportaj și literatură. Eseu asupra reportajului românesc și francez interbelic* (2005), Radu Ciobotea stabilește modelul francez și mișcarea de avangardă drept principale surse ale reportajului interbelic românesc.

Putem spune că modelul francez este, oarecum, evident, el impunându-se în virtutea unor influențe dominante în societatea românească, la toate nivelurile ei de dezvoltare, ce vizau îndeosebi politica, justiția, economia și cultura. Cu toate

* Lector drd., Facultatea de Științe Politice, Administrative și ale Comunicării, Universitatea “Babeș-Bolyai” Cluj, mihai.lisei@gmx.net

acestea, investigarea atentă a acestui filon pune în lumină legătura dintre literatură și reportaj. O notă distinctă ce vine să completeze analiza lui Radu Ciobotea cu privire la raportul menționat anterior, este aceea că reportajul, ca specie cu valențe epice, își găsește corespondențe în romanul de mistere din secolul al XIX-lea, roman care dezvăluie marele oraș, cu teme sociale inedite, și valorifică totodată imagini verosimile, decupate din realitatea imediată (detalii în cartea lui Marian Barbu despre *Romanul de mistere în literatura română*).

În ceea ce privește implicațiile avangardei, se observă că în cazul unor scriitori precum Geo Bogza, F. Brunea-Fox, Victor Valeriu Martinescu, Aurel Baranga și mulți alții, opțiunea pentru reportaj nu este deloc întâmplătoare. Ea trebuie contextualizată și raportată la mișcările literar estetice, care enunță proximitatea temporală.

Avangardismul, sub semnul căruia se situează fie scrisul lui Geo Bogza, fie al lui F. Brunea-Fox sau al oricărui alt comiliton, concepe reportajul ca pe un fapt programatic, ancorat în contemporaneitate, *hic et nunc*, de promovare a mijloacelor moderne de comunicare, și semnificând totodată condiția omului modern, resursele unei epoci averse de senzational, aventură și revoluții ale gândirii și sensibilității.

Unul dintre primele apeluri la revitalizarea scrisului prin reportaj a fost *Manifestul activist către tinerime*, publicat în revista de avangardă „Contimporanul”, în 1924, de către Ion Vinea: „Un bun reportaj cotidian înlocuiește azi orice lung roman de aventuri sau de analiză”.

Avangardiștii reclamă reportajul din considerente estetice, dar și ideologice. Conjugarea celor două rațiuni conduce la formularea și propunerea unei structuri literare prin care se urmărește să se cenzureze literatura desuetă și să se corecteze imaginea falsă sau poleită a lumii: „Jos cu poezii! Jos zidurile! Să vie cel cu o mie de ochi, o mie de urechi, o mie de picioare, o mie de telegrame, o mie de condeie, o mie de expresii, o mie de pistoale, să vie adevăratul poet. Să vie REPORTERUL!” („Unu”, an IV, nr. 35 / 1931, manifest semnat de Paul Sterian).

Așadar, se poate afirma, la unison cu concluziile lui Radu Ciobotea, că avangarda literară a avut un rol esențial în apariția reportajului românesc.

2. Teme și dezbateri pe marginea reportajului

Așa cum arată și Radu Ciobotea în cartea citată mai sus, dezbaterile asupra reportajului românesc începe la un deceniu după Primul Război Mondial. Ea se explică prin prezența reportajului în cotidian, prezență determinată, în primul rând, de trezirea unei conștiințe profesionale, cum este cea de reporter. Pe măsură ce reportajul devine o constantă în presa vremii, se înmulțesc și comentariile asupra lui.

Astfel, în 1933, Ion I. Cantacuzino semnează în paginile „României literare” un articol substanțial, intitulat *Elogiul reportajului*. Autorul urmărește să evidențieze succesul reportajului, într-un timp relativ scurt, priza puternică pe care acesta o are

la publicul românesc dornic de aventură și de senzațional: „Există însă o aplecare a gustului public către un anumit fel de literatură, care, ea, înseamnă mai mult decât o înclinație superficială: voga reportajului.”

Dincolo de etalările unei rețete a succesului înregistrat, Ion I. Cantacuzino comentează influențele reportajului asupra literaturii. Evenimentele circumscrise războiului, conflictelor politice, crizei economice, culturii, descoperirilor de natură geografică sau arheologică devin surse directe pentru gazetarii de pretutindeni, în vreme ce, pentru scriitori, aceste teme sunt asimilate ca „documente” prețioase menite să consolideze autenticitatea literaturii (NB: dezbaterile despre indicii de autenticitate în literatură au cunoscut, în epoca interbelică, numeroase reverberații, atât în plan teoretic, cât și practic. În această direcție s-au pronunțat nume importante, de la E. Lovinescu, G. Călinescu, Pompiliu Constantinescu, Camil Petrescu, până la Mircea Eliade, Anton Holban, Octav Șuluțiu și Mihail Sebastian).

În același articol, infiltrațiile reportajului în literatură sunt reperate cu exactitate de către Ion I. Cantacuzino: „Acum, reportajul se dovedește capabil să influențeze, prin caracterele formulei sale, caracterele literaturii actuale. Atât de mult, încât pare să reprezinte însăși esența atmosferei literare de azi”. Această afirmație era motivată de circulația și de promovarea uimitoare a reportajului în paginile unor cotidiene și săptămânale, precum „Universul”, „Curentul”, „Adevărul”, „Dimineața”, „Cuvântul”, „Vremea”, „Reporter” și multe altele.

De menționat că Ion I. Cantacuzino schițează și un portret al reporterului: „un scriitor căruia îi este interzis să scrie așa cum s-a mai scris”, adică să urmărească să reflecte o altă atmosferă și vederi noi, folosind un stil inedit, un ritm alert.

Pe un asemenea fundal, evenimentele capătă o efervescentă demnă de interesul opiniei publice, febra reportajului îi cuprinde pe numeroși scriitori și jurnaliști, al căror nume devine echivalentul speciei ca atare: Geo Bogza, Felix Brunea-Fox, I. Marius Mircu, Victor Valeriu Martinescu, Const. Coman și mulți alții. Temele pe care aceștia le propun sunt diverse și reflectă, în special, fundalul social-politic existent în România interbelică.

Unul dintre „reporterii frenetici”, cu o prezență semnificativă în bătălia pentru impunerea reportajului, este Geo Bogza.

După furtunoasa experiență a poeziei de avangardă, începută în 1929, Geo Bogza va cultiva reportajul, inspirat din situațiile de mizerie socială și de neliniște în fața ororilor războiului. Începând cu anul 1933 („anul când – pentru prima dată – mi-a fost dat să trăiesc”), realitatea imediată este matricea permanentă de impuls artistic, de inspirație. Muncitorii, meseriașii, petroliștii, tăbăcarii, minierii, plutașii de pe apele interioare ale țării, toți aceștia devin *personaje* care-i populează reportajele. Experiența trăită pe viu în Spania și împărtășită cititorilor prin coloanele ziarului „Lumea românească” (directori Zaharia Stancu și Constantin Clonaru), îl transformă pe Geo Bogza într-un gazetar incendiar, corosiv și incisiv.



Ancheta lui Geo Bogza despre reportaj „VreMEA” (1934)

De numele lui Geo Bogza se leagă și ancheta despre reportaj din paginile săptămânalului „VreMEA” (1934). Dezbaterea propusă inițiază rubrica intitulată *Cu... de vorbă despre reportaj* și îi are ca protagoniști pe N. D. Cocea, Felix Aderca, Mircea Eliade, N. Davidescu și Felix Brunea-Fox. Mai trebuie specificat că, în finalul convorbirii cu N. Davidescu, Geo Bogza menționează și numele lui Tudor Arghezi printre cei chestionați. Din păcate, acest dialog cu autorul *Florilor de mucegai* n-a mai avut loc.

BIBLIOGRAFIE SELECTIVĂ

Barbu, Marian, *Romanul de mistere în literatura română* (ed. revăzută și adăugită), Ed. Fundația „Scrisul românesc”, Craiova, 2003.

Bârna, Nicolae, *Avangardismul literar românesc*, Studiu și antologie de..., Ed. Gramar, București, 2003.

Bogza, Geo, *Geo Bogza interpretat de...*, *Antologie* de Antoaneta Tănăsescu, Ed. Eminescu, București, 1976.

Bogza, Geo, *Ce este reportajul? O anchetă printre scriitorii noștri*, „VreMEA”, rubrica „Fapte și idei”, an VII, nr. 329, 11 martie 1934, p. 4.

Bogza, Geo, *Cu d. N. D. Cocea de vorbă despre reportaj*, „VreMEA”, an VII, nr. 313, 25 martie 1934, p. 4.

Bogza, Geo, *Cu d. F. Aderca de vorbă despre reportaj*, „VreMEA”, an VII, nr. 334, 22 aprilie 1934, p. 8.

Bogza, Geo, *Cu d. Mircea Eliade de vorbă despre reportaj*, „VreMEA”, an VII, nr. 335, 29 aprilie 1934, p. 6 și 9.

Bogza, Geo, *Cu d. N. Davidescu de vorbă despre reportaj*, „VreMEA”, an VII, nr. 339, 27 mai 1934, p. 9.

Bogza, Geo, *Cu d. Brunea Fox de vorbă despre reportaj*, „VreMEA”, an VII, nr. 342, 17 iunie 1934, p. 8.

Cantancuzino, Ion I., *Elogiul reportajului*, „România literară”, an II, nr. 50, 28 ianuarie 1933, pp. 1 – 2.

Ciobotea, Radu, *Reportaj și literatură. Eseu asupra reportajului românesc și francez interbelic*, Ed. Casa Cărții de Știință, Cluj-Napoca, 2005.

Ciobotea, Radu, *Reportajul interbelic românesc. Senzaționalism, aventură și extremism politic*, Ed. Polirom, Iași, 2006.

Iosifescu, Silvian, *Literatura de frontieră* (ediția a II-a), Ed. Enciclopedică română, București, 1971.

Până, Sașa, *Antologia literaturii române de avangardă*, studiu introductiv de Matei Călinescu, Editura pentru Literatură, București, 1969.

Scărlătescu, Doru, *Geo Bogza*, Ed. Minerva, București, 1983.

SEGMENTAREA PUBLICULUI SPECTATOR AL OPEREI NAȚIONALE ROMÂNE CLUJ-NAPOCA – O ETAPĂ ÎN EVALUAREA IMAGINII INSTITUȚIEI

DAN AL. BĂDILĂ*

ABSTRACT. *Segmentation of the Audience of the Cluj-Napoca Romanian National Opera - a Step in the Image Evaluation of the Institution.* This paper is a segmentation study of the audience of the Cluj-Napoca Romanian National Opera [Opera Națională Română Cluj-Napoca (ONRCN)], which is part of a broader research on how the image of the institution is created at the level of this particular category of stakeholders. It uses a quantitative approach based on socio-demographic variables, on variables of cultural preferences, as well as on variables of attendees' show behaviour. My analysis identifies the prevalent audiences and their main features. The audience segmentation model I propose here is specific to ONRCN, and any extrapolations to other arts/entertainment organizations is to be based on further research.

Keywords: segmentation, audience, performing arts, opera

Introducere

Segmentarea este necesară pentru a cunoaște profilul publicului spectator, indivizi în rândurile cărora există o anume reprezentare a Operei Naționale clujene, o anume imagine a carei abordare/măsurare reprezintă obiectivul final al cercetării din care face parte acest studiu. Publicurile diferite percep organizația în moduri diferite și în consecință își formează reprezentări diferite ale acesteia (Schuler, 2004). Astfel publicul intern percepe organizația în primul rând în funcție de elementele de natură angajat-angajator și caracteristici ale locului de muncă. PUBLICURILE externe percep organizația în funcție de interesul specific pe care îl au față de organizație și de relațiile pe care le au cu aceasta. Astfel, este foarte probabil ca publicuri externe precum studenții de la Academia de Muzică sau elevii de la Liceul de balet să perceapă Opera și prin atribute legate de piața muncii sau în funcție de posibilitățile de colaborare și/sau de colaborările avute. Bineînțeles, publicul spectator va percepe Opera în mare măsură prin produsele consumate și prin alte experiențe legate de interacțiunea cu organizația.

* Doctorand al Universității „Babeș-Bolyai”, domeniul sociologie, cu tema *Configurarea imaginii corporative – o cercetare empirică asupra Operei Naționale Române Cluj-Napoca*; ocupă funcția de PR la Opera Națională Română Cluj-Napoca

Plecând de la această idee, există posibilitatea ca segmente diferite din cadrul aceleiași categorii de public, cum ar fi publicul spectator, să perceapă Opera mai mult sau mai puțin diferit, prin intermediul unor atribute relativ diferite. Segmentând publicul, se creează posibilitatea de a identifica indivizi diferiți, reprezentativi pentru un anumit segment. Acești indivizi devin public țintă pentru următoarea etapă a cercetării – studiul calitativ de extragere a elementelor prin care respectivele segmente percep instituția, adică a atributelor care configurează imaginea Operei Naționale clujene. Aceste atribute sunt apoi măsurate în o a treia etapă – un studiu cantitativ. În articolul de față ne vom referi doar la prima etapă a cercetării – studiul de segmentare.

Repere teoretice

Unul din primele studii asupra consumatorilor de artă a fost realizat de Baumol și Bowen în anul 1966. Pe lângă stabilirea cadrului pentru ceea ce a devenit economia culturală a artelor interpretative, lucrarea lor (apud. Di Maggio, 1978) aducea o influentă caracterizare a publicului artelor interpretative clasice. Cei doi cercetători compară publicul consumator de artă cu populația urbană, constatând că cei dintâi erau în medie mai tineri, mult mai bine educați și aveau locuri de muncă mai bine calificate, doar câteva procente fiind muncitori. Publicul pe care ei l-au descris este alcătuit din indivizi cu un venit ridicat, un anumit nivel de educație și o primă întâlnire cu artele interpretative înainte de vârsta adultă. Cu alte cuvinte, publicul consumator de artă nu cuprindea toate categoriile sociale.

În 1978, Paul Di Maggio strânge într-o singură lucrare – *Audience Studies of the Performing Arts and Museums: A Critical Review* – aproximativ 250 de studii de audiență nepublicate din domeniul artelor efectuate în Statele Unite ale Americii. Pe lângă variabilele socio-demografice Di Maggio adaugă încă o variabilă, specifică studiilor în domeniul artelor, și care apare în majoritatea studiilor ulterioare: frecvența. În opinia autorului, consumatorii de artă pot fi împărțiți în alte două categorii: consumatori frecvenți și consumatori sporadici.

La finalul stagiunii 2003-2004, Teatrul Odeon a realizat un *Studiu asupra consumului de teatru și a percepției teatrului de către bucureșteni*. Rezultatele publicate de către cercetători se referă la: caracteristicile socio-demografice ale spectatorilor Teatrului Odeon, frecvența și motivele pentru care bucureștenii merg la teatru, publicul fidel, motivația frecventării spectacolelor de teatru, obstacolele întâmpinate în frecventarea teatrului, informarea în legătură cu viața teatrală, preferințele publicului de teatru de la Odeon și specificul Teatrului Odeon. Din rezultatele acestui studiu amintim: publicul Teatrului Odeon este preponderent feminin și cu studii superioare; are o situație materială peste medie; s-a constatat că, deși spectatorii Teatrului Odeon sunt în mare parte tineri, totuși, adulții sunt cei care merg cel mai des (cel mai constant) la teatru; astfel, tinerii merg în număr mare, dar mai rar, în timp ce adulții sunt mai puțini, dar merg mai des la teatru decât tinerii.

În anii 2008 și 2009 au fost realizate două studii asupra audienței Festivalului Național de Teatru de către Centrul de Cercetare și Consultanță în Domeniul Culturii. Cu privire la portretul spectatorului tipic, cercetătorii au concluzionat următoarele: 66% din spectatori sunt femei, peste 80% dintre cei chestionați au vârsta cuprinsă între 19 și 34 de ani; categoriile cel mai slab reprezentate sunt cele peste 65 ani și sub 18 ani; majoritatea dintre cei chestionați au ocupații intelectuale sau sunt studenți; majoritatea au studii universitare sau postuniversitare (83%).

Datele de mai sus arată că publicul consumator de artă este predominant bine educat, cu ocupații intelectuale și cu venituri relativ ridicate. Acest pattern este consistent cu paradigma capitalului cultural formulată de Pierre Bourdieu (1984), una dintre cele mai influente paradigme în domeniul consumului de artă.

În *Formele Capitalului* (1986), Bourdieu distinge între 3 tipuri de capital: economic (resurse financiare), social (resursele de care dispune o persoană în virtutea apartenenței sale la un grup social), cultural (în esență, resurse controlate de un individ datorită calificărilor sale academice, cunoștințelor sale, capacității sale de a înțelege și a comunica în anumite coduri culturale) și simbolic (resursele la care are acces o persoană pe baza prestigiului). Aceste tipuri de capitaluri pot fi, în principiu, convertite unele în altele (cu precizarea că anumite forme de capital pot fi privilegiate într-o societate și devalorizate în alta și că sfere sociale diferite sunt dominate de tipuri de capital diferite și, în cadrul acestora, convertirea este restricționată: în cazul capitalului economic – cultural, doar banii nu pot cumpăra calificări educaționale).

Capitalul cultural, spune Bourdieu, este de trei tipuri: forma sa *încorporată* – idei, predispoziții învățate prin intermediul socializării, în mare parte socializarea din cadrul familiei – forma sa *obiectivată* – atât sub forma obiectelor cum ar fi picturile sau cărțile, cât și sub cea a abilității de a le aprecia, înțelege și interpreta – și forma sa *instituționalizată* – recunoașterea instituțională a capitalului cultural posedat de către un individ, în principal sub forma calificărilor educaționale.

În sfera artelor, capitalul cultural constă în capacitatea de a conceptualiza din punct de vedere estetic diferite obiecte, fie că acestea aparțin sau nu domeniului artistic – „capacitatea inegal distribuită de a separa în mod obișnuit proprietățile formale ale obiectelor culturale de conținutul și funcția lor” (Lizardo și Skilles, 2008, p. 5). Această abilitate nu este „un dar înnăscut”, ci este învățată, având două origini – una în familie (părinții cu un nivel ridicat al capitalului cultural învățându-și copiii codurile culturale corespunzătoare), cealaltă în sistemul formal de educație (care reproduce valorile clasei dominante și unde capitalul cultural este definit ca atare și transmis elevilor/studenților – spre exemplu, prin noțiuni de artă și istoria artei). Așadar, ne-am aștepta ca persoanele ce aparțin unor categorii sociale privilegiate, în special privilegiate din punct de vedere al nivelului educațional, să reprezinte segmentul dominant al consumatorilor de artă.

Această așteptare este confirmată de rezultatele prezentate mai sus – consumul de artă nu poate fi dedus în principal din venitul consumatorului, un predictor mai bun fiind nivelul educațional al individului și al părinților săi. Astfel, după cum am văzut, profesioniștii și managerii reprezintă majoritatea consumatorilor de artă, iar cea mai mare rată de participare în acest tip de consum se întâlnește în rândurile acelor profesioniști cu nivelul cel mai ridicat de educație raportat la veniturile acestora (spre exemplu, profesorii universitari). Grupurile cu un nivel educațional mai scăzut participă într-un număr mai mic la consumul de artă, în segmentele acestea păstrându-se aceeași structură – persoanele cu nivel de educație mai ridicat reprezintă cea mai mare parte din consumatori (profesorii de liceu/școală generală). Consumul mai ridicat de artă în rândurile profesorilor și persoanelor cu ocupații similare este explicabil, din perspectiva paradigmei consumului cultural, în felul următor (*apud* Lizardo și Skilles, 2008, p. 7): familiaritatea cu arta este o formă de capital cultural, și, în mod special în cazul grupurilor cu status social înalt, indivizii investesc în această formă de capital atunci când cel economic le lipsește. În același timp, respectivii indivizi cultivă preferințe estetice care să justifice respingerea acelor forme de artă al căror consum presupune capital economic (cea ce explică discrepanța observată de Bourdieu între intelectualii care preferă artă avangardistă al cărei consum și-l pot permite cu ușurință și managerii care optează pentru artă canonică, la prețuri ridicate).

Diferite aspecte ale teoriei lui Bourdieu sunt confirmate de studii empirice (*apud* Lizardo și Skilles, 2008): Van Eijck și Bargemann (2004) au demonstrat că educația, comparativ cu alte variabile sociodemografice, devine un predictor tot mai puternic pentru opțiunile culturale odată cu trecerea timpului, Chan și Goldthorpe (2005) arată că atât educația cât și statutul ocupațional al indivizilor prezic consumul de arte fine și populare, iar Silva (2006) dovedește că educația prezice cu o acuratețe mai mare decât venitul dacă o persoană posedă sau nu obiecte de artă (*capital cultural obiectificat*) și intensitatea consumului de artă vizuală.

Un alt aspect al teoriei lui Bourdieu (sau cel puțin un aspect derivabil din aceasta) pe care l-am găsit interesant este observația că elitele consumă genuri de artă mai diversificate decât celelalte categorii sociale (sunt *omnivore* din punct de vedere cultural/artistic). Așadar, ierarhia socială și cea a consumului cultural nu se suprapun perfect – persoanele din grupurile cu un statut social ridicat nu preferă exclusiv formele de artă elitistă. Atât teoria lui Bourdieu (care vorbește despre o dispoziție estetică *generală*, deci care nu se limitează la produsele artistice elitiste) cât și datele (studiul lui Chan și Goldthorpe menționat mai sus, precum și studii realizate de Hughes și Peterson, 1983, Peterson și Kern, 1996, Peterson și Simkus, 1993 ș.a., *apud* Lizardo și Skilles, 2008) sugerează că există o asocieră între un statut socio-economic ridicat și participarea în *toate tipurile de artă*, atât populară cât și elitistă. Simultan, statutul socio-economic scăzut se corelează cu o participare mai redusă în forme diverse de artă (categoriile sociale dezavantajate sunt *univore* din punct de vedere cultural/artistic).

1. Aspecte metodologice

În scopul segmentării publicului spectator al ONRCN am conceput un chestionar în care am inclus, în mare parte, variabile extrase din studiile prezentate anterior. Astfel, instrumentul a cuprins:

- a. variabile **socio-demografice**: vârstă, gen, etnie, nivel de studii, studii muzicale, ocupație, domiciliul stabil, venitul lunar al familiei și numărul de membri ai familiei.
- b. variabile care privesc **preferințele culturale**: în ce măsură preferă anumite genuri de spectacole (opera, operetă, baletul clasic, baletul contemporan, concerte, etc.)
- c. variabile care se referă la **comportamentul de frecvență a spectacolelor**.

Culegerea datelor a fost făcută în perioada 1 octombrie – 20 decembrie 2009, în cinci forme:

1. prin distribuirea chestionarelor la intrarea la spectacol, spre autocompletare. Au fost distribuite 900 de chestionare și au fost returnate 242. Dintre acestea au fost excluse 11 chestionare din cauza numărului mare de nonrăspunsuri. În urma unei întrebări filtru au fost eliminate 24 chestionare, numărul total de chestionare în finalul acestei etape fiind de 207.
2. prin distribuirea chestionarelor în format electronic, prin e-mail. A fost folosită o bază de date care conține 1012 adrese culese tot din rândurile publicului spectator. Au fost returnate 32 chestionare.
3. au fost aplicate prin operator 31 de chestionare înaintea, în pauzele și la sfârșitul spectacolelor. S-a ales aleatoriu câte un individ din următoarele locații și în următoarea ordine: în fața intrării operei (în această locație publicul se află înaintea spectacolului și în pauze, întrucât în interior fumatul este interzis), în foaier, la stal, în foaierul stalului (la garderobe) în foaierul lojilor rang I, în foaierul lojilor rang II, în zona bufetului.
4. au fost aplicate, prin operator 21 de chestionare la Agenția de bilete. Indivizii au fost selectați în ordinea în care își cumpărau bilete.
5. au fost aplicate 26 de chestionare prin telefon (numerele de telefon au fost selectate aleatoriu, cu pas de 6, din baza de date sus menționată).

Chestionarele prin operator nu au fost aplicate în zilele când s-au distribuit chestionare spre autocompletare. Am decis ca prin operator sa fie aplicate chestionare la spectacolele unde s-au vândut sub 100 bilete, iar pentru autocompletare să fie distribuite chestionare la spectacolele ale căror vânzări au depășit acest număr. Astfel, prin operator au fost aplicate chestionare la 5 spectacole, iar prin autocompletare la 19 spectacole.

În scopul obținerii de respondenți unici, a fost introdusă o întrebare filtru pentru a se observa dacă respectivul individ a mai completat sau a mai răspuns, sub altă formă anterior, aceluiași chestionar. În urma acestui filtru au fost eliminate cele 24 de chestionare menționate la punctul 1.

În final a fost obținut **un eșantion de 317 indivizi**.

Cu privire la reprezentativitatea eșantionului, eroarea maximă de eșantionare este de $\pm 5,6\%$ pentru un nivel de încredere de 95%.

Datele au fost prelucrate cu soft-ul SPSS.

2. Rezultate și discuții

Segmentarea socio-demografică

O primă constatare privește preponderența segmentului de public feminin: 72%.

Tabelul 1. Distribuția pe genuri

	Frecvență	Procent	Procent valid
Feminin	222	70	71.8
Masculin	87	27.5	28.2
Valori lipsă [†]	8	2.5	
Total	317	100	100

În ceea ce privește vârsta, am împărțit publicul în 5 segmente: *minorii* – sub 18 ani, *adulții tineri* – între 18 și 35 ani, *adulții maturi* – între 35 și 50 de ani, *adulți vârstnici* – între 50 și 65 de ani și *adulți cu vârsta apropiată de pensionare* – peste 65 ani. În distribuția de frecvențe (Tabelul 2) se observă segmentul dominant al adulților tineri (61%). Putem considera ca segmente importante și cele formate din adulții maturi (17%) și adulții vârstnici (14%).

Media vârstei publicului spectator al ONRCN este de 34.36 ani, cu o abatere standard de 18.60.

Tabelul 2. Categoriile de vârstă

	Frecvență	Procent	Procent valid
Sub 18 ani	12	3.8	3.9
18-35 ani	187	59.0	60.7
35-50 ani	51	16.1	16.6
50-65 ani	43	13.6	14.0
Peste 65 ani	15	4.7	4.9
Valori lipsă	9	2.8	
Total	317	100	100

[†] Valorile lipsă din tabele se datorează opțiunii pentru culegerea datelor prin autocompletare.

Din punctul de vedere al educației, publicul spectator a fost împărțit în 6 segmente, după ultima școală absolvită: *școală generală, școală profesională, liceu, studii postliceale, studii universitare și studii postuniversitare*. După cum se poate observa în Tabelul 3, avem un segment dominant (70%) format din publicul cu studii superioare (48% - studii universitare; 22% - studii postuniversitare). Un alt segment care se evidențiază este cel format din indivizi care au absolvit liceul (22%).

Tabelul 3. Distribuția pe niveluri de educație

	Frecvență	Procent	Procent valid
școală generală	10	3.2	3.3
școală profesională	5	1.6	1.6
Liceu	69	21.8	22.5
Studii postliceale	7	2.2	2.3
Studii universitare	149	47.0	48.7
Studii postuniversitare	66	20.8	21.6
Valori lipsă	11	3.5	
Total	317	100	100

Din perspectiva statutului profesional avem 5 segmente, cele majoritare fiind cele formate din *angajați* (42%) și din *elevi și studenți* (36%). O observație interesantă este aceea că segmentul format din *manageri și patroni* (12%) este mai mare decât cel format din pensionari (8%). Segmentul format din indivizi *fără ocupație* este foarte mic (1%).

Tabelul 4. Distribuția după ocupație

	Frecvență	Procent	Procent valid
Elev, student	111	35.0	36.0
Pensionar	26	8.2	8.4
Angajat	131	41.3	42.5
Manager, patron	36	11.4	11.7
Fără ocupație, casnică	4	1.3	1.3
Valori lipsă	9	2.8	
Total	317	100	100

Ținând cont de studiile muzicale, observăm (Tabelul 5) că o pătrime din publicul spectator se încadrează în segmentul format din indivizii care au astfel de studii. Va fi interesant de văzut dacă reprezentările instituției formate la nivelul acestui segment sunt caracterizate de o mai mare exigență, față de reprezentările indivizilor care nu au pregătire în respectivul domeniu.

Tabelul 5. Distribuția în funcție de pregătirea muzicală

	Frecvență	Procent	Procent valid
Cu pregătire muzicală	78	24.6	24.9
Fără pregătire muzicală	235	74.1	75.1
Valori lipsă	4	98.7	
Total	317	100	100

În ceea ce privește etnia, 92% din spectatorii Operei sunt *români*, 5% *maghiari*, 2% *germani* și 1% sunt de *altă etnie*. Trebuie menționat la acest punct că în Cluj-Napoca există două opere, cea de-a doua fiind Opera Maghiară, instituție care face o concurență extrem de puternică pentru segmentul format de această minoritate etnică din municipiu.

Tabelul 6. Distribuția după etnie

	Frecvență	Procent	Procent valid
Română	285	89.9	92.2
Maghiară	15	4.7	4.9
Germană	6	1.9	1.9
Alta	3	.9	1.0
Valori lipsă	8		
Total	317	100	100

Din punctul de vedere al domiciliului, am împărțit publicul spectator în trei segmente. Indivizii domiciliați în *Cluj-Napoca* reprezintă 64%, cei domiciliați în *altă localitate din județ* 7%, iar cei *din afara județului* 29%. Un segment interesant este acesta din urmă. Întrebarea din chestionar a precizat în mod explicit că este vorba de domiciliul stabil, cel trecut în cartea de identitate. Problema care se pune este dacă există un segment de public (în cadrul segmentului format din cei cu domiciliul în afara județului) care migrează din rațiuni culturale.

Tabelul 7. Distribuția după domiciliu

	Frecvență	Procent	Procent valid
Cluj-Napoca	197	62.1	64.0
altă localitate din județ	23	7.3	7.5
în afara județului	88	27.8	28.6
Valori lipsă	9	2.8	
Total	317	100	100

Această ipoteză este infirmată de distribuția bivariată ocupație/domiciliu (Tabelul 8), realizată pe un eșantion de 306 indivizi, de unde se vede că majoritatea celor din alte județe sunt studenți (56 indivizi).

Tabelul 8. Distribuția bivariată ocupație/domiciliu

Ocupație	Domiciliu stabil			Total
	Cluj-Napoca	Altă localitate din județ	În afara județului	
Elev, student	48	7	56	111
Pensionar	25	0	1	26
Angajat	93	14	22	129
Manager, patron	25	2	9	36
Fără ocupație, casnică	4	0	0	4
Valori lipsă	195	23	88	306
Total	48	7	56	111

În funcție de venit, am împărțit publicul în șase segmente, așa cum reiese din Tabelul 9. Se observă că jumătate din publicul Operei au *un venit mai mic de 1000 lei/membru al familiei*. Un alt segment cu pondere notabilă (33%) este cel al indivizilor care se încadrează în categoria de venit/membru de familie cuprinsă între 1000 și 2000 lei. Doar 18% dintre spectatorii operei au un venit peste 2000 lei și doar 6% peste 5000. Putem spune așadar că una din caracteristicile publicului Operei clujene este aceea că *majoritatea au venituri modeste* (82%).

Tabelul 9. Distribuția după venituri (RON/membru al familiei)

	Frecvență	Procent	Procent valid
Sub 1000 RON	93	29.3	49.2
1000 – 2000 RON	63	19.9	33.3
2000 -3000 RON	14	4.4	7.4
3000 – 4000 RON	7	2.2	3.7
4000 – 5000 RON	1	.3	.5
peste 5000 RON	11	3.5	5.8
Valori lipsă	128	40.4%	
Total	317	100	100

De asemenea, a fost realizată o segmentare mixtă, luând în calcul două dintre variabilele socio-demografice care au relevat segmente importante de spectatori: educația (segmentul dominant al indivizilor cu studii superioare) și venitul (segmentul dominant al indivizilor cu venituri pe membru de familie modeste). Distribuția bivariată (Tabelul 10), realizată pe un eșantion de 185 indivizi, scoate în evidență categoria modală a celor cu venituri mici și educație superioară (109 indivizi).

Tabelul 10. Distribuția bivariată educație/venituri

Venit (mii RON)	Școală generală	Școală profesională	Liceu	Studii			Total
				Studii postliceale	Studii universitare	Studii postuniversitare	
<1	4	4	25	2	40	16	91
1-2	1	0	5	2	35	18	61
2-3	0	0	1	0	6	7	14
3-4	0	0	0	0	7	0	7

Venit (mii RON)	Școală generală	Școală profesională	Liceu	Studii			Total
				Studii postliceale	Studii universitare	Studii postuniversitare	
4-5	0	0	1	0	0	0	1
>5	0	0	3	0	5	3	11
Total	5	4	35	4	93	44	185

Preferințe culturale

Opțiunile culturale ale subiecților sunt prezentate în tabelul de mai jos. Observăm că opera se situează pe primul loc în ierarhia preferințelor acestora. Nu există diferențe vizibile între preferințele persoanelor cu niveluri diferite de educație.

Tabelul 11. Ierarhia preferințelor pentru operă și alte genuri artistice

Gen artistic	N	Medie	Abatere standard
Opera	311	8.81	1.851
Baletul clasic	309	8.61	2.042
Teatrul	309	8.57	1.947
Concertele/recitalurile	299	8.20	2.004
Opereta	305	8.10	2.115
Filmul artistic	298	7.98	2.345
Muzicalul	301	7.70	2.225
Dansul contemporan	300	7.67	2.290
Spectacolele pop, rock etc.	293	6.46	3.049
Spectacolele sportive	293	5.62	2.949
Spectacolele folclorice	294	5.23	3.051

Analiza factorială relevă modul în care se structurează preferințele de mai sus. Am utilizat metoda de extracție *Principal Axis Factoring* și metoda de rotație *Equamax*. Matricea de corelații include multiple valori mai mari decât .3, iar corelațiile anti-imaginate pe diagonală sunt mai mari de .4. KMO și testul Bartlett sugerează că analiza factorială poate fi realizată, primul luând valoarea de .698, iar cel de-al doilea (876) este semnificativ – sig. 000.

Analiza a identificat 3 factori, care explică 63.93% din varianța totală. Primul factor explică 33.46% din varianță, al doilea 18.19%, iar al treilea 12.27%.

Am eliminat din analiză itemul teatru, datorită valorilor mici din tabelul de comunalități și din matricea rotită. Matricea rezultată este reprodusă mai jos:

Tabelul 12. Structura preferințelor respondenților

	Matricea factorială rotită		
	1	Factor 2	3
In ce măsură preferați opera?		.600	
In ce măsură preferați opereta?		.891	
In ce măsură preferați muzicalul?		.514	
In ce măsură preferați baletul clasic?			.762

Matricea factorială rotită			
	1	Factor 2	3
In ce măsură preferați dansul contemporan?			.725
In ce măsură preferați concertele/recitalurile?	.408		
In ce măsură preferați filmul artistic?	.610		
In ce măsură preferați spectacolele sportive?	.726		
In ce măsură preferați spectacolele folclorice?	.528		
In ce măsură preferați spectacolele pop, rock etc.?	.719		

Observăm că o primă dimensiune include opera, opereta și muzicalul – o temă comună fiind, așadar, reprezentația cu caracter muzical ce poate fi numită de tip elitist. Cea de-a doua este saturată de itemii balet clasic și dans contemporan, așadar include și genurile de dans. În final, a treia dimensiune reunește forme de artă ce pot fi considerate mai degrabă „populare”.

Tot în ceea ce privește preferințele culturale ale publicului spectator, am pus și problema corelației dintre preferințele pentru operă și preferințele pentru celelalte genuri de spectacol incluse în chestionar (Tabelul 13). Am constatat că spectatorii care preferă în foarte mare măsură opera, preferă în foarte mare măsură celelalte genuri de spectacole care se regăsesc în repertoriul unei instituții de operă, corelații pozitive existând cu opereta (coeficient de corelație 0.505), baletul clasic (coeficient de corelație 0.337), muzicalul (coeficient de corelație 0.260) și concertele/recitalurile (coeficient de corelație 0.170). Nu există corelații semnificative cu celelalte genuri de spectacole, inclusiv cu teatrul.

Tabelul 13. Corelațiile preferinței pentru operă cu preferința pentru alte genuri artistice

Gen artistic	Coeficient corelație
Operetă	.505(**)
Balet clasic	.337(**)
Muzical	.260(**)
Concerte/recitaluri	.170(**)
Filmul artistic	-.097
Spectacolele pop, rock etc.	-.077
Spectacolele folclorice	.074
Teatrul	-.055
Spectacolele sportive	-.026
Dansul contemporan	-.002

** Corelație semnificativă la $p < 0.01$ (test bidirecțional).

* Corelație semnificativă la $p < 0.05$ (test bidirecțional)

Segmentarea după comportamentul de frecvență a genului

Din ierarhia frecvențării spectacolelor de operă și a altor evenimente artistice observăm că spectatorii Operei Naționale clujene, în medie, frecventează cinematograful (de 7.69 ori în ultimul an, cu abatere standard de 8.847) în aceeași

măsură cu opera (de 7.48 ori în ultimul an, cu abatere standard de 9.031). De asemenea, se observă că, în medie, spectatorii ONRCN frecventează filarmonica (de 4.38 ori în ultimul an, cu o abatere standard de 7.805) în mai mică măsură decât opera, dar în aceeași măsură cu teatrul (de 4.16 ori în ultimul an, cu o abatere standard de 5.907). Mai puțin frecventate de către publicul Operei sunt concertele pop, rock (în medie de 2.52 pe an, cu o abatere standard de 6.966), spectacolele sportive (în medie de 1.81 ori pe an, cu o abatere standard de 5.815) și spectacolele folclorice (în medie de 0.89 ori pe an, cu o abatere standard de 2.325).

Tabelul 14. Ierarhia frecventării spectacolelor de operă și a altor evenimente artistice

Spectacol/eveniment	N	Medie	Abatere standard
Cinematograf	283	7.69	8.847
Operă	293	7.48	9.031
Filarmonică	276	4.38	7.805
Teatru	292	4.16	5.907
Concerte pop, rock etc.	275	2.52	6.966
Spectacole sportive	274	1.81	5.815
Spectacole folclorice	274	.89	2.325

În ceea ce privește perioada săptămânii în care publicul frecventează Opera clujeană, observăm că 55% din spectatori participă la spectacole *mai mult în timpul săptămânii* decât în weekend (Tabelul 15).

Tabelul 15. Segmentare după perioada (săptămânii) de frecventare

	Frecvență	Procent	Procent valid
Mai mult în timpul săptămânii	174	54.9	
Mai mult în weekend	118	37.2	
Valori lipsă	25	7.9	
Total	317	100	100

La întrebarea „Aproximativ câte persoane vă însoțesc când veniți la un spectacol?”, doar 2% au răspuns că vin singuri. Din distribuția frecvențelor (Tabelul 16) reiese că frecventarea spectacolelor este, prin excelență, un comportament de grup. Segmentele principale sunt cele ale indivizilor care frecventează Opera însoțiți de *una* (41%), *două* (27%) sau *trei* (17%) persoane. Grupurile de peste 6 persoane sunt foarte rare.

Tabelul 16. Aproximativ câte persoane va însoțesc de obicei când veniți la un spectacol?

Număr persoane	Frecvență	Procent	Procent valid
0	6	1.9	2.0
1	130	41.0	42.6
2	85	26.8	27.9
3	51	16.1	16.7

Număr persoane	Frecvență	Procent	Procent valid
4	14	4.4	4.6
5	11	3.5	3.6
6	3	.9	1.0
8	1	.3	.3
10	2	.6	.7
12	1	.3	.3
40	1	.3	.3
Valori lipsă	12	3.8	
Total	100	100	100

Așa cum se observă în Tabelul 16, media persoanelor însoțitoare este de 2.17 cu o abatere standard de 2.633.

Tabelul 17. Tipul de frecventare (individual sau în grup)

	N	Medie	Abatere standard
Aproximativ câte persoane vă însoțesc de obicei când veniți la un spectacol?	305	2.17	2.633

Prin corelații ale frecventării ultimei stagiuni am urmărit să vedem dacă variabilele „venit pe membru de familie” și „vârsta” influențează frecvența de participare la spectacole. După cum se poate observa în Tabelul 18, nu există o corelație între venit și frecventarea ultimei stagiuni. Motivul pentru care spectatorii vin mai des sau mai rar nu este disponibilitatea financiară. Se observă o ușoară tendință ca frecvența să fie mai ridicată pe măsură ce individul este mai înaintat în vârstă (coeficient de corelație 0,181).

Tabelul 18. Corelația frecventării ultimei stagiuni cu vârsta și venitul

Venit / membru al familiei	-.070
Vârsta	.181(**)

** Corelație semnificativă la $p < 0.01$ (test bidirecțional).

* Corelație semnificativă la $p < 0.05$ (test bidirecțional)

Pentru a determina dacă există diferențe între anumite tipuri de spectatori în ceea ce privește frecvența de participare la spectacole, am efectuat trei teste cu eșantioane independente. Segmentele testate au fost: publicul feminin vs. publicul masculin (Tabelul 19), indivizii cu studii medii și submedii vs. indivizii cu studii superioare (Tabelul 20) și spectatorii cu studii muzicale vs. spectatorii fără studii muzicale (Tabelul 21). În urma tuturor celor trei teste am constatat că nu există diferențe de frecventare semnificative între segmente.

Tabelul 19. Testarea diferențelor de frecvență între sexe

La aproximativ câte din spectacolele stagiunii trecute ați participat?	Gen	N	Medie	Abatere standard	t	p
	Feminin	207	6.19	8.805	1.39	0.166
	Masculin	86	7.87	10.835		

Tabelul 20. Testarea diferențelor de frecvență între categorii de studii: medii și submedii vs. superioare

La aproximativ câte din spectacolele stagiunii trecute ați participat?	Studii	N	Medie	Abatere standard	t	p
	Medii & submedii	87	7.02	10.833	0.48	0.626
	Superioare	203	6.43	8.874		

Tabelul 21. Testarea diferențelor de frecvență între categorii de studii: cu vs. fără studii muzicale

La aproximativ câte din spectacolele stagiunii trecute ați participat?	Studii muzicale	N	Medie	Abatere standard	t	p
	Cu studii muzicale	74	7.93	11.138	1.35	0.176
	Fără studii muzicale	223	6.22	8.748		

Limitele studiului

Ținând cont de posibilitățile reduse de culegere a datelor, nu s-a putut folosi niciuna dintre metodele consacrate de eșantionare.

Este foarte probabil ca persoanele înaintate în vârstă să nu fi completat chestionarele din motivele specifice vârstei (vedere slabă etc). Acest lucru ar fi putut influența ponderea obținută de persoanele cu vârstă peste 65 de ani (5%).

O altă eroare ar putea rezulta din faptul că o parte din studenți ar fi putut completa greșit chestionarul la variabila studii (deși chestionarul prevedea în mod explicit că este vorba despre ultima școală absolvită). Observăm că avem la variabila ocupație 35% studenți în timp ce la variabila studii avem doar 22% indivizi care au terminat liceul. Am decis totuși să nu fac o corectare artificială a bazei de date întrucât diferența s-ar mai putea explica și prin posibilitatea ca o parte din indivizi să fie masteranzi și/sau să urmeze o a doua facultate și să nu aibă un loc de muncă, situație în care au răspuns că sunt studenți (la variabila ocupație) și au și studii superioare absolvite.

Concluzii

În urma analizării datelor putem spune că au fost atinse obiectivele acestei etape a cercetării. Au fost identificate categorii de public modale – segmente care devin public țintă pentru etapa a doua a cercetării imaginii Operei Naționale clujene, din rândurile cărora vom selecta indivizi pentru interviuri.

Principalele segmente sunt: segmentul adulților tineri (cu vârste cuprinse între 18 și 35 de ani), publicul feminin, publicul cu studii superioare (cu sub-segmentele studii universitare și postuniversitare), segmentele cu statutul profesional de angajați și elevi-studenți, segmentul spectatorilor cu studii muzicale, segmentul studenților cu domiciliul în afara județului, segmentul spectatorilor cu venituri mici (cu subsegmentele sub 1000 lei și între 1000 și 2000 lei), segmentul mixt al publicului cu studii superioare și venituri mici, spectatori care vin însoțiți de una, două sau trei persoane, segmentul spectatorilor care frecventează Opera clujeană mai mult în timpul săptămânii.

Preponderența publicului feminin apare și în alte studii cum ar fi cel realizat de Teatrul Odeon (2003) și de Di Maggio (1978). De asemenea, segmentul modal de spectatori cu studii superioare și venituri mici apare și în studiul lui Di Maggio (1978). În studiul Teatrului Odeon însă, situația se prezintă ușor diferit, publicul având cel puțin venituri medii. În orice caz, putem considera confirmată asocierea dintre consumul de artă și nivelul educațional prezisă de teoria lui Bourdieu.

Chiar dacă nu au avut o pondere însemnată, pentru etapa a doua a cercetării, considerăm că trebuie avut în vedere și segmentul format din pensionari. Observăm că și aceștia fac parte predominant din categoria persoanelor cu un nivel educațional ridicat, majoritatea lor (17 din 26) având cel puțin studii superioare.

În ceea ce privesc preferințele și comportamentul de frecventare a publicului, observăm în primul rând că există o tendință la nivelul publicului de a prefera genurile de spectacol care se prezintă într-o instituție de operă, pe măsură ce crește interesul pentru genul principal – opera. Apoi, spectatorii Operei Naționale clujene frecventează cinematograful în egală măsură cu opera și în mai mare măsură decât filarmonica. În ultimul rând, cu privire la frecventarea spectacolelor instituției, nu s-au constatat diferențe semnificative între segmentele de public.

Datele sugerează că, în contrast cu teza înclinațiilor omnivore ale publicului cu un nivel ridicat de educație, indivizii sunt într-o oarecare măsură selectivi, preferând să consume un anumit tip de artă, chiar dacă nu este vorba despre un singur gen, ci de multiple genuri similare. De asemenea, nu am găsit diferențe între preferințele persoanelor cu un nivel ridicat de educație și cele ale persoanelor cu un nivel scăzut de educație, așadar nu s-ar putea spune nici că persoanele cu un nivel educațional ridicat consumă artă diversificată *în raport cu* cele cu un nivel educațional scăzut.

Marea majoritate a indivizilor chestionați preferă să vină la operă însoțiți, de unde rezultă că frecventarea spectacolelor este prin excelență un comportament de grup. Totodată, preferă să vină la operă mai mult în timpul săptămânii decât în weekend.

BIBLIOGRAFIE

- Andreasen, A. R., (1991) *Expanding the Audience for the Performing Arts, National Endowment for the Arts*, Report Nr.24., Washington.
- Bourdieu, Pierre (1986) *The Forms of Capital*, în J.G. Richardson's *Handbook for Theory and Research for the Sociology of Education*, pp. 241–258, Greenwood Press, disponibil online la <http://econ.tau.ac.il/papers/publicf/Zeltzer1.pdf>
- Brown, A.S., (2002) *Classical Music Consumer Segmentation Study*, Knight Foundation, Audience Insight LLC.
- Centrul de Cercetare și Consultanță în Domeniul Culturii (2009), *Studiul Audienței Festivalului Național de Teatru*, disponibil la: <http://culturadata.ro/PDF-uri/10.%20Studiul%20Audientei%20FNT.pdf>
- Centrul de Studii și Cercetări în Domeniul Culturii (2009), *Studiul Audienței Festivalului Național de Teatru*, disponibil la: <http://culturadata.ro/PDF-uri/26%20Festivalul%20national%20de%20teatru-gs.pdf>
- Di Maggio, P.(1978) *Audience Studies of the Performing Arts and Museums: A Critical Review*. Washington: National Endowment for the Arts.
- Hayes, D. , Slater, A. (2002) Rethinking the missionary position – the quest for sustainable audience development strategies, *Managing Leisure*, vol. 7, p.1–17.
- Huntington, C. S. (2007) Reevaluating Segmentation Practices in Classical Performing Arts Marketing, *The Journal of Arts Management, Law, and Society*, Vol. 37, No. 2, p. 128-141.
- Kolb, B. (2000) *Marketing for Cultural Organizations*, Oak Tree Press, Dublin.
- Lizardo, O., Skilles, S., *Cultural Consumption in the Fine and Popular Art Realms*, *Sociology Compass*, Vol. 2, Ed. 2, pp. 485–502, martie 2008, disponibil online la <http://www.nd.edu/~olizardo/papers/soco-consumption.pdf>
- McCarthy, K.F., Jinnett, K. (2001) *A New Framework for building Participation in the Arts*, RAND.
- Rotariu, T., Bădescu, G., Culic, I., Mezei, E., Mureșan, C. (1999) *Metode statistice aplicate în științele sociale*, Polirom, Iași.
- Tajtakova, M., Aranda, D.A. (2008) Targeting university students in audience development strategies for opera and ballet, *The Service Industries Journal*, Vol. 28, Nr. 2, p. 179–191.
- Teatrul Odeon (2004), *Studii asupra consumului de teatru Studiu asupra consumului de teatru și a percepției teatrului de către bucureșteni*, disponibil la: <http://www.teatrul-odeon.ro/studiu.htm>

RECENZII – BOOK REVIEWS

Al IX-lea Simpozion Național de Jurnalism, cu participare internațională *Documentarea în jurnalism* Cluj-Napoca, 22-23 octombrie 2010

În perioada 22-23 octombrie 2010, Catedra de Jurnalism a UBB a organizat cel de-al IX-lea Simpozion Național de Jurnalism, cu participare internațională, cu tema **Documentarea în jurnalism**.

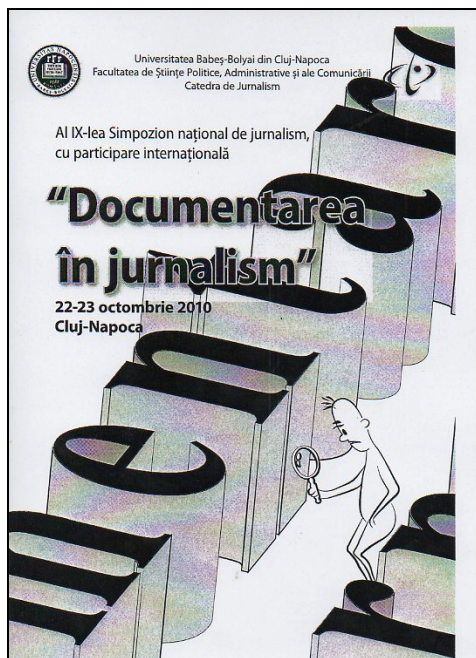
Deschiderea simpozionului a avut loc vineri, 22 octombrie 2010, ora 9,30, în Amfiteatrul 101 al Facultății de Științe Politice, Administrative și ale Comunicării, prelegerea inaugurală fiind susținută de cunoscuta realizatoare de televiziune, **Lucia Hossu-Longin**, care a vorbit despre modul în care s-a documentat pentru realizarea serialului *Memorialul durerii*.

Conferința a fost urmată de întrebări și discuții, după care a avut loc lansarea volumului *Jurnal de campanie*, de **Adriana Săftoiu**, prezentat de prof. univ. dr. Mircea Popa.

În după-masa aceleiași zile, s-au susținut, în trei secțiuni, 28 de comunicări.

Sâmbătă, 23 octombrie, în Sala de conferințe a Hotelului Universitas, s-au lansat 33 de cărți, exclusiv ale participanților la simpozion. Prezentările de carte au fost făcute de către participanți la simpozion, dar și de către doctoranzi ai Școlii Doctorale de Științe Politice și ale Comunicării, din cadrul facultății organizatoare. De asemenea, s-au prezentat trei reviste, conduse de trei participanți la simpozion.

Precizăm că simpoziunile organizate până în prezent de Catedra de Jurnalism a UBB au cel puțin trei trăsături specifice: înaltul nivel științific al comunicărilor susți-



nute; participarea unor personalități la acestea; toate lucrările celor opt simpozioane anterioare au fost publicate în volume, la edituri de mare prestigiu din România (Polirom, Tritonic, Tribuna, Limes): *Curențe și tendințe în jurnalismul contemporan* (2002), *Schimbări în Europa, schimbări în mass-media* (2003), *Jurnalismul cultural în actualitate* (2004), *Presa scrisă românească – trecut, prezent, perspective* (2005), *Stil și limbaj în mass-media din România* (2006), *Forme ale manipulării opiniei publice* (2007); *Limba de lemn în presă – ieri și azi* (2008); *Jurnalism românesc în exil și*

diasporă (2009), intrând astfel în circuitul științific național și internațional.

Cel de-al IX-lea Simpozion Național de Jurnalism a reunit 28 de specialiști, de la cele mai prestigioase universități ale României, din București, Iași, Timișoara, Craiova, Arad și, desigur, de la Universitatea "Babeș-Bolyai". Am avut participanți din Germania, Franța, Ungaria, Republica Moldova, Israel și SUA: **Brîndușa Armanca** (Ungaria), **Dan Culcer** (Franța), **Peter Gross**, University of Tennessee (SUA), **Mihail Guzun și Silvia Grossu** (Chișinău), **Paul Schweiger** (Israel), **Renate Nimtz-Köster** (*Der Spiegel*) și **Wilfried Koepke** (Germania), precum și din țară: **Lavinia Betea**, **Radu Bîlbîie**, **Ștefan Borbély**, **Constantina Raveca Buleu**, **Mariana Cernicova**, **Ion Dur**, **Lucia Hossu-Longin**, **Lucian Ionică**, **Mihai Lisei**, **Nicolae Melinescu**, **Alexandru Mironov**,

Viorel Nistor, **Gabriela Rusu-Păsărin**, **Andrei Păunescu**, **Marta Petreu**, **Mircea Popa**, **Oana Popițiu**, **Adrian Dinu Rachieru**, **Ilie Rad**, **George Stanca** (*Adevărul*), **Dona Tudor**, **Adriana Săftoiu**, **Michael Shafir**, **Laurențiu Șoitu**, **Constantin Trofin**.

Tema simpozionului din 2011 va fi *Cenzura în presă – ieri și azi*.

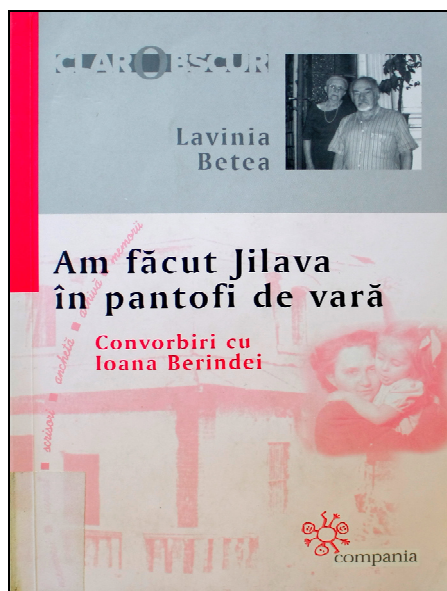
A fost cea mai importantă reuniune științifică națională dedicată problematicii documentării în jurnalism.

În secțiunea de față a revistei *Studia Ephemeres*, publicăm recenziile la cărțile prezentate. Este pentru a treia oară când practicăm acest experiment: publicarea recenziilor la două cărți exclusiv ale participanților, indiferent de profilul acestora și de anul apariției.

Ilie RAD

1. Lavinia Betea, *Am făcut Jilava în pantofi de vară*.

Convorbiri cu Ioana Berindei, Editura Compania, București, 2006



Volumul *Am făcut Jilava în pantofi de vară*, al Laviniei Betea, publicat de Editura Compania în 2006, este, la prima vedere, o carte de convorbiri, mai ales că, tot la prima vedere, numele Ioana Berindei nu face să tresară foarte multe conștiințe. Cine face pasul esențial de la inerția ce acționează contra cărților neatașate unei locomotive de tip comercial are de descoperit înăuntru pagini de istorie, pagini de literatură, pagini de conștiință și pagini de imagini fotografice.

Lavinia Betea s-a născut în 1956, este conferențiar universitar la Facultatea de Științe Politice a Universității din București și este autoarea mai multor volume, ce au ca punct de referință căutarea adevărului în secvențe ale trecutului, a căror reconstituire este, în sine, o provocare, o încercare.

Am făcut Jilava în pantofi de vară este o carte de convorbiri cu una dintre victimele anilor de calvar al atâtor români din epoca pușcărilor politice staliniste, Ioana Berindei, fiică a liderului țărănist, istoricul Ion Hudiță, devenită apoi soție a istoricului Dan Berindei, acum în vârstă de peste 80 de ani. Textul introductiv – *Ioana și Îngerul ei* – îi oferă autoarei posibilitatea să prezinte succint viața personajului central al cărții, casa, familia și contextul istoric. Volumul are două părți: "*Vechea lume*" – cu memorabile pagini despre copilăria Ioanei-Ruxandra-Genoveva Hudiță, anii de școală, membrii familiei, perioada universitară, iubirea consfințită prin căsătorie și o mulțime de amintiri de până la arestare – și "*Altă lume*" –, despre anii de închisoare, cu tot ce au însemnat ei, de la pretextele aruncării după gratii până la trauma unei nașteri în închisoare, munca forțată, abuzurile și trăirile unei tinere peste care a trecut roata istoriei. Ambele părți lasă sentimentul că sunt legate de o punte subtilă, care arată atât ceea ce este comun într-o existență fracturată de un accident biografic, cât și ceea ce diferențiază capital viața în libertate și viața de după gratii. Normalitatea și abuzul, frumusețea și nedreptatea, speranța și deznădejdea, liniștea și disperarea sunt contrariile acestei cărți a creșterii, care se vede blocată de teroarea unui regim discreționar.

Autoarea cărții, Lavinia Betea, reușește să contureze un destin dramatic, o existență marcată, fără posibilitatea de reparație de tăvălugul istoriei, față de care indivizii sunt neputincioși. Personajul central, Ioana (Hudiță) Berindei, a absolvit Facultatea de Istorie din București, în perioada în care această instituție de învățământ cuprindea și Facultatea de Litere, astfel că, printre colegi, i-a avut pe Monica Lovinescu, Valentin Lipatti și Dan Berindei, care-i va deveni partener de viață, după o nuntă ce a avut loc în plin război, în februarie 1945, la Biserica Domnița Bălașa,

naș fiind un alt personaj excepțional al spiritului românesc, istoricul Gheorghe Brătianu. Nu mai poate părea o surpriză faptul că, la nuntă, au participat personalități din toate zăările politicii acelor vremuri: Iuliu Maniu, Dinu Brătianu, Constantin Titel Petrescu, Victor și Petre Papacostea, doctorul Lupu, Petre Constantinescu-Iași.

Metoda Laviniei Betea de a nu forța accesul la amintiri traumatizante, dar nici de a le lăsa nemărturisite, se dovedește o formulă eficientă. Treptat, autoarea lansează întrebări și conduce dialogul astfel încât interlocutoarea se lasă cu voia în capcana benefică a povestirii care ține loc inclusiv de tămadă. Pentru că, fără a o sublinia ostentativ, Lavinia Betea îi dă Ioanei Berindei sentimentul că ar fi mai mare păcatul închiderii în uitare a unor drame decât rememorarea lor dureroasă, chiar dacă există mereu riscul căderii de pe pasarela subțire pe care rămân în echilibru suferința și speranța, cicatricile și asumarea lor pe viață. Delicatețea autoarei se simte în construcția cărții în general și în anumite fragmente în particular, ca o procedură medicală aplicată cu fermitate, dar și cu tandrețe, păstrând rigoarea jurnalistului investigator și personalizarea soluției, în funcție de partenerul de dialog: "*Tânăra doamnă Ioana Berindei este însă fiica fruntașului țărănist Ioan Hudiță și nora uneia dintre familiile de tradiție ale liberalilor, curând stigmatizați ca exploataitori ai poporului muncitor. În decursul a numai trei ani, 22 de membri ai celor două familii au fost arestați și trimiși în închisoare. Iar fiica Ioanei, Ruxandra, a crescut în pântecul mamei – fără știința tatălui – și a văzut întâia lumină a zilei filtrată de gratiile celulei. [...] Tatăl Ioanei și bunicul Ruxandrei fuseseră doar cu puțină vreme în urmă ministru.*" (p. 5)

Una dintre calitățile acestui lung interviu este că nu cade în păcatul de a omite prezentarea unor date concrete, care dau greutate de document de epocă lucrării. Astfel, aflăm că

Ioana Berindei a fost arestată în 1950, din motivul că a făcut să ajungă la mama sa o scrisoare a unui fost deputat țărănist, Coslovski, care îi cerea să-i ofere găzduire până când va reuși să-și facă documentele de identitate în Capitală, știindu-se că buletinul de București era un deziderat greu de rezolvat, mai ales pentru un membru important al unui partid pus la zid de noul regim totalitar. Vina Ioanei a fost de "omisiune de denunț", în ciuda faptului că tânăra nici nu-l cunoștea pe Coslovski, despre care nu știa nici măcar că este sub supravegherea securității comuniste, care trimitea, în epocă, zeci de mii de adversari politici în „tribunalele poporului”, care, aproape fără excepție, însemnau primul pas pentru o lungă detenție.

Cititorii tineri ai acestei cărți pot înțelege mai bine valoarea libertății redobândite în 1989, pe care, din pricina proastelor guvernări succesive care au adus, odată cu libertățile, și mizeria social-economică, generația de azi o poate considera un drept care nu se poate pierde, un drept pe care românii l-au avut dintotdeauna.

Condamnată la 2 ani de închisoare și eliberată după alte 7 luni suplimentare, Ioana Berindei a fost «oaspete» al celulei nr.1 de la temuta închisoare Jilava, spațiu în care se mai aflau 46 de femei. Ajunsă după gratii în plină vară, Ioana va traversa toate anotimpurile de pușcărie în sandale, atât fiindcă administratorii penitenciarului nu i-au oferit minimul echipament, cât și pentru că bocancii trimiși de familia rămasă în libertate n-au ajuns niciodată la ea. Un episod aparent de culoare, dar din care autoarea a găsit inspirația să construiască titlul cărții, cunoscând valoarea și efectul amănuntului bine pus în lumină: *Am făcut Jilava în pantofi de vară.*

Una dintre soluțiile de a supraviețui calvarului din detenție a fost, pentru Ioana Berindei, închiderea mentală într-o lume proprie, protectoare: *"...mă legam la ochi și-mi clădeam case. Adică, în mintea mea, clădeam case. Odată ridicate și mobilate, îmi invitam prietenii. Așa evadam din infern. Și așa trecea vremea... Făcusem o casă rotundă, cu prisă de jur-împrejur, cu șemineu în mijlocul ei. O parte era salonul, o parte sufrageria, într-un colț era, așa, un fel de bar – bibliotecă, nu spun, pe toți pereții! Asta se petrecea într-o pădure sau câmpie...Ce să vă spun? Visam...."* (p. 161-162).

Ioana Berindei a trecut prin închisorile Jilava, Văcărești, Mislea, în detenție născând-o pe fiica sa, Ruxandra, moment traumatizant descris excepțional în volum, în secțiunea dedicată amintirilor de la Văcărești. Odată eliberată, Ioana Berindei nu a revenit imediat la o existență normală, fiind plasată în domiciliu obligatoriu și trimisă la "munca de jos", abia după ani, soțul Ioanei, Dan Berindei, putând reveni în munca de istoric cercetător, iar Ioana muncind timp de 16 ani ca secretară la Institutul de Arhitectură.

Reușita Laviniei Betea constă, așadar, în atingerea mai multor ținte, în demersul de a prezenta o viață marcată de drame, nădejdi, ascensiuni și prăbușiri, trăită de o personalitate puternică, Ioana (Hudiță) Berindei: o excelentă carte-document istoric, o excelentă demonstrație de jurnalism durabil, pus într-un creuzet literar autentic.

Andrei PĂUNESCU

2. Lavinia Betea (coordonator), *21 august 1968. Apoteoza lui Ceaușescu*, Editura Polirom, Iași, 2009

Prin conținut, cartea despre momentul *21 august 1968. Apoteoza lui Ceaușescu*, semnată de Lavinia Betea (coordonator), Cristina Diac, Florin-Răzvan Mihai și Ilarion Țiu, își supune cititorii la un fel de reflexo-terapie istorică, adresându-se atât specialiștilor în istoria recentă și studenților de la facultățile cu profil socio-uman, cât și iubitorilor de “istorii subterane”, ca să folosim numele colecției îngrijite de Stelian Tănase.

Prin formă, această carte se clasează în categoria scrierilor de tip mozaic, având drept corpus numeroase texte-document (multe dintre ele inedite), cum ar fi, de exemplu, note oficiale, note informative secrete, interviuri cu protagoniști, cuvântarea lui Ceaușescu rostită la mitingul din Piața Palatului Republicii din 21 august 1968, reportajul din *Scânteia* (22 august 1968, p. 1), mesaje de adeziune ale unor scriitori și artiști, scrisori adresate conducerii PCR și conducătorului, stenograme ale ședinței Comitetului Politic Executiv și multe altele. Textele menționate sunt compartimentate sub semnul unor idei forță, pe patru paliere, după cum urmează: I. *Solia lui Brejnev*, II. *Ziua mândriei naționale*, III. *“Ne exprimăm deplina adeziune”*, IV. *Strict secret – între Brejnev și Ceaușescu*.

Pentru selecția documentelor, autorii au luat în considerare trei tipuri de criterii. Primul vizează “încadrarea și interpretarea evenimentelor din România în contextul mondial al schimbărilor anului 1968”. Al doilea criteriu se referă la importanța sursei în clarificarea relațiilor dintre țările lagărului socialist, pe fondul tendințelor interne reformatoare, al conflictului chino-sovietic și al Războiului Rece. În fine, s-a dorit de către autori și o pluralitate a surselor, pentru a imprima cercetării echilibru și echidistanță.



După o necesară *Notă asupra ediției*, remarcăm un text de escortă, semnat de Lavinia Betea și intitulat în mod sugestiv *Primăvara de la Praga, vara de la București*, în care se demonstrează cum creșterea unei dinastii politice devine reper fundamental pentru regruparea forțelor militare și cartografierea altfel a Europei și nu numai (în acest sens, a se vedea și *Cronologia* înregistrată de-a lungul anului 1968, realizată de coordonatoarea volumului).

Prima impresie este că reconstituirea apogeeului lui Ceaușescu, din ziua de 21 august 1968, se raportează la refuzul liderului comunist de la București de a se alătura trupelor Tratatului de la Varșovia, care au invadat Cehoslovacia, fapt ce uimește lumea po-

litică internațională și declanșează un val de admirație față de România și conducătorul ei. Euforia i-a cuprins și pe intelectualii români, mulți dintre ei exprimându-și în mod deschis admirația față de poziția lui Ceaușescu. Cel mai spectaculos gest îi aparține lui Paul Goma, care, pentru a face parte din gărzile patriotice, se înscrie în Partid.

Demne de interes sunt însă strategiile prin care Ceaușescu și-a câștigat simpatia în rândul populației... naive sau, în cel mai rău caz, oportuniste. Privite în perspectiva acelor evenimente, strategiile ca atare dau seamă despre intenția lui Ceaușescu de a profita de pe urma *Primăverii de la Praga* și a impactului pe care discursul lui fulminant l-a avut asupra populației, dar și asupra opiniei publice internaționale. Nu trebuie uitat că fostul dictator era un om al momentului, care urmărea să profite de orice împrejurare.

Astfel, după cum arată și Lavinia Betea, 1968 este anul "marilor reforme" din România. Ele erau generate însă de un "dezgheț politic" inițiat de Gheorghe Gheorghiu-Dej, predecesorul lui Ceaușescu. În 1958, trupele sovietice au părăsit teritoriul României, pentru ca în 1963 pușcăriile politice să înceapă să se golească, în urma unui decret de amnistie generală. Un an mai târziu, pe 5 august 1964, ultimii deținuți politici sunt eliberați. Tot în anul amnistiei, mai trebuie consemnat un alt tip de "dezgheț", de ordin "estetic", cu multiple ecouri în epocă: reabilitarea lui Titu Maiorescu. Cu această ocazie, Liviu Rusu a publicat, cu voie de la Partid, în paginile revistei *Viața românească* (nr. 5, 1963, pp. 64-88), un amplu studiu, intitulat *Însemnări despre Titu Maiorescu*.

Prin urmare, reformele lui Ceaușescu au părut firești în ochii populației. Discursul oficial se îmbogățește cu cuvinte cheie, precum bunăstare, egalitate, dreptate, veghe, democrație, independență (mai cu seamă independență față de sovietici...). Codul Penal este modificat, apar noi legi cu privire la controlul provenienței unor bunuri ale perso-

nelor fizice, dobândite ilicit, legi care vizează învățământul, administrația publică și locală, industria etc., etc. Practic, toate domeniile sunt reformate. De reținut este și faptul că, folosindu-se de modelul Hrușciiov, Ceaușescu regizează și o reabilitare a lui Lucrețiu Pătrășcanu și Ștefan Foriș, victime ale regimului Gheorghiu-Dej, pe care îl acuză de "cultul personalității".

Pe plan internațional, mascarada reformelor din România îl transformă pe Ceaușescu într-un partener de discuții politice, dar și de afaceri cu mai marii lumii. Numai dacă privim agenda întâlnirilor internaționale din anul de grație 1968 (de exemplu, vizita lui Charles de Gaulle în România sau relațiile cu Anglia, SUA, China, Cehoslovacia și Iugoslavia), rămânem uimiți de performanțele diplomatice obținute și oficiate de un președinte comunist al unei țări în coasta căreia sufla aerul rece al Colosului roșu de la Răsărit.

Cam așa arăta cadrul concret în care Ceaușescu, aflat pe o pantă ascendentă din punct de vedere politic, s-a văzut nevoit să manifeste public, cel puțin la nivel declarativ, o atitudine dezaprobatoare față de invadarea Cehoslovaciei de către trupele Pactului de la Varșovia. Din mărturiile și din documentele publicate în volum, reiese că evenimentele s-au succedat cu o rapiditate care l-a surprins până și pe Ceaușescu. Acesta se aștepta fie ca invazia să nu aibă loc, fie ca ea să nu se petreacă așa de curând.

Autorii încearcă să răspundă la următoarele întrebări: a refuzat Ceaușescu din proprie inițiativă să participe la invadarea Cehoslovaciei sau chiar nu a fost invitat? Triumful din 21 august 1968 a fost unul premeditat? Se pregăteau sovieticii să invadeze în aceeași perioadă și România sau încercau să pună la punct, împreună cu Ceaușescu, o strategie a calului troian în cetatea "imperialismului?"

Răspunsurile la întrebările formulate mai sus nu se lasă ușor conturate. Dincolo de orice speculație, trebuie menționat că imposibilitatea de avea acces direct la arhivele so-

vietice împiedică o viziune completă asupra relațiilor reale, de la acea dată, dintre Kremlin și București. De asemenea, nici interlocutorii nu prezintă credibilitate, dată fiind evocarea lor nostalgică a unei perioade ce, în timp, s-a dovedit a fi, pentru marea majoritate a populației României, o amăgire de proporții uriașe.

Cercetătorii au însă meritul de a fi întreprins un demers documentar de excepție. Documentele, însoțite de comentarii multiple și minuțios ordonate după detalii și nuanțe, devin pe alocuri centre de iradiere pentru viitoarele cercetări.

Mihai LISEI

3. Răduț Bîlbîie (coordonator), *70 de ani de radiofonie militară (1940-2010): studii și documente privind emisiunile militare difuzate de Societatea Română de Radiodifuziune*, Editura Tritonic, București, 2010

Carte coordonată de conf. univ. dr. Răduț Bîlbîie este necesară prin documentarul arhivistic al emisiunilor difuzate în cadrul Societății Române de Radiodifuziune. Cum în multe țări ca Italia, Germania, Ungaria, Anglia (unde arhiva bogată a BBC-ului înregistrează în mai multe volume convorbirile cu Thomas Mann combătând regimul lui Hitler și campaniile sale militare) se pot afla arhive numeroase și impresionante, România nu se prea poate lăuda cu aceasta. Ea este singura țară care nu a consacrat cercetării de profunzime a emisiunilor militare sau înțelegerii contextului în care au apărut emisiunile militare și materialul arhi-



vistic aflat în fondul Radiodifuziunii din Arhivele Militare. Ele marchează o perioadă de grea încercare pentru poporul român, mai ales în timpul celui De-al Doilea Război Mondial. Cartea se extinde structural pe două capitole.

În primul capitol ne sunt oferite studii referitoare la emisiunile radio, iar în al doilea capitol sunt menționate documentele care cuprind texte din anumite emisiuni radiofonice ale timpului.

Prin emisiunile radiofonice, *Ora ostașului*, *Ora străjerului*, *Ora armatei* și altele, radioul era atât mijloc de comunicare și informare a realităților militare, cât și mijloc de propagandă militară.

Conform unei definiții de manual, propaganda «este arta de a încerca să influențezi o masă de oameni, pentru a acționa într-un anumit fel prin mijloace verbale» (Douglas Walton, *Argumentul plauzibil*). Sub imboldul acțiunii militare așa se proceda și în cazul generalului Antonescu, care s-a folosit de radio pentru a susține neconținut alianța cu Germania. Se știe că Antonescu, ca un bun strateg militar, fiind în afara oricărei doctrine politice, avea un interes profund pentru propagandă. Observăm din lectura cărții câteva aspecte de propagandă radiofonică la generalul Antonescu:

a. Instituționalizarea propagandei. Sistemul care acționa în sprijinul ideilor era Ministerul de Propagandă Națională copiat după cel al unor țări precum: Germania Nazistă, Italia, URSS, Ungaria. Radioul militar se afla în incinta acestui minister și sub comanda sa. Secția 5 instrucție din cadrul Statului Major era sursa informativă pentru Ministerul Propagandei.

b. Mesaje cu accente mesianice și naționale: «Dați patriei tot ceea ce este mai bun în voi.... Fiindcă astăzi se toarce sub ochi voștri soarta de veacuri a lumii. Retrăind o clipă botezul sfânt al morții pentru Patrie, veți simți mai puternic decât oricând sufletul dăruirii pentru Neam (p. 39)».

c. O propagandă violentă și fațișă, lipsită de prezentarea coerentă a unui program ideatic. Ea trebuia să fie imperativă, pentru a provoca mulțimea la acțiune ci nu la gândire sau reflectare. Generalul Antonescu era profund influențat de propaganda lui Adolf Hitler, care în *Mein Kampf* avea un discurs impulsiv: «Orice propagandă trebuie să își stabilească nivelul intelectual în funcție de cea mai de jos capacitate de înțelegere a auditoriului. Nivelul său intelectual va fi deci cu atât mai jos, cu cât masa de oameni ce trebuie convinsă va fi mai mare». Pregătirea militară coincidea cu propaganda militară pentru a susține un proiect politic.

Singurul jurnalist care s-a ridicat în mod ferm printr-o contrapropagandă constantă a fost Pamfil Șeicaru, fost candidat la Ministerul Propagandei Naționale, combatant neînfrânt al relațiilor româno-germane, considerându-le ca fiind lipsite de conținut. Așadar, prin emisiunile radiofonice, în timpul războiului se folosea una din cele mai moderne arme de luptă: propaganda.

Radioul are o contribuție de necotenstant în domeniul educației militare. Încă din anul 1877-1878, în timpul Războiului de Independență, se puna accentul pe eficiența instructiv-educativă aprobată de Statul Major General. Erau angajate cadre militare pentru întocmirea diferitelor programe, capabile să răspundă imperativelor fiecărui moment.

După apariția radioului, prin emisiunea «Călăuza ostașului» se urmărea, în mod special, «formarea și dezvoltarea conștiinței de neam și de țară, respectul tradiției, devotamentul față de instituția armatei..., sentimentul colectivității și al datoriei față de camarazi și superiori» (p. 69)». Pentru atingerea acestor obiective, se planificau conferințe săptămânale și bisăptămânale pe diferite teme de formare a condiției morale și patriotice, atât a militarilor, cât și a populației. Se vehicula frecvent prin emisiunea radio expresia «națiunea armată», semnalând și implicarea voinței națiunii în câștigarea războiului. Se formează mai multe comitete, care aveau sprijinul mai multor instituții, în vederea educației națiunii, care era o problemă stringentă în acel moment. De exemplu, în anul 1919, Academia Română cere Ministerului de Război stabilirea unei teme cu specific național, pentru obținerea unui premiu nou instituit. Generalul Constantin Christescu propune tema intitulată *Principii și metode pentru educația națiunii în vederea viitoarei organizări militare a României Mari*. Reginei Maria îi aparține inițiativa de a implica în instruirea tinerilor militari și asociația creștină americană «Young Men`s Christian Associa-

tion». Ea va aduce un suflu nou pentru atingerea scopurilor propuse, prin crearea unor structuri organizatorice adecvate, cum erau: cazinoul, ce avea o funcție recreativă, reprezentând un mijloc de destindere intelectuală și sufletească, o cantină și biblioteca, în care avea loc alfabetizarea militarilor și dezvoltarea pasiunii lor pentru literatură. Radioul forma una din puterile fundamentale ale țării, fiind considerat și a doua armată în România: «Nu va rămâne colțisor al teritoriului național și nu va rămâne casă cât de sărăcăcioasă în care să nu pătrundă emisiunile noastre radiofonice, alcătuite cu un program pur românesc. Într-un cuvânt, vom realiza înarmarea morală a țării, atât de necesară în timpurile și prefacerile de astăzi» (*Darea de seama a Consiliului de Administrație pe anul 1940*, p. 95). Bibliografia din finalul capitolului dedicat emisiunii «*Ora ostașului*» dezvoltă amplul mecanism care stă la temelia transmiterii unor realități complexe, cu implicațiile numeroase, a unor persoane din domeniul științifice diferite, sprijinind unitar și în echipă același scop național.

Capitolul al doilea conține texte de scenete, fragmente de revistă, scenariile difuzate în emisiunile militare în anii celui De-al Doilea Război Mondial, pentru a sublinia dimensiunea culturală a radioului. Printre autorii celor șase piese de teatru – *La pescuit*, *Ilie știe limba germană*, *Un pui de basarabean*, *Cel născut a doua oară*, *Neață prizonier*, *Dragoste cu cântec*, *Ca la Tănase* – se află nume de scenariști militari, alături de autori consacrați, cum ar fi sergent T.R. Nicolaide, Victor Ion Popa, Tudor Mușatescu și locotenent în rez. Mircea Ștefănescu. În aceste scenarii se regăsesc nume sonore de cântăreți, ca Maria Marini, Gică Petrescu, Puiu Șerbu și Joujou Pavelescu. La fiecare scenetă radiofonică se menționează denumirea emisiunii la care a fost difuzată, data și numărul de dosar din arhiva Societății Române de Radiodifuziune.

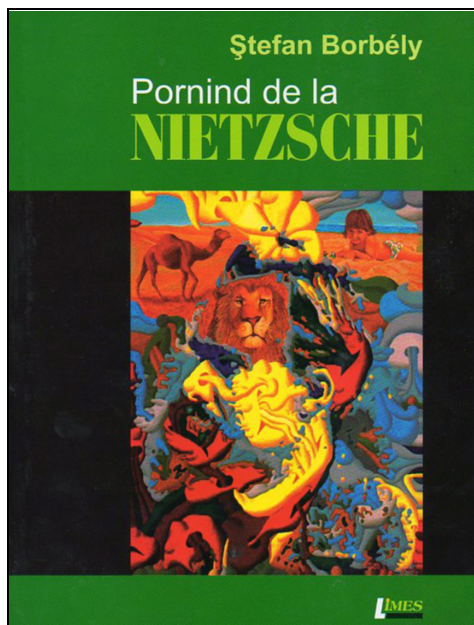
Fiecare scenetă are în distribuție personaje militare din diferite sectoare: bucătari, soldați, căpitani, sublocotenenți și persoane din lumea civilă, reprezentate fără nume, doar prin gen: femeia, bărbatul și copilul sau convenția socială (profesor).

Piesele conțin atât elemente tragice, inspirate din realitatea războiului – *Un pui de basarabean*, *Cel născut a doua oară*, *Neață prizonier* –, cât și comice – *La pescuit*, *Ilie știe limba germană*. Este nuanțat un comic al situațiilor în rândul militarilor, cu scopul de a destinde. Întâmplările comice din sceneta *La pescuit*, în care doi militari bucătari merg la pescuit, pentru a pregăti o masă festivă cu ocazia onomasticii unui coleg și uită momeala, sau alta, în care un soldat îi scrie iubitei sale, care a informat tot satul că știe limba germană și cântă doar cântece populare românești (*Ilie știe limba germană*), provoacă un umor de bună calitate. Realitatea războiului este profund zugrăvită în moartea unui copil basarabean, pentru a ține sus steagul (*Un pui de basarabean*), a unui copil orfan, salvat și ascuns de cruzimea bolșevicilor de trei militari români și predat unei familii adoptive (*Cel născut a doua oară*).

Prin urmare, radioul era mijlocul comunicării de masă în perioada războiului, reprezentând și liantul dintre instituțiile statului, asociațiile nonguvernamentale și opinia publică. Atât ca mijloc de propagandă, cât și ca mijloc de informare și formare instructiv-educativă, emisiunile militare difuzate în cadrul Societății Române de Radiodifuziune și publicate de Răduț Bîlbîie, împreună cu echipa sa de profesioniști, constituie un material auxiliar prețios pentru studierea perioadei culturale interbelice și a celui De-al Doilea Război Mondial din România.

Lucian CIUPEI

4. Ștefan Borbély, *Pornind de la Nietzsche...*,
Editura Limes, Cluj-Napoca, 2010



În acest an, Editura Limes din Cluj-Napoca publică cel de-al doisprezecelea volum al lui Ștefan Borbély, *Pornind de la Nietzsche...*, rezultat al fascinației de durată a autorului pentru gândirea nietzscheană și pentru literatura scrisă în siajul ei. *Pornind de la Nietzsche...* reia câteva eseuri publicate de autor în volume anterioare (*Grădina magistrului Thomas*, *Visul lupului de stepă*, *Despre Thomas Mann și alte eseuri*), rescrie unele eseuri mai vechi și oferă câteva eseuri inedite, rezultatul fiind o confirmare a „monomaniei decomplexate” pe care autorul și-o asumă în *Către cititori*. Este, de altfel, o monomanie acută și virtual incurabilă, latura ludică a criticului prevăzând și continuări ale ei.

De altfel, ludicul nu transcrie doar această dedublare critică, el fiind o caracteristică fundamentală a exercițiului hermeneutic propriu autorului. Ștefan Borbély face

din ludic o atitudine culturală perfect integrată în cercetarea academică de înalt nivel. El investighează modurile de construire ale ludicului în textele mitologice, în gândirea filosofică, în exegeza de specialitate și în literatură, ceea ce duce, în mod inevitabil, la o contaminare a propriului său discurs. Această propensiune spre joc îl condiționează să observe că *Pornind de la Nietzsche...* este a douăsprezecea carte din cariera sa, cuprinzând douăsprezece eseuri care ilustrează „un joc intelectual obsesiv și de durată”. De fapt, dacă numărăm și *Către cititori*, vom observa că sunt treisprezece texte, simbolistica acestei cifre – obsesivă pentru autor... – răspunzând chiar mai accentuat plăcerii ludice a lui Ștefan Borbély. În același registru, eseurile cuprinse în această carte reprezintă mostre de serioasă analiză științifică îmbogățită cu o artizitate aparte, la crearea căreia contribuie din plin jocurile, ironiile intertextuale, numerologia, speculațiile simbolice și ipotezele tulburătoare propulsate tot în cheie ludică.

Eseul inițial, intitulat *Drumul spre Nietzsche*, se construiește în jurul posibilității interpretării omului nietzschean ca interioritate duală, consecință a plasticizării, expresie a manifestării voinței de putere. Astfel, omul nietzschean poate fi conceput simultan ca ființă sublimă și „caricatură”, cea de-a doua ipostază deschizând calea unei investigații de profunzime a operei lui Friedrich Nietzsche. Suportul exegetic la care autorul apelează în această questă este furnizat de cartea lui Karl Jaspers. Imersiunea eseistului clujean în labirintul gândirii nietzscheene duce inevitabil spre doctrina eternei reînțoarceri și spre „pesimismul substanțial, propriu omului ludic”, obsesiv la Nietzsche, Zarathustra fiind construit pe acest model. Aceeași dihotomie hermeneutică îi folosește autorului în exploa-

tarea unei alte obsesii intelectuale: eroicul. Grație conjugării celor două, Ștefan Borbély analizează modul în care se configurează figura eroică în opera lui Nietzsche, la capătul traseului său analitic observând că eroul nietzschean se profilează mai degrabă ca o ființă neîmplinită, intermediară între omul frust al naturii și Supraom.

Spiritul ludic al lui Ștefan Borbély găsește în opera lui Thomas Mann spațiul predilect de manifestare. Așa se explică numărul mare de texte dedicate scrierilor prozatorului german. În *Laudatio mortis*, autorul, de pildă, se desfată transformând analiza scrierii *Cum am scris Doctor Faustus* într-un dialog aparte cu Thomas Mann, dialog posibil și grație convergenței nietzscheene. În perimetrul acestui dialog, autorul identifică substratul filosofic și biografic nietzschean din *Doctor Faustus* și subliniază faptul că Nietzsche reprezintă modelul ascuns al lui Adrian Leverkühn.

Traseul hermeneutic centrat pe *Doctor Faustus* îl conduce pe autor spre un alt domeniu fascinant, cel al imaginarului morții în universul lui Thomas Mann. Dezvoltările eseistice ulterioare ale acestui imaginar se concentrează asupra altor opere ale scriitorului german. Mai întâi, *Tristan*, eseu dedicat nuvelei cu același nume, tratează analitic mecanismul insularizării prin boală, pentru a se opri ulterior asupra relației dintre boală, moarte și histrionism, relație tributară dihotomiei nietzscheene *apolinic-dionisiac*.

Dacă esele intitulat *Tristan* deschide abordarea raportului de condiționare dintre copii și moarte în universul lui Thomas Mann, tripticul *Copiii în opera lui Thomas Mann (I Tadgio, II Nepo, III Hanno)* analizează detaliat acest fenomen. „Toți copiii din opera lui Thomas Mannucid, sunt uciși sau mor prematur”, observă Ștefan Borbély, cazul clasic fiind Tadgio, din *Moartea la Veneția*. Pendulând între Schopenhauer și Nietzsche, autorul își concentrează analiza asupra tezei artisticității dionisiace, angrenând în demersul său elemente de mitologie comparată, care

trădează nu numai capacitatea autorului de-a se mișca în spații culturale multiple, ci și preferința lui pentru formule sibilince, a căror rearanjare – coerentă cultural – se dovedește a fi cât se poate de benefică în economia discursului. Ca și Tadgio, Nepomuk (din *Doctor Faustus*) și Hanno (din *Casa Buddenbrook*) ilustrează legătura intrinsecă dintre copii și principiul thanatic. În cazul celui dintâi, moartea ține de fondul arhaic alocat subtil lui, iar în cazul celui de-al doilea, de artisticitate, de muzică. Atât arhaicul, cât și artisticitatea își găsesc în dionisiac reflexe culturale plene, care permit o hermeneutică în cheie nietzscheană.

În blocul de cultură preponderent germană analizat în volum există și trei excepții. Prima dintre ele este *Eupalinos*, eseu dedicat dialogului lui Paul Valéry. Miezul eseului are o ancorare profund nietzscheană: artisticitatea. O a doua excepție îl are în centru pe Tudor Vianu. *Fondul și masca*, eseu dedicat personalității criticului și teoreticianului român, emite ipoteza unui nietzscheanism subliminal, cenzurat de către Tudor Vianu, în favoarea unei opțiuni de factură apolinică.

Elegiile duineze ale lui Rainer Maria Rilke sunt interpretate, tot în cheie nietzscheană, ca „traseu inițiativ integral”. Rând pe rând, fiecare elegie este pusă sub lupă, decriptată și plasată într-un proiect perfect coerent, în care inclusiv *Elegia a zecea* își are rolul ei, ea semnalizând trecerea spre lumea de dincolo.

Creția lui Hermann Hesse și intersecțiile ei cu universul nietzschean constituie subiectul a patru eseuri din volum. *Ultima vară a lui Klingsor* reafirmă propensiunea ludică a lui Ștefan Borbély, el desfătându-se din nou în întâlnirea cu un spirit înrudit. Această caracteristică îl determină să se concentreze mai ales asupra jocurilor intertextuale ale lui Hesse, dar, mai ales, asupra „jocului vieții ca moarte”.

Un subprodus al acestei propensiuni ludice este și speculația privind coincidența inițialei *K* în *Klingsor*, *Knulp* (din povestirea

omonimă a lui Hesse) și substantivul german *Kind*. Klingsor este pictorul dionisiac, iar Knulp – artistul vieții, amândoi fiind realizări mai mult sau mai puțin perfecte ale „omului despovărat” nietzschean, entitate a exuberanței și a simțului ludic propriu copilului. Dihotomia apolinic-dionisiac în *Narziss și Goldmund* și țesătura mitologico-filosofică din *Visul lupului de stepă* completează secvența Hermann Hesse din volum, amândouă fiind adevărate demonstrații de forță speculativă.

Șarpele cu pene al lui D.H. Lawrence constituie subiectul ultimului eseu al volumului. Oprindu-se asupra acestui roman, Ștefan Borbély analizează substratul nietzschean și speculează pe marginea implicațiilor mitului restituitiv creat de D.H. Lawrence. Conse-

cința cea mai tulburătoare a întregii analize este concentrată în întrebarea pe care Ștefan Borbély o pune mefistofelic la sfârșitul textului său: „Rămâne, pentru cititor, ipoteza: ce-ar fi dacă, subit, inexplicabil, un zeu străin ar deveni din nou activ în interiorul nostru, contrariindu-ne toate cutumele noastre existențiale și religioase de până atunci? Și ce-ar fi dacă ar veni cineva cu gândul de a deturna această resurrecție într-o direcție politică?” Conștient de variabilitatea teoretic infinită a exercițiilor hermeneutice, tot el răspunde: „Răspunsul, cum e și firesc, e dat de fiecare dintre noi, în parte și-n tăcere...”.

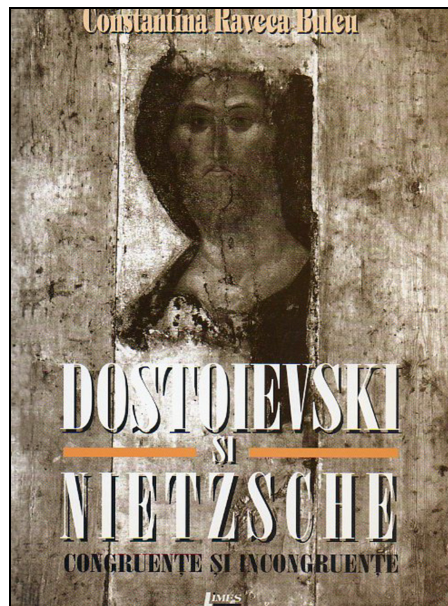
Constantina Raveca BULEU

5. Constantina Raveca Buleu, *Dostoievski și Nietzsche. Congruențe și incongruențe*, Editura Limes, Cluj-Napoca, 2004

Nietzsche și Dostoievski. Un filosof și un scriitor. Sunt puțini autori-aventurieri, care se încumetă și au curajul să-și invite cititorul la o promenadă prin parcul marilor idei, pentru a-i înfățișa macrocosmosul „marilor bolnavi” (p. 8), geniali, așa cum i-a numit Thomas Mann.

Constantina Raveca Buleu a reușit să schițeze această lume, în volumul *Dostoievski și Nietzsche. Congruențe și incongruențe*, cu o meticulozitate specifică artiștilor suprarealiști.

Absolventă a Facultății de Litere din Cluj-Napoca, Constantina Raveca Buleu a debutat cu volumul *Reflexul cultural grec în literatură* (2003). *Dostoievski și Nietzsche. Congruențe și incongruențe* prezintă sistematic moștenirea dostoievskiană a lui Nietzsche, un demers de cercetare original în spațiul ro-



mânesc, întâlnit, până nu demult, doar în literatura străină. Cu un masterat în Istoria ideilor – Istoria imaginilor, autoarea s-a axat pe cercetarea ideologică regăsită în operele celor doi. Interesul pentru problematica Dostoievski și Nietzsche o regăsim la foarte mulți autori, printre care William Hubben, cu volumul *Dostoievski, Kierkegaard, Nietzsche și Kafka* (1997) și, frecvent, în opera lui Lev Șestov, semnatarul volumului *Dostoievski, Tolstoi și Nietzsche* (1969).

Cartea cuprinde trei capitole mari, divizate în subcapitole, care subliniază tematic similitudinile întâlnite în operele celor doi, parcurgând un traiect evolutiv: I. Moștenirea dostoievskiană a lui Nietzsche; II. Nihilismul; III. Umanitatea la Dostoievski și la Nietzsche. Cinismul. Morala imanentă – Ivan. 2. Sinuciderea logică – Kirillov. Naturile puternice – Raskolnikov și Stavroghin. Eșecul mediocrității – Ippolit. Vechea ordine – marele inchiizitor. Noua ordine – socialismul. Demonismul. Bufonul. Femeile – un spațiu incongruent cu Nietzsche; B. Inocența. Copiii. Morala transcendentă – Raskolnikov și Dmitri. Duhovnicii. Figurile sublime – Mișkin și Alioșa. Catholicismul. Concepția pravoslavnică. Hans Holbein versus icoana (sau prezența care implică absența).

Concluzii

În acest fel, Constantina Raveca Buleu investighează, în *Dostoievski și Nietzsche. Congruențe și incongruențe*, coincidențele nihilismului, despre care Nietzsche, citat în carte, spune că „este convingerea unei inconsistențe absolute a existenței” (p. 12). „Salvarea este cu puțință în venirea unui om mântuitor (supraomul, ca stadiu al depășirii necesare a omului, „antichrist” și „antinihilist”, „învingător al lui Dumnezeu și al neantului”. (p. 15)

De asemenea, aceasta precizează echivalența antinihilistă dostoievskiană, despre care spune că „este dominantă la Dostoievski, nu doar lupta lui Nietzsche” (p. 15).

Umanitatea la Dostoievski și la Nietzsche este descoperită de autoare la nivelul cinismului și inocenței, a cărei relație se „exclue reciproc” la scriitorul rus. „*Sibăstria instinctivă* a lui Nietzsche este proprie marilor revoltați din romanele lui Dostoievski, dar la acesta din urmă ea este alienată, idealul fiind cel al unirii mistice a oamenilor.” (p. 19)

Cu clasică intuiție și curiozitate feminină, însă apelând constant la trimeri către literatura de specialitate, autoarea îl regăsește și îl redescoperă pe Nietzsche în Dostoievski și viceversa, creionând universul Supraomului, împovărat de drama lucidității, a conștiinței și a rațiunii. Constantina Raveca Buleu își argumentează demersul științific specificând că, pentru Nietzsche, Dostoievski reprezenta „singurul om de la care am avut ceva de învățat” (p. 5). Cu toate acestea, autoarea admite că această congruență dintre cei doi „se instituie la palierul punctelor de vedere ale unora dintre entitățile create de scriitorul rus” (p. 5).

Aceasta face referire la Thomas Mann, care îi vede pe Dostoievski și pe Nietzsche „înfrățiți, amândoi revelând ruptura tragică din omul secolului lor” (p. 8).

De aici, în studiul autoarei, morala imanentă se relevă la ambii autori analizați, ca fiind raportată rațiunii, „experimentul numit Ivan Karamazov” (p. 21), „sursa tuturor nenorocirilor omenirii” (p. 21), pentru Dostoievski. „În refracția nietzscheană „Bunul Dumnezeu (adică Dumnezeul celor slabi, al celor aflați în regres, ca și Diavolul, amândoi sunt produsele decadenței. Ivan (imaginar) ca și Nietzsche (real), intră într-un secol decadent, în care se confruntă cu ambele entități”. (p. 22)

Mai departe, Constantina Raveca Buleu subliniază „naturile puternice“ ale scriitorului rus (Raskolnikov și Stavroghin), afirmând că „sistemul filosofic al lui Raskolnikov separă oamenii obișnuiți (inferiori supuși legilor) de cei neobișnuiți” (p. 37). În schimb, la Nietzsche, valorizarea este „în funcție de afirmarea plenară a vieții, refuzând orice încadrare a pedepsei”.

Meritul autoarei este acela de a fi investigat personajele, până la „figurile sublime“ ale copilăriei, Prințul Mișkin, din *Idiotul*, respectiv Alioșa, din *Frații Karamazov*, citându-l pe Nietzsche, care afirma că „suntem divini în iubire” (p. 97). Superioritatea fericii este proclamată de Alioșa, citat în carte: „Vreau să trăiesc pentru nemurire; nu accept

pentru niciun motiv compromisuri sau jumătăți de măsură” (p. 102), regăsind expresia nietzscheană.

Constantina Raveca Buleu admite că „Nietzsche a cunoscut, cel puțin parțial, opera lui Dostoievski, recunoscându-l drept maestru de la care a avut ceva de învățat, pe cel puțin două direcții: cea psihologică și cea de creator de naturi monolite (în logica stihială, a primarității, fecundă în evaluarea filosofului german” (p. 128).

Dostoievski și Nietzsche. Congruențe și incongruențe aduce în prim plan, prin critica speculativă, doi autori care „deconstruiesc și denunță efectele monstroase” (p. 128) ale socialismului, trasând coincidențele operelor.

Oana POPIȚIU

6. Constantina Raveca Buleu, *Patru eseuri despre putere. Napoleon, Dostoievski, Nietzsche, Foucault*, Editura Limes, Cluj-Napoca, 2007



Lecturând cele *Patru eseuri despre putere* – *Napoleon, Dostoievski, Nietzsche, Foucault*, remarcăm faptul că ne aflăm în fața unei cărți specializate, de tip comparatist, o carte plină de miez interdisciplinar, de dezbatere incitante în planul ideilor circumscrise unei teme de reflecție de actualitate: puterea (n.n.: puterea aflată în contrapondere cu libertatea).

Volumul se deschide cu o prefață a universitarului Ștefan Borbély, care urmărește să realizeze un portret intelectual al autoarei: “fire senină, ludică, sublimată auster în identitatea unei sobrietăți disciplinate, ce urcă din respectul obiectiv și avizat pentru actul de cultură”. Portretul se susține prin aducerea în discuție a unui itinerar cultural de excepție, pe care autoarea l-a parcurs până în prezent. Amintim aici publicarea a două cărți ce intră

în categoria studiilor de diacronie culturală, una despre *Reflexul cultural grec* (Editura Casa Cărții de Știință, Cluj-Napoca, 2003), cealaltă despre *Dostoievski și Nietzsche. Congruențe și incongruențe* (Editura Limes, Cluj-Napoca, 2004), precum și finalizarea cu succes a unei teze de doctorat în domeniul literaturii comparate, având ca temă *Paradigma puterii în secolul al XIX-lea* (2008). Date fiind aceste coordonate, cartea de față certifică impulsul supravegheat al unui program de sorginte culturală, riguros și minuțios elaborat de către Constantina Raveca Buleu.

Cele patru eseuri ridică într-un fel sau altul un specific al limbajului ce caracterizează dialogul autentic, în plan ideatic, al autoarei cu cei patru protagoniști, fie de ordin politic, de morală, de religie, de istorie, literatură, filosofie etc. Nuanțele sau imaginile acestor domenii sunt admirabil stăpânite de autoare, discuția pe o temă dată transformându-se într-un dialog al ideilor. De aceea, nu întâmplător, cititorul avizat percepe fiecare eseu ca pe o cutie de rezonanță, cu ecouri profunde, în care “exercițiile de admirație” constituie leitmotivul partiturii interpretate de protagoniști.

Primul personaj intrat în scenă este Napoleon Bonaparte. *Modelul*, după cum se intitulează actul dedicat biografiei corsicanului cu grad de ofițer de artilerie, în treacănt fie spus mare iubitor de geometrie, este urmărit pe două axe. Una pe orizontală, pe care se înscrie cariera militară, iar alta pe verticală, pe care se înalță gândurile celui ce a visat să construiască un imperiu european. Cert este că, în cazul lui Napoleon Bonaparte, ideea unei Europe unite pe calea armelor s-a soldat cu un eșec lamentabil, dar faptul în sine nu a împiedicat ca figura lui mitică să devină purtătoare de mesaj pentru oricine dorește să devină un cuceritor fascinat de vârfuri sau de adâncimi. Mai mult sau mai puțin conștient, așa cum arată și Constanina Buleu în concluziile eseului, mitul lui Napoleon a dominat o întreagă generație roman-

tică, dacă nu chiar întregul secol al XIX-lea. Singurul care dinamitează imaginea carismatică a lui Napoleon este nimeni altul decât autorul romanului *Război și pace*. Deși armata țaristă a fost învinsă în Bătălia de la Borodino, Lev Tolstoi recepționează evenimentul nu ca un dezastru, ci ca o victorie strategică, pe care Napoleon Bonaparte, deci “marele strateg, geniul militar”, n-a înțeles-o niciodată. Să nu uităm că lecția se va repeta, un secol și ceva mai târziu, cu Hitler, ale cărui armate victorioase s-au înzăpezit într-o manieră similară.

O altă idee demnă de reținut este aceea că “ipostazele lui Napoleon de salvator și de om al ordinii nu legitimează numai propriul regim”, ci “ele intră și în ecuația de putere a nepotului său, Napoleon al III-lea.” Verdictul este memorabil: “Marele om, eroul, geniul, individul suveran [...] se dovedește a fi un prag imposibil de atins de două ori în cursul aceluiași secol, pe care îl domină de pe poziția de unicitate, de fenomen cu valoare paradigmatică și de entitate fascinatorie.”

Următoarele două compartimente ale volumului sunt destinate lui Dostoievski și Nietzsche. Legitimată deja prin legile interne ale unui eseu publicat anterior (a se vedea cartea *Dostoievski și Nietzsche. Congruențe și incongruențe*), cei doi formează un tandem ce se află în opoziție și totodată este împovărat de situații limită. În timp ce Dostoievski este mereu interogator cu privire la dilema “dacă totul e posibil, ce este permis?”, Nietzsche intenționează transcenderea puterii și îl lansează pe orbita existenței pe *Übermensch*.

Așadar, printr-o formulare de tip diagnostic, ce provine din apetitul pentru o argumentare clară, convingătoare, dublată de o erudiție de mare rafinament, Constantina Raveca Buleu conchide că “atât Dostoievski, cât și Nietzsche, disociază și chiar teoretizează dimensiunea subiectivă și dimensiunea obiectivă și instituționalizată a puterii, dar oferă criterii de legitimare diferite, corelative grilelor lor de valorizare inter- și intra-umană.”

În fine, din dialogul dintre Kant și Foucault se (re-)naște întrebarea *Was ist Aufklärung?*, răspunsul, citim în subtext, făcând trimitere la înțelegerea puterii: “Nu este de așteptat ca regii să filosofeze sau ca filosofii să ajungă regi, dar nu este nici de dorit: căci posedarea puterii corupe inevitabil judecata liberă a rațiunii” (I. Kant, *Spre pacea eternă. A doua anexă. Articol secret în vederea păcii eterne.*)

Cititorul inițiat poate identifica semnele puterii și din ilustrația copertei I, ea purtând amprenta inspirată a artistului Cristian Cheșuț.

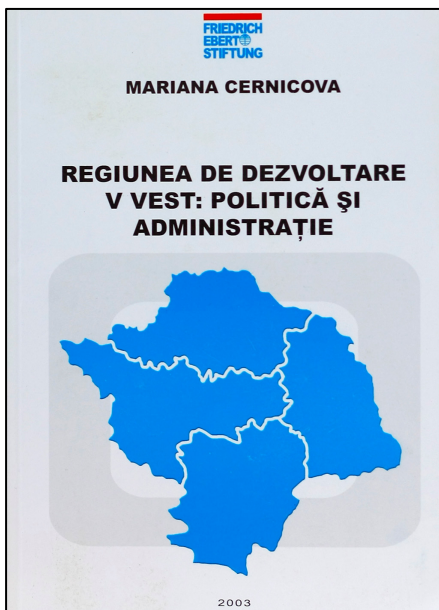
Detaliul, desprins dintr-un portret al lui Napoleon Bonaparte în postura de împărat, surprinde fațetele puterii: dominatoare, fascinantă, greu controlabilă și, evident, perisabilă, grație impermanenței ca singură certitudine a existenței.

Printr-o mișcare suplă a eseului, ce facilitează incizii spectaculoase și de mare rafinament cultural, Constantina Raveca Buleu confirmă o vocație erudită de tip universitar, care o propulsează direct în panteonul select al comparatisticii românești.

Mihai LISEI

7. Mariana Cernicova, *Regiunea de dezvoltare V Vest: politică și administrație*, Editura InterGraf, Reșița, 2003

Lucrarea Mariane Cernicova prezintă, cu rigoarea, concizia și echilibrul unui bun dicționar, o realitate instituțională și politică nouă, cel puțin la data apariției volumului. Scopul declarat al autoarei, pe care l-a și îndeplinit, este de a pune la dispoziția celor interesați informații sintetice, atent structurate, privind dezvoltarea și colaborarea regională a patru județe: Arad, Caraș-Severin, Hunedoara și Timiș, care fac parte, conform modelului european, din aceeași macro-regiune. Nu lipsesc prezentarea geografică, potențialul demografic și economic, căile de comunicații, turismul



și învățământul.

Un loc important ocupă descrierea instituțiilor și structurilor administrative, care aplică politicile de dezvoltare regională în această parte a țării: *Consiliul pentru dezvoltare regională și Agenția de Dezvoltare Regională V Vest*. În mod firesc, sunt consemnate și principalele prevederi ale *Strategiei de Dezvoltare Regională a Regiunii V Vest*, pentru perioada 2000-2004.

Există și un capitol despre viața politică din această arie geografică, aici fiind prezentate, tot succint, formațiunile politice parlamentare, organizații ale minorităților na-

ționale, parlamentarii, precum și cei ce ocupau funcții de conducere la consiliile județene, prefecturi, partide parlamentare etc.

Lucrarea mai cuprinde date despre Euroregiunea DKMT (*Dunăre, Criș, Tisa și Timiș*), care include și unități teritoriale din Ungaria și Serbia. La sfârșit se află un foarte util capitol legislativ.

Sinteza realizată de Mariana Cernicova, pe parcursul a 224 de pagini, este utilă, oferind informația de bază, pentru a-ți forma o imagine generală despre modelul european al dezvoltării regionale, așa cum a fost gândit și aplicat la noi. Avem în față un reușit dicționar al acestei tematici. Respectând rigorile genului, lucrarea nu și-a propus și, ca atare, nici nu spune cum funcționează în realitate proiectul și insti-

tuțiile implicate, care este eficiența lor. Dar, îmi place să cred că experiența jurnalistică a autoarei a făcut să fie cuprinse și câteva informații de un alt tip. Astfel, aflăm că bugetul Euroregiunii DKMT este de mai puțin de jumătate de cent per locuitor, adică o sumă totală de 23.872 euro/an! Apoi, liderilor prezentați în volum li se precizează și traseul politic urmat.

Când a apărut, în 2003, lucrarea a consemnat momentul, ca într-o fotografie. După șapte ani, e interesant de urmărit cine a supraviețuit politic, în ce partid și în ce funcții, și cine a dispărut în uitare. Probabil că la o nouă ediție, autoarea va avea destul de mult de lucru aici, ca să aducă totul la zi.

Lucian IONICĂ

8. Ion Dur, *Noica: vămile gazetăriei*,
Editura Institutul European, Iași, 2009

Cu riscul de a fi criticat pentru necunoașterea subtilităților genului *recenzie*, m-am lăsat până la urmă înduplecat, dar și provocat totodată de domnul profesor Ilie Rad, să prezint cartea domnului Ion Dur *Noica: vămile gazetăriei*, care a văzut lumina tiparului în 2009, la prestigioasa Editură Institutul European din Iași.

Aș vrea să fac totuși, chiar de la bun început, două observații. Prima (neesențială) este că autorul acestor rânduri, născut și instruit de cealaltă parte a Prutului, l-a citit pentru prima dată pe Noica, din motive lesne de înțeles, cam pe la confluența anilor 60-70 ai secolului trecut. O recunosc nu pentru că aș cerși în acest moment o anumită doză de indulgență pentru unele posibile deviații de interpretare, ci pentru că, pe vremurile când mi se impuneau o seamă de așa-numite



concepte clădite pe niște supoziții false și în care trebuia să cred orbește, în momentul întâlnirii cu Noica, am trăit clipe de o adevărată revelație spirituală.

Și a doua observație (demnă de toată lauda): a devenit o frumoasă tradiție lansările de cărți în cadrul simpozioanelor naționale de jurnalism, organizate la Universitatea „Babeș-Bolyai” din Cluj-Napoca, la care simpozioane au fost lansate și lucrări ale autorilor din Republica Moldova. Și întrucât „invidia”, să admitem că mai poate fi câteodată un viciu ce poate fi iertat, mă gândesc: de ce autorul acestor rânduri n-ar avea ambiția și el să se prezinte la unul din simpozioanele următoare de la Cluj-Napoca, cu o carte care s-ar numi, bunăoară, *Identitatea națională în contextul comunicării mediatice?*

Să revenim însă la ale noastre, adică la tema pe care ne-am propus-o la început. Este a treia carte a profesorului și scriitorului Ion Dur despre Constantin Noica, dar cele 373 de pagini ale volumului, pe care-l am acum în față și după lectura căruia am rămas copleșit de temeritatea lui Ion Dur, de a încerca să pătrundă și să înțeleagă universul Noica, le-aș califica mai curând drept un studiu serios și fundamental despre biografia „gazetărească” a ilustrului filosof, care nu este altceva, și aici subscriu la afirmațiile lui Gheorghe Vlăduțescu, prefătorul volumului recenzat, decât o tentativă apreciabilă de a trata câteva linii referitoare la formarea filosofului Noica.

Primul lucru pe care l-am înțeles este că acest studiu nu poate fi citit într-o noaptea-două, după cum obișnuim s-o facem unii dintre noi în acest veac grăbit și suprasaturat de mijloace sau instrumente de comunicare dintre cele mai sofisticate. Și a doua concluzie: chiar dacă este a treia carte despre Noica, i-aș îmbia pe aceia care sunt familiarizați deja cu celelalte două volume (*Noica – între dandysm și mitul școlii*, 1994, și *Portretul gazetarului la tinerețe*, 1999), să nu treacă pe lângă această lucrare, care nu este, după cum și-ar închipui aparent cineva, o îngemănare a precedentelor lucrări, ci constituie o altă individualitate științifică, dispune de o proaspătă consistență informativă și de un vădit interes cognitiv. Este adevărat că lectura ei, mai corect ar fi să afirm studierea ei, cere din partea celui interesat s-o cunoască să depună și un efort intelectual pe măsură, dar vă asigur că în final o să vă alegeți cu percepți și priceperi, cu clarificări ale unor lucruri și fenomene din existența noastră de ieri și de azi, dar o să găsiți și soluții pentru ziua de mâine. Ba mai mult decât atât: o să vă alegeți și cu multe semne de întrebare. Pentru că acesta și este unul din rosturile ziaristicii – să ne furnizeze informația necesară, pentru a ne orienta mai bine în realitate, dar și să pună întrebări, să apeleze la judecata omului. Lucru pe care Noica n-a putut să nu și-l însușească, parcurgând vămile anevoiase ale gazetăriei.

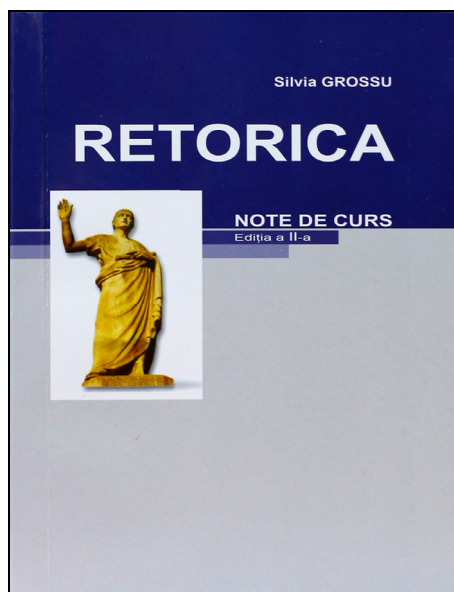
Mihail GUZUN

9. Silvia Grossu, *Retorica*.

Note de curs, ediția a II-a, Centrul Editorial-Poligrafic,
Universitatea de Stat din Moldova, Chișinău, 2009

Cartea *Retorica. Note de curs*, aflată la a doua ediție, a văzut lumina tiparului ... sub presiunea studenților! Autoarea prelegerilor adunate sub copertile acestei cărți – Silvia Grossu, doctor în istorie, conferențiar universitar la Catedra Comunicare a Facultății de

Jurnalism și Științe ale Comunicării a Universității de Stat din Moldova –, avea să recunoască, în cadrul lansării volumului la Biblioteca Municipală “B.P. Hasdeu” din Chișinău următoarele: “Eu nu aș fi avut curajul să scot această carte, pentru că nu sunt cel mai



bun orator, dacă nu așa fi fost forțată, într-un fel, de către studenți, care au multiplicat prelegerile mele. Astfel am văzut cartea mea deja făcută, cu toate temele. Eu am luat-o de la studenți în timpul examenelor. Evident că, după apariția notelor de curs la retorică, studenții au beneficiat de posibilități mult mai mari de a se iniția în arta oratorică.

Un avantaj al acestei lucrări este că în ea se insistă nu numai asupra structurii discursului, ci și a formelor de limbaj. Silvia Grossu se referă și la retorică din spațiul românesc, unde, vreme îndelungată, a fost marginalizată. Un aspect demn de apreciat este că autoarea încearcă să găsească modele de discursuri în letopisețe și în creația populară, în folclor.

Valoarea cărții *Retorica. Note de curs* mai rezultă și din faptul, că odată ce ea va fi studiată, există speranța că va crește considerabil numărul celor care vor stăpâni *arta*

de a vorbi frumos și corect, ceea ce pentru Republica Moldova este o sarcină demnă de a fi luată în seamă și tratată la modul cel mai serios.

Autoarea ne dă sfaturi, apelând la numeroase surse documentare, dispunând în acest sens de o impunătoare bibliografie de calitate. Aș îndrăzni să afirm că *Retorica. Note de curs* a Silviei Grossu poate să constituie punctul de plecare în alcătuirea unei enciclopedii de retorică.

Această carte cu certitudine îi va ajuta pe mulți să înlăture obstacolele din calea succesului în comunicare, le va sugera și propune soluții privind ce și cum trebuie să faci pentru a te debarasa de preocuparea obsesivă a discursului ratat, le va altoi multora abilitățile necesare să reușească prin cuvânt; or, cuvântul este cea mai puternică armă posibilă. Astfel că, în această carte, potențialul ei cititor va găsi:

- elementele constitutive de bază ale retoricii clasice și moderne;
- reguli și principii în argumentare și în dezbateri;
- modalități accesibile de eficientizare a discursului retoric;
- tehnici optime de prezentare a discursului în fața publicului;
- exemple și metodele utile pentru a vă încuraja în demersul inițiat.

Voi încheia această prezentare cu afirmațiile autoarei: „Multe lucruri nu le încercăm pentru că sânt grele, dar și mai multe sânt grele pentru că nu le încercăm”.

Vă asigur că, după lectura acestor note de curs la retorică, pe lângă multe lucruri utile, pe care o să le acumulați, o să obțineți ... și mai mult curaj!

Mihail GUZUN

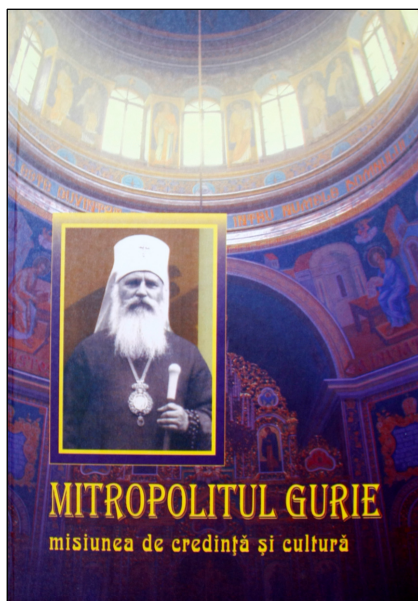
10. Biblioteca Municipală B.P. Hasdeu, *Mitropolitul Gurie. Misiunea de credință și cultură*, Culegere de articole și studii despre Mitropolitul Gurie (Grosu) al Basarabiei (1877 – 1943), îngrijită și coordonată de Silvia Grossu, Chișinău, Editura Epigraf, 2007

Un confrate întru viață științifică, Marian Petcu, se întreba, retoric: „Cu ce vom rămâne când cineva va scoate Internetul din priză?” Continuarea firească ar fi: „Ce se întâmplă când informația nici măcar nu și-a croit drum spre Internet?”

Volumul dedicat mitropolitului Basarabiei, Gurie Grosu, îndeamnă la reflecție pe marginea procesului de recuperare și punere în lumină, în agenda cercetării, a unui destin individual, împletit cu destinul unei națiuni, în turbulențele celor două conflagrații mondiale care au marcat prima jumătate a secolului XX.

Silvia Grossu, ca un cercetător devotat, dar și ca membră a familiei ce perpetuează numele mitropolitului Gurie, propune comunității științifice, dar și publicului nespecializat, un tezaur documentar uluitor, organizat în tradiția tentantă a trilogiilor. Prima carte, cea publicată în 2007 și care face obiectul prezentei recenzii, *Mitropolitul Gurie. Misiunea de credință și cultură*, este o colecție de texte evaluative, care îl prezintă pe eroul central al trilogiei în receptare diacronică.

Cea mai amplă parte a cărții selectează studii elaborate cu prilejul simpozionului *Mitropolitul Gurie – opera zidită în destin* (29 martie 2007), găzduit de Biblioteca Municipală „B.P. Hasdeu” din Chișinău. Silvia



Grossu a apreciat, însă, pe bună dreptate, că imaginea merită completată cu studii de rezistență anterioare simpozionului, cu documente și fotografii din arhive publice sau private și cu un lămuritor tabel cronologic, care sprijină înțelegerea temei. Precizările sunt riguros formulate pentru fiecare situație în parte. Mitropolitul Gurie străbate spațiile la est și sud de Carpați, în tradiția duhovnicească a Moldovei. Născut la Nimoreni (județul Lăpușna), viitorul mitropolit a absolvit

Seminarul Teologic la Chișinău, Academia Duhovnicească din Kiev (să mai amintim că acolo se păstrează memoria incredibilului Petru Movilă), a condus viața credincioșilor din Basarabia nu doar prin cele prescrise în atribuțiile de ieronom, ulterior – de arhimandrit, ci și prin slujirea altarului culturii, fiind secretar de stat în Republica Democratică Moldovenească, ulterior devenind mitropolit al Basarabiei în vremurile României Mari, a trecut prin nedreptatea suspendării și printr-un proces ciudat, pentru a trece la cele veșnice în București, unde a fost înmormântat cu înalte onoruri (la mănăstirea Cernica). Doar enunțarea sintetică a reperelor destinului zbciumat invită la investigare-interpretare.

A doua carte a trilogiei, în curs de elaborare în prezent, va pune în valoare opera

scrisă a mitropolitului Gurie. În sfârșit, ultima parte proiectată de Silvia Grossu va fi dedicată reconstituirii vieții mitropolitului Gurie, așa cum poate fi ea redată din memorii, documente și mărturisiri. Cele trei volume vor oferi publicului o viziune de 360 de grade asupra uneia dintre cele mai pasionante pe-

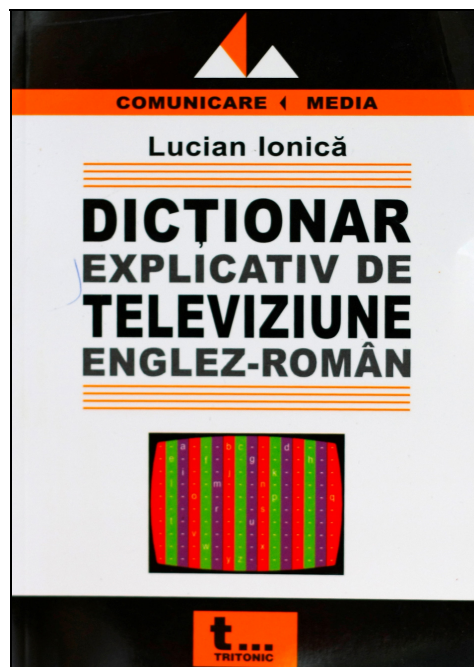
rioadă din istoria modernă a României, văzută dinspre o provincie istorică al cărei destin – interpretat prin vieți exemplare – îndeamnă la înțelepciune, angajament, patriotism.

Mariana CERNICOVA

11. **Lucian Ionică, *Dicționar explicativ de televiziune englez-român*, Editura Tritonic, București, 2005**

Receptiv la tendințele societății mediatice actuale, Lucian Ionică oferă atât jurnaliștilor, cât și publicului larg, un *Dicționar explicativ de televiziune englez-român*, lucrare apărută la Editura Tritonic din București, în 2005. Referenții științifici ai volumului sunt prof. asociat dr. ing. Nicolae Stanciu, ing. Dan Mircea și ing. Petre Varlam, iar *Prefața* este semnată de către Dr. Peter Gross, profesor și coordonator al Departamentului de Comunicare Internațională, Șef al Facultății de Jurnalism și Comunicare în Masă de la Universitatea din Oklahoma. Acesta din urmă sintetizează în *Prefață* factorii care transformă un asemenea dicționar într-o necesitate absolută, într-o lume în care depășirea perspectivei enclavizate este imperativă. Pe de o parte, realitatea lumii noastre presupune universalizarea utilizării și ubicuitatea mass-mediei pe fondul dezvoltării exponențiale a tehnologiei. Informația și divertismentul circulă extrem de repede, fără să țină seama de frontiere politice. Pe de altă parte, în sialul globalizării s-a produs treptat transformarea limbii engleze în *lingua franca*, mass-media contribuind decisiv la acest fenomen.

Dicționarul explicativ de televiziune englez-român încorporează acești factori de universalizare, rezultatul fiind un instrument de lucru *updateat*, destinat studenților care aspiră la o carieră în televiziune sau radio, profeso-



rilor din facultățile de jurnalism, dar și profesioniștilor din domeniul televiziunii, care doresc să aprofundeze terminologia de specialitate, așa cum circulă ea la nivel mondial. Exigențele profesionalismului explică până la urmă întregul demers al lui Lucian Ionică, în *Cuvânt înainte*, acesta precizând: „*Cunoașterea termenilor de specialitate constituie o condiție*

necesară pentru a accede la o profesiune și pentru a putea comunica exact și rapid în interiorul ei. Televiziunea nu face sau nu ar trebui să facă excepție de la această regulă generală”.

Inventarul terminologic al unui domeniu încă nou și extrem de dinamic, în care limbajul trebuie să țină pasul cu tehnologia, nu se încadrează între activitățile facile. Dimpotrivă, selectarea și compartimentarea termenilor se lovește deseori de divergențe semantice, autorul fiind nevoit să armonizeze sensurile și să dea definiții globale. De altfel, Lucian Ionică semnalează dificultățile atingerii unui numitor comun în condițiile confruntării cu multiplicitatea convențională și cu opțiunile mai multor autori de lucrări de specialitate, spulberând iluzia că elaborarea unui dicționar este o întreprindere monotună. El pune în dezbatere, de exemplu, termenul *generation*, „cu referire la numărul copiilor analogice succesive ale unei imagini video” și observă că, în vreme ce unii specialiști „consideră că prima generație este banda (casetă), care a fost în videocameră sau videorecorder, alții consideră că prima generație este prima copie a înregistrării inițiale”. Un alt exemplu se referă la alternativele denumirii succesiunii etapelor de producție în televiziune, implicațiile diferențelor neținând doar de alocarea lingvistică, ci și de decuparea diferită a realității. Sinonimia reprezintă un alt factor care generează diversitate lingvistică, toate acestea îngreunând elaborarea unui dicționar, care sintetizează fenomene și lucruri precise.

Ca orice dicționar bilingv, *Dicționarul explicativ de televiziune englez-român* se confruntă și cu problema găsirii unor echivalente lingvistice cât mai exacte, dificultate accentuată și de faptul că, în evoluția televiziunii autohtone, anumiți termeni au ajuns să aibă un cu totul alt înțeles decât cel original, exemplul dat de autor fiind *talk show*,

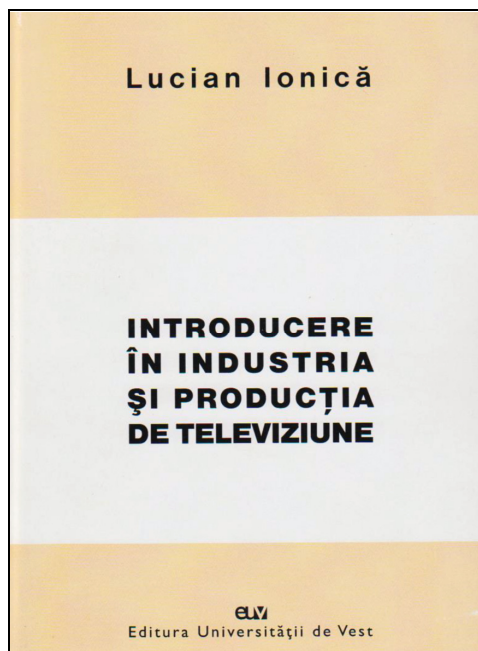
care „la noi înseamnă emisiune tip discuție, fără să se rețină și ideea, prezentă în engleză, că este vorba de o emisiune ce aparține într-o anumită măsură divertismentului”. O dificultate în plus ține de tratarea unor termeni care nu au o referință concretă în fenomenul media din România, exemplul dat de autor fiind cel de *private television*. Mai mult decât „televiziune privată”, acest termen vizează un tip de program încă neexistent la noi, adică „televiziune noncomercială, care include producții de interes public: educative, medicale, religioase etc”. Toate aceste precizări imprimă dicționarului lui Lucian Ionică notele unei lucrări teoretice cât se poate de binevenite în universul ușor confuz al mass-mediei de la noi.

Profesionalismul și responsabilitatea autorului își pun amprenta asupra fiecărui aspect al lucrării, exigența științifică a elaborării fiecărui articol de dicționar fiind dublată de exigența utilizării sale cât mai facile. Indicele tematic de la sfârșitul volumului ușurează identificarea termenilor pe domenii, iar selecția articolelor și definirea termenilor urmăresc o traiectorie simplificată, fără detalii tehnice, care ar fi încărcat inutil discursul.

Întregul efort de a crea un instrument de lucru coerent, unitar și general valabil, mai ales în peisajul plural al lucrărilor de specialitate și al impreciziilor din exercițiul televiziunii, l-a făcut pe Lucian Ionică să devină cât se poate de conștient de un paradox: „când vorbim vag, ne înțelegem, dar dacă vrem să fim exacti și preciși, atunci lucrurile se complică” – după cum observă, nu fără ironie, el însuși –, dar și cât se poate de motivat să clarifice aspectele nebuloase ale domeniului.

Constantina Raveca BULEU

12. Lucian Ionică, *Introducere în industria și producția de televiziune*, Editura Universității de Vest, Timișoara, 2009



Unul dintre lucrurile importante pentru un profesor universitar este să-și stabilească domeniul de cercetare/investigare, să descopere publicului studios o temă a sa. Conferențiar universitar doctor, Lucian Ionică, autorul studiului *Introducere în industria și producția de televiziune* (Editura Universității de Vest, Timișoara, 2009, 150 p.), este în apele sale în acest domeniu, enunțat pe coperta lucrării, venind din teren, cu multă experiență, acumulată de-a lungul anilor, în diferite structuri TV din Timișoara. Autorul s-a identificat, de fapt, cu domeniul redat de titlul ales pentru acest studiu didactic.

Deși pretențios formulat, la prima vedere chiar un pic tendențios, cursul *Introducere în industria și producția de televiziune* redă într-un mod foarte comprimat esența

complicatului proces de creație audiovizuală – televiziunea. Anunțat în *Cuvânt înainte* drept curs pentru studenții din anul I, de la specializarea *Jurnalism a Facultății de Științe Politice, Filosofie și Științele Comunicării*, acest studiu își justifică structura și modalitatea concisă, comprimată chiar, a conținutului, care, ținut la anul I, precede alte cursuri, destinate viitorilor specialiști în televiziune. Cele patru compartimente ale studiului – *Elemente de tehnică TV, Industria de televiziune, Societatea de televiziune și Producția emisiunilor de televiziune* se constituie într-o recapitulare de esență a tuturor elementelor constitutive ale producției televizate, astfel ca terminologia și ustensilele indispensabile procesului tehnic și de creație să devină familiare studenților și ulterior, în cadrul cursurilor de specializare, ei să poată opera liber cu acestea.

Lucian Ionică a considerat necesar și util să propună studenților din anul I și cele mai relevante date din istoria și structura Societății de Televiziune din România – *Resursele umane* (p. 60-71), *Resursele tehnice* (p. 72-78), *Politica editorială* (p. 78-81), ceea ce demonstrează că autorul nu a neglijat defel aspectul didactic al problemei, că lucrarea în cauză este și un ghid pentru studenții de la alte specialități.

Demersul didactic analizat face dovada inițieri autorului în globalitatea problematicii domeniului audiovizual, în primul rând. Cartea poate fi citită ca o dublă intenție. Mai întâi, ea reprezintă o abordare generalizantă, utilă unui cerc larg de cititori. Cealaltă perspectivă este dictată de necesitățile didactice, pe care le satisface pe deplin.

Silvia GROSSU

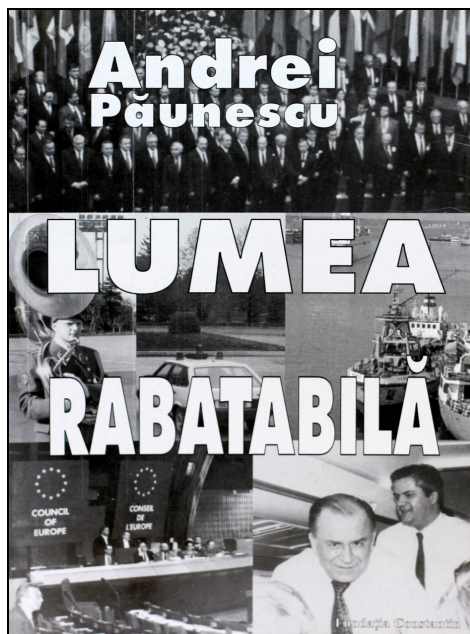
13. **Andrei Păunescu, *Lumea rabatabilă*, văzută de un ziarist român, pe cinci continente, la finalul mileniului doi, Fundația Constantin, București, 2001**

„Cu un pix, cu un carnet de notițe, cu un aparat fotografic și, uneori, cu o video-cameră, am încercat să las mărturie despre lumea noastră, la cumpăna dintre milenii.” (p. 5). Această frază descrie, probabil, cel mai bine volumul *Lumea rabatabilă*, cea de-a cincea carte semnată de Andrei Păunescu.

Trecerea într-un alt mileniu, moment prielnic evocărilor, a fost aleasă drept ocazie de publicare a acestui volum, din dorința de a depăși limitările gazetăriei trecătoare, după cum mărturisește autorul: „Așteptările noastre de atunci, împlinirile și dezamăgirile pe care le trăim acum, la început de nou mileniu, mi se par un motiv temeinic pentru a încredința tiparului, după câțiva ani, texte și imagini care, sper, depășesc statutul de jurnalistică perisabilă” (p. 5).

Titlul volumului, *Lumea rabatabilă*, este dublat de subtitlul „văzută de un ziarist român, pe cinci continente, la finalul mileniului doi” și de un citat al tatălui autorului, poetul Adrian Păunescu: „Nu forțați această lume! Este rabatabilă”. Explicația pentru alegerea acestui titlu o primim de la însuși autorul: „Cât privește titlul cărții, el este inspirat de afirmația lui Adrian Năstase, ministru de Externe în 1992, care, la Helsinki, a afirmat că, prin prezența americană și rusească în OSCE, continentul nostru nu este unul oarecare, ci o adevărată Europă rabatabilă, spre Vest și spre Est” (p. 5).

Lumea rabatabilă văzută prin ochii jurnalistului Andrei Păunescu aduce între cele două coperte – constituite dintr-un colaj de imagini – un număr de 11 scrieri -reportaje ale autorului, sub următoarele titluri: *Europa rabatabilă, Expoziția universală, O chintă roială pentru România, Decontul deșertului, Kremlinul, înainte de ora sângelui, Coaja*



politică a fructului economic, Parteneri europeni și frați latini, În căutarea piețelor pierdute, Totuși, America, Am plecat ziarist cu Iliescu, m-am întors soldat cu Păunescu și Macheta celui De-al Treilea Război Mondial. Materialele, aparținând perioadei 1992-1994, au fost publicate la vremea respectivă în gazetele *Vremea* și *Totuși iubirea* și corespund diferitelor deplasări ca trimis al publicațiilor amintite, împreună cu delegațiile oficiale române la evenimente precum Conferința pentru Securitate și Cooperare în Europa – CSCE, 1992, Helsinki sau Expo – Sevilla 1992.

Andrei Păunescu, în calitate de „jurnalist, martor la niște momente politice deosebite [...] în niște circumstanțe politice de vârf”, a consemnat deplasări, începând cu Finlanda, Estonia, Bruxelles, Abu Dhabi, Siria, Liban, Moscova, Lituania, până în Coreea de Sud,

China, Brazilia, Peru și SUA, sub forma unor însemnări zilnice, redată cu cea mai mare acuratețe și fără economie de detalii, care surprind momente de culise și care se materializează în reportaje, cronici, interviuri, corespondențe, comentarii, relatări sau analize. Fiecare reportaj este completat de o secțiune dedicată fotografiilor, care surprind momente cheie ale evenimentelor relatate, dar și portrete și ipostaze inedite ale politicianilor – protagoniști ai reportajelor lui Andrei Păunescu.

Penultimul material, intitulat *Am plecat ziarist cu Iliescu, m-am întors soldat cu Păunescu*, evidențiază, dincolo de reportajul vizitei delegației române la Strasbourg, repere personale despre autor – plecarea în armată, reliefând un traseu inițiat parcurs de tânărul de 23 de ani, traseu consemnat între paginile acestei cărți.

Raluca-Simona DEAC

14. Andrei Păunescu, *Scriitori și politică în România secolului XX*,
 Fundația Constantin, Editura Semne, București, 2008

Nu e ușor să te cheame Andrei Păunescu, să fii fiul lui Adrian Păunescu și să scrii o carte despre scriitori și politică în România secolului XX! O carte, așadar, scrisă sub spectrul a două semne puternice, cel al tatălui și cel al politicii. În plus, și oarecum surprinzător, volumul, în mod consacrat, nu e atât din zona literaturii, cât din cea a istoriei, fiind, așa cum se prezintă de la bun început, textul tezei de doctorat a autorului, susținută în cadrul Facultății de Istorie și Științe Politice din cadrul Universității „Ovidius” din Constanța, sub îndrumarea științifică a profesorului Gheorghe Buzatu. Asta desigur potrivit încadrărilor și cutumelor oficiale. În fapt, delimitări nete dintre istorie și literatură, la un asemenea subiect, sunt greu de făcut, căci,



de obicei, o graniță prea subțire există între scriitor și politician, între politician și opera scriitorului, între operă și scriitorul însuși. Ce rezultă mereu e un mix de viață, literatură și istorie nu întotdeauna foarte lesne de decodat.

Autorul a ales un cod propriu de descifrare a acestei ecuații, după formula unei sensibilități (inevitabil) asumat subiective, construită pe un suport întotdeauna inatacabil, care este sentimentul național. Implicarea scriitorilor în politică este surprinsă de autor sub două aspecte: în planul ideilor, al conceptelor, formulate în spațiul public sau prin participare directă la viața politică. Una dintre concluziile cărții este rostită chiar de la început, și anume că „legătura dintre scriitori și politică, precum și

îmbinarea literaturii (fie că este vorba de poezie, proză, teatru, fie că este vorba de publicistică, presă, eseistică, literatură, filosofică) cu politicul sunt o permanență a istoriei noastre”. Alte chei de lectură și deopotrivă justificări sunt din M. Eminescu, „Luptele de partid la noi nu-s lupte de principii, ci de persoane”, din Mircea Eliade, „Nu cred că există țară din lume în care să se fi consumat atâtea energii pe tărâmul politicii de partid”. Cea de-a treia, care îi plasează pe români „între apogeul individual și abisul colectiv”, pare a fi inspirată chiar de Adrian Păunescu, spiritul patern.

Cum o știe toată lumea, tema cărții nu este una comodă, o spune și istoricul Ion Scurtu, numind-o „complexă și dificilă”, o susține și istoricul literar Valeriu Râpeanu, catalogând-o una din „cele mai sensibile, mai controversate și mai disputate nu numai de azi, ci din toate epocile istoriei românești moderne”. Complexă este pentru că se raportează la un secol politic contradictoriu, al diverselor extreme (de dreapta, de stânga), al liberalismului și conservatorismului. Dificilă, pentru că și scriitorii au avut evoluții contradictorii, ei înșiși fiind greu încadrabili în curente sau zone politice. Autorul a avut înțelepciunea/șansa să știe că nicio carte nu poate/nu trebuie să spună tot adevărul. Adevărul pe care îl relevă eseu în discuție este bazat pe fapte și argumente.

Structural, volumul, după definirea problemei, se compune din trei părți, organizate cronologic: perioada 1901-1918 (*Unitatea națională și modernizarea țării*), perioada din 1918 până în 1944 (*De la România mare la România mică*) și epoca comunistă de după 1945 (*Rezistența la tăvălugul istoriei*), dar primele ancore, datorită contextului tematic, sunt aruncate încă de dinaintea sfârșitului de secolul XIX. Altfel, cartea este o oscilare continuă între faceri și, mai ales, ziceri politice ale scriitorilor români din perioadele

menționate. În privința faptelor, pentru autor, a face politică a însemnat o asumare a riscului și a rolului de conștiință, iar scriitorii „au încercat, cu armele lor, nu întotdeauna bine calibrate, să se implice și să țină piept valului de veleitari, de ticăloși, de vânzători de neam”. Ilustrarea este eterogenă și pitorească, luând aproape la întâmplare „idealismul radical” al lui Octavian Goga, venirile și demisiile lui Titu Maiorescu, „pactul de supraviețuire” semnat de Mihail Sadoveanu, „sinusoidele traseului științific, literar și politic al lui George Călinescu”, până la „ministeriatul firav” al lui Marin Sorescu, „un spirit prea tolerant” al lui Adrian Păunescu sau „virulența greu suportabilă” a publicisticii și demersului politic ale lui Corneliu Vadim Tudor.

Mult mai bogat este ilustrată politica în operele scriitorilor români, grupați în jurul mai multor teme. Astfel, un naționalism luminat ar fi reflectat în opere aparținând unor creatori ca O. Goga, Nae Ionescu, George Călinescu, Adrian Păunescu și alții, dreapta politică apare în activitatea și opera lui Nae Ionescu, Mircea Eliade, Emil Cioran, O. Goga, iar stânga politică, la George Călinescu, Miron Radu Paraschivescu, Petru Pandrea, Geo Dumitrescu și alții. Conservatorismul a rămas în scrierile lui Titu Maiorescu și Mihai Eminescu, iar sincronismul este prezent la Eugen Lovinescu. Alte teme politice sau cu rezonanță politică ilustrate în operele diversilor scriitori români sunt rezistența, elitismul, construcția națională, nihilismul, arta politicii etc.

La o temă atât de vastă, după un criteriu acceptat în principiu de autor, apreciem cartea ca stând sub semnul complementarității.

Viorel NISTOR

15. **Mircea Popa, *Continuități*,**
Editura Dacia, Cluj-Napoca, 2010



Cartea profesorului și criticului literar Mircea Popa, cu un titlu semnificativ: *Continuități*, este o apariție a acestui an, ce cuprinde o serie de eseuri despre câteva dintre personalitățile de seamă ale literaturii române. Putem împărți eseurile în studii despre autorii care au cunoscut faima în România, în perioada interbelică și postbelică, și cei care s-au afirmat în străinătate, mai precis în timpul exilului lor forțat, datorită situației politice din România aflată sub regimul comunist.

În acestea, profesorul și criticul literar Mircea Popa, face o analiză pertinentă a scrierilor următorilor autori: *Liviu Rebreanu* și raportul creație-inspirație; *Mihail Sadoveanu* – viața ca o scenă; *Aron Cotruș* și activitatea sa publicistică din perioada interbelică; *Radu Dragnea* – unul dintre promotorii curentului gândirist; *Lucian Blaga* – poetul luminii și al exilului interior, autorul acestei cărți insistând asupra procesului de creare a mitografiei ființei; *Păstorel Teodoreanu* și ironia sa la

adresa regimului comunist, regăsită în celebrele sale epigrame; *Ionel Jianu* – eseist, comentator de artă și teatru; *George Mihail Zamfirescu* și intensa muncă și activitate întreprinse în organizarea artistică a teatrului românesc postbelic; *Arșavir Acterian* – eseist activ al perioadei interbelice; *Geo Bogza* – nonconformist și insurgent; *Petru Dumitriu*, cu debutul său editorial și destinul său literar; câteva opinii ale detractorilor istoricului literar *George Călinescu*; *Gheorghe Pituț* și singurătatea ca temă centrală a operei sale; primele povestiri scrise de *I.D. Sârbu*; *Ștefan Augustin Doinaș* și începuturile sale ca scriitor.

Dintre figurile marcante ale exilului românesc de pretutindeni, autorul cărții se oprește asupra următorilor: *Eugen Relgis*, care a fost propus la Premiul Nobel pentru Pace în 1955; *Petru Comarnescu* – spirit polyvalent și avangardist; *Vintilă Horia*, cu dimensiunea fantastică a unei părți a prozei sale; *Ion Caraion* și tematica liricii sale (suferința, agonia, moartea și grotescul); *Ioan Petru Culianu*, cu elemente precum: fuga, singurătatea și evadarea spirituală prin vis și asceză, regăsite în opera sa; aventura scrisului la *Petru Popescu*; *Monica Lovinescu* – vocea inconfundabilă de la Radio Europa Liberă, care și-a reflectat întreaga experiență a exilului în amplul său jurnal; *Paul Goma* – cel mai important disident politic din România din perioada comunismului; *Alexandru Vona* și atmosfera onirico-fantastică din scrierile sale.

Ceea ce au în comun toți acești scriitori este faptul că, fie au cunoscut afirmarea sau vârful creației lor literare în perioada interbelică în România, fie în exil, după cel De-al Doilea Război Mondial, dar și în contemporaneitate. Volumul este o utilă sursă de documentare pentru cei interesați de studierea perioadelor menționate, de aflarea unor detalii interesante din viață, circumstanțele

debutului literar ale fiecărui autor în parte, soarta acestora și receptarea operelor lor în România și în lume.

Având în vedere titlul volumului de față, se poate afirma că literatura română din perioada interbelică a cunoscut două etape de continuitate, paralele: una, în țară, în perioada comunistă, prin autorii deserviți regimului și a acelora care au scris mai mult „pentru sertar”, care au trăit un zbuțiat

exil interior; cealaltă etapă de continuitate o constituie literatura exilului românesc, exil care le-a oferit oamenilor de cultură români șansa de a se exprima liberi, de a le atrage atenția străinilor asupra situației politice din România și, nu în ultimul rând, de a cunoaște succesul pe plan mondial (Mircea Eliade, Vintilă Horia, George Uscătescu ș.a.).

Sanda-Valeria MORARU

16. Mircea Popa, *De la Est spre Vest. Priveliști literare europene*, Editura Eikon, Cluj-Napoca, 2010

Critic și istoric literar, autor și editor (peste 30 de cărți), cu peste 2500 de articole publicate în România și în străinătate (Israel, Bulgaria, Ungaria, Franța, Germania, Republica Moldova, SUA), Mircea Popa are vocația recuperărilor culturale, ale restituirii momentelor semnificative de istorie culturală, pentru o reinterpretare a fenomenelor care au apropiat de-a lungul istoriei țări și culturi. Chiar *Apropieri literare* își intitulează volumul din 1988, apărut la Editura Dacia, Colecția Akademis, cu o particularizare a acestora: „Apropieri literare și culturale româno-maghiare”. În același proiect literar se înscriu și volumele *Convergențe europene* (Editura Cogito, Oradea, 1999) și *Sub semnul Franței* (Editura Eurograph, Cluj-Napoca, 2006).

Mircea Popa are o deschidere specială pentru documentul de arhivă (un exemplu doar: *Insertii. Contribuții și specificări documentare*, Editura Casa Cărții de Știință, Cluj-Napoca, 2003).

Am reamintit aceste volume ale istoricului și criticului literar clujean, pentru a-i motiva ideea de continuitate în demersul



științific de restituire a unor secvențe reprezentative pentru cultura europeană, demers susținut și prin publicarea recentă a cărții *De la Est spre Vest. Priveliști literare europene*.

Atent la nuanțe și, implicit, interpretări, autorul își așează sub spectrul eseului (priveliști) date importante de istorie literară, care repun în discuție locul și rolul culturii române în context european.

Mircea Popa reușește o reconfigurare a unei epoci culturale prin detalii semnificative, călătoria fiind în acest caz un pretext cultural. Încă din 1980, în *Relația de călătorie în Transilvania între 1838-1918 sau unde călătorește în străinătate scriitorul român*, capitol al volumului *Tectonica genurilor literare* (Editura Cartea Românească, 1980), Mircea Popa își deconspiră pasiunea pentru „călătoriile” culturale, tentant demers fondat pe documente de arhivă pentru un *restitutio* cultural.

După 30 de ani, Mircea Popa argumentează încă o dată rolul călătoriei în cultura lumii: „Relația de călătorie a jucat în toate epocile și la toate popoarele un rol important în cunoașterea de sine a unui popor, prin posibilitatea de comparație cu «celălalt», cu cultura și mentalitățile altor popoare” (p. 28).

Un adevăr cu valoare universală căruia Mircea Popa îi adaugă un argument bazat pe un cuvânt-cheie: “integrare”. “Integrarea unui segment de istorie națională în orizontul european de cultură, în fluxul de idei al unei anumite etape istorice, nu se poate face fără o cercetare globalizatoare a raporturilor dintre o țară și alta, fără o analiză de adâncime a «iluziilor naționale, a ideilor fixe pe care națiunile le au unele despre altele», cum remarcă René Wellek” (p. 28).

Este fraza-cadru, care motivează “călătoria” sa culturală de la Est spre Vest.

Mircea Popa își construiește volumul pe tehnica “mozaicului” de fapte inedite, primatul infomației, al creației, al inițiativei în constituirea unor asociații culturale, instituții reprezentând nucleul narativ prin care se restituie un fapt de cultură românească integrat în cultura europeană. Pe principiul “vaselor

comunicante” se întrepătrund destine literare, culturale, istoria unor organizații, reviste, rămânând însă ca itinerar axa Est-Vest.

Câteva exemple sunt edificatoare. Doi cărturari iluminiști, Dositej Obradović și Vuk Karadžić, marchează la noi un prim moment al legăturilor și contactelor româno-sârbe din epoca modernă. Vuk Karadžić a realizat o culegere de cântece care “a stimulat interesul românilor pentru folclor și pentru apropierea de tezaurul etnografic național” (p. 29), ca argument fiind invocat articolul lui G. Sion din *Revista Carpaților* (1861), intitulat *Despre literatura sârbă în raport cu cea română*.

Contactele culturale româno-slovice cu valoare iradiantă amintesc de contribuția profesorului Traian Ionescu-Nișcov (1898-1989), cel care a pus bazele “Societății pentru relațiile culturale și economice româno-cehoslovice” și care a editat un număr al revistei *Româno-slavica*. Aceasta a devenit organul de presă al Asociației Slaviștilor din România, sub numele de *Romanoslavica* (p. 66).

Cernăuți este orașul care “stă la confluența unor culturi și a unor comunități umane extrem de diverse și de mozaicate”. Prin personalitatea a doi italieni, Gregor von Rezzori (autor al volumului *Memoriile unui antisemit*, tradus în românește de Catrinel Pleșu, în 1994) și Hugo von Rezzori, se reconfigurează o epocă și un loc spiritual, nu doar geografic, Cernăuți. Hugo a scris literatură în limba română. Schițele *La sitari* și *La ierunci* etalează cu o naturalitate surprinzătoare dragostea pentru Bucovina. Gregor von Rezzoti este considerat de Mircea Popa “un scriitor român”, “unul care și-a asumat, alături de alții, lecția exilului și a împărțit soarta diasporei românești” (p. 101), iar tatăl său, Hugo von Rezzoti, “a fost un scriitor care a ales pentru a se exprima, în puținele sale creații literare, limba română”.

Asemenea “cioburi” (pentru configurarea “mozaicului” de fapte culturale inedite) sunt reperabile în fiecare scriere din volumul *De la Est spre Vest*: episoade din viața lui Nichifor Crainic, Vintilă Horia, Thomas Mann, Victor Wittner, Giuseppe Ungaretti și Dragoș Vrânceanu, L. Rebreanu și Unamuno ș.a.

Miorița în latină este un document pe care l-am reperat cu interes din două motive: dovedește universalitatea motivului, circulația lui și stabilește o variantă publicată de ladinul Peider Linsel, intelectual elvețian. În antologia *Musa Rumantscha*, el a adunat 207 poezii populare sau culte din spațiul german, american, italian și ungar. Între acestea se află și *Miorița*, sub titlul *La nounsa*, “versiune necunoscută și nesemnată până acum de niciun cercetător roman”. Mircea Popa își dezvăluie și sursa: volumul antologic *Ouvras da Peider Linsel*, realizat de Andei Peer în 1966, tomul I, *Poesias originalas e versiuns poeticas*, volum din care am primit o copie prin grija românistului italian Giuseppe Nunarini din Padova” (p. 173). Versiunea realizată de Linsel este preluată după V. Alecsandri, cu o modificare interesantă: “cei trei păstori sunt: unul român, unul maghiar și al treilea bulgar, ceea ce dă confruntări lor un spirit etnic mai pronunțat”, concluzionează Mircea Popa; nouă ni se pare însă a fi procesul de creare a unei variante pentru a motiva valabilitatea într-un conțext (în acest caz, Balcanii și Europa). Cazul nu este singular, dacă ne amintim că și balada *Meșterul Manole* are variante în spațiul balcanic și în cel ungar (cu diferența în privința construcției: pod, cetate, doar românii au mănăstire), conform cercetărilor lui Mircea Eliade.

Și tot ca o contribuție notabilă a volumului *De la Est spre Vest* (fără a respecta axa culturală propusă de călătoria documentară), amintim articolul *Date noi despre Mite*

Kremnitz. Episodul “caietul roșu” oferit de Eminescu lui Mite Kremnitz aduce lumină într-o controversă: câte poezii i-a dedicat Eminescu tinerei doamne pe care o învăța românește (la sugestia lui Maiorescu)? În ianuarie 1870, de ziua ei, poetul i-a oferit un caiet roșu, “în care a copiat, cu scrisul său fin, cinci poezii, care i s-au părut lui că rimează mai bine cu starea sa sentimentală de atunci. Acestea sunt: *Cu mâne zilele-ți adaugi...*, *Despărțire*, *Foaia veștedă*, *Rugăciunea unui dac* și *Atât de fragedă...* Ulterior, Mite a adăugat cu mâna ei în acel caiet poeziile *Ce te legeni...*, *La mijloc de codru...*, *O, mamă...* și *Mai am un singur dor*. Caietul a ajuns, printr-o fericită împrejurare, în țara noastră, în posesia fondurilor Bibliotecii Centrale Universitare “Lucian Blaga” din Cluj-Napoca, unde a fost depus prin grija profesorului Octavian Șchiau, care l-a primit de la strănepotul scriitoarei, Hans Jürgen Georg Kremnitz” (p. 138-139), informații oferite și de Flora Șuteu și Octavian Șchiau în două volume: *Manuscrise eminesciene în colecția Mite Kremnitz* (1972) și în articolul *Pe urmele lui Mite Kremnitz* (*Tribuna*, 1970, nr. 42).

Nu doar readucerea în atenția cititorilor a acestor date de interes pentru geneza și destinul poeziilor eminesciene este meritorie. Mircea Popa o definește pe Mite ca literată, amintind povestirile publicate în *Convorbiri literare* și mai ales nuvela *Das Lebensbild*, sub titlul *Un caracter de artist*, în care a surprins “chipul interior al modului de a fi al lui Mihai Eminescu” (p. 143). În *Amintiri fugare*, Mite Kremnitz mărturisește că a citit nuvela lui Eminescu. Reacția poetului? “Când citi nuvela, Eminescu fu vizibil impresionat de propriul său portret; mă privi mult timp până ce ochii i se umplură de lacrimi. Eminescu fusese adânc mișcat de nuvela în care zugrăvisem un tablou al propriului suflet” (publicat sub pseudonimul George Allan în *Convorbiri literare*, XIX, 1886, nr. 7, p. 557-558).

Este, în alt plan al receptării, un portret al scriitoarei Mite Kremnitz, cea care, împreună cu Carmen Sylva, va scrie romanul *Astra*, semnat *Dito și Idem* (Editura Socec, 1888), cu o dedicație pentru regina Suediei și Norvegiei.

Reușește Mircea Popa ca, prin oglinda “timpului cultural”, să redea culturii europene “privești” edificatoare despre relațiile personale ale unor scriitori care vor deveni relații culturale, cu iradiere în timp.

Un spațiu cultural european este reconstruit din “filigranuri” de arhivă sau memorialistice, călătoria fiind pretextul unei traiectorii interioare, cum ne-am obișnuit a spune, fără implicare emoțională, spiritualitate românească în context european.

“Drumul” continuă cu popasuri în Italia, Franța, Belgia, Spania, Anglia.

De la Est spre Vest este o carte de literatură română și străină, în care *comparatismul* literar, punerea în evidență a unor *relații, similitudini și reciprocități literare și culturale* a fost cea dintâi miză a sa” – aceasta este mărturisirea autorului plasată “la vedere” (coperta IV), pentru a incita curiozitatea lectorului. Am încercat o detașare de această “direcționare” a receptării, pentru a ne convinge că, sincronizați fiind cu Europa, deținem primatul unor demersuri culturale și ne indivizualizăm prin valori incontestabile ce stau cu semeție în panteonul de valori universale.

O carte pe care o recomandăm pentru a descoperi lumea culturală europeană, locul și rolul nostru de “ferment” în acest univers supus reconsiderărilor din perspectivă axiologică.

Gabriela RUSU-PĂSĂRIN

17. Adrian Dinu Rachieru, *Eminescu după Eminescu (Texte și contexte)*,

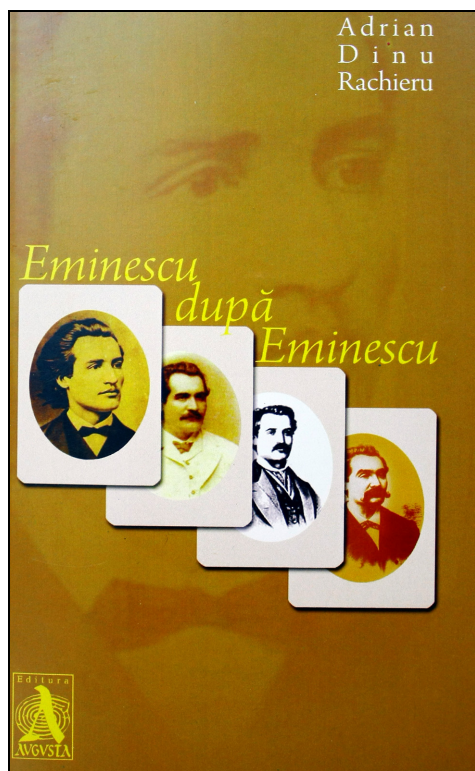
Editura Augusta, Timișoara, 2009

În urmă cu câțiva ani am realizat un interviu cu Roxana Eminescu, stră-stră-nepoata marelui poet Mihai Eminescu. Chapeau-ul interviului începea cu o întrebare retorică: „Ce s-ar mai putea scrie despre genialitatea lui Eminescu?”. S-au scris pagini întregi de către marii exegeți ai timpului și, iată, încă se mai scriu. Adrian Dinu Rachieru se alătură acestora, bântuit, însă, de aceeași întrebare, cu volumul *Eminescu după Eminescu (Texte și contexte)*.

Profesor universitar, sociolog, eseist, prozator, autorul și-a arătat, în nenumărate rânduri, apetența și interesul pentru traiecul și problematica inteligenței, urmărind critic parcursul mai multor personalități: *Pe urmele lui Liviu Rebreanu* (București, 1986), *Marin*

Preda. Omul utopic (București, 1996), *Alternativa Marino* (Iași, 2002). Cartea *Eminescu după Eminescu (Texte și contexte)* aduce în prim plan o abordare novatoare, în fapt, o încercare sociologică de resuscitare și înțelegere a spiritului eminescian, într-un context social în care determinismul tehnologic primează.

Volumul de față este structurat în mai multe capitole, după cum urmează: I. *Problema Eminescu – un război imagologic*; II. *Anii formației: amprenta bucovineană*; III. *Despre „reacționarismul” eminescian*; IV. *Eminescu și teza „formelor goale”*; V. *Chestiunea basarabeană*; VI. *Romanul epistolar (o iubire de altădată și „rostul femeii române”)*; VII. *Eminescu și canonul literar românesc; Eminescianism și eminescologie*.



Dacă despre Titu Maiorescu, Constantin Noica nota că “ne-a refuzat imaginea omului deplin al culturii noastre și ne-a lăsat cu imaginea marelui bolnav și a geniului romantic” (Constantin Noica, *Eminescu sau gânduri despre omul deplin al culturii românești*, Editura Eminescu, București, 1975), Adrian Dinu Rachieru încearcă să re-aducă în discuție dualismul eminescian (p. 9), axându-se, cu precădere, pe imaginea și identitatea gazetarului Mihai Eminescu, încercând o analiză a „textului în context”. Autorul critică „cohortele” de exegeți, blazați și neputincioși, care prezintă un Eminescu „în retragere muzeistică”. Scriitura plină de nerv, ironică, pamfletară, acidă, uzează cu predilecție de calambur, similitudini fonetice, arătându-ne un autor cu înclinații editorialistice, pragmatic, vehement și critic.

În ciuda materialelor documentare, de altminteri un volum colosal, Adrian Dinu Rachieru îl regăsește pe Eminescu, „un brand cultural popular, cu certă bază emoțională” (p. 21), „într-o lume confiscată de cultura publicitară, supusă invaziei electronice în numele tehnolatriei, asaltată de tele-intelectuali doritori a epata prin erupții nihilist-bășcălioase” (p. 28).

Autorul se preocupă de re-representarea mentală a realității eminesciene, „războiul imagologic”, creat de exegeți prin schițarea unei identități, uneori nuanțat criticată, a poetului în memoria colectivă. Riscul, spune autorul, ar fi că eminescologia „ar putea alimenta mentalul colectiv cu fantasmă identitare” (p. 11). Îngrozit de percepția actuală, „în curs de devalorizare” (p. 25), Adrian Dinu Rachieru pledează pentru re-întoarcerea la text, precizând, însă, că Eminescu „trebuie așezat în realitatea concretă a unui timp”. În argumentația sa, autorul identifică un Eminescu purificator, salvator, care „ar trebui să ne vindece de complexe” (p. 26), într-o Românie *invizibilă* culturalicește (p. 26).

Portretul Eminescu se întregeste cu anii formației sale, cu precădere fiind vizibilă amprenta bucuvineană, despre care Adrian Dinu Rachieru nu se îndoiește, dar asigurându-ne de românismul poetului, dovada fiind reprezentată de influența lui Iosif Vulcan (debutul în *Familia*), Aron Pumnul, Titu Maiorescu. „Înainte de a aparține unei provincii, Eminescu, cel care a bătut ținuturile românești «în cruciș și curmeziș», aparține românității.” (p. 57). Cu toate acestea, autorul acordă atenție sporită perioadei berlineze, insuficient cercetată, fecundă din punctul de vedere al creației și cu rol hotărâtor în definirea psihismului eminescian: „Toate proiectele «au încolțit în minte» în perioada berlineză.” (p. 77). De asemenea, alături de acestea, sociologul Adrian Dinu Rachieru

atenționează asupra evenimentelor biografice, cu rol decisiv în ceea ce privește scriitura poetului. În tot acest traiect, schițat anevoios, autorul se întreabă: „Și totuși, a fost Eminescu (din 1874 la Iași) creația Junimii?” (p. 85). Acesta analizează fiecare episod, punând accent pe perioada în care a devenit ziarist, „profesiune potrivită cu structura personalității sale” (p. 88), urmărindu-l la ziarele *Curierul de Iași* și *Timpul*, în cadrul cărora a stârnit mari controverse. Combustia, salahoria la *Timpul* (unde „și-a spus părerile”) l-au obosit, înlăturând imaginea unui Eminescu serafic, inaderent.

Cât despre reacționarismul eminescian, Adrian Dinu Rachieru se arată extrem de înverșunat, efervescent în limbaj, plastic-metaforic, precizând că Eminescu este „desfigurat prin comentarii partizane, colorate ideologic” (p. 93). „E drept, o gazetărie tratată diversionist-ideologic, sub presiunea circumstanțelor, suportă șocul manipulărilor, încât citit mai încoace cu lupa *corectitudinii politice*, textul eminescian, de un patriotism ardent, se știe, poate fi suspectat și acuzat de naționalism fervent și reacționarism xenofob” (p. 94).

Eminescu după Eminescu (Texte și contexte) reprezintă o pledoarie pentru cel care a fost identificat ca fiind un obstacol în calea integrării europene, din cauza asimilării la tradiționalism, „purtătorul de stindard al reacționarismului, contrar europeismului (p. 97), o pledoarie pentru poetul pe care criticii – eseiștii de astăzi (ex. H.R. Patapievici) „ne invită să-l abandonăm” (p. 105), fiind „exaperant de învechit” (p. 105). „Am fost în atâtea rânduri gata să ne despărțim de genialul poet numai pentru a nu supăra pe unii sau pe alții, dovedind o obediență condamnată” (p. 175).

Apelul la studii sociologice-psihologice (ex. Constantin Șchifirneț, C. Rădulescu-Motru) face din lucrarea de față un text analitic complex, care abordează pentru prima dată tematica Eminescu din perspectiva abandonului contemporan.

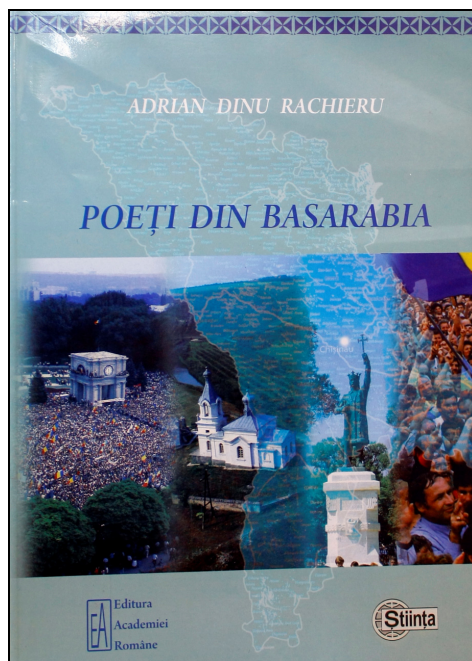
În bestiariul post-revoluționar, *isterizarea societății*, veridicitatea și actualitatea informațiilor (parvenitism, lăcomie, meschinărie, fracționismul ce agită peisajul politic etc.) se regăsesc în scrierile gazetarului Eminescu, autorul precizând că „actualitatea unor observații nu trebuie să înșele” (p. 121). Adrian Dinu Rachieru duce o luptă împotriva generațiilor noi, care vin a-l contesta pe Eminescu. Tristețea autorului, care conchide că „schimbările la față, câte au fost, dovedesc, de fapt, neschimbarea noastră” (p. 132), restituind un Eminescu *al nostru*, un Eminescu care *devine*. Adrian Dinu Rachieru clamează descătușarea unui artist „dincolo de preoții cultului și de inevitabila istorie cancanieră” (p. 7) și propune un *rebranding* al marelui poet, solicitând re-deschiderea *Dosarului Eminescu*.

Oana POPIȚIU

18. Adrian Dinu Rachieru, *Poeți din Basarabia. Un veac de poezie românească*, Editura Academiei Române și Editura Știința, București – Chișinău, 2010

Cu un gust literar desăvârșit, cu generozitate de largă cuprindere și cu militanțism discret, Adrian Dinu Rachieru lansează, prin antologia de față, un proiect recuperator. Rămânem, 20 de ani mai târziu după redescoperirea publică a Basarabiei, împărțiți pe două hărți, în culturi paralele, care prea arareori dau seama una de cealaltă. Reîntregirea spațiului cultural românesc ar fi fost posibilă cu mult înaintea armonizărilor economice, politice, diplomatice. Miracolul fuziunii „celor două Români” (pentru a cita o altă carte semnată de Adrian Dinu Rachieru) întârzie să apară. Zguduind temelii dulcii indiferențe, a localismului atât de voluptuos exploatat de intelectualitatea română a cumpenei dintre veacurile XX și XXI, Adrian Dinu Rachieru provoacă, prin volumul *Poeți din Basarabia*, la un exercițiu de explorare, de (re)cunoaștere și de asumare a unei superbe secvențe de literatură românească.

Adrian Dinu Rachieru identifică, în secolul de poezie basarabeană pe care l-a cercetat, peste 100 de autori de succes, pe care îi prezintă în ordinea cronologică a debutului, în contextul curentului literar și al receptării critice de care au (sau au avut) parte. Fiecare autor selectat apare în fața cititorului printr-un studiu critic consistent, realizat în cheie enciclopedică. Adrian Dinu Rachieru cercetează și aduce, în sinteze asumate, prin grilele de lectură pe care le-a elaborat cu rigurozitate și talent, portrete vii de poeți, însoțiți, cel mai adesea, de argumentul operei lor. De la *Oamenii începutului de veac* (XX) la *Arcadia interbelică* (și la scurta refacere a spațiului românesc, care nu a trecut fără urme pentru memoria culturală comună), la registrul controversat din *Altă tranziție. Poeți vs.*



Dinozauri proletcultiști. „Erotismul politic”, prin Promoția „ochiului al treilea”. Schimbarea la față a poeziei: realismul canonic și sincronizarea „rizomică” la Reforma paradigmei și până la Cei care vin (am enumerat astfel capitolele cărții), Adrian Dinu Rachieru își învață cititorul să trăiască incredibila experiență a lirismului de foarte bună calitate, ancorele de românism posibile, cu fronde, vedetism, mesianism sau poezie pură într-o evoluție pe care granițele teritoriale au permis prea multă vreme s-o lăsăm ascunsă sufletului nostru.

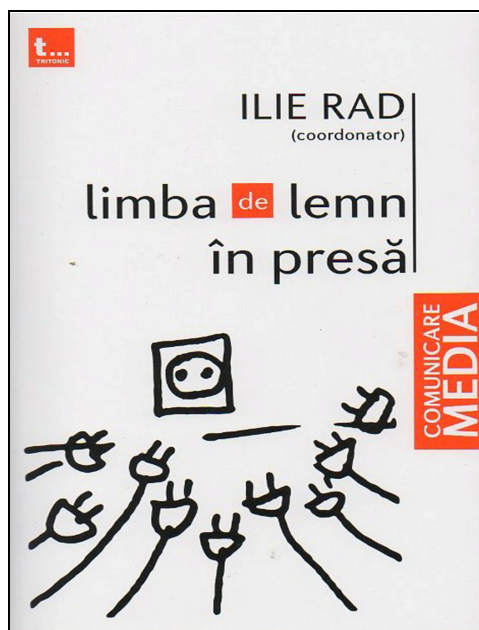
Două regrete pot să-mi exprim, închinând copertile consistentului volum *Poeți din Basarabia*. Primul – că expediția spirituală ia sfârșit prea repede. Al doilea – că circulația

volumului urmează vitregitul destin invocat anterior. Tirajul este distribuit integral dincolo de Prut. Or, în spațiul în care au rodit poezii basarabeni, receptarea lor, fie și în ierarhii valorice discutabile, a fost și este mai lesne

de realizat, în timp ce pe partea „noastră” de Românie acest proiect recuperator nu are șansa de a produce seismul cultural ale cărui forțe le poartă în sine.

Mariana CERNICOVA

19. Ilie Rad (coordonator), *Limba de lemn în presă*,
Editura Tritonic, București, 2009



Editura Tritonic a făcut să apară, la începutul acestui an, volumul *Limba de lemn în presă*, coordonat de prof. univ. dr. Ilie Rad, care a fost și organizatorul unui simpozion național intitulat „Limba de lemn în presă – ieri și azi”, cu participare internațională, în toamna anului 2008, care s-a desfășurat sub auspiciile Catedrei de Jurnalism a Facultății de Științe Politice, Administrative și ale Comunicării de la Universitatea „Babeș-Bolyai” din

Cluj-Napoca, gazdă prestigioasă și ospitalieră a mai multor reuniuni științifice ale specialiștilor acestor domenii.

De fapt, Simpozionul a avut preocupări mai extinse, fapt reflectat de însuși sumarul apariției editoriale pe care o prezentăm; pe de altă parte, volumul a plasat, cu succes, tema Simpozionului într-un cadru de discuție mai larg, coordonatorul adăugându-i o binevenită anexă în care sunt retipărite (după revista *Forum audiovizual*, 6/2007) răspunsuri la o provocare exegetică, dar și de atitudine, a Consiliului Național al Audiovizualului, intitulată *De la limba de lemn la limba de prompter*, aparținând unora dintre participanții la manifestarea științifică la care ne referim, dar și altor specialiști, scriitori și personalități științifice și culturale de marcă, printre care Ana Blandiana, Daniela-Zeca Buzura, Dan Horia Mazilu, Dan C. Mihăilescu, acad. Valeria Guțu Romalo, acad. Marius Sala și alții.

Într-o prezentare sumară, volumul, ilustrând preocupările de bază ale Simpozionului, are o structură nu numai perfect logică, ci și incitând la utilă lectură, pe care o aducem la cunoștința cititorilor. Preambulul, pus sub semnul „Texte fundamentale” (I), pe care îl reprezintă studiul, doct și angajat discursiv, semnat de prof. univ. dr. doc. Tatiana Slama-Cazacu și intitulat (evident polemic!) *Limba de lemn – sinteză retrospectivă și constatarea*

vitalității acestui parazit al limbii române, este urmat de o secțiune de problematizare, „Limba de lemn – diversități conceptuale” (II), cu puncte de vedere și analize venind nu numai dinspre teoria limbii (de exemplu, Rodica Zafiu, *Dincolo de monotonie: coduri de lectură ale limbii de lemn*), ci și din zone speciale ale comunicării publice (televiziune, radio), printre autori figurând profesioniști din aceste domenii, respectiv analiști ai limbajelor acestora (Nicolae Melinescu, Doina Ruști, Gabriela Rusu-Păsărin). Pentru o confruntare, concludentă pentru planul investigării universalilor de mentalități, dar și al resurselor lingvistice, deosebit de interesant este studiul semnat de Luis Veres, profesor la Universitatea „Cardenal Herrera” CEU din Valencia, consacrat temei *Limba de lemn, propaganda și franchismul*.

Cele două secțiuni care urmează impun și susțin convingător ideea de comparație între „Limba de lemn – ieri” (III) și „Limba de lemn – azi” (IV), pe diverse domenii și în variate abordări. De exemplu, în secțiunea a III-a, obiectul analizei îl constituie, preponderent, discursul politic, prin contribuții cum sunt cele intitulate *Limba de lemn în timpul lui Carol al II-lea* (Doina Rad), *Limba de lemn a lui Gheorghe Gheorghiu-Dej* (Nicoleta Mihai), „*Limba de lemn*” de la Ceaușescu la Ion Iliescu (Lavinia Betea), analizând, așadar, clișeistica și stereotipurile pragmaticienilor limbajului politic oficial. În comunicarea *Limba de lemn în telegramele trimise lui Nicolae Ceaușescu*, Ilie Rad întreprinde o radiografie a mutației, dintre anii 1973 – 1989, a formulelor de... omagiere a secretarului general al Partidului Comunist Român – pe de o parte, și, pe de altă parte, a preluării dominantei acestui discurs, cu greu sesizabile particularizări *ad-hoc* într-o telegramă (omagială partinic!) adresată aceuiași personaj, dar și consoartei acestuia, de „participanții la Simpozionul omagial dedicat centenarului «Mihai Eminescu»” (din iunie 1989).

Obiective variate, beneficiind, de asemenea, de subtile analize au investigațiile referitoare la expansiunea „înlemnirii” expresiei în limbajul exegezei literare a epocii, cu diferențieri pe etape: *Realismul socialist și limba de lemn în critica literară a anilor '50* (Mihaela Albu), *De la proletcultism la ceaușism în limba de lemn a criticii literare* (Mircea Popa). Un loc aparte în ceea ce privește cunoașterea fenomenului în zona literaturii îl ocupă studiul regretatului profesor ieșean, Dumitru Irimia, intitulat *Panaît Istrati față de limba de lemn*, studiu a cărui valoare documentară deosebită aduce și sancționarea obiectivelor pe care autorul și le-a propus și tratat cu obișnuita-i finețe a distingerii și interpretării: dată fiind poziționarea, în diferite momente, a lui Panaît Istrati față de Utopia comunistă, avem posibilitatea de a cunoaște „atât personalitatea scriitorului și omului Istrati, cât și recurgerea la limba de lemn în contemporaneitatea lui sau mai târziu”.

Autorii studiilor și articolelor cuprinse în cea de a IV-a secțiune, „Limba de lemn – azi”, se plasează pe două poziții față de existența și utilizarea vechii sau a unei noi limbi de lemn în diferite limbaje ale comunicării publice contemporane. În ceea ce-i privește pe autorii care dau răspunsuri afirmative întrebărilor respective și își susțin punctul de vedere prin aplicații tematice, putem trece mai ușor peste analize ce au ca obiect spații consacrate ale tipizării enunțului în prefabricate mai mult sau mai puțin... naive sau nevinovate, cum sunt cele care se plasează, cumva, în zona mondenului unei clase mijlocii (ne referim la categoria formulărilor stereotipe din horoscopuri!); tot atât de puțin pot fi atribuite malformației lingvistice respective, spre profitul cunoașterii manifestărilor acesteia, stereotipuri ale enunțurilor din zona politeții sau conveniențelor sociale (automatisme din ferepare), deoarece din definițiile „limbii de lemn” trebuie să reținem intenția, manifestată agresiv (sau abia mascată) de manipulare. Dar,

desigur, formulele din ultimele două categorii de surse nu sunt lipsite de interes pentru studierea clișeului, chiar când reprezintă simple kitsh-uri.

O notă, generală, a studiilor cu profil de investigație lingvistică publicate în volum o reprezintă afirmarea existenței și... funcționării, astăzi, a limbii de lemn în diverse sectoare ale discursului public; ne putem referi, de exemplu, la sinteza prof. Tatiana Slama-Cazacu (cu numeroase exemple și din variate publicații periodice), la analizele propuse de Mariana Cernicova, care constată că „presa este prima care alunecă pe panta tentantă a lemnului din limbă” (*Noulimba de tranziție*), sau de Adriana Stoichițoiu-Ichim, ce apelează, de exemplu, la exemple (dar și la considerații elocvente) din ziare și săptămânale privind formulele tipizate mecanic referitoare la o viziune de reprezentare teatrală a manifestărilor vieții politice, recurgând la o interogație retorică: *“Specatacolul politic” – un clișeu al noii limbi de lemn?*

Iată, însă, și reversul medaliei: un răspuns negativ, la întrebarea-cheie a Simpozionului, susținut de Ioana Vintilă-Rădulescu: „... sunt de părere că limba presei de azi, cu toate defectele ce i se pot reproșa, nu este, cel puțin în ceea ce privește limbajul jurnaliștilor, o limbă de lemn (nici veche, nici nouă) în sensul strict al termenului, nici sub raportul condițiilor comunicative în care se produce, nici din punctul de vedere al trăsăturilor lingvistice”. Este evident că această constatare poate fi acceptată dacă examenul are ca obiect publicații generaliste, de (bună) calitate. Totuși, considerăm că, analizând presa actuală din România, este impropriu să se vorbească despre o „limbă de lemn” a acestuia în general; chiar o asemenea formulare este susceptibilă de a fi generată de o inerție: situația presei și a audiovizualului din epoca totalitară, uniforme ca orientare și cod, „unice”, indiferent de canale și de „formate”, și având în vedere un singur public țintă (cel care era supus „indoctrinării”).

Distincțiile pe care trebuie să le luăm în considerație astăzi se referă la pluralitatea de canale (de niveluri diferite), de formate (suporturi de presă) și de programe: de exemplu, nu găsim manifestări (vădite) de tip „limbă de lemn” în *Bursa*, *Capital*, *Ziarul financiar* și, pe de altă parte, în *România literară* sau, de ce nu, în diferite „tabloide” (în ultimul caz, în afara clișeelor „de senzație”, dar care nu intră în obiectivul investigației de față). Chiar în spațiul unui singur canal, trebuie să avem în vedere tipul de articol: ne referim la cunoscuta distincție dintre textele *de opinie* (editorial, comentariu, pamflet, tabletă etc.) și cele preponderent *informative*, știrile în primul rând (deși, chiar aici, ne confruntăm cu orientarea spre melanjul numit „infotainment”).

În sfârșit, din perspectiva teoriei limbii, abordarea problemei se înscrie în necesitatea de a distinge între o „limbă unică”, atocuprinzătoare (în ceea ce privește vocabularul, regulile gramaticale și stilurile), și „limbile funcționale”, cele ale unor anumite spații și registre de comunicare (în privința variației diastratice și diafazice, chiar diatopice). Aceste distincții impun, în sfârșit, formularea altei întrebări: specialiștii în lingvistică sunt chemați să... condamne „limba de lemn” (și din ce optică?) sau, din partea lor, este de așteptat o analiză obiectivă, din perspectiva pragmaticii comunicării? Înclinăm, hotărât, pentru cea de a doua ipostază a demersului. Sunt puncte de vedere argumentate în comunicarea noastră la Simpozionul de la Cluj-Napoca, *Ideologizarea publică prin „noua limbă de lemn”*, publicată, anterior apariției acestui volum (grabă pe care o regret acum!), în volumul *Communication interculturelle et littérature*, Galați, 2009.

În încheiere, pentru a rememora dimensiunile și direcțiile, distorsionate, ale extensiei fenomenului, consemnăm faptul că, în secțiunea referitoare la „Diversități conceptuale”, Nicolae Felecan constată prezența lim-

bii de lemn a regimului comunist nu numai în selectarea, în dicționarele epocii, a numeroși termeni-cheie ai respectivei ideologii, ci, mai ales, în definirea angajată (!) a acestora, folosindu-se citate din „opere” ale liderilor partidului și din presă („*Limba de lemn*” în lucrări lexicografice). Pe de altă parte, spre originea practicii ne poartă, indirect, concluziile convingătoare ale analizei a lui Ionel Funeriu, intitulată *Limba de lemn în proiectele de cercetare științifică*: deși, intermitent, într-o tonalitate poetică (dar discursul atitudinal nu lipsește nici din alte intervenții), demersul autorului ne aduce aminte faptul că punctul de plecare, sintagma din limba rusă, *dubovîi iazîk* („limba de stejar”), caracteriza inițial chiar limbajul administrației!

*

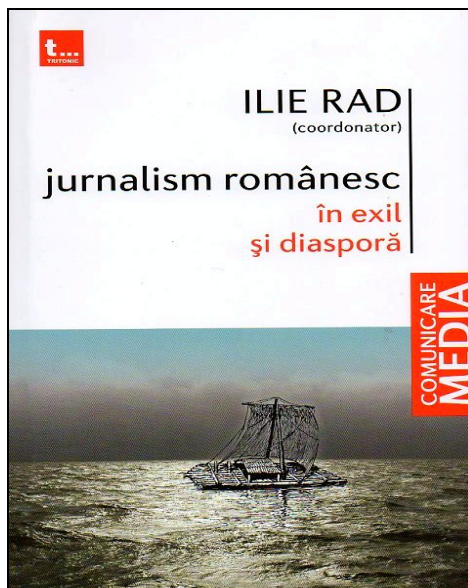
Astfel conceput și realizat, volumul *Limba de lemn în presă* îndreptățește aspirația coordonatorului, prof. univ. dr. Ilie Rad, șeful Catedrei de Jurnalism de la Universitatea „Babeș-Bolyai” din Cluj-Napoca, de a figura în bibliografia esențială pentru cunoașterea fenomenului lingvistic și sociocultural cunoscut sub numele generic de „limbă de lemn”, ce cuprinde traduceri din limbi străine, dar mai ales lucrări originale ale unor autori români, dintre care menționăm, în special, contribuțiile semnate de Tatiana Slama-Cazacu, *Stratageme comunicaționale și manipularea* (2000), Rodica Zafiu, *Limba și politică* (2006) și Aurel Sasu, *Dicționarul limbii române de lemn* (2008).

Stelian DUMISTRĂCEL

20. Ilie Rad (coordonator), *Jurnalism românesc în exil și diasporă*, Editura Tritonic, București, 2009

Produce al Simpozionului Național de Jurnalism, organizat la Cluj-Napoca de Facultatea de Științe Politice, Administrative și ale Comunicării a Universității „Babeș-Bolyai”, în luna octombrie 2009, volumul *Jurnalism românesc în exil și diasporă* se înscrie în eforturile de întregire a patrimoniului cultural românesc. Cartea a apărut la Editura Tritonic în anul 2010, în colecția Comunicare-Media, sub coordonarea prof. univ. dr. Ilie Rad, Cancelar al facultății amintite și organizator al evenimentului, care în acest an a ajuns la cea de-a noua ediție.

Cea de-a VIII-a ediție a simpozionului a continuat inițiativa Catedrei de Jurnalism și a completat deja importanta și tradiționala colecție coordonată de prof. Ilie Rad: *Curenți și tendințe în jurnalismul contemporan*, Ediție



îngrijită de Ruxandra Cesereanu, Prefață de Ilie Rad, Editura Limes, Cluj-Napoca, 2002; *Schimbări în Europa, schimbări în mass-media*, Coordonator: Ilie Rad, Editura Limes, Cluj-Napoca, 2003; *Jurnalismul cultural în actualitate*, Coordonator: Ilie Rad, Editura Tribuna, Cluj-Napoca, 2004; *Presa scrisă românească – trecut, prezent, perspective*, Coordonator: Ilie Rad, Editura Tribuna, Cluj-Napoca, 2005; *Stil și limbaj în mass-media din România*, Coordonator: Ilie Rad, Editura Polirom, Iași, 2006; *Forme ale manipulării opiniei publice*, Coordonator: Ilie Rad, Editura Tribuna, Cluj-Napoca, 2007; *Limba de lemn în presă – ieri și azi*, Coordonator: Ilie Rad, Editura Tritonic, București, 2008.

Volumul înregistrează repere ale jurnalismului românesc în afara granițelor țării, publicații care, după cum afirma Aurel Sasu, în *Cultura română în Statele Unite și Canada* (1993), au reprezentat „un exercițiu de limbă și de credință. [...] un exercițiu de românism, la mai multe mii de kilometri depărtare. [...] un mod de a comunica, de a lupta împotriva uitării”.

Prefața, scrisă de coordonatorul volumului, găzduiește o cuprinzătoare sinteză a fenomenului jurnalistic românesc din afara granițelor, cu pasaje ample alocate unor țări precum: America și Canada, Israel, Basarabia și Bucovina, Franța și aproape toate ținuturile reprezentate de diaspora românilor, care, în comunități mai mari sau mai restrânse, au dat naștere unor publicații în limba lor nativă, unele nu la mult timp de primele ziare apărute în țara mamă.

Între paginile ziarelor și revistelor s-au regăsit, după cum au evidențiat concluziile simpozionului, de-a lungul timpului, o varietate mare de teme abordate. În secolul al XIX-lea, presa din exil, cu precădere cea din Europa, era spațiul de exprimare liberă a refugiaților români, care nu își puteau afirma idealurile pe teritoriul țării. Secolul al XX-lea aduce o

schimbare, problemele politice fiind înlocuite de dorul de țară. Ulterior, regimul comunist a determinat un aflus al materialelor anticomuniste, multe dintre ele scrise de refugiați politici. Cântecul de dor de casă, semnalat la începuturi, au fost urmate de încercări susținute de consemnare și transmitere a adevărului despre evenimentele istorice și politice, cu scopul de a contracara „modul grosolan” (p. 44) în care ideologia comunistă altera realitatea de zi cu zi. Tonul anticomunist se regăsește în majoritatea publicațiilor românești de peste hotare, poziție asumată în cazul unora încă din frontispiciu: *Adevărul* (SUA, 1962) – „Gazetă românească pentru combaterea minciunilor comuniste răspândite în lumea liberă și mai ales în Statele Unite”.

După căderea regimului comunist, revistele din exil și-au îndreptat atacurile către noul regim instalat la București. În prezent, presa din diasporă, ajutată de progresele tehnologice, continuă și se dezvoltă, într-un mediu preponderent on-line, atingând un public în creștere.

Un aspect subliniat de coordonatorul volumului în *Prefață* este reprezentat de importanța acestor publicații din punctul de vedere al valorii lor ca spații de exprimare a scriitorilor români de peste hotare, care au continuat să scrie din exil, după 1944.

Cartea este împărțită în trei secțiuni tematice, respectând temele simpozionului, precedate de conferința inaugurală a lui Petru Popescu. Secțiunile, I. *Jurnalismul din exil și diasporă – reflecții și paradigme*, II. *Jurnalismul audio-vizual în exil și diasporă*, III. *Presa scrisă din exil și diasporă – repere monografice*, reunesc 22 de studii inedite dedicate fenomenului jurnalistic din exil și diasporă.

Precedat de textul transcris al conferinței scriitorului Petru Popescu (*Gânduri despre presa din exil sau munca lui Sisif*), primul capitol reunește cinci lucrări ale unor

scriitori, cercetători sau jurnaliști, care au luat ei înșiși parte la acest fenomen al publicisticii din exil și diasporă: Georgeta Adam, Marta Petreu, Neagu Udroi, Gheorghe Săsarman, Paul Schweiger.

Al doilea capitol este dedicat audio-vizualului, de asemenea prezent, alături de presa scrisă și mai recent domeniul on-line, între suporturile media ale jurnalismului practicat în afara României. Lucrările sunt semnate de nume precum: Anamaria Beligan, Nicoale Melinescu, Gabriela Rusu-Păsărin, Michael Shafir, Nestor Rateș, Mariana Cernicova.

A treia secțiune și cea mai amplă cuprinde monografiile ale câtorva publicații din exil și diasporă, studii semnate de: Dan Anghelescu, Aurelia Lăpușan, Constantin Mălinaș, Sanda-Valeria Moraru, Gheorghe Naghi, Mircea Popa, Doina Rad, Ilie Rad.

Indicele de nume și paginile dedicate prezentării autorilor sunt completate de cele 43 de ilustrații grafice inedite, realizate de artiști de renume, precum George Tomaziu, Magdalena Rădulescu, Marcel Iancu, Marcel Olinescu, Anestin, Neagu Rădulescu, Silvan, Sabin Bălașa, Margareta Sterian, Rudolf Rybiczka, Eugen Drăguțescu, Vásquez Diaz, Dragoș Morărescu,

Mihaela Șchiopu, adăugând un plus de valoare acestui volum științific.

Studiul acestei ramuri a publicisticii românești este indispensabil pentru înțelegerea întregită a României, nu doar în ceea ce privește întâmplările istorice și politice, ci și a fenomenului jurnalistic și cultural: „În timp ce cultura română din România a fost smulsă din rădăcinile ei spirituale, adevăratele rădăcini au putut fi transplantate dincolo de frontiere și se pot întinde în lumea întreagă” (Eugen Ionescu, în numărul inaugural al revistei *Agora*, din SUA). Concluzia formulată de coordonatorul volumului vine să întărească ideea că publicistica din exil și diasporă s-a tipărit din nevoia evidentă a comunităților românești de pretutindeni de a oferi continuitate comunicării, limbii și tradițiilor strămoșești. Indiferent de localizare, profil sau autori, este de reținut faptul ca toate aceste publicații „au întreținut un cult pentru limba, cultura și credința română” (p. 48) și reprezintă „un capitol important al culturii noastre, care își așteaptă încă dreapta evaluare, în integrarea deplină în patrimoniul nostru de valori” (p. 49).

Raluca-Simona DEAC

21. Gabriela Rusu-Păsărin (coordonator), *Presa locală și regională în context european. Studii și cercetări de istorie a presei*, Editura „Independența Economică”, Pitești, 2010

Volumul se așează, chiar dacă nu declară pe *coperta 1* acest lucru, în seria deschisă în 2008 de Asociația Română de Istorie a Presei (ARIP), ca operă colectivă de valorificare a lucrărilor congreselor profesionale, organizate în centrele universitare importante ale României. Cel de față, coordonat de Gabriela Rusu-Păsărin și sprijinit de Universitatea „Constantin

Brâncoveanu” din Pitești, gazda congresului, este primul volum unitar din punct de vedere tematic, reflectând opțiunea ARIP de a orienta dezbaterile științifice în jurul marilor preocupări ale zilei. Cele 21 de studii publicate se grupează pe domeniile: *Teorie și metodă de cercetare în jurnalism. Jurnalismul specializat, Micromonografii de ziare și reviste, Diaspora,*



Audiovizual, Jurnalismul cultural și sunt o selecție atentă de texte din cele peste 60 prezentate la congresul din primăvara anului 2010. Manifestarea invocată nu a deschis porțile doar pentru „veteranii ARIP” – ale căror consecvență și devotament pentru realizarea unei istorii comprehensive a fenomenului mediatic românesc sunt meritorii –, ci și pentru alți

cercetători, care împărtășesc pasiunea celor dintâi pentru investigarea evoluției presei. Cercetători, analiști media, bibliotecari, jurnaliștii înșiși au, în volumul de față, o succesiune generoasă de analize privind specificul, rolul și ancorările presei locale și regionale românești în peisajul complex și, câteodată derutant, al mass-mediei din Europa. Ce loc îi revine presei românești în acest peisaj, care sunt sferele de contact, decalajele, zonele de convergență, cum ar putea cercetarea presei noastre să se racordeze la cea europeană sunt întrebări la care volumul îndrăznește să le ofere posibile răspunsuri.

Cititorul găsește o mare varietate de abordări – de la efortul recuperator, care smulge timpului ce trece reperele prin care se poate reconstitui însăși istoria societății românești, până la atitudinea de înainte-mergător, menit să anticipeze efectele și evoluțiile viitoare ale presei românești actuale și ale discursurilor reflexive despre media. Diversitatea menționată face ca „vocile” cercetătorilor incluși în volum să apeleze la un registru larg de receptări, atrăgând în sfera preocupărilor pentru istoria presei un auditoriu în expansiune.

Mariana CERNICOVA

22. Gabriela Rusu-Păsărin, *Interviul. Recurs la memoria culturală*,

Editura Tritonic, București, 2010

Tema acestei cărți de interviuri, înregistrate și difuzate sub formă de interviuri radiofonice încă în 1991, dovedește intuiția remarcabilă a acestei mai mult decât agreabile prezențe în viața culturală a Craiovei, a gazetarului Gabriela Rusu-Păsărin, figură de prim rang a mass-mediei de la noi. Gabriela Rusu-Păsărin își concepe dialogurile pe care le publică acum, într-o nouă ediție aici, sub semnul unei teme generoase și de mare actualitate,

ca aceea intitulată „Disidență sau rezistență prin cultură”. Prin aceasta, ea deschide calea unor mai bune și mai exacte reevaluări privind starea literaturii și culturii noastre în regimul de oprimare comunist și a modului în care, dincolo de cenzura și opreliștele ideologice și administrative ale aparatului represiv, cultura și literatura română au găsit căi de afirmare și promovare a ideilor înaintate, de susținere a unui climat favorabil decantării

și readucerii în actualitate a patrimoniului național de valori, de creare a unui climat capabil să asigure accesul cât mai lesnicios către cultura de calitate, a mijloacelor prin care cercetătorii și specialiștii dedicați muncii de aducere în actualitate a unor opere purtătoare de progres să se poată manifesta liber și nestingherit. Ea polemizează astfel implicit și cu falsa teorie a „Siberiei spiritului”, prin care, în comunism, totul a fost pus sub obroc și cu îndârjiții demolatori a tot ce provenea din trecutul celor 50 de ani de oprimare. Acest fapt de mare importanță este subliniat și de Eugen Negrici în prefața care deschide volumul, afirmând: „Să ne reamintim că, în epocă, nu puțini au fost aceia care, mânați de furia demolatoare postrevoluționară și, poate, de impulsurile unei rele conștiințe, au considerat literatura scrisă în comunism un produs morbid al istoriei, care trebuie pus între paranteze. Decretau caracterul ei integral nociv scriitorii foarte tineri (cărora le convenea o operație preliminară de curățare), cei din exil și cei de curând reveniți în țară, eternii noștri grafomani, plevușca provinciei, cei ce nu făcuseră compromisuri, dar nici literatură”.

Înainte de a aborda mai de aproape conținutul de idei al interviușilor acestei cărți, ne vedem datori să poposim o clipă și asupra amplului cuvânt introductiv al autoarei, circumscris temei tratate, și anume „Interviul-recurs la memoria culturală”. E un demers cu caracter teoretic și de practică jurnalistică, pe care ea ține să-l sublinieze spre a fi de folos tinerilor ziariști, pornind de la disocierile operate între memoria socială și memoria culturală, cu reiterarea factorilor determinanți ai re-construcției evenimentului cultural și ai analizării efectelor reactualizării. Aș dori să reamintesc cu acest prilej că primele interviuri sunt semnalate la noi în a doua jumătate a secolului al XIX-lea, că la începutul secolului numărul lor să se înmulțește, spre a ajunge indispensabile presei din perioada interbelică. Atunci au apărut două cărți de interviuri de mare succes, semnate de gaze-



tari inspirați ca Felix Aderca, *Mărturia unei generații* (1929) și Ion Valerian, *Cu scriitorii prin veac* (1927), urmate apoi de cele semnate de Ioan Massoff, Vasile Netea, Ion Biberi, Profira Sadoveanu, Mihail Straje și alții. Interviul devine astfel indispensabil cercetării și apropierii faptului literar, deoarece el permite interlocutorului să radiografieze pe viu opiniile preopinentului său, să-l amendeze sau să-l aplaude pentru acțiunile făcute, să-i integreze demersurile în fluxul general al unei culturi.

Cartea Gabrielei Rusu-Păsărin beneficiază, înainte de toate, de o bună selecție a oamenilor pe care-i are în vedere. Fiecare dintre ei poate fi socotit un specialist de marcă în domeniul său de acțiune, după cum unii dintre cei intervievați au suferit în mod direct rigorile regimului comunist, fiind închiși o bună perioadă de timp. În al doilea rând, autoarea s-a străduit să opteze pentru profesioniști din domenii foarte diferite de preocupări, în așa fel încât imaginea pe care cartea sa o proiectează asupra vremii trecute să fie una cât mai

comprehensivă și mai aproape de realitate, în așa fel încât niciun aspect cât de cât interesant să nu fie lăsat la voia întâmplării. Astfel, între cei cărora le trece pragul se numără prelați de prestigiu ca Dumitru Stăniloae și Nestor Vornicescu, critici și teoreticieni literari, comparatiști ca Edgar Papu și Adrian Marino, eminescologi împătimiți, precum D. Vatamaniuc și George Munteanu, cercetători de literatură veche, precum I.C. Chițimia și Dan Simonescu, universitari cu tradiție, ca Vigil Căndea, Eugen Simion, Al. Piru și D. Micu, prozatori de mare talent, ca Paul Anghel și Fănuș Neagu, gazetari și polemisti ca Mihai Ungheanu, Paul Everac, Ovidiu Ghidirmic, Vasile Blendea. Viziunea largă și cuprinzătoare pe care o oferă ei asupra epocii comuniste ne permite să observăm și să sesizăm diferențele de discurs, de atitudini, de stare sentimentală, de reacții umorale. Chiar dacă opiniile lor nu coincid întotdeauna, chiar dacă modul lor de a aborda tema propusă suferă retușuri și amendamente de la unul la altul, o idee generală se degajă: scriitorul și intelectualul român nu s-a lăsat doborât și copleșit cu una cu două, ci a fost mereu conectat la fluxul general al construcției culturale, pe linia cea mai adecvată și mai demnă de luat în seamă. Dincolo de impedimentele și greutățile întâmpinate, el a căutat soluții și metode de supraviețuire, a căutat căi de perpetuare și afirmare a acelor forme de cultură, prin care cultura și literatura română să fie prezente în concertul universal cu nume și cu opere care să-i ridice prestigiul. Meritorie ni se pare astfel acțiunea lui Virgil Căndea de a face din Dimitrie Cantemir un port-drapel al umanității de la gurile Dunării de Jos, a lui D. Vatamaniuc și G. Munteanu de a oferi o ediție completă a operei lui Mihai Eminescu, a lui D. Stăniloae de transpunere în mediul românesc a unor scrieri de mare valoare din trecutul ecleziastic universal, a lui Nestor Vornicescu de a racorda scrierile patristice din

cele dintâi veacuri ale creștinismului la valorile noastre de cuget și simțire. Multe dintre aceste acte culturale trebuie văzute și apreciate ca inițiative unice, originale și de mare rezonanță strategică în dimenisunea europeană a culturii noastre.

Rezistența prin cultură trebuie înțeleasă ca o formă de protejare și de susținere a patrimoniului nostru cultural, de afirmare a spiritului nostru în lume. Adrian Marino vorbește despre modul său personal de a fi înțeles această misiune, fie prin redactarea revistei *CREL*, fie prin impunerea în circuitul universal a unor protagoniști ca Mircea Eliade, Rene Etiemble sau a avangardei românești. I.C. Chițimia are orgoliul impunerii literaturii noastre în spațiul polonez sau a susținerii programului Institutului călinescian, Edgar Papu e preocupat de valorile școlii comparatistice românești, Al. Piru de reeditarea *Istoriei* lui G. Călinescu. A nu fi scris la comandă politică, a fi fost preocupat de o „rezistență activă” și nu pasivă, de aducerea diasporei și exilului din nou acasă este pentru Adrian Marino un mod de comportament liber, de respingere a comandamentelor oficiale și a presiunilor ideologice. Majoritatea celor care se pronunță înaintea microfonului Gabrielei Păsărin gândesc cultura ca pe o libertate de spirit. Paul Anghel arată cum a reușit el să menajeze susceptibilitățile cenzurii și a reproșurilor venite dinspre Uniunea Sovietică, Dan Simonescu subliniază importanța lectoratelor românești din străinătate și a luptei pentru integrarea literaturii religioase în parametrii recunoscuți de stat și de politica de partid. Înlăturarea șabloanelor și a stereotipiilor proletcultiste încetățenite la noi în ani buni de practică ideologică a reprezentat pentru toți cei intervievați o datorie de onoare, ca și introducerea unei noi concepții critice, care să privească marile noastre personalități sub un nou unghi critic (G. Munteanu, D. Micu), prin recu-

perări critice de înalt nivel interpretativ, prin eliminarea unor dispute sterile și neviabile, cum a fost aceea dintre protocroniști și sincroniști.

În ansamblul ei, cartea Gabrielei Rusu-Păsărin e o carte atrăgătoare, o carte cu mai multe personaje și cu mai multe oglinzi, prin

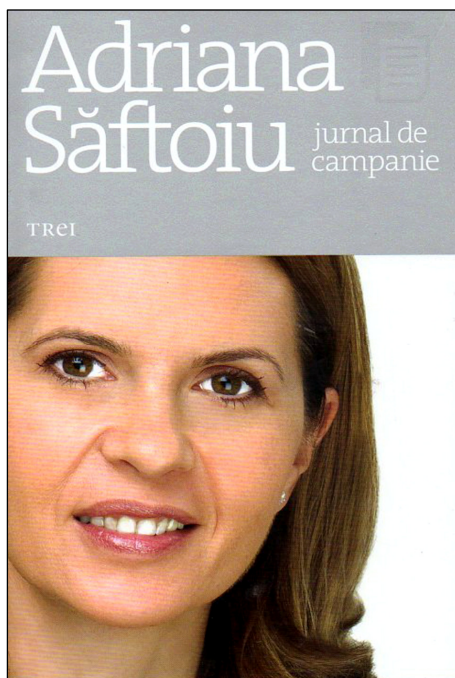
care ne privim trecutul și prezentul. O recomandăm cu căldură celor dornici să iasă din dogme și din zona ideilor preconceptuate.

Mircea POPA

23. Adriana Săftoiu, *Jurnal de campanie*, Editura Trei, București, 2009

Cartea Adrianei Săftoiu, născută din experiența candidaturii la alegerile parlamentare pe listele PNL, din toamna anului 2009, la Colegiul Electoral Prahova 7, se caracterizează, înainte de toate, prin sinceritatea cu care ne vorbește. Apelul la „jurnal”, la notarea zilnică și sistematică a întâmplărilor trăite este chiar condiția acestei sincerități, întrucât jurnalul, ca formă subiectivă de comunicare, presupune totuși o mare transparență și o mare doză de sinceritate. Deosebindu-se de mulți

dintre politicienii noștri, care au ales să candideze în anii din urmă pentru înalte funcții oficiale și care au venit în campania electorală cu un mănunchi de sloganuri și lozinci nici măcar de ei crezute, Adriana Săftoiu își propune să se respecte pe sine și alegătorii săi, nepromițând nimic din ceea ce nu putea realiza. Caracterizându-se pe sine drept o



persoană care nu acceptă indiferența și care se lasă ușor antrenată de stările emoționale ale celor din jur, Adriana Săftoiu s-a lăsat ușor prinsă în munca de schimbare pe care i-o dictau realitățile din jur. Așa cum ne mărturisește în cuvintele din *Introducere*, ea face apel la transparența maximă a celor notate. ”Fiecare rând a fost dictat de trăiri. Mă lăsam prinsă de starea locurilor și mă întorceam acasă cu un adânc sentiment de frustrare. Întrebarea care m-a bântuit toată campania a fost ce pot face pentru

oamenii pe care îi vedeam luptând cu puținel zilei, oameni abrutizați de lipsa unor condiții elementare de trai, copii care își bucurau ziua doar prin inocența vârstei. Dominat de locuri, ritmul campaniei a fost impus de chipurile oamenilor. Poate că pare neverosimil, dar am înțeles la capătul a patru luni că politicul se dezumanizează în fiecare zi, prin fapte care

se îndepărtează de cetățeanul pentru care afirmă că lucrează și gândește”.

Cea dintâi concluzie dureroasă a jurnalului său este legată tocmai de această postură mincinoasă, falsă și demagogică, în care s-a făcut și se face în continuare campanie electorală la noi. Țăranul, mințit până atunci de atâtea ori, dă, în unele cazuri, un răspuns deconcertant. Întrebat dacă merge la vot, unul dintre sătenii cu care stă de vorbă îi răspunde tranșant: „De ce să merg? Aceeași șleahță de nemernici vine și pleacă. Nu merită efortul nici să mă deplasez până la vot. Și nu sunt singurul scârbit de politică”. În ciuda acestor avertismente venite de jos, mulți dintre parlamentari, constată autoarea, și-au obținut votul fie cu promisiuni nerealiste, fie direct, prin cumpărare. De aceea este obligată și ea să constate: „Politica bună se măsoară în funcție de eficacitate, nu de corectitudine, iar pentru politicieni obiectivul primordial este puterea, valorile fiind secundare”. E un lucru pe care autoarea se simte datoare să-l combată și să recurgă la alte metode decât cele practicate în mod constant. Politica ei e de a vizita metodic și repetat fiecare sat al circumscripției sale, de a sta de vorbă cu oamenii, față în față, în convorbiri nearanjate, de a cântări valoarea și devotamentul primarilor față de cauza pentru care au fost aleși, de a-și face aliați printre dascălii și profesorii satelor, „cei care țin viu spiritul satului”, după cum notează ea. Simte nevoia să-și concentreze atenția asupra altui segment de populație decât până atunci. Întristată de bătrânețea care domină satele, de mulțimea pensionarilor care așteaptă doar ajutoare și bani mai mulți, candidata își îndreaptă atenția spre tineretul școlar, cel care reprezintă de fapt viitorul țării, categoria de oameni pe care ne vom baza în viitor. Constată în cele mai multe cazuri sărăcia și paupertatea în care se zbat familiile lor, faptul că acești tineri n-au avut posibilitatea să vadă până atunci cum arată un oraș, n-au asistat la un spectacol de teatru sau de circ, nu știu cum arată Muzeul Literaturii Române sau muzeele de istorie,

n-au vizitat o grădină botanică sau zoologică, n-au idee cum se trăiește civilizată, cu apă caldă și șosea asfaltată. Copiii aceștia sunt tot mai puțini atrași spre lectură, spre studiu sistematic și de perspectivă, mulți dintre ei fiind luați de la școală de către părinții lor, încât procentul pe care școlile de la țară îl dau facultăților e din ce în ce mai redus. Candidata își va concentra atenția asupra nevoii acute de baze sportive, asupra dotării școlilor și bibliotecilor cu material didactic, cu calculatoare, cu ghiozdane noi, cu manuale, cu televizoare, cu jucării. În acest scop va apela la cunoscuți, la prieteni, la edituri și va reuși să schimbe lotul de cărți învechite cu altele noi, iar copiii se vor lăsa chestionați asupra ultimelor lor lecturi, iar fiecare copil va primi câte un ghiozdan nou. Se pune în discuție un ziar pentru elevi și un post local de radio. Periodic, copiii din mai multe sate vor fi duși cu autobuzele la București, spre a asista la spectacole de teatru sau de circ, spre a vizita muzee și alte lăcașuri de cultură, încât dascălii satelor îi vor deveni cei mai de nădejde aliați. Axându-și campania pe nevoia cetățenească de a merge la vot, pe noutatea adusă de votul uninominal, pe evitarea promisiunilor care n-aveau șanse de realizare, cum ar fi cele de asfaltare și canalizare a satelor, dăruindu-și timpul zilnic cunoașterii directe a oamenilor și a nevoilor lor, candidata își încheie cu succes campania, ieșind prima în colegiul său, fiind astfel primul deputat liberal în Prahova.

Notațiile zilnice ale autoarei, dintre 20 august și 1 decembrie 2009, au o valoare mult mai mare decât cele legate de experiențele zilnice și aventura trăită în postura de candidat electoral. E vorba de calitatea de martor și de observator al lumii postdecembriste, în care trăim, pe care omul de cultură și ziaristul Adriana Săftoiu o comunică cititorului său cu luciditate și atitudine responsabilă. Plecată la București din Transilvania, unde a trăit și copilărit, Adriana Săftoiu se confruntă pentru întâia oară deschis și brutal cu lumea satului contemporan, cu mizeria și

dezolarea lui frapantă, cu liota de indivizi și trepăduși politici puși pe căpățuială și pe trai bun, în defavoarea muncii și dăruirii pentru problemele oamenilor. Ceea ce lipsește în primul rând țării, observă ea, este nevoia de „o bună administrare, competentă și integră”. Ca atare e nevoie de lichidarea cât mai grabnică a „birocrației devoratoare”, e nevoie de proiecte pentru fonduri europene, de o mai bună legătură dintre ales și alegători. Vizitând satul Tomșani, află de la localnici „că nu știu ca vreun politician să fi venit să îi vadă”. Și în altă parte: „Toți candidații se opreau la granița orașelor, a comunelor mai răsărite. Nu îmi pare rău că am intrat în România fără drumuri și apă, îmi pare rău că au trecut 18 ani fără ca urmele sărăciei comuniste să fi dispărut. Oamenii spun că era mai bine înainte. Și asta pentru că sărăcia era uniformă, neexistând termen de comparație. Acum e atât de izbitoare, încât, întorcându-mă la București, mi se pare că intru în altă țară. Și sunt doar la câțiva kilometri”.

Există apoi o delăsare condamtabilă, vizibilă în fiecare sat și în fiecare comună. Ar fi nevoie în primul rând de o administrație locală puternică și cu spirit de inițiativă. În lipsa ei, fiecare gândește „democrația” în termenii care îi convine. Și mai ales în indiferență și pasarea problemelor de la unul la altul. „Pe drumul spre Berceni, șanțurile sunt acoperite de buruieni cât casa. Cine să le adune?... Oare cum ar fi ca de ziua comunei oamenii să bea o bere după ce au strâns buruienile care îi năpădesc? Dar tinerii, chiotind a hârjoneală, în trening și cu țigările înfipte între degete, nu ar putea să pună umărul? E ceva care nu se leagă în țara asta. Și tot mă întreb cine va avea curajul să ne învețe pe toți să trăim altfel?!”

Țara are un aspect de părăginire și ignoranță. „Mizeria nu aparține unui singur guvern și nicidecum doar unui singur partid. În 18 ani, indiferent că au fost în opoziție sau la putere, aceiași oameni au format clasa politică, altfel perfect interșanjabilă. Iar ce e

mai grav este că aceia care vin, această generație tânără de politicieni, s-au infestat prea grabnic de apucăturile mentorilor lor”. Concluzia tristă este că „Avem prea mulți politicieni și prea puține instituții care să funcționeze”, căci „Nu de mentalitate de milog are nevoie o țară ca să se ridice, ci de forță și de strângerea cetățenilor în jurul unor obiective clare și pe termen lung... Competiția ar trebui să se dea între idei, programe, proiecte, forță, profesionalism. Cauza tuturor relelor vine din faptul că România nu și-a găsit omul cu viziune, care să imprime coerență și care să își depășească egoul, să uite de sine și să își amintească de oameni”.

Un alt aspect dureros este legat de lipsa unor legi adecvate și bine gândite. „Legile sunt făcute așa încât să nu aibă finalitate”, declară autoarea la un moment dat. Cele mai multe dintre ele nu prevăd sancțiuni și nici măsuri ferme, pentru cei care comit fapte reprobabile. Uneori poliția nu poate aresta pe cineva, decât dacă face moarte de om, iar atribuțiile poliției se suprapun uneori peste cele ale jandarmeriei, încât „nu știe stânga ce face dreapta”. În această situație și valorile morale se degradează, buna tradiție a comunităților sătești este pe cale de dispariție. „Mă întristează bătrânețea care domină satele, puținul pe care și-l gospodăresc, privirile aspre și un fel repezit și dur de a se adresa unul altuia”. Policianismul venal și de cumetrie i se pare principalul vinovat și în această situație. El a impus la noi un anume stil de viață, condamtabil și de neiertat: „În România credința e că nu ai de ales, cel puțin în acest moment, decât între a fi fraier, adică a munci, dar fără profit, și a fi șmecher”. Omul politic nu știe sau nu vrea să pună degetul pe rană și aburește lumea cu promisiuni irealizabile, deși numai întreținerea parlamentului pe timp de o lună ne costă 10 milioane de euro, în timp ce modul său de a fi e unul lamentabil: ”Până acum nu am auzit niciun politician să ne îndemne la muncă. Am auzit doar politicieni care spun că vor munci ei pentru noi și asta

în campanie, ca apoi să se descurce cum poate. De fapt lipsa de viziune a politicului și economicului influențează nefericit viitorul țării. Generațiile care vin par pregătite într-un autism total, într-o neconcordanță cu piața muncii, iar piața muncii este incapabilă să se dezvolte coerent cu populația țării. Dependența de stat este enormă și neproductivă. Vrem infrastructură, dar făcută de stat, care e incapabil să impună un ritm susținut, în pas cu cel din Vest”.

Asemenea meditații și caracterizări ale sistemului nostru de viață descoperim în cartea Adrian Săftoiu la fiecare pas. Pe urmele frazelor sale pătrundem cu adevărat în lumea de contraste a vieții noastre de fiecare zi, în lumea dezolantă a satelor, cu „sărăcia ei murdară”, cu „sărăcia izbitoare” a satelor de romi din jurul orașelului Urlați, de pe valea Cricovului și a Bucovului, din împrejurimile cărora se profilează din când în când schelete dizgrațioase ale unor foste unități industriale, acum părăsite și dezmembrate, cu aspect de cimitir industrial. Ochiul

atent și nemilos al reporterului pătrunde peste tot, scormonește cu îndârjire sub scoarța de falsă normalitate a lumii din preajmă, și nu se lasă nicio clipă copleșită de aparențe. Notațiile sale au credibilitate și cuceresc prin nota de sinceritate frustă și necosmetizată cu care își surprinde cititorul la fiecare pas.

Candidata Adrian Săftoiu devine de la o pagină la alta și candidata noastră, iar cantitatea de adevăr scoasă la lumină o face pe deplin eligibilă și victorioasă și în planul proiecției sociale și politice, iar dincolo de asta, în mod cert, a proiecției jurnalistice, ceea ce e mai de preț și mai de aplaudat decât orice alt demers. E un început, poate timid și iluzoriu, dar eficient, de a privi realitatea în față și un mod schimbat al percepției sociale, pe care o așteptăm în continuare de la clasa noastră politică, apreciere care se răsfrânge în mod incontestabil asupra omului și calităților sale de demne de toată lauda.

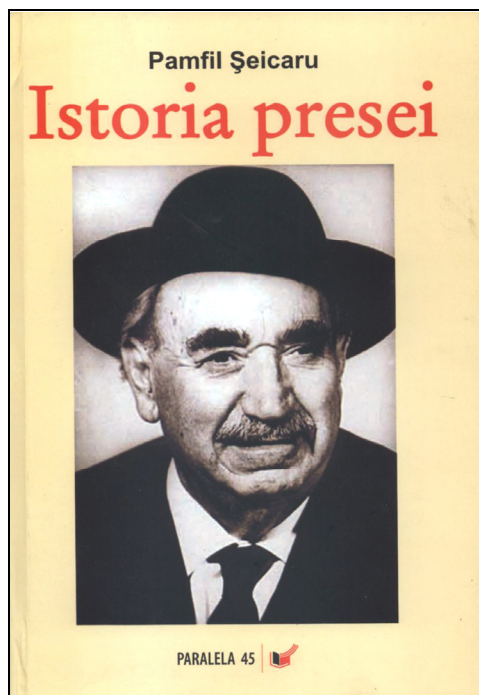
Mircea POPA

24. Pamfil Șeicaru, *Istoria presei*. Ediție îngrijită și prefăcută de George Stanca, Editura Paralela 45, Pitești, 2007

Istoria presei este o carte, care era trecută la rubrica “manuscrise dispărute”, dar care a fost recuperată, pusă în valoare și redată cititorilor de către George Stanca. Manuscrisul i-a fost dăruit poetului George Stanca de un roman din exil, George Dănescu Piscoci, care îl avea de la un alt exilat, Traian Popescu (directorul Editurii Carpații din Madrid), care, la rândul lui, îl avea chiar de la Pamfil Șeicaru, lăsat atunci când acesta părăsise Spania, pentru a se stabili în Germania.

Lucrarea este structurată în trei capitole: “Scurt istoric al presei în lume”, “O încercare de sociologie a presei” și “Istoria presei în România”. Volumul mai are în componență și două subcapitole, în fapt două eseuri: “Însemnări preliminare” și “Schită asupra istoricului presei românești”.

Aș începe să vorbesc despre cartea lui Pamfil Șeicaru spunând câteva cuvinte despre ceea ce a însemnat acest om pentru presa timpului în care a trăit. Pamfil Șeicaru, alias Grigore Patriciu, a fost un gazetar complet



și complex: fondator de gazete, manager, sociolog al presei, analist și fin observator al fenomenelor social-politice și economice, background al presei într-un anumit moment istoric. "Am intrat în presa cotidiană în aprilie 1918, după ce am fost demobilizat, și de atunci am continuat să fiu comentator al evenimentelor politice interne și externe, colaborând succesiv la diverse ziare și reviste" spune Pamfil Șeicaru, autocaracterizându-se. Activitatea sa în presă a continuat până în 10 august 1944, când a fost nevoit să plece în exil. Din aprilie 1918 și până în 10 august 1944, Șeicaru a scris cel puțin un articol pe zi. Pamfil Șeicaru a continuat să facă presă chiar și în exil, editând în continuare *Curentul*, gazeta sa de suflet, atât în Spania, cât și în Germania, unde și-a petrecut ultimii ani de viață.

Însuși autorul cărții scrie în primele pagini că lucrarea reprezintă „încercarea de a reda, în linii generale, o impresie asupra evoluției presei în România.”

În *Istoria presei*, Șeicaru prezintă desfășurarea cronologică a primelor manifestări publice care pot fi asimilate presei, încă din timpul Atenei și Romei antice (*Analele Pontifilor*, *Acta Diurna*), apariția cenzurii, primele jurnale propriu-zise, evoluția lor în paralel și impactul asupra cititorului. Șeicaru consemnează chiar și câteva dintre primele victime ale cenzurii presei: pe Linquet, ziarist francez, care a murit ghilotinat în Revoluția franceză, după mulți ani petrecuți în Închisoarea Bastiliei și alții de exil în Anglia și pe Durosoi, ghilotinat și el. Revoluția franceză a făcut mai multe victime printre gazetari: a decapitat și ucis 18, a asasinat doi, a deportat un altul. Printre aceștia s-au aflat și Rivarol, Andre Chenier, Camill Desmoulin, Roch Marchandier. Despre eficiența presei și rolul ei în cel mai exact mod se exprimă Napoleon Bonaparte, scrie Șeicaru: "Dacă dau frâu liber presei n-am să mai rezist nici trei luni la putere" sau „Sunt suficiente patru gazete ostile ca să facă mai mult rău decât o sută de mii de soldați pe câmpul de luptă”.

Pamfil Șeicaru reușește în lucrarea de față să facă o adevărată radiografie a presei și cenzurării ei, în contextul geo-politic și economic existent în mai toate statele Europei: „Concepția totalitară nu admite presa decât sub forma unui serviciu de propagandă”. În Marea Britanie presa a fost cenzurată și prin introducerea impozitului pe hârtie. Această presa și-a căpătat independența sub domnia Reginei Victoria, iar în Rusia sub țarul Nicolae al II-lea. Presa din Rusia a pierdut apoi caracterul de independență în timpul revoluției bolșevice din 1917, sub Lenin, sub Stalin și mai apoi sub întregul șir de dictatori sovietici. Presa din Rusia nu s-a bucurat niciodată de o libertate în sensul european; mai severă sau mai indulgentă, cenzura a subzistat întotdeauna în această țară, susține Șeicaru în lucrarea sa. Pamfil Șeicaru face referire și la diferența dintre presa franceză și cea americană, comparație enunțată în 1832, de un lucid observator al instituțiilor democrației americane, Alexis

de Tocqueville: „jurnalistul francez discută violent și elocvent despre interesele statului; jurnalistul american atacă fără scrupule trăirile celor cărora i se adresează”.

Epoca de splendoare a presei europene a fost între anii 1870 și 1914, când toate restricțiile impuse au fost înlăturate, iar presa reprezenta toate curentele de opinii. Ideea că presă reprezintă a parta putere a apărut mai întâi în Marea Britanie, iar apoi în Franța lui Napoleon.

Correspondentul de război a fost creat de ziarul englezesc *Times*, în timpul Războiului Crimeii.

Doar către sfârșitul secolului al XIX-lea presa devine o necesitate pentru fiecare individ, iar gazetarul răspândește idei, creând atmosferă curenților de gândire și respectă, ca o primă condiție a meseriei sale, păstrarea sentimentului vieții reale. Pamfil Șeicaru, în încercarea sa de a defini sociologic fenomenul presei, încondeiază chiar o definiție a gazetăriei văzute ca un gen bastard, produs al întâlnirii social-politicului cu literatura. Decizia ziaristului de a lua atitudine dă accentul convingerii, iar arta de a epuiza subiectul în minimum de spațiu înlesnește legătura cu cititorul.

Trecând în revistă caracteristicile muncii gazetărești și funcțiile principale ale presei, Pamfil Șeicaru face referire la ritmicitatea cu care trebuie să scrie un ziarist bun, la presiunea pe care o face timpul asupra muncii acestuia, dar și la necesitatea determinării unor atitudini sociale, a unor opinii în rândul cititorilor săi, în condițiile acțiunii în deplină libertate. Libertatea presei într-un regim democrat poate fi pusă sub semnul întrebării, în condițiile evoluției ziarului de la forma de întreprindere individuală la una comercială a societății anonime pe acțiuni, iar publicitatea comerțului devine un mijloc de alterare a libertății presei. Specializarea jurnaliștilor a început din momentul creării primei școli de gazetărie, în 1869, la actuala Washington and Lee University în Lexington, Virginia, Statele Unite.

În România, până în 1944, gazetarii profesioniști au fost înlocuiți de elita intelectuală cu vocație gazetărească. După această dată, la propunerea lui Pamfil Șeicaru, înaintată lui Mihai Antonescu, pregătirea ziaristilor români era cuprinsă în cursuri specializate urmate de studenții la filosofie, drept sau litere. „Epoca primelor publicații periodice tipărite în limba română începe în a doua jumătate a secolului al 18-lea, când în Moldova, Muntenia, Bucovina și Transilvania cărturarii români își dau seama de însemnătatea unei prese naționale”, afirmă Pamfil Șeicaru.

Primul ziar din România a fost scos în vremea ocupației ruse, în 1790, pe timpul Ecaterinei celei Mari, și se numea *Courrier de Moldavie*. Comandantul trupelor rusești, Potemkin, a publicat în franceză ordinele pe care populația trebuia să le respecte.

Presa română propriu-zisă apare în Principatele române odată cu primul ziar, la începutul lui martie 1829, la București, fiind editat de Ion Heliade Rădulescu, provenit din școala lui Gheorghe Lazăr. Publicația s-a numit *Curierul românesc* și apariția ei a produs bucurie în cerul românilor aflați la Paris: frații Lens, Băleanu, Dumitru Golescu sau Constantin Filipescu. În Principatul Moldovei, cel care a editat primul ziar românesc, în același an, cu o lună mai târziu, a fost Gheorghe Asachi pregătit la aceeași școală, ca și Eliade Rădulescu. Ziarul s-a numit inițial *Gazeta românească de Eși* și apărea de două ori pe săptămână. Publicația și-a schimbat ulterior numele, pentru a fi mai ușor acceptat de ruși, în *Albina românească*. Cele două ziare prezentau informații administrative, deloc politice, și au contribuit în mare măsură la dezvoltarea dimensiunii culturale a vremii. După 1835, Eliade a mai avut încercări de publicații literare, ca *Gazeta Teatrului Național*, *Curierul de ambele sexe* și suplimentul *Muzeul național*. Printre gazetarii acelor vremuri se cuvine să-i amintim pe Cezar Bolliac, Iancu Rosetti, Florian Aron și Grigore Alexandrescu.

În Ardeal șirul publicațiilor de presă a început cu *Foaia Duminecii*, în 1837, a continuat cu *Foaie pentru minte, inimă și literatură* și a culminat cu *Gazeta Transilvaniei* a lui George Bariț, în 1838. Mihail Kogălniceanu, Grigore Alexandrescu și Alecu Donici au alimentat cu satiră și pamflet articole din revista *Dacia literară*, timp de trei luni, în 1840. Tot alături de Kogălniceanu, dar în cadrul altei publicații, *Propășirea*, se remarcă Ion Ghica, Vasile Alecsandri, Constantin Negruzzi, Nicolae Bălcescu. În 15 martie 1866 apare *Timpul*, după *Naționalul* lui Vasile Boerescu, Ion Bălășescu și Ariste Pascal și *Propășirea* lui Al. Odobescu. După căderea lui Cuza, apare o intensă activitate a ziarelor partidelor: *Românul* reprezenta opoziția radicală democrată, *Timpul* – opinia conservatorilor, iar democrații aveau *Trompeta Carpaților*. La *Timpul* colaborau trei dintre numele grele ale culturii românești: Eminescu, Slavici și Cargiale. Despre munca lui Eminescu de gazetar la *Timpul* se spune că el nu scria, ci oficia, pentru că era un vrăjmaș al scrisului cotidian. Nivelul intelectual al presei era cel al mahalalelor, care formau electoratul, iar *Timpul* contrasta în acest mediu, era un ziar de ținută, ce a apărut din martie 1866, până în decembrie 1884. Pamfil Șeicaru relatează despre atmosfera din redacția *Timpului*, citându-l pe Slavici: „Eminescu ținea cont de critica mușcătoare a lui Caragiale, veșnic nemulțumit de forma unei fraze, iritat că nu află cuvântul potrivit și disperat de ceea ce realizase, renunța să scrie. Își citea articolul și era fericit când Caragiale nu găsea nimic de criticat: „A tăcut și hâtrul de Caragiale”, exclama mulțumit Eminescu. Pamfil Șeicaru nu-i uită nici pe Pogor, Carp, Maiorescu, Hasdeu, A.D. Xenopol, Al. Macedonski, D. Pop Marțian, Iosif Vulcan, Nicolae Iorga; și nici pe politicienii acelor timpuri: A.I. Cuza, Regele Carol I, Brătienii, liberalii, țărăniștii sau conservatorii.

Și enumerarea marilor gazetari continuă cu Barbu Ștefănescu Delavrancea, la ziarul *Epoca* (1892-1906), avându-l ca redactor-șef

pe Barbu Ștefănescu Delavrancea, redactor literar pe Al. Vlahuță și director pe Grigore Păucescu. Nu sunt omiși nici măcar gazetari de stânga, precum C. Mille, Anton Bacalbașa, Garabet Ibrăileanu, precum nici C. Rădulescu-Motru, P.P. Negulescu, Ovid Densusianu, Vasile Goldiș, Valeriu Braniște, Octavian Goga, G. Coșbuc, Sextil Pușcariu, C. Stere, Al. Vaida Voievod, Al. Bogdam-Pitești, Al. Filimon, Iosif N. Teodorescu, alias Tudor Arghezi, Ion Vinea, N.D. Cocea.

În 1914 apare ziarul *Ziua*, de orientare pro-germană, înființat de Ioan Slavici cu banii, zice Șeicaru, de la Legația Germaniei. Tot în 1914 apare publicația *Steagul*, finanțată de Al. Marghiloman, de orientare pro-germană și condusă de C. Bacalbașa. Ziarul *Universul*, înființat de italianul Luigi Cazzavillan, apare în 1884. Publicația devenise populară, pentru că a introdus rubrica „Faptul divers” și ilustrația, a avut un preț mai mic comparativ cu restul publicațiilor și apărea dimineața. În 1914 germanii reușesc să ajungă primii la *Universul*. Întâi au fost cumparați redactorii și, mai apoi, directorul Nae Dumitrescu, relatează Șeicaru în cartea sa. Interesul nemților nu era atât pentru publicarea unor articole favorabile Germaniei, cât pentru sublinierea victoriilor Puterilor Centrale sau a înfrângerilor Antantei. Urmează, cronologic, revista de propagandă germană, *Facla*, a lui N.D. Cocea și rivala sa, publicația *Cronica* a lui Tudor Arghezi și Gala Galaction.

În pragul secolului XX se dezvoltă mai ales revistele literare și științifice, iar în presa de după război apar renumite publicații de cultură: *Gândirea*, *Flacăra*, *Sburătorul*, *Cuget Românesc* sau *Cetatea literară* a lui Camil Petrescu.

Pamfil Șeicaru publică editorialul din *Curentul*, cu nr. 5000, din 17 ianuarie 1942, în care analizează raporturile dintre ziar și cititor și pe care îl încheie astfel: „5000 de zile-am început articolul cu emoția din prima zi. Să-ți respecti semnătura ca să te respecte cititorul, ca să-i păstrezi încrederea”.

„Scopul primelor gazete [...] era trezirea poporului la viața națională [...] prin graiul românesc” *Istoria presei*, scrisă de Pamfil Șeicaru, este o autentică frescă a acelor ani, dar și un adevărat testament al autorului. Apariția acestei lucrări a reprezentat, cu

adevărat, un eveniment cultural, nu doar pentru românii rămași între granițele țării, ci și pentru românii de pretutindeni.

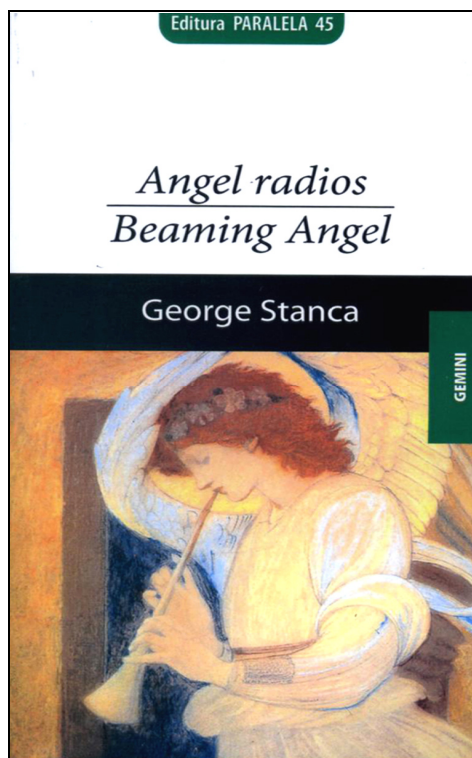
Alina NECHITA

25. George Stanca, *Angel Radios / Beaming Angel*,
Editura Paralela 45, București, 2008

George Stanca se joacă cu cuvintele filosofic. În volumul bilingv *Angel Radios / Beaming Angel* și *Angel Radios / Ange Radioux* (Editura Călăuza v.b., Deva, 2010), cu o excelentă traducere în limbile engleză și franceză de Muguraș Maria Petrescu, poetul se află în plină desfășurare a menirii sale fundamentale: el scoate din visteria sa lucruri vechi și lucruri noi, cum spune Evanghelia. Pe cele vechi le înnoiește cu sensuri noi, rezultate din abila împerechere a cuvintelor; pe cele noi le înrădăcează în solul deja fertil al valorilor acceptate.

Adesea el realizează jocuri de cuvinte, de imagine și de rimă, care surprind plăcut, dând textului și lecturii o notă hazlie, intenționată de autor, jocuri care, dincolo de cuvinte, sunt făcute indirect și cu cititorul. Iată un exemplu: „Te iubesc artizanal/ Te iubesc ca un zănat/ Bunul individual/ Te iubesc artizănat” (*Te iubesc*). Alte exemple ale acestui fel de joc îl reprezintă și expresii ca: „ghioceauă de speranță”, „culori curcubelice”, „alee de azalee”, „melodie dodecafonică” etc.

Volumul de față, antologie de autor, este în întregime un imn dedicat iubirii, mai precis iubitei, care se învrednicește de nenumărate declarații de dragoste, care mai de care mai originale: „Ești frumoasă ca o livadă de meri iarna” (*Ești frumoasă*) sau



„Părul tău frumos ca un buletin meteorologic citit/ în diminețile de primăvară” (*Enumerări*), în majoritatea poeziilor adresarea făcându-se în mod direct, pe linie verticală: „Doamnă”, „My Lady Madonna”, „Iubito”, „Crăiasă”, „Îngerită”.

Poetul face eforturi susținute s-o convingă pe iubita lui că este „cea mai frumoasă femeie din lume” (*Energie potențială*), că toată lumea pălește în fața frumuseții și prezenței regale a acesteia, lumea nefiind decât o cantitate neglijabilă, o insulă pustie (*Robinsoniada*) pe tronul căreia, tron sculptat de autorul îndrăgostit, domnește iubita.

Exclusivitatea relației dintre cei doi este ilustrată și de un alt mod de a percepe așezarea cuplului în raport cu lumea, mod ce poate fi interpretat atât ca și confrontațional, antagonistic, cât și în sensul ignorării oricărei alte realități înconjurătoare. „Aici noi doi zăpada, focul și căminul/ dincolo restul lumii, viața, moartea și chinul” (*Fulgială*).

Mesajul este clar: iubirea autentică este exclusivă, dar, curios, ea nu exclude chiar totul, ci doar lumea, poate locul considerat periculos pentru stabilitatea și durata relației de iubire, în timp ce Dumnezeu, Cel care nu amenință relația, ci dimpotrivă, singurul care-i poate da temelia și nesfârșirea dorită, nu este exclus: „Absolutul se află undeva în noi”

(*Robinsoniada*) zice poetul, amintind de Tudor Vianu, care credea ferm că poezia adevărată are menirea de a comunica lumii intuițiile poetului despre Absolut, deci despre Dumnezeu.

La George Stanca acest lucru se vede și din ușoarele nuanțe religioase, din unele poezii (unele referiri ar putea să le pară unora nepotrivite), cum ar fi o parafrază la un vers din *Tatăl nostru* (*Odă superficială*) sau câteva reproduceri de expresii psalmice: „Învață-mă îndreptările tale”, „stropește-mă cu isop” (*Stea cu diamante*).

În sfârșit, reflexia filosofică nu este străină acestei antologii, autorul făcând scurte, dar numeroase incursiuni în problema vieții și a morții, a modului în care ne plasăm față de acestea, a relației dintre dragoste, lume și absurd etc.

Citind acest volum, o concluzie se degajează distinct între altele posibile: George Stanca este un îndrăgostit de dragoste și de cuvânt.

Theodor DAMIAN

26. Laurențiu Șoitu, *Sunt fiul*. Prefață de Constantin Dram,
Editura Universitas XXI, Iași, 2010

Vocația lui Laurențiu Șoitu pentru valențele perene ale comunicării transpar din paginile volumului *Sunt fiul*, în forma și stilul accesibil diverselor categorii de cititori. Cunoscută fiind preocuparea dintotdeauna a profesorului Laurențiu Șoitu pentru eficientizarea mesajului educativ-formativ, în varianta academică și didactică, nu ne surprinde că avem în față și o mostră de scriitură artistică, din genul romanesc, care ne este propusă de autor, cu generozitatea celui care a meditat îndelung asupra acestui subiect și are ce ne spune sau, mai bine zis, are ceva ce nu poate

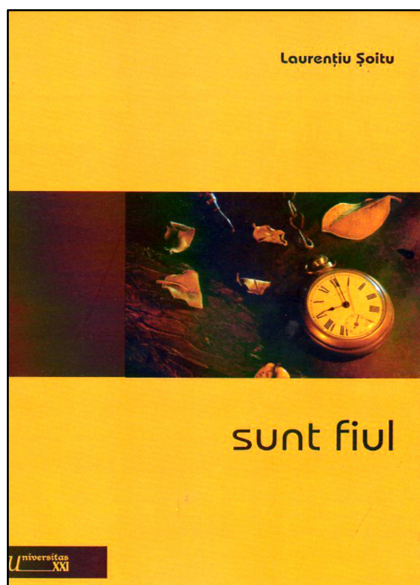
să nu ne spună. În viziunea lui, distincția între valoare și non-valoare constituie obiectul permanentelor preocupări ale omului și are aceeași importanță pe tot parcursul vieții individului.

Volumul *Sunt fiul* se deschide cu o prefață succintă, dar consistentă – *Un drum mai important decât ținta*, semnată de Constantin Dram, în care se definește clar axa operei: „Romanul lui Laurențiu Șoitu propune recompunerea unei lumi prin filiera unei acțiuni ce nu se mai poate relua... Acțiunea respectivă este moartea: aici religia, arta, filosofia pot

transla un teritoriu necunoscut; altfel, repetabilitatea acțiunii este exclusă, de aici crescând exponențial rolul celor care rămân. Un roman în care ideea de confesiune, relatare, mărturisire este fundamentală, nu se mai poate baza decât pe ceilalți... (p. 6). O astfel de structură a fost aleasă de către autor în ideea de a impune, și pe această cale, sensurile majore ale fiecărui gest, cuvânt, faptă etc. S-a recurs la această modalitate de redare a parcursului relației, deoarece

actualmente e dificil de a stabili dimensiunile valorice ale unui personaj doar prin descrierea liniară a acțiunilor sale.

De regulă, destinația la care ajung toți cei care s-au născut – moartea (în varianta populară se obișnuiește a spune – *toți suntem datori cu o moarte*) nu este subiect de discuție, ci, mai degrabă, de meditație, până în momentul când aceasta devine realitate de necombătut. Astfel, acțiunea romanului se desfășoară tocmai în cele trei zile – de la decesul până la înmormântarea personajului/eroului principal și care constituie, toate în ansamblu, un fel de priveghi (tradițional pentru românii de pretutindeni), în decursul căruia cei prezenți, cei care l-au cunoscut, relatează/narează diferite fapte, întâmplări, pățanii cu sau despre cel răposat. Canavaua romanului este întrețesută de reflecțiile, confesiunile și amintirile personajelor angrenate de către autor în creionarea portretului complex al celui care a fost Anghel sau *moșu Anghel* (p. 40), acestea perindându-se într-o succesiune organică, împletindu-se și completându-se mereu, creând uneori intersecții mai greu de deslușit/descâlcit și care implică popasuri meditative sau chiar re-lecturarea



unor pagini.

Multitudinea punctelor de vedere creează imagini, la prima vedere, dispartate sau aglomerate/suprapuse ale aceleiași persoane: „Era prima dată când ochii săi nu mai spuneau decât ce voiam noi. Purtau o urmă de regret, de superioritate, de smerenie, de indiferență, de durere, de ușoară bucurie, chiar eliberare, de fericire, de mulțumire, de dojană, de ceartă adevărată, de ceva jucăuș și șăgalnic, de copil, de tânăr, de permanentul adult, de înțelept, de prieten, de pă-

rinte ocrotitor, de veșnic iubitor, de ștrengar [...], de împăcat cu sine, de abandon, de lehamite, de împlinire” (p. 35), dar, în ansamblul lor, cu înaintarea în lectură, acestea conturează chipul tot mai clar al personajului, în jurul căruia gravitează toată acțiunea.

Anghel transpare din relatările și memoriile celor care l-au cunoscut, îndeaproape sau episodic, ca un om aparte, pe care nimeni din anturajul său nu l-a ajuns, darămite să-l depășească, astfel încât cititorul nu mai podidește să se tot uimească de multiplele sale calități: “Da, ăsta era Anghel. E omul care a lăsat în toate casele ceva din sufletul și viața lui... E ca o religie...” (p. 22) sau “De fapt, în toți acești ani noi împreună îl iubeam. Amândoi îl așezam în fruntea tuturor. Îl aveam ca model de viață, gândire, simțire, trăire. L-am văzut ca un inger păzitor pentru noi” (p. 40).

Anghel era cel care avea și oferea soluții pentru toți și toate, era cel care găsea calea împăcării: “El număra altfel zilele, clipele, suferințele și bucuriile. Anii lui aveau mereu cu un deceniu mai mult” (p. 101); “că el n-a fost niciodată supărat pe cineva pentru a nu-l putea ierta, că avea generozitatea înțe-

leptului nesurprins, orice i s-ar fi întâmplat, și că știa să primească chiar lovituri nemeritate, de la oricine, lăsând impresia că i se cuvinea și asta, că nu are pe cine se supăra, că totul era dat lui, ca de la Dumnezeu, nu de la noi...” (p. 72).

Portretul integral, alcătuit ca un mozaic din numeroase piese, se încheagă din aceste diverse etope și hipotipoze, oferindu-ne pe parcursul lecturii asociații aproape că cinematografice ale eroului principal, Anghel, alias Gheorghe: “Ochii sunt puternic luminați, așezați să privească de la o anume distanță, te apropii de el ca pe o imagine adusă de lentile, ori o lupă cu multe dioptrii” (p. 23). Și în moarte rămâne pentru cei apropiați un model: “Seninătatea frunții sale pleșuve, dar mult expresivă, a rămas netulburată, de parcă urma o întâlnire pentru care s-a pregătit toată viața... Zâmbetul din colțul gurii, numai schițat, era însoțit de privirea lui senină și caldă, chiar mulțumită că se întâlnea cu lumea la care până atunci gândise doar. Era o ținută monumentală, ca într-un ritual în fața căruia nu ai voie să modifici nimic – nici el, care-și cunoștea bine rolul, nici tu, care privești, minunându-te că așa ceva se întâmplă” (p. 34). Regretele de pe buzele tuturor rămân scrijelite în suflet pentru multă vreme: “Acum, la mine e încă lumină, la el deja s-a stins. Pământul s-a învârtit prea repede pentru el” (p. 97).

În volumul de față, prioritate au aceleași probleme ale reperelor și valorilor cu impact formativ nu doar pentru tânara generație, ci pentru ființa umană, în general, pe care autorul nu le-a abandonat pe parcursul întregii sale cariere didactice și științifice, astfel că și conținutul ideatic și structura romanului se conformează acestor rigori: „El avea măsura pământului pe care se așeza. Iubea tot ce atingea, privea, dorea, îndreptându-și luminițele în orice direcție, iar în urma lor creșteau spicele din vârful preaplinului său” (p. 13); “El are nu o singură axă a ordonării, el nu poate merge doar pe orizontală, cum sugera aranjarea, ci și pe verticală, pe o scară a timpului” (p. 96).

Neîmpăcarea și neacceptarea legilor supreme, inaccesibile spiritului uman comun, sunt redade prin acel strigăt disperat al prietenilor, rudelor și apropiaților lui Anghel: „La ce bun ființarea noastră fără de el, nu știm cum e fără el, nu vrem să știm asta” (p. 71). Deznădejdea pe care refuză să o accepte fiul său, în acest context nu mai pare stranie, ci firească: „Cine mă aude, eu nu mai plec de aici, rămân în gară, nu vreau să-l văd în sicriu, nu l-am văzut niciodată decât muncind, nu am ce căuta acasă dacă nu este el să ne vadă, să ne măsoare cu privirea lui severă dar caldă, nu mai vreau drumul acesta” (p. 71). De reținut faptul că, subliniind perenitatea unor asemenea repere, autorul antrenează un set de simboluri, care devin purtătoare de valori sacre – icoana Maicii Domnului, chipul mamei, visul de edificare a bisericii noi ș.a., astfel încât credința și tradiția comportă semnificații persuasive, de relevanță maximă.

Pentru a trata cu dreptă măsură această carte, de incontestabilă valoare purificatoare pentru cititor, suntem datori a nu trece cu vederea unele repetări sau suprapuneri care aglomerează mesajul. De asemenea, nedumeriri ortografice, pe care le consemnăm în trecut: uneori este încălcată legea sfântă a relației subiect/predicat prin izolarea acestora: *Pe el sfârșitul de aici, nu l-a speriat niciodată.* (p. 85). Și alte inadvertențe semnalate de noi (*Nu vrea să mai facă vre-un efort; Voi doi a-ți înmulțit...*) nu sunt decât omisiuni de tehnoredactare, dacă autorul nu le tratează drept licențe *prozaice*, ca să parafrazăm.

Prin acest roman, Laurențiu Șoitu se adresează tuturor, convins fiind că prin „cuvântul, fapta sau comportamentul nostru fiecare poate zidi ori darâma, stimula ori inhiba, bucura sau întrista, motiva ori descuraja, chema ori alunga, aduna sau risipi voința și așteptarea celor din jur”. Această convingere îi mobilizează forțele pentru promovarea, prin diverse limbaje, a sintezelor și instrumentelor eficiente pentru mesajele valoroase, edificatoare, fără de care omul rămâne dezarmat și

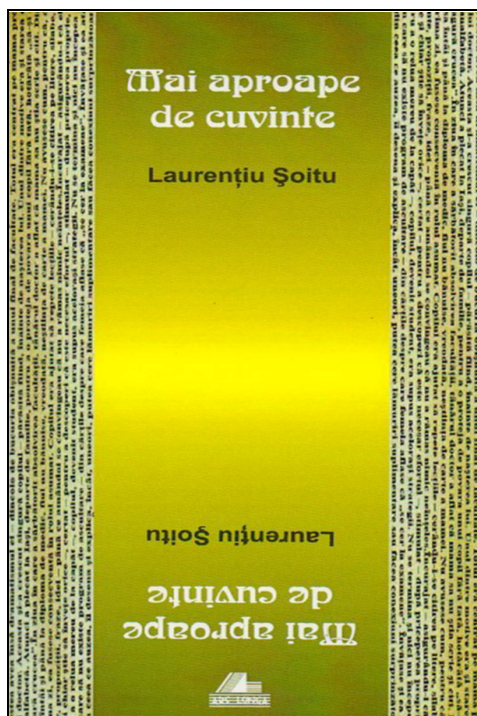
neajutorat. Autorul ne sugerează să ne orientăm, sistematic și permanent, spre noi înșine: „Așa este toată viața, nu termini bine ceva, că îți proiectezi o altă și altă acțiune la care gândea de mult sau a apărut în mintea ta că nu ești chiar așa de neputincios, de bicusnic... *Drumul e mai important decât ținta*” (p. 79).

Romanul răspunde acestui imperios apel, urmărind și scopul de a le amplifica menirea și de a-i implica direct pe cititori în evaluarea propriului parcurs, în raportarea lui la repere cu titlu de noblețe, demne de luat în seamă de noi toti.

Silvia GROSSU

27. Laurențiu Șoitu, *Mai aproape de cuvinte*.

Prefață de Constantin Ciopraga, Editura Ars Longa, Iași, 2007



Există texte care sunt scrise pentru noi, texte în care ne regăsim, ne recunoaștem sau texte care ne re-descoperă. Texte care ne revin. Jean Jaques Wunenburger, în discursul intitulat *Text și imagine. Relații încordate și nu prea*, mărturisea că, din ce în ce mai mult,

accentul cade asupra imaginii, și nu asupra textului, fiindcă însăși textul se vrea explozător al imaginii până la saturarea acesteia. Wunenburger afirma că “textele îți sunt la îndemână, dar singur decizi dacă le deschizi sau nu; dacă le citești sau nu; imaginile, dimpotrivă, te asaltează, și nu le poți refuza, pentru că ele constituie o informație fundamentală despre lumea externă. A nu vedea înseamnă a fi orb, a nu citi texte înseamnă a fi doar ignorant”.

Volumul *Mai aproape de cuvinte*, semnat de profesorul universitar Laurențiu Șoitu, reprezintă un astfel de *text*. Un volum mărturie-jurnal, aforistic, al unui observator lucid, „moralist modern”, așa cum îl numește Constantin Ciopraga în prefața cărții, care survolează în spațiul filosofiei, literaturii, psihologiei. Laurențiu Șoitu se alătură practicanților genului – referindu-ne la aforism – La Rochefoucauld, Chamford, Vauvenargues, Shopenhauer.

Mai aproape de cuvinte este, deopotrivă, o reacție promptă la suferința sa sau a anturajului său, redată prin utilizarea aforismelor, adagiilor, maximelor, cât și meditația îndelungă asupra antagonismelor bine-rău: „Răul nu e rău. Câtă vreme există mai răul” (p. 18); moarte - viață: „Am văzut morți. Mă gândesc la cei vii” (p. 22); absent - prezent etc.

Până acum semnat de texte științifice, laborioase – *Comunicare și acțiune* (Institutul European, Iași, 1997), *Consiliere familială* (Institutul European, Iași, 2001) – Laurențiu Șoitu se dezvăluie cu toate angoasele, trăirile, întrebările, înfățișându-se publicului în ipostaza romanticului (tabletele *Despre Iubire*), cea a nostalgicului, devenind deseori sentențios (*Consecințe*).

Cartea este structurată în capitole, fiecare dintre acestea redând dimensiunea axiologică a autorului: 1. *Inconsecvențe*; 2. *Modelul cercului*; 3. *În sfârșit, am înțeles*; 4. *Pentru că...*; 5. *Consecințe*; 6. *Dezordine*; 7. *Despre iubire*; 8. *Măine e o altă zi*; 9. *Mai aproape de cuvinte*.

Laurențiu Șoitu găsește resurse de interpretare, din perspectivă etică, culturală sau psihologică, despre omul în sine, cât și despre omul social (călătoriile prin istorie, ecouri din amfiteatrele universitare, adnotări). Cuvântul, pentru Laurențiu Șoitu, „nu-i idee, îi este izvor ce-i însoțește cursul și arată ce-a rămas/ Cuvântul e Întregul, Lumină și Iubire, e cea dintâi Putere, Ființă și Zidire/ E Spirit, Fiu și Tată ce dă fiecăruia dreptul la durată” (p. 175). Autorul redă o perspectivă de ansamblu, în care cuvântul și imaginea se află într-o perpetuă relaționare și formează împreună diferite limbaje folosite atât pentru comunicare și exprimare, cât și pentru stimularea creativității actelor comunicaționale.

Fără obiectul imaginii (lumină), cuvântul devine steril, își pierde funcția de atribut al imaginii. Însă trebuie remarcat faptul că nu există egalitate între sensul imaginii, cuvântului, imaginației și reprezentării, ci cuvântul, ca să capete înțeles, este nevoie să poată fi translat ca imagine în sens semnificativ. Textele expeditiv, notațiile fugitive se constituie în frânturi de frază, propoziții care dau ritmicitate și creează imagini.

În capitolul intitulat sugestiv *Inconsecvențe*, Laurențiu Șoitu schițează condiția omului, obârșia lucrurilor, într-un ton pesimist, dezolant: „Sinceritatea e o cale de a procura suferință/ Dacă nu pentru tine, atunci pentru ceilalți” (p. 11), „Toți întrebă: Ce mai faci? Nimeni nu vrea să știe că te-ai oprit” (p. 13). „Cei care nu fac nimic știu orice despre alții. Cine știe multe rar spune ceva” (p. 15).

Autorul este măcinat de teme universale ca re-găsire a spiritualității: „În situații critice și de durere mă obișnuisem să număr. Mai ales pentru a adormi. Între timp, am redescoperit rugăciunea. Am aflat – sper, definitiv – ce bine e să știi că nu ești singur printre ai tăi” (*Niciodată singur*, p. 76). Mundan, Laurențiu Șoitu nu se sfiește să dea curs unor destăinuri intime (paginile de jurnal): dorul de mamă (*Mi-am visat mama*), nevoia de dragoste (*Porția de iubire*), prietenii (prezența în textele sale a actriței Mărioara Davidoglu).

Meritul celui care, după *Modelul cercului*, trăiește „din plin”, dar „îi lipsește ceva”, (p. 22) este acela de fi dezbătut sensurile logice și paradoxul, „ciclurile istorice” și răsturnările planetare, „imperialismul tehnicii” actuale.

Mai aproape de cuvinte re-aduce cititorul într-un spațiu al marilor întrebări „Exist. Pentru câtă vreme?” (*În sfârșit, am înțeles*, p. 25), „Oriunde poate fi și acasă. Acasă nu poate fi oriunde” (p. 24).

Oana POPIȚIU

28. **Dona Tudor, *Manipularea opiniei publice în conflictele armate*, Editura Dacia, Cluj-Napoca, 2001**

Deși au trecut zece ani de la apariția în librării a cărții de față, lucrarea Dinei Tudor nu și-a pierdut nimic din actualitatea ei frapantă și plină de provocări, ci, dimpotrivă, tema tratată de autoare a devenit tot mai în măsură să stârnească reacții și să declanșeze controverse. Într-un anume fel era și previzibil. An de an conflictele armate, disputele teritoriale, rivalitățile dintre state și sau dintre regimuri politice neagreate s-au înmulțit simțitor, iar etapa globalizării în care a intrat Europa și lumea în general a determinat o schimbare evidentă de strategie politică și de derutare a adversarului. Tehnologiile sofisticate și mijloacele de influențare a opiniei publice s-au perfecționat și au proliferat continuu, astfel că apelul la ele a devenit o practică curentă, cu rezultate vizibile în orice sector al vieții publice a statelor moderne. Armamentul tradițional e tot mai mult lăsat să ruginească în depozite și arsenale, iar apelul la atacul virtual a devenit mult mai lesnicios și mai perfid. Bombardamentul informațional, atacul audiovizual s-a dovedit extrem de profitabil și mult mai puțin costisitor, deoarece nu implică cheltuieli materiale exagerate și nici sacrificiu omenesc. S-a constatat că, folosit cu abilitate și pe perioade lungi, el poate remodela structura și dinamica socială, că poate conta substanțial în procesul luării deciziilor și poate influența comportamentul oamenilor.

Știința mistificării, inducerea în eroare prin folosirea clișeelelor, sloganurilor, modelelor bine „echipate” în laboratoarele secrete ale specialiștilor asigură un cadru propice pentru fabricarea imaginilor și trimiterea lor spre lume. Se asigură astfel o victorie previzibilă, cu implicarea psihicului uman, având ca rezultat instituirea unei păguboase confuzii între lumea reală și cea virtuală, dereglarea percepției lucide și înlocuirea acesteia cu un produs al mitizării.



Devenită „busolă a interacțiunii sociale”, mass-media pune în mișcare o mare cantitate de imagine, fabricată și manipulată, care devine credibilă și poate avea rezultatele dorite. Filosofi și gânditori ca Mircea Eliade, Constantin Noica sau Jean Baudrillard au emis de-a lungul timpului observații demne de reținut despre puterea cuvântului și a imaginii și asupra potențialului lor de influențare. Uneori zvonul e mai puternic decât adevărul, tocmai pentru că omului îi place să vadă lumea altfel decât este. Zvonistica în lumea contemporană a devenit o armă foarte periculoasă prin efectele ei derutante, dar cu efect scontat.

Autoarea analizează cu parcimonie toate aceste cazuri și face trimiteri la o bază documentară impresionantă, care o ajută să opereze o selecție bibliografică de primă mână. Ea arată astfel că țările înapoiate sau în curs de dezvoltare sunt mai fragile decât marile puteri

și că în unele cazuri scenariile sunt elaborate și aplicate *ad literam* asupra lor, fie pentru a testa puterea de acțiune a noii arme, fie pentru a-și urmări planurile de expansiune și dominare. Nu de puține ori, autorii militari ai acestor războaie trimit la înaintare sociologi, politologi sau filosofi ai istoriei, care se lasă angrenați în elaborarea unor ipoteze ingenioase cu privire la mersul și dezvoltarea omenirii, pentru ca apoi ele să fie preluate și prelucrate în ateliere de influențare publică și să fie folosite în alte scopuri. Omul contemporan a devenit dependent de informația audio-vizuală și, ca atare, optează nu de puține ori pentru o componentă fabricată a acesteia, lăsându-se manipulat cu bună știință de puternicul arsenal propagandistic. Deși s-a încercat în cele mai înalte foruri de decizie ale comunității europene instituirea unui cod de reguli și de principii aplicabile în sistemul informațional global, nu s-a ajuns deocamdată la un consens în problemă, mai ales că există numeroase posibilități de eludare a lor. Protecția personalității, a copiilor și a tineretului se face tot mai greu, în condițiile în care aceste categorii sociale au acces la internet, la biojocuri, facilitând situațiile în care „Tomagochi”, respectiv viețile virtuale, coboară printre noi.

În atârî împrejurări, războiul virtual se poate declanșa oricând, ca o formă de anihilare a inamicului, de inducere în eroare sau pentru a slăbi capacitatea lui de luptă, prin luarea unor decizii contrare realității, prin distragerea lui de la adevăratele scopuri nemărturisite. Derutarea adversarului prin simulări, concentrarea și dispărarea lui în zone inventate au ca efect descurajarea ofensivei și a apărării strategice, demobilizarea și capitularea forțelor armate. Politologii și strategii militari gândesc, prevăd și pun la cale planuri și variante de acțiune multiple, pe care le folosesc împotriva unei națiuni sau alteia, micșorându-i capacitățile de ripostă și de integritate armată. Autoarea se referă aici la operațiuni precum „Desert Storm” din Irak sau în cele din războiul dus de Israel asupra Văii Bekaa, în 1982.

S-a probat aici importanța distrugerii capacității informaționale a adversarului, deoarece aviația israeliană a distrus mai întâi centralele telefonice ale adversarului, producând o adevărată confuzie și o derută totală în sistemul de coordonare a operațiilor.

La ordinea zilei a ajuns și folosirea unor astfel de mijloace din structurile mediatice pentru dezorganizarea statelor naționale. Sunt folosite dezinformări de amploare, manipulări culturale, strategii destabilizatoare, metode de abrutizare și uniformizare a indivizilor și chiar de spălare a creierelor. Aceste agresiuni informaționale au devenit tot mai accesibile, pe măsură ce dominarea globală s-a intensificat. Potrivit concepției postmodernilor, granițele unui stat sunt o creație artificială, care pot fi desființate, iar statele recompuse după cu totul alte criterii. S-au văzut astfel de mutații în Europa, după căderea Cortinei de Fier, când Cehoslovacia și Jugoslavia au intrat în vizorul puterilor europene, care au preferat să aibă de-a face cu state mai mici și mai ușor de dirijat. Pulverizarea puterilor statelor naționale a intrat de asemenea în strategia marilor puteri europene, care hotărâsc granițele în funcție de simple criterii economice sau de transformarea regiunilor mai slab dezvoltate din Est în simple piețe de desfacere. Autoarea ajunge astfel, cum era și firesc, să ia în discuție teoriile politologului american Samuel Huntington, care a prezis că, după încetarea conflictului ideologic dintre Est și Vest, în Europa se va instaura conflictul cultural, pe o linie care desparte creștinătatea occidentală de creștinătatea ortodoxă și de Islam. Indiferent că suntem sau nu de acord cu ideea, faptul în sine trebuie să ne dea de gândit, deoarece o nouă reaşezare a lumilor pe baza unor noi provocări geopolitice este o realitate a zilelor noastre. Autoarea amintește astfel faptul că, în noiembrie 1991, Comisia Uniunii Europene a făcut publică o hartă a Europei fără granițe, o Europă a anului 2000, împărțită în 7 super-regiuni. Atacul la granițele naționale se preconizează în chip manifest, printr-o vizibilă decompoziție

a statelor europene, reorganizate în funcție de criterii economice. Țara noastră ar fi împărțită în două regiuni de sine stătătoare. Partea de Vest ar intra în componența Super-regiunii bazinului dunărean, în timp ce partea Munteniei și Dobrogei în Super-regiunea balcanică. De asemenea, sunt de depistat în stadiul de acum al politicii naționale semnele unei vizibile pierderi de putere la nivel statal, printr-o serie de acțiuni menite să slăbească puterea lui decizionlă, să diminueze acțiunea poliției, justiției, capacitatea de funcționare și de luare a deciziilor, subminarea personalităților, spo-

lierea patrimoniului național și fragmentarea conștiinței de neam. Atacurile concentrate ce vin din partea minorității maghiare devin tot mai agresive și mai greu de stăpânit. În aceste condiții, politica de „reînvățare a statelor” are tot mai mulți sorți de izbândă, iar manipularea este la ordinea zilei.

Cartea Donei Tudor devine astfel o temă de meditație și dezbateri zilnică. Reeditarea ei sub forma unei aduceri la zi ar fi de o mare utilitate.

Mircea POPA

29. Dan Culcer, *Serii și grupuri*, Editura Cartea Românească, București, 1981



Cel mai adesea, problemele legate de lectură în mediul academic vizează atât interesele scăzute pentru lectură, cât și selecția distorsionată a literaturii. Chiar dacă astăzi beneficiem de un fond bogat și divers de

cărți, se citește tot mai puțin în rândul studenților. Asistăm continuu la un fenomen de corintizare a literaturii în general și a celei de specialitate în particular, astfel încât atitudinea predominantă este influențată de confuzie. Confruntarea dintre profesionalism și amatorism, atât în spațiul literaturii, cât și în media a devenit o realitate supărătoare. Cititorul contemporan sesizează sau alege să ignore tensiunea constantă de a fi nevoit să discearnă între o literatură bine articulată ca valoare artistică, estetică și un kitsch. Cu siguranță în contextul actual este imposibilă soluția formării unui canon prin care să fie subliniate principiile hermeneutice universale valabile, dar anumite instrumente de abordare artistică a textului sunt absolut vitale. De asemenea, se manifestă astăzi și un anumit tip de cultură de masă simțită și inoculată de mass-media pentru manipularea mulțimii cu scopul de a se ține sub control sau distorsiona realitățile sociale. Ca și consecință distructivă imediată, această cultură de masă produce o societate de consum, care degradează accesul la artă și literatură, dorind insistent și agresiv urmărirea satisfacerii imediate, a plăcerii dobândite lejer, evitându-se cu desăvârșire efortul

intelectual. Cultura de masă nu are ca obiectiv trăirea unor experiențe etice și estetice, ci doar dorința de a se distra, de a se simți bine.

Publicistul și scriitorul, Dan Culcer în cartea sa, *Serii și grupuri*, editată la Cartea Românească în anul 1981, ne propune o cale rațională și echilibrată, punând în discuție abordări literare diverse ca: eseul, literatura fantastică, critica literară, romanul, proza scurtă, note sociografice și autori diferiți care se reunesc din punctul de vedere al caracteristicilor principale și funcționale ale literaturii. Cartea ne conduce prin mai multe cadre, unele generale, altele clădite pe detalii, având ca scop, după cum reiese din subtitlul cărții, citirea și trăirea literaturii.

În prima parte autorul alege să nu vorbească despre originea eseului, schițând doar evoluția acestui gen literar în spațiul românesc. Oscilația dintre formulările de natură constructivă în care eseul implică o definiție de tip creator sau de natură conjuncturală prin care eseul este văzut ca o consecință «a degradării gândirii sistematice», nu-l intimidează pe criticul Dan Culcer. Acesta încearcă să nuanțeze aportul adus literaturii de către eseu, aport ce constă în interpretarea unui material prelucrat și predat de natură filosofică, estetică, sociologică, etc... Opiniile eseistului sunt puternic influențate de științele umane, acesta fiind angajat într-o acțiune pacificatoare, de repunere a acestora în dialog. Dan Culcer nu pune limite promovării elementelor de compoziție ale eseului, dar limitează exemplificarea practicării acestuia printr-un număr restrâns de scriitori, care l-au dus la maturizare în România, accentuând contribuția individuală a fiecăruia. Galeria eseistilor români este deschisă de Nicolae Manolescu cu cele două cărți; *Sadoveanu și utopia cărții*, *Introducere în opera lui Alexandru Odobescu*. Trătând cu un rafinament estetic utopismul social a lui Sadoveanu, ce propunea structuri sociale ideale, opuse celor contemporane și modele de existență literare cu cele din viața reală, precum și existența dihotoniismului indistructibil de prozator și savant ale lui

Odobescu, autorul face din Nicolae Manolescu eseistul de marcă care ne propune o metodă personală a eseului, anamorfoza. Asemenea precedentului video care constă în fragmentarea unei linii orizontale și amestecarea părților componente în diferite cadre, criticul pledează pentru deformarea sistematică a obiectului metodei clasice pentru unirea ei în aspecte inedite, pentru a se confunda cartea cu viața și invers. Interesul pentru lectura cărții lui Nicolae Steinhardt, *Între viață și cărți*, este dată de medierea naivă și politicoasă dintre viață și carte. Ca un *intelecual mediator*, eseistul ne impresionează prin enciclopedismul său și războiul permanent dintre literă și spirit, estetic și etic, realitatea cărții și realitatea vieții, toate având aceeași finalitate de reprezentare a echilibrului dintre istoricitate și transcendență. Impresionant este și manierismul (metodă ce aparține barocului, anti-clasică) a celor doi esești memorabili Octavian Paler, Florin Mugur cu cărțile: *Mitologii subiective* și *Cartea Numerelor*. Trăsătura comună a celor doi este folosirea aceleiași etici problematice în care autorul caută o cale de interpretare a condiției artistului, definită prin acțiunea creatoare și măsura ca stil.

În scurta incursiune prin domeniul fantasticului, Dan Culcer, ridică un semn de alarmă cititorului contemporan avertizându-l să nu îl ocolească cu prea multă ușurință. Literatura fantastică marchează o discontinuitate într-un univers rațional și coerent. Bazându-se pe imaginație, îl provoacă pe lector să evadeze din rutină și de sub sensul comun al realității. Cu toate că trezește sentimente antagonice de spaimă și curiozitate, de atracție și respingere, fantasticul în comentariile lui Dan Culcer, vrea să *micșoreze distanța dintre imaginație și realitate*. În finalul acestui capitol, autorul cărții îndeamnă și invită deschis generația tânără să nu fie pasivă față de literatura fantastică, deoarece ea este un factor de reflecție și de problematizare a viitorului. Capacitatea de a pune întrebări și a căuta soluții este esențială în evoluția omului. Prin urmare lecturarea literaturii fantastice poate

da naștere la o suită de întrebări privind destinul generațiilor viitoare care se vor confrunta cu probleme de natură ecologică, politică, socială, etc...

În capitolul intitulat Seismografia critică, Dan Culcer menționează o formă de a înțelege și aborda critica literară a criticului E. Lovinescu, precum și trecerea în revistă a unor comentarii referitoare la critica tineri din aceea vreme, care l-au impresionat în mod deosebit pe autor: Mircea Zăciu, Marian Papahagi, Ion Vârtic, Mircea Iorgulescu și alții. Comentariile referitoare la criticul E. Lovinescu, au ca punct de pornire lucrarea lui Alexandru George, *În jurul lui Lovinescu*, publicată la editura Cartea Românească, 1975, în care sunt aduse elogiile nu unui zeu al criticii, ci unui mod de a vorbi despre critică. Importanța criticii lui Lovinescu pornește nu de la aprecierea valorilor formale, ci de la înalțarea nivelului exigenței în judecarea artei, prin indicarea cât mai clară a specificității acesteia. Actualitatea criticii coincide cu adoptarea sensului unui real democratism, eliberat de spiritul exclusivist care definește deformat estetica. Pentru dobândirea unui spirit critic echilibrat este absolut firească renunțarea verdictelor juste, a dogmatismului care optează valoarea estetică, fiindcă nu corespunde principiilor fixate o dată pentru totdeauna. Este relevantă și posedarea unui pragmatism ce aparține criticilor clujeni, Marian Papahagi și Ion Vârtic, caracterizați printr-un spirit critic cu un înalt grad de intelectualitate, fără complexe culturale în creștere continuă prin frecventarea cu asiduitate a bibliotecilor.

Dan Culcer nu se arată deloc dezinteresat de analiza politică profundă de o mare actualitate, făcută de Mircea Iorgulescu în cartea sa *Fireșcul ca excepție*, publicată la aceeași editură Cartea românească. În prim planul tranziției, ce marchează sfârșitul domniilor fanariote și începutul unei conduceri autohtone, un rol important, prezentat paralel, îl joacă Tudor Vladimirescu și Constantin Dinicu Golescu. Într-un moment istoric de maximă confuzie între forme și conținut sunt necesare

transformări în cea de-a doua sferă, fapt pentru care se contestă mai mult efectele sistemului decât sistemul. Tudor Vladimirescu pledează nu pentru o schimbare a puterii, cât pentru o schimbare în interiorul puterii ce practică vădit o uzurpare legislativă. Revolta sa se focalizează nu împotriva formelor, ci împotriva spiritului acestei lumi. Cu toate că spiritul reacționar este puternic potențat și reformele dorite, fapt firesc pentru condiția umană, acestora le lipsește contextul, dominat și intens influențat de demagogie. Asemenea, și Dinicu Golescu în neputița sa de realizare a restructurării râvnite, scrie despre lucruri comune și din spațiul european ca și cum s-ar afla pe tărâmul perfecțiunii. În capitolele finale referitoare la proza scurtă și notele sociografice, impresionat de realitățile sociale, autorul pledează pentru o critică socială. Contribuția remarcabilă a lui Mircea Nedelciu în proza scurtă prin înlăturarea descrierilor abuzive, prin abordare variată a unei teme date, acaparează orizontul de așteptare a lectorului surprins și guvernat de dinamica activităților cotidiene.

Potrivit proverbului latin *Bene docet qui bene distinguit*, cartea aceasta este necesară prin provocarea abordării literaturii ca valoare artistică și estetică, eliberată de toate formele de amatorism. Domnul Dan Culcer ne impresionează prin exercițiul individual de erudiție, de enciclopedismul său și ne avertizează cel puțin asupra două realități extrem de importante. În primul rând pentru o abordare critică echilibrată este necesară o lectură bogată, participativă, și nu una superficială absentă de influența trăirii. În al doilea rând pornind de la comentariile sale, care nu sunt exclusiviste, exhaustive, dominate de un spirit radical, ci sunt deschise interpretării unei viitoare critici la critică, cititorul pasionat de literatură, cu un spirit reacționar, trebuie să fie mereu prudent și tolerant pentru a nu cădea într-un dogmatism animat de verdicte juste care reprimă valoarea artistică.

Lucian CIUPEI

PUBLICAȚII CULTURALE
– Revista română de istorie a presei –



A apărut numărul 1 (7) din 2010 al *Revistei române de istorie a presei* (212 pagini; redactor-șef Marian Petcu, secretar general de redacție Aurelia Lăpușan, responsabil de număr Ilie Rad).

În prima secțiune – *Studii și eseuri* – sunt publicate nouă ample abordări științifice: *Precursorii presei românești*, cel mai amplu studiu scris la noi despre acest subiect, în care sunt discutate toate încercările de a tipări publicații în limba română: Ioan Molnar Piuariu (1789); *Courrier de Molodavie* (1790); Paul Iorgovici (1793); Petru Barth (1795); Alexie Lazaru (1814); Teodor Racocce și *Crestomaticul românesc* (1820); Zaharia Carcalechi și *Biblioteca românească* (1921); *Fama Lipschii pentru Dația* (1827).

Alte studii: *Discursul indignării în presa românească. De la "Pruncul român" la "Adevărul" anilor '90* (Șorin Preda); *Gazeta „Soldatul moldovan”* (Dinu Poștarencu); *O revistă arădeană: „Înmoirea”* (Dumitru Vlăduț); *Mărturiile arhivistice privind înființarea birourilor de presă ale Prefecturii și Primăriei Constanța* (Virgil Coman); *De la „Almanahul literar” la revista „Steaua”* (Mircea Popa); *1906. Corurile din Banat în vizită la Constanța. Un emoționant gest de frăție, relatat în presa vremii* (Aurelia Lăpușan); *Limba de lemn în presa noastră* (Paul Schweiger); *Cuvântul-armă. Presa militară românească de campanie în Primul Război Mondial* (Gheorghe Nicolescu).

A doua secțiune a revistei include recenzii ale unor cărți de specialitate semnate de Ion Hangiu, Șorin Gabriel Ioniță, Mădălina Moraru, Valentin Nicolau, Marian Petcu, Adrian Dinu Rachieru, Ilie Rad, Gheorghe Săsărman și Marian Țuțui, rubrica „Alte cărți ale colegilor noștri” prezentând cărți cu profil divers, semnate de Aurelia Lăpușan, Ilie Rad și Gabriela Rusu-Pășărin.

Rubrica „Miscellanea” cuprinde: Mircea Popa, *Ziaristul italian Luigi Cazzavilan (1852-1903) și rolul său în presa din România*; Dan Gîju, *Observator militar – 150; Simpozionul internațional „Carte. Europa. România”*; *Modele pentru Jurnalism și comunicare. 20 de ani de învățământ jurnalistic în România*, iar la rubrica „Din viața asociației” găsim informații despre: primul Congres Național de Istorie a Presei (Arad, 2008) și lista participanților; al doilea Congres Național de Istorie a Presei (Iași, 2009) și lista participanților; *Protestul ARIP față de situația din Republica Moldova* (aprilie 2009); Acord între Asociația Română de Istorie a Presei (ARIP) și Asociația Istoricilor din Moldova (AIM); Memoriul ARIP adresat Ministe-

RECENZII

rului Culturii și Cultelor, privind înființarea unui Muzeu Național al Presei; *In memoriam Pericle Martinescu*; membrii fondatori ai Asociației Române de Istorie a Presei; lista membrilor ARIP (2007, 2008, 2009); diplomele acordate de ARIP; Structura organizatorică ARIP etc.

Coperta aparține unuia dintre cei mai valoroși graficieni clujeni contemporani, Kőnczey Elemér, iar tehnoredactarea este semnată de Ionuț Burcă, directorul Editurii Accent, care a editat acest număr al revistei.

Revista conține peste 50 de ilustrații (fotografii, portrete, frontispicii etc.)

Coperta numărului are o mare valoare simbolică – fotografia primului birou de presă din Transilvania, constituit cu ocazia Procesului memorandiștilor, la Cluj, în mai 1894. Alături de fondatorii Biroului – Valeriu Braniște, Vasile Lucaciu, Const. Diaconovici și alții –, se află și reporterii din Regatul României.

Ilie RAD