

# STUDIA

## UNIVERSITATIS BABEȘ - BOLYAI

### EPHEMERIDES

#### 1

---

**Editorial Office:** Gh. Bilașcu no. 24,3400 Cluj-Napoca ♦ Phone: 064-40.53.52

---

#### SUMAR - CONTENTS - SOMMAIRE - INHALT

I. MAXIM DANCIU, Universul știrilor ♦ The Universe of News .....	3
DORU POP, Teorii mediatică și structuri politice ♦ Media Theories and Political Structures.....	39
MIHAI-VICTOR STOICA, The Instantaneous Reporting by the Media of International Crisis as a Necessary Nuisance Which Diplomats Must Learn to Live With .....	51
GABRIEL VASILIU, Leontin Ghergariu - gazetar ♦ Leontin Ghergariu Newspaperman .....	59
SILVIU G. TOTELECAN, Rădăcinile identității ♦ The Roots of Identity.....	67
GHEORGHE LASCU, Imaginea Franței la românii ardeleni - metodologia cercetării ♦ L'image de la France chez les Roumains de Transylvanie - méthodologie de la recherche .....	77
SOFICA AURELIAN, DAN C. STEGAROIU, Administrația: structuri, practici, perspective ♦ The Public Administration: Structures, Habits and Perspectives.....	93
ANDREEA MOGOȘ, Imaginea electorală a lui Petre Roman în afișe (perioada 1990-1999) .....	107
HORVÁTH ANIKÓ, Personajele feminine în filmele românești de după 1989.....	119
CĂLIN RUS, Evaluation der forschung und lehre - verschiedene evaluationsmodelle ♦ Definition of Evaluation .....	135
UDA SCHESTAG, "Ecranizare" sau "film literar" (traducere și prezentare MIRELA POP).....	139



## UNIVERSUL ȘTIRILOR

### I. MAXIM DANCIU

**ABSTRACT. The Universe of News.** Starting from a historical perspective of the press, this study focuses on the outcome and development of the informative journalism, insisting on the role played by the journalist's activity in structuring the modern public space. The study analyzes the creation of the newspaper as a specialized institution of press, the journalist's affirmation as a professional of news, the news output, the promotion of journalistic canon - to seize the importance of press as a public service, which continually adapts itself to innovations imposed by contemporary civilisation's technique.

### I. Apariția și dezvoltarea jurnalismului informativ

Analizând la începutul secolului nostru instituția socială a presei, D. Gusti considera că, pentru a-i fixa originile, se impune atât o cercetare a motivării psihologice, cât și una a condițiilor cultural-istorice. Privind motivarea psihologică, presa s-ar distinge prin *dorința de cunoaștere*, dar nu cunoaștere în sensul de „a ști pentru a fi edificat“, ci mai degrabă prin „a ști din curiozitate indiscretă“, subliniindu-se aici nevoia de noutate, ca o *vânătoare de fapte actuale*. Importantă se dovedește a fi așadar chiar ideea *actualității* care, spune D. Gusti, „a fost totdeauna privită ca un semn distinctiv esențial al naturii ziaristicii“. Perspectiva este psihologică deoarece *actualitatea* este în primul rând un act de conștiință: „După conținutul și volumul unei conștiințe se determină ce este actual; constelația de fiecare dată a conștiinței hotărăște ceea ce este «important» sau «neimportant». Dacă n-ar depinde decât de evenimente ca să facă un lucru actual sau neactual atunci cum ar fi oare posibil ca lucruri întâmplare mai demult să devină acum actuale? Apoi trebuie să amintim și faptul că ceea ce este azi modă, *en vogue*, poate aparține totuși după origine trecutului. De asemenea, multe lucruri noi nu devin actuale, din cauza celor neînsemnate trecem cu vederea ceea ce e important, evenimente de seamă trebuie să cadă în umbra unei «afaceri»; și câți, de pildă cei ce trăiesc în curți țărănești, participă la ceea ce se întâmplă în «lume?»“ Mai departe, Gusti leagă pe bună dreptate problema actualității în presă de abordarea socio-economică și culturală a intereselor. Actual, precizează sociologul român, este „ceea ce la un moment dat stă în primul plan al interesului. Interesele pot fi de natură pur real-obiectivă, spiritual-socială,

economică sau politică. Satisfacerea acestor interese s-a făcut în istoria culturii după felul și dezvoltarea lor și pe măsura mijloacelor tehnice existente în epoca respectivă<sup>1</sup>.

Cu privire la condițiile cultural-istorice ale fenomenului numit presă sunt vizate o arie mai largă de domenii: limbă, scriere, poștă, arta tiparului. „Drept primă formă a satisfacerii «nevoii de noutăți», drept prim ziar – arată Gusti – este amintit ziarul «fluierat», convorbirea care ia naștere prin semnale cu ajutorul fluierelor de lemn și care este răspândită printre gomeros, ultimele rămășițe ale locuitorilor originari ai insulelor Canare“. Mai îndreptățit ar fi însă să se pornească de la *ziare vorbite sau povestite*, „anume culegerea și povestirea mai departe de noutăți la colțuri de străzi și în piețe publice din Paris în secolele XV și XVI“. De asemenea, mai pot fi amintite și „strigarea și oferirea mărfurilor în evul mediu ca un fel de publicitate“, dar și – odată cu inventarea artei scrierii – presa oficială, așa cum a fost cultivată în China și Roma antică (*Acta populi Romani Diurna*, *Acta Senatus Diurna*), precum și, mai târziu, expedierea corespondențelor politice și comerciale. „Astfel de corespondențe amănunțite cu știri se găsesc parțial ca niște comunicări ocazionale de noutăți în corpul scrisorii, parțial ca *nova* de scrisori într-o rubrică specială la sfârșitul scrisorii; uneori aceste știri apar ca *pagellae zeddulle* într-un adaus la scrisoare constând din foi deosebite sau sunt cuprinse în scrisori din ziare ocazionale și, în sfârșit, regulate. Publicul dornic de a citi era mărginit la un cerc mic: curțile marilor domni, pătura comercianților, cea preoțească și profesorii universităților. Caracteristica acestei corespondențe cu știri consta în faptul că la început noutățile scrise erau destinate exclusiv acestor persoane, cărora le fuseseră trimise de autor; cu timpul, acestea au circulat mai departe printre prieteni și cei din aceeași clasă socială sau au fost schimbate reciproc cu alte noutăți de felul acesta, astfel încât scrisoarea destinată la început numai unuia a devenit acum accesibilă mai multora“<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> D. Gusti, *Ideile fundamentale ale dreptului de presă*, în D. Gusti, *Opere*, vol. II, ed. Ov. Bădina și Oct. Neamțu, București, Ed. Academiei, 1969, pp. 128-129.

<sup>2</sup> *Ibidem*, pp. 130-133. Vezi și Jean-Nöel Jeanneney, *O istorie a mijloacelor de comunicare*, trad. de Mihaela Calcan, Iași, Institutul European, 1997, pp. 15-20. („La origine, forma cea mai primitivă a comunicării în masă este indicarea publică a unui fapt foarte simplu și care poate fi prevăzut: într-o perioadă în care scrierea nu exista. O creștătură într-un copac, o piatră colorată, o ramură ruptă înseamnă pentru omul primitiv apropierea inamicului, ori faptul că vânatul a trecut pe aici sau se va afla acolo... În aceeași categorie intră semnalele optice – fumul pe timpul zilei sau focul în timpul nopții – și, de asemenea, semnalele acustice cum este vestitul tam-tam african“. Agora, târgurile, forumul sau templul sunt locuri privilegiate de circulație a știrilor. „Noutățile zilei se afișează în Grecia și Roma în piața publică și în forum.“ Mai târziu, prin *manuscrise*, strămoșii ziarelor de astăzi, se formează din secolul al XV-lea și în timpul celui de-al XVI-lea o rețea tot mai densă de circulație a informațiilor: „mai ales în Germania și Italia, din marile centre de afaceri pornesc informații referitoare la situația economică și politică. Ele sunt adunate și copiate în mare viteză de către scribi, care le reproduc apoi în 100. 200, 300 de exemplare: la Veneția sfârșitului de secol XV, acestea vor primi numele de *avvisi*, iar în Olanda – *zeytungen*. Exemplul lor este urmat de Anvers, Frankfurt și Lyon, unde se află un înfloritor târg.)

Toți istoricii mijloacelor de comunicare sunt de acord că momentul tehnic hotărâtor în dezvoltarea presei îl constituie inventarea tiparului (= multiplicarea scrierii prin mijlocirea literelor metalice de tipar, izolate, mobile). Potrivit lui D. Gusti, trebuie să deosebim două feluri de foi tipărite, ținând cont de două caracteristici de bază ale publicității, anume a conținutului și a periodicității: „Foile ocazionale, «relatările», «relatările locale», «avizele», «ziarele comune», «foile volante» erau tipărituri în formă de scrisori, care apăreau cu prilejul vreunui eveniment (război, incendiu, crimă, încoronare, înmormântare), chiar în locul unde se întâmpla faptul demn de remarcat, totuși fără ca să se indice locul, cu unicul scop de a mulțumi curiozitatea pentru întâmplări a cititorilor. Cea mai veche relatare, din anul 1493, o posedă Biblioteca Universității din Lipsca. Tranziția la scrierile periodice au format-o apoi calendarele cu apariție anuală și cataloagele târgurilor cu apariție bianuală (primul inventar de târg a apărut la 1564 în Frankfurt pe Main, scos de Georg Wölker). Regularitatea apariției și pestrița compoziție a cuprinsului sunt semnalamentele caracteristice și ale «curierilor poștali» (*Postrenter*), care apăreau anual și aveau drept cuprins colecția evenimentelor dintr-un an (prin urmare era o culegere a conținutului relatărilor izolate) și ale acelor «relationes Semestrales», care se repetau la fiecare jumătate de an de la târg la târg. Primul ziar cunoscut până astăzi, cu apariție săptămânală este «Relation», tipărit la Strasbourg, în 1609, de Johanus Carolus...”. Se înțelege, condițiile tehnico-economice erau și ele favorabile dacă avem în vedere confecționarea în fabrici a hârtiei (de la 1340 în Italia, 1390 în Nürnberg, 1797 inventarea mașinii de hârtie), ceea ce a condus la simplificarea procedeelelor de tipărire. „Inventarea presei mecanice de către König (1811), făcând posibilă executarea unor mai mari cantități de copii, de o mai bună calitate, însemnează pentru presă un lucru tot atât de însemnat ca și invenția lui Gutenberg pentru scriere; înmulțirea cilidrilor de presare și inventarea presei rotative (1876) au transformat complet tehnica imprimării. În sfârșit, apariția noului trafic rapid (tren, telefon, cablu, vapor rapid) a promovat puternic presa”<sup>3</sup>.

Bineînțeles, satisfacerea „nevoii de noutate” răspundea și afirmării sociale a unor mișcări culturale. „Înainte de toate, sunt două mișcări spirituale: Renașterea umanistă, prima mare afirmare a spiritului modern și Reforma, sub înrăurirea și impulsul cărora presa a căpătat o nouă structură. (...) Trebuie să amintim obligațiile școlare, răspândirea scrierilor în mase și învățământul general al poporului; momente de economie națională, ca dezvoltarea comerțului și activității disponibile și organizatorice a patronatului capitalist;

---

<sup>3</sup> D. Gusti, *op. cit.*, pp. 134-135.

mărirea populației orașelor; evenimente politice și de deosebită publicitate, ca luptele revoluției franceze din 1789, mișcările pentru constituție și libertate de la 1848, introducerea statului constituțional și a sistemului reprezentativ parlamentar; ideea naționalității; recunoașterea publicității în procedura penală – acestea sunt împrejurările și factorii cei mai importanți care au determinat de acum înainte mersul evolutiv al presei<sup>4</sup>.

Tot dintr-o perspectivă istorică Jean-Nöel Jeanneney vorbește de trei elemente principale ce definesc presa: „mai întâi «ocasionalele» cu informații generale; apoi fișucile cu fapte diverse și, în al treilea rând, presa de opinie, care se străduiește să influențeze afacerile publice: pamfletele, libelele și alte asemenea tipărituri. Combinația va rezista până la sfârșitul secolului al XVIII-lea și chiar până în secolul al XIX-lea, cu literatura de scandal, care a influențat puternic evoluția sensibilității colective în Europa<sup>5</sup>.

Nevoia de informație în creștere și datorită dezvoltării orașelor a condus, treptat, la cristalizarea ideii de ziar. La început era vorba de corespondența manuscrisă cu caracter politic și economic care, la sfârșitul secolului al XVI-lea, a fost transformată, din inițiativa unor editori și tipografi, în *cărți de știri*. „Cea mai veche carte de știri cunoscută este cea în limba engleză, intitulată «The Treve Encounter», care nu era o publicație de orientare economică ci cronică a unui fapt de arme prezentat pe 12 pagini, tipărită la Londra în 1513. Aceste cărți de informații s-au transformat destul de repede în foi volante, căpătând varietate, fie chiar și limitată, în ce privește conținutul. Și mai important era însă faptul că s-a manifestat tendința de a da foilor de informații o anumită periodicitate a apariției. Practic acestea erau embrioane de ziare, care la Veneția și în Franța au primit denumirea de «Avvisi» (anunțuri) și respectiv «Gazette», în timp ce în Anglia au fost numite «News papers»<sup>6</sup>.

De asemenea, se recunoaște, în general, că ziaristii, editorii și tipografii englezi și-au păstrat o poziție de avangardă în conceperea foilor de informații, valorificând, după cum remarca Carlo Lombardi, mai ales două trăsături fundamentale și astăzi pentru un ziar: o practică, inițială încă din 1620, de a stabili un raport între director și cititor prin intermediul publicării de scrisori grupate în adevărate rubrici, precum și o punere îndemânatecă în pagină, drept mărturie a unui spirit ziaristic inventiv, în sensul cel mai modern al cuvântului.

---

<sup>4</sup> *Ibidem*, p. 136.

<sup>5</sup> Jean-Nöel Jeanneney, *O istorie a mijloacelor de comunicare*, p. 22.

<sup>6</sup> Carlo Lombardi, *De la porumbelul călător la sistemul de editare*, în Giovanni Giovannini (ed), *De la silix la siliciu. Istoria mijloacelor de comunicare în masă*, trad. E. Cosma, București, Ed. Tehnică, 1989, pp. 124-125. Vezi și Camil Mureșanu, *Etape și probleme din istoria presei în epoca modernă*, Universitatea „Babeș-Bolyai”, Cluj-Napoca, 1994.

Tot englezii au fost aceia care au valorificat pozitiv importanța poștei ca instrument de comunicație. „Numai instituirea unui serviciu zilnic între Dover și Londra, în 1691, a permis realizarea primelor cotidiene engleze. Preluarea regulată, chiar dacă nu rapidă, a unor știri a permis unor ziare ca *The Daily Courant* (1702), *The Daily Post* (1719), *The Daily Journal* (1720), *The Daily Advertiser* (1730) să indice în antet apariția cotidiană. Iau naștere, în acest context, primele expresii concrete ale gazetăriei politice. Ziarele din secolul al XVII-lea erau, în cel mai fericit caz, o asamblare de buletine de știri aride. Începând cu anul 1704 în ziarurile engleze apar primele articole de fond purtând semnătura unor personalități de seamă, cum ar fi Swift și Defoe, cu următoarea noutate: *The Daily Advertiser* este și primul cotidian care include cu regularitate anunțuri publicitare contra cost<sup>7</sup>.

Nu trebuie apoi să scăpăm din vedere faptul, judicios subliniat de altfel de Jürgen Habermas, că presa reprezintă un element important al complexului de schimburi ale capitalismului timpuriu, cu rol determinant în configurarea spațiului public modern. „Primele jurnale, în înțelesul riguros al cuvântului, denumite într-o manieră ironică și «jurnale politice», apar la început săptămânal, dar, încă de la începutul secolului al XVII-lea, zilnic. Corespondențele private conțineau cândva știri detaliate din întreaga lume, privind parlamentele și războaiele, randamentul recoltelor, impozitele, transportul de metale prețioase și, evident, în primul rând, știri din domeniul schimbului internațional de mărfuri. Dar numai un mic pârâiaș din acest torent de știri pătrundea, prin filtrul acestor ziare «scrise de mână», până la filtrul acestor jurnale tipărite. Beneficiarii corespondențelor private nu aveau nici un interes să facă public conținutul lor. Iată de ce nu jurnalele sunt cele ce-și fac simțită prezența pentru comercianți, ci, invers, comercianții pentru jurnale. Ei sunt denumiți *custodes novellarum*, tocmai din cauza acestei dependențe, de corespondența lor privată, a informației publice, vizând circulația informațiilor.(...) Circulația informațiilor nu se dezvoltă numai dependent de condițiile schimbului de mărfuri, știrile înseși au devenit mărfuri. Informarea profesională se supune, așadar, aceluiași legi ale pieței căreia îi datorează de fapt propria sa existență. Nu întâmplător ziarurile tipărite se dezvoltă de cele mai multe ori din aceleași birouri de corespondență, care redactau încă ziarurile de mână. Or, o informație epistolară are propriul ei preț; era deci ușor să se crească profitul prin extinderea vânzării. O parte din materialul informațional era, tocmai din această cauză, periodic tipărită și anonim vândută, dobândind prin aceasta

---

<sup>7</sup> C. Lombardi, *op. cit.*, pp. 126-127.

publicitate<sup>8</sup>. Spațiul public s-a constituit prin unirea persoanelor private într-un *public*, adică într-o formă socială capabilă să asigure utilizarea raționamentului critic asupra problemelor de interes general. După Habermas, dezbaterea publică este considerată principala instanță de legitimare în spațiul politic și principala expresie a principiului *publicității*.

În secolele XVII-XIX presa evoluează de la un jurnalism primar de informare la un jurnalism literar, în serviciul unor persoane private, pentru a se transforma apoi în presă de masă, ca serviciu public. Provenită din sistemul corespondențelor private – arată Habermas – profesia jurnalismului s-a organizat mai întâi după modelul micii întreprinderi artisanale, interesul editorului fiind pur comercial. „Activitatea lui se limita în esență la organizarea circulației știrilor și la colaționarea lor“. După ce presa de informație a evoluat în direcția unei prese de opinie, iar jurnalismul literar a devenit o concurență, apare un nou element, de natură politică. Din simple publicații de știri, ziarele se transformă în purtătoarele și călăuzitoarele opiniei publice. În organizarea întreprinderii de presă, între culegerea știrilor și publicarea lor apare un segment nou: redacția. „Pentru editorul de ziar însă acest lucru a însemnat transformarea lui dintr-un vânzător de știri într-un comerciant de opinie publică“ (cf. K. Bücher). Se produce, apoi, o separație între editorul-antreprenor (patronul de presă), care preia funcțiile și responsabilitățile economice și comerciale ale editării și difuzării ziarelor, și editorii-redactori, care preiau responsabilitățile redactării ziarelor. Prin urmare, „cresc ca pondere nu numai interesele de ordin economic-privat al propriei întreprinderi; în măsura în care evoluează în sensul unei întreprinderi de tip capitalist, ziarul ajunge să pătrundă și pe teritoriul unor interese exterioare întreprinderii, care încearcă să-și impună influența. Istoria marilor cotidiene din a doua jumătate a secolului al XIX-lea confirmă faptul că, pe măsura comercializării ei, presa însăși ajunge să fie manipulată. De când volumul acordat părții redacționale este pus într-o relație directă cu volumul destinat părții anunțurilor, presa, care până atunci fusese o instituție a persoanelor private în calitatea lor de public, devine anume ușa prin care pătrund în sfera publică interese private privilegiate“. Bineînțeles, suferă schimbări și relația *editură-redacție*, în sensul că activitatea redacțională se transformă – sub presiunea progresului tehnic pe care-l suferise transmiterea informației – dintr-o activitate literară într-una specializată, propriu-zis jurnalistică: *selectarea materialului devine mai importantă decât articolul de fond: prelucrarea și evaluarea știrilor, revederea și punerea lor în pagină dobândesc prioritate, comparativ cu fidelitatea față de o „linie“ ce-și exercită, sub raport literar,*

<sup>8</sup> Jürgen Habermas, *Sfera publică și transformarea ei structurală*, trad. de Jeanina Ianoși, București, Ed. Univers, CEU, 1998, pp. 65-66.



*influența.* „Editura reangajează pe redactori, în așteptarea faptului că ei să lucreze în interesul privat al întreprinderii, subordonați directivelor acesteia.“ Mai mult, autonomia publicistică a redactorului va fi sensibil redusă și în presa de partid (care s-a dezvoltat mai întâi în Anglia și Franța, iar după 1860 și în Germania), unde în loc să fie subordonat directorului-editor „redactorul se subordonează unei comisii de control, fiind, și într-un caz și în celălalt, un angajat care îndeplinește anumite directive“<sup>9</sup>.

De asemenea, din punct de vedere sociologic, mutațiile structurale ale presei nu pot fi rupte de tendințele concentrării și centralizării, evidente încă în ultimul sfert al secolului al XIX-lea, când se constituie primele mari concerne de presă: Hearst în SUA, Northcliffe în Anglia, Ullstein și Mosse în Germania. „Dezvoltarea tehnică a mijloacelor circulației știrilor (după telegraf și telefon, telegrafia fără fir și telefonia, undele și radioul) parțial a accelerat, parțial a făcut în general posibilă o unificare organizatorică a presei și o împletire economică a ei. Alinierii serviciilor de informații prin agenții organizate ca monopol i-a urmat curând eliminarea ziarelor mai mici, datorită folosirii corespondenței precalibrate și a suplimentelor gata fabricate. (...) Totuși, în industria presei nivelul atins de gradul de concentrare economică și de coordonarea ei tehnologic-organizatorică pare neînsemnat în comparație cu noile media ale secolului XX – radio, film sonor și televiziune. Într-adevăr, foamea de capital apărea atât de însemnată și puterea publicității atât de amenințătoare, încât în anumite țări instaurarea acestor media a fost, după cum se știe, încă de la început luată în regia statului sau pusă sub controlul ei. Nimic nu caracterizează mai frapant evoluția presei și a noilor media decât luarea unor asemenea măsuri: ele transformă în organe publice instituțiile unui public format din persoane particulare. Această reacție a statului în raport cu moștenirea unei sfere publice ajunsă sub influența forțelor sociale poate fi ușor studiată urmărind istoria primelor birouri telegrafice“. Agenția *Reuter* a devenit proprietatea indiviză a presei britanice în ansamblul ei. Agenția *France Presse*, care a apărut după cel de-al doilea război mondial în locul Agenției *Havas*, este o întreprindere de stat, al cărei director general e numit de guvern. Agenția Germană de Presă este o societate cu răspundere limitată, pe care o au editorii ziarelor dispunând de o parte a capitalului de bază ce reprezintă cel mult un procent. „Oricum, experiențele unei prese care nu manifestă tendințe de concentrare au furnizat un motiv suficient pentru a împiedica «monopolurile naturale» ale radioului și televiziunii să se dezvolte în forma unei întreprinderi ale economiei private, așa cum, de altfel, s-a și întâmplat în SUA. În Anglia,

---

<sup>9</sup> *Ibidem*, pp. 237-242.

Franța și Germania, aceste media au fost organizate ca niște corporații publice sau semipublice, pentru că, în caz contrar, funcția lor publicistică n-ar mai fi putut fi în suficientă măsură protejată în raport cu funcția lor privat-capitalistă<sup>10</sup>.

Totodată, presa a trebuit să facă față influențelor ce veneau din partea modelelor publicității comerciale și politice. Sub acest aspect, Habermas constată o ordine completă răsturnată: „potrivit modelului liberal de sferă publică, instituțiile publicului *«raisonneur»* erau puse la adăpost de imixtiunile puterii publice prin faptul că ele se aflau în mâna persoanelor private. Pe măsura comercializării lor și a concentrării lor sub raport economic, tehnologic și organizatoric, ele s-au încheșat, de-a lungul ultimei sute de ani, sub forma unor complexe de o mare putere socială, astfel încât tocmai păstrarea lor în mâini private este ceea ce amenință sub multe aspecte funcțiile critice ale publicisticii. Pe de o parte, în comparație cu presa din era liberală, mass media au atins o mult mai mare influență, o mult mai întinsă rază de acțiune, o dată cu ele extinzându-se și sfera domeniului public. Pe de altă parte, ele sunt izgonite fără încetare din această sferă reîntorcându-se în sfera cândva privată a schimbului de mărfuri; cu cât a devenit mai mare eficiența lor publicistică, cu atât mai sensibile au devenit acestea la presiunea unor bine determinate interese private, fie ele individuale sau colective. În timp ce odinioară presa putea doar să mijlocească și să întărească judecata persoanelor private întrunite ca public, acum se întâmplă invers, judecata respectivă poartă pecetea mass-media. Pe traseul ce duce de la jurnalismul literar al persoanelor private la serviciile publice prestate de mass media, sfera domeniului public se modifică prin afluența intereselor private care ajung, în cadrul ei, la o reprezentare privilegiată, deși *ipso facto* ele nu mai sunt în nici un fel reprezentative pentru interesele persoanelor private în calitate lor de public. Separarea sferei publice de cea privată implică faptul că în esență concurența dintre interesele private rămâne în seama procesului reglementator al pieței și este menținută în afara disputei publice dintre opinii. În măsura în care sfera publică este încă acaparată de reclama comercială, persoanele private în calitate de proprietari acționează nemijlocit asupra persoanelor private în calitate de public. În acest caz, desigur, comercializarea presei vine în întâmpinarea transformării sferei publice într-un mijloc al reclamei; dar și invers, cerințele unei reclame comerciale izvorâte de sine stătător din contextul economic stimulează și ele această transformare<sup>11</sup>.

---

<sup>10</sup> *Ibidem*, pp. 243-244.

<sup>11</sup> *Ibidem*, p. 245.

Fenomen complex, dezvoltarea presei de masă a fost determinată de o serie de schimbări în structura mijloacelor de comunicare, de factori tehnici, economici și sociali. Se înscriu aici, cum am văzut, crearea agențiilor de presă, modernizarea tehnologiilor tipografice și a mijloacelor de difuzare, reducerea prețului publicațiilor, creșterea nivelului de cultură și extinderea învățământului la toate categoriile sociale, lărgirea democrației și sporirea interesului pentru participarea la viața publică. Cum constata Ted J. Smith, presa pe care o cunoaștem astăzi și-a avut începuturile în deceniul al patrulea al secolului XIX, odată cu apariția cotidianelor de mare tiraj („*the penny press*“) finanțate de anunțurile publicitare și menite să genereze profituri. „Concurența aprigă și caracterul cotidian au creat necesitatea unui flux continuu de «știri», iar rezultatul a fost apariția rolului ziaristului profesionist. Totodată, profitul depindea de publicitate, publicitatea de tiraj, iar tirajul depindea în parte de capacitatea de a nu pierde cititori. Astfel, orientarea partinică a ziarelor s-a diminuat într-o măsură considerabilă”<sup>12</sup>. Ceea ce în zilele noastre numim „presă“ cuprinde o mare diversitate de mass media, care include atât publicații, cât și servicii telegrafice și emisiuni de radio și televiziune.

De altfel, și după Francis Balle era presei de masă a fost favorizată de perfecționarea tehnicilor tipografice (care vor permite creșterea tirajelor), de sporirea veniturilor majorității populației și de expansiunea învățământului (care lărgeste deopotrivă publicul potențial al cititorilor și câmpul de curiozitate). Marile cotidiene apărute între anii 1890-1920 câștigă supremația în materie de informare. După 1930 se vor impune pe piața presei și marile reviste ilustrate, care vor cunoaște o puternică ascensiune, până în 1970. Tot în această perioadă presa scrisă va trebui să facă față concurenței tot mai active a mediilor audio-vizuale (Radio și TV), riposta constând în diversificarea și specializarea publicațiilor. În contextul noului spațiu concurențial, presa scrisă va evolua sub raport profesional, punând un accent mai mare pe informațiile serioase și neutre (tendință spre depolitizare, rigoare și sobrietate informațională), pe profesionalismul comentariilor, pe amplificarea rubricilor locale și multiplicarea spațiilor pentru fapte diverse și pentru informații în materie de servicii. Progresiv se va înregistra și o creștere a gradului de difuzare a presei scrise în toate categoriile sociale<sup>13</sup>.

„Până în pragul secolului nostru – arată și istoricul Camil Mureșanu – nici un mijloc audio-vizual de înregistrare și comunicare a informației n-a făcut decât să servească presa, să-i augumenteze eficiența, credibilitatea și atractivitatea,

<sup>12</sup> Ted J. Smith, *Mușcătura câinelui de pază*, în „Sinteza“, nr. 87, 1991, p. 23.

<sup>13</sup> Vezi Francis Balle, *Médias et sociétés*, Paris, Editions Monthretien E.J.A., 1990, p.88-95.

fără a se fi constituit într-un concurent al ei. Între 1890-1900 către abonați a conținutului ziarelor prin telefon. Rețeaua era însă restrânsă, procedeul costisitor și lent, așa încât n-a avut răspândire“. Concurența între informația scrisă și audio-vizuală începe o dată cu radioul și cinematograful, după 1920 ambele fiind tot mai răspândite în lume, între anii 1930-1960 înregistrând o perioadă de apogeu. Cinematografia nu a pus presei probleme serioase de concurență: „Jurnalul cinematografic sau filmele documentare, deși vizionate de milioane și zeci de milioane de spectatori zilnic, n-au micșorat numărul cititorilor de ziare, fiindcă ele nu puteau oferi decât retrospective asupra evenimentelor, în vreme ce ziarul conținea știrile zilei în ediția sa de seară, iar prin ediții speciale era capabil să difuzeze o informație la 1-2 ore de la producerea unui eveniment important. Dimpotrivă, s-ar putea spune că cinematografia a adus contribuții la dezvoltarea unor tehnici și rubrici de presă. De exemplu: pelicula cinematografică a perfecționat ilustrația periodicelor, întrucât a permis alegerea imaginilor celor mai veridice și mai adecvate; producția cinematografică și universul personal mobilizat de ea a alimentat paginile ziarelor cu un imens material de relatări și critici, mult mai amplu și cu mai multă priză la publicul larg decât cronicile teatrale“<sup>14</sup>.

Radioul, în schimb, a reprezentat primul concurent serios pentru presa scrisă, obligând chiar jurnalistică la restructurări de stil. „Avantajul cel mai important și de necombătut al emisiunilor radiofonice constă în promptitudinea comunicării informațiilor, adesea transmise «în direct» de pe scena evenimentelor“. Prinsă în competiție, precizează Camil Mureșanu, presa scrisă a evoluat pe de o parte înspre dezvoltarea funcției de comentare și de explicare a informațiilor, iar pe de altă parte înspre folosirea comunicațiilor radio pentru o și mai accelerată transmitere a informațiilor sale. Până la urmă, se poate spune că ziarele și revistele s-au acomodat șocului concurențial al radioului: „Acesta a câștigat în scurt timp o audiență imensă, atrăgând în sfera vehiculării informațiilor de toate genurile noi straturi ale populației, până atunci relativ indiferente. Dar n-a putut «racola» pe cititorii obișnuiți ai presei. Interesul celor mai mulți dintre ei s-a împărțit între lectura ziarului și ascultarea emisiunilor radio, dar nu s-a deplasat semnificativ de pe prima pe cea de-a doua. O concurență puternică a făcut în schimb, atât presei cât și radioului, televiziunea, cea mai «absorbantă» formă de comunicare de masă, care întrunește toate calitățile celor anterioare“<sup>15</sup>.

## II. Ziarul ca instituție de presă

---

<sup>14</sup> Camil Mureșanu, *Etape și probleme din istoria presei în epoca modernă*, pp. 178-179.

<sup>15</sup> *Ibidem*, pp. 179-180.

Am văzut că ziarele moderne sunt un produs al epocii industriale, ele dezvoltându-se apoi ca o *instituție specializată* în comunicarea de masă. Pentru secolul al XIX-lea, când prima dată s-a încercat în mod sistematic o definiție a presei, la baza noțiunii de „ziar“ s-au pus actualitatea cuprinsului și intenția de publicare. La întrebarea „Ce este un ziar?“ legea engleză din 1881 răspunde: „Cuvântul «ziar» (*newspaper*) înseamnă orice foaie care conține noutăți, știri sau evenimente publice sau orice însemnări sau observații, tipărite în ea pentru vânzare, și publicată în Anglia sau Irlanda periodic, sau în părți ori numere la intervale care să nu depășească 26 de zile între publicarea doua din orice astfel de foi, părți sau numere“. Legea mai definește ziarul cu formula: „Orice foaie tipărită cu scopul de a fi răspândită și făcută publică săptămânal sau mai des, sau la intervale care să nu depășească 26 de zile, conținând numai sau în mod principal știri“<sup>16</sup>.

Pentru a determina, în general, în ce constă noțiunea de *presă* D. Gusti aprecia că este suficient să se ia în considerare următoarele semne distinctive:

- 1) continuitatea (regularitatea apariției la intervale cel mult lunare; periodicitate);
- 2) conținut de interes general (actualitate);
- 3) intenția accesibilității publice (publicarea pe calea multiplicării mecanice; publicitate).

La aceste trei note distinctive se adaugă, când e vorba anume să definim ziarul, și existența unei unități colective: „Unitatea colectivă se înfățișează ca o unitate de scop și voință; ea este o unitate de scop, pentru că, deși nu include totdeauna o direcție hotărâtă, consecvent urmărită, politică și spirituală, este totuși îndreptată întotdeauna spre influențarea spirituală a cititorilor; ea este o unitate de voință, pentru că se asigură o voință unitară prin colaborarea unei pluralități de persoane, printr-o organizare a voinței în forma redacției. Un ziar poate, ca personalitate, să producă efecte mai mici sau mai mari în public și să înrăurească forurile conducătoare, el are dușmani și prieteni, care sunt interesați în existența lui, are un public de cititori, care poate înrăuri linia sa.“ Sintetizând toate aceste elemente, Gusti definește ziarul-tip „ca o instituție care formează o unitate colectivă, care scoate regulat publicații periodice, al căror conținut este de interes general și care e făcut accesibil tuturor prin multiplicarea mecanică a exemplarelor individuale ale publicației“<sup>17</sup>.

---

<sup>16</sup> *The Newspaper Libel and Registration Act, 1881*; George Elliot, *The Newspaper Libel and Registration Act, 1881*, p. 57, apud: D. Gusti, *op. cit.*, pp. 142-143.

<sup>17</sup> D. Gusti, *op. cit.*, pp. 142-145.

Definiții similare dau și alți autori. Așa, de pildă, pentru Otto Groth ziarul este „o publicație rezultată dintr-o întreprindere economică, reproducă mecanic în numeroase exemplare, apărând regulat și la intervale apropiate (cel mult o săptămână). Publicația trebuie să aibă un caracter universal, de un interes general, raportându-se în special la actualitate. Ea trebuie să facă comunicări, să emită idei, judecăți și să dea învățăminte în scopul formării și conservării unui public”<sup>18</sup>.

Pentru Eugen Filotti, caracteristicile ziarului modern sunt fixate de următoarele elemente:

- 1) apariția periodică
- 2) reproducerea mecanică
- 3) publicitatea
- 4) varietatea sau universalitatea conținutului
- 5) interesul general
- 6) actualitatea
- 7) caracterul economic al întreprinderii.

Se poate spune „că în publicitate și periodicitate rezultă principala forță a presei față de alte instrumente de cultură. În actualitate stă caracteristica ei esențială dar și slăbiciunea ei, inferioritatea față de carte și de revistă al cărui conținut e mai durabil; în caracterul comercial, garanția de dezvoltare nesfârșită, de continuu progres tehnic, de neîncetată perfecționare a mijloacelor materiale și intelectuale dar și primejdia de a deveni instrumentul ambițiilor exploatarii din partea unor grupuri de interese particulare“. De fapt, adevărata problemă a presei, crede Filotti, derivă din acest caracter contradictoriu pe care îl are ziarul, anume de a fi o instituție destinată să servească în același timp interesul privat, adică pe editor, și interesul general, adică publicul. Presa mijlocește știri; ea este un mijloc de comunicare spirituală, politică, economică, științifică și socială. „Ceea ce se cere ziarului, sub acest raport, este o informare exactă, rapidă, completă și cinstită“. Dar presa mai este, totodată, și un mijloc de a răspândi opinii, de a formula critici, de a lansa interpretări. „Ca atare ea este un instrument de influențare, de răscolire a cugetării și de educare”<sup>19</sup>.

După Mircea Vulcănescu, ziarul este un instrument de informație și propagandă periodică. „Creație a spiritului obiectiv, concretizat ca unealtă de exprimare grafică, undeva între carte și afiș, –un ziar este, ca și cartea, un mijloc prin care se comunică gândul omului: idei și știri, se polarizează voinți și se

---

<sup>18</sup> Otto Groth, *Sistemul de știință jurnalistică*, apud Emil Samoilă, *Ziaristica*, București, Atelierele „Adevărul“, 1932, p. 29.

<sup>19</sup> Eugen Filotti, *Presa și problemele ei culturale*, în *Politica culturii*, Institutul Social Român, București, 1931, pp. 441-442.

inspiră sentimente. Fiind însă un mijloc de exprimare periodic, un ziar își are conținutul totdeauna indisolubil legat de actualitate. Periodicitatea îl leagă în chip indisolubil de timp și îl așează – ca și afișul – în zona efemerului și a cotidianului“. Dar, precizează imediat Mircea Vulcănescu, ziarul nu înseamnă numai instrumentul prin care se comunică ideile sau știrile, „ci însăși întreprinderea care publică ziarul“. Cu alte cuvinte, un ziar este o întreprindere, „adică o colectivitate de oameni, care conlucrează, împărțindu-și rolurile, în vederea realizării unui scop comun. Scopul întreprinderii este: să publice ziarul, adică, în fond, să informeze și să propage (adică să răspândească, prin tipărituri repetate regulat), într-un cadru unitar și repetabil: idei și informații. Întreprinderea produce un bun: ziarul, și are un client consumator: publicul cititor și mai mulți producători: ziaristi“<sup>20</sup>.

Mircea Vulcănescu mai subliniază apoi că cea dintâi misiune a ziarului e să satisfacă în om *dorința de a ști*: „Setea aceasta de a cunoaște, curiozitatea, atitudinea omului care nu rămâne inert față de lucrurile care se petrec în jurul lui, ci vrea să se înfrățească cu ele, să le știe, să ia parte, cu aprobarea sau reprobarea lui, la jocul elementelor (...) este primul resort sufletesc căruia i se adresează ziarul“. A doua misiune a ziarului rezidă într-o funcțiune formală: „ziarul creează un consens între mănunchiul de oameni care-l scriu și puzderia de oameni care-l citește. Deși izolați și fără cunoștință unii de alții, cititorii unui ziar alcătuiesc un fel de colectivitate de un gen special, pe care aș numi-o comunitate discretă. (...) Cei ce citesc un ziar se deprind cu un anumit fel de a vedea lucrurile, al ziarului lor, în așa fel, încât – în afară de setea de știri – caută în lectura lui un fel de regăsire a lor înșile, care îi întărește și dă consistență psihologică propriului lor eu, își întăresc convingerile și își îmbărbătează aspirațiile pe care însingurarea le șubrezește câte o dată. Inițiatorul acestui consens, a acestei legături conformative sufletești între cititori este desigur ziaristul“<sup>21</sup>.

Asemenea considerații își mai păstrează valabilitatea și astăzi, dezvoltările teoretice ulterioare insistând mai cu seamă asupra analizelor privind rolul și funcția ziarului în societatea de masă. Astfel, Danièle Thibaut socotește că ziarul, ca să se impună și să reziste pe piață, trebuie să satisfacă prin conținutul său patru condiții, adică să răspundă la nevoia de informație, la nevoia de „legătură“ (*reliance*), la nevoia de a trăi o altă viață și la nevoia de formare<sup>22</sup>. Bineînțeles, nu se ignoră faptul că ziarul este în același timp și o

<sup>20</sup> Mircea Vulcănescu, *Pregătirea profesională a ziaristului*, prezentare, îngrijire și note de Marin Diaconu, în „Viața Românească“, nr. 1-2, 1995, pp. 86-87.

<sup>21</sup> *Ibidem*, pp. 87-88.

<sup>22</sup> Danièle Thibaut, *Explorer le journal*, Paris, Hatier, 1976, pp. 41-42.

afacere, unde publicitatea se află pe primul loc, după cum este, de asemenea, subliniat caracterul instituțional și specificul muncii de echipă a colectivului redacțional.

Pe de altă parte, dintr-o perspectivă culturalist-antropologică, Marshall McLuhan răstoarnă abordarea obișnuită a interpretării rolului și a funcțiilor mijloacelor de comunicare în masă, susținând că „mesajul este mediul de comunicare“ (*the medium is the message*); după el, ceea ce contează nu este conținutul mesajelor, ci felul în care sunt transmise. „Ziarul modern - scrie McLuhan - e o instituție magică, asemănătoare unui vraci aducător de ploaie. Este scris pentru a elibera sentimente și pentru a ne ține într-o perpetuă emoție. Prin intermediul lui nu se intenționează prezentarea unor scheme sau modele raționale de digerare a știrilor. Ziarul nu oferă vreodată priviri în adâncul evenimentelor, ci doar fiorul lor.“<sup>23</sup>

Cu toate acestea, rămâne limpede că rolul principal al unui ziar „este de a afla informația proaspătă despre chestiuni de interes public și de a o transmite cititorilor cât mai repede și cu cât mai multă acuratețe posibil, în mod cinstit și echilibrat“<sup>24</sup>. Dar nu este mai puțin adevărat că ziarul urmărește în același timp să se constituie într-un forum al opiniei publice, care se adresează întregii comunități pentru a prezenta cât mai multe puncte de vedere. Aceasta pentru că „cititorii doresc ca ziarul pe care-l citesc să fie un paznic vigilent al fericirii întregii comunități. Ei se așteaptă ca ziarul să lupte pentru cei nedreptățiți, să scoată la iveală greșelile oficialităților și să-i apere pe oamenii obișnuiți“. De unde și o serie de exigențe specifice: un ziar nu trebuie să uite că cea mai importantă răspundere a sa este față de cititori; ziarul trebuie să fie ofensiv și neînduplecat în urmărirea informațiilor și adevărului; ziarul trebuie să fie consecvent și să prezinte informații complete. „Rolul ziarului într-o societate democratică se bazează pe presupunerea că va înarma electoratul cu acele informații de care are nevoie pentru a întreprinde acțiuni civice în cunoștință de cauză. Dacă nu reușește să facă acest lucru cu consecvență, își va trăda rolul major - printr-o acțiune oficială sau *de facto*, pe măsură ce cititorii descoperă că nu mai pot conta pe el pentru informațiile și știrile de care au nevoie pentru a acționa ca cetățeni responsabili, informați.“<sup>25</sup>

---

<sup>23</sup> Marshall McLuhan, *Mass media sau mediul invizibil*, traducere de Mihai Moroiu, București, Nemira, 1997, p. 281.

<sup>24</sup> David Randall, *Jurnalul universal*, prefață de Mihai Coman, trad. de Alexandru. B. Ulmanu, Iași, Polirom, 1998, p. 37.

<sup>25</sup> Malcolm F. Mallette (ed.), *Manual pentru ziariștii din Europa Centrală și de Est*, București, World Press Freedom Committee, 1992, pp. 84-85.



Deși în plină concurență cu radio și televiziunea, cu noile media, presa scrisă, cotidiană sau săptămânală, joacă încă un rol esențial în comunitate, furnizând mici detalii din informația zilnică și săptămânală care leagă laolaltă țesătura socială; ele anunță nașterile, căsătoriile și decesele, spun ce este de vânzare, explică legile și obiceiurile, ajută la formarea opiniilor și furnizează ocazii de evadare din problemele mai dificile ale zilei prin imagini sau cu câte o poveste sentimentală. Ziarul nu numai că poate acoperi elementele mai puțin semnificative ale istoriilor locale, dar poate să și intre mai adânc în evenimentele naționale și internaționale. În timp ce radioul și televiziunea oferă buletine informative superficiale, ziarul – pe o bază de informații zilnică sau săptămânală – explică mai în detaliu și oferă o analiză penetrantă a problemelor și evenimentelor de mare interes. De fapt, ziarul se îndreaptă tot mai mult spre un jurnalism interpretativ și de investigație, care nu este așa de adaptabil ca formulele jurnalistice de la radio și televiziune<sup>26</sup>.

Noile tehnologii electronice (computerul, faxul, Internet-ul) sunt cooptate astăzi pe o scară tot mai largă în conceperea, elaborarea și editarea ziarelor. Ziarele electronice – care au devenit realitate de la începutul anilor 1990 – vor putea oferi relatări de o profunzime aproape infinită, conectând articolele la arhivele computerizate de știri și la extraordinar de numeroasele materiale de context disponibile pe alte computere. De asemenea, se urmărește astăzi punerea la punct a ziarului personalizat; cercetătorii de la Laboratorul de Media al Massachusetts Institute of Technology au găsit deja un mod prin care cititorul poate da computerului temeile sale preferate, iar computerul selectează și prezintă, apoi, informațiile disponibile, ca un ziar care reflectă numai preferințele respectivului cititor. David Randall atrage atenția că ziarele trebuie să-și valorifice avantajele specifice: „Individual și colectiv, ziarele trebuie să răspundă mereu la o întrebare care se ridică deasupra tuturor celorlalte: de ce ne-ar citi cineva? Iar răspunsul trebuie să fie: nu pentru că suntem prezenți sau pentru că oamenii ne-au citit întotdeauna, ci pentru a primi informațiile pe care le doresc și pe care nu le pot găsi în altă parte. (...) Pentru presă în general, sâmburele răspunsului se află în reflectarea la ceea ce ziarele pot face, iar alte media nu, și ceea ce ziarele fac mai bine, mai ieftin, mai atractiv sau mai convenabil“. Ziarele mai pot însă să hotărească agenda zilei, după cum pot relata despre evenimente pe larg și în profunzime, aducând în prim plan anumite detalii și idei. Avantajul ziarelor, ca media de informare, constă în aceea că „permit cititorilor să treacă în revistă o mare gamă de subiecte aproape instantaneu, pentru ca apoi să decidă în care din ele să-și investească timpul,

<sup>26</sup> Ray E. Hiebert, Donald F. Ungar, Thomas W. Bohn, *Mass media III. An Introduction to Modern Communication*, New York-London, Longman, 1982, p. 267.

citindu-le. În cazul tuturor celorlalte media convenționale de transmitere a informației, consumatorul nu are altă alegere decât să accepte selecțiile producătorilor și ordinea în care îi sunt acestea oferite. Ziarele sunt singurul media care dă consumatorului libertatea de a selecta și testa dintr-o privire. (...) Punctele tari ale ziarelor constau în facilitate (sunt la îndemâna oricui), abilitatea de a transmite informații rapid și într-un mod mult mai profund decât media electronice (și, pentru că sunt distribuite pe hârtie, sunt mai ușor de stocat), mobilitate și preț scăzut“. Prin urmare, departe de a fi demodate, ziarele au încă suficiente resurse proprii pentru a face față concurenței noilor mijloace de comunicare, jurnaliștii din presa scrisă fiind chiar cei chemați să le folosească în exercițiul profesiei lor, insistând nu atât pe divertisment și picanterii, ci concentrându-se pe cantitatea și calitatea informațiilor oferite, pe anchete, informații de context și analize. „Jurnaliștii, scrie Randall, contrar a ceea ce cred unii dintre ei, poate că nu sunt în stare să salveze lumea, dar îi pot ajuta pe locuitorii acesteia să o înțeleagă. Și mai putem face ceva. Putem oferi cititorilor informații detaliate, care îi vor ajuta să-și organizeze mai bine viața“<sup>27</sup>.

### III. Ziaristul – un profesionist al știrilor

Ca orice întreprindere modernă și instituțiile de presă își au personalul lor calificat, investit cu responsabilități bine precizate. Activitatea de presă s-a profesionalizat odată cu accentuarea rolului de *serviciu public* pe care ziarele și agențiile de presă și le-au asumat începând cu deosebire din a doua jumătate a secolului XIX.

„Ziarul – scria Karel Capek – se compune din redacție, unde este scris din tipografie, unde este cules și tipărit și din administrație și expediție unde este vândut și distribuit“<sup>28</sup>. Aceasta este schema generală pentru instituția presei scrise, care apoi a servit ca model și celorlalte instituții mass-media. De altfel, schema se regăsește, în linii mari, și la alți autori. Astfel, pentru Emil Samoilă, ziarul modern este opera colectivă a directorului, a redactorului-șef, a secretarului de redacție, a redactorilor, a reporterilor, a corectorilor, a corespondenților, a agențiilor de presă, a administratorului, a lucrătorilor tipografi, a paginatorilor, a rotativiştilor etc.. „Din colaborarea lor de fiecare clipă apare ziarul, hrana intelectuală a maselor“<sup>29</sup>. Mircea Vulcănescu împarte și el în trei grupe pe cei care colaborează la apariția unui ziar: a) *personalul de*

---

<sup>27</sup> D. Randall, *Jurnalistul universal*, pp. 241-244.

<sup>28</sup> Karel Capek, *În captivitatea cuvintelor*, antologie de Alexandra Toader, trad. de D. Raicu și H. Ianculescu, București, Ed. Univers, 1982, p. 192.

<sup>29</sup> E. Samoilă, *Ziaristica*, pp. 39-40.

*conducere* (conducerea ziarului), b) *personalul redacțional* (redacția ziarului) și *personalul tehnic-administrativ* (care organizează tipărirea și răspândirea ziarului și plătește personalul redacției). „Fiecare din aceste trei grupe are altă funcție în viața unui ziar și pune în joc alte însușiri, reclamă deci altă pregătire profesională. De aceea, nu toți «ziariștii» au aceleași funcțiuni. Și, cu toate că, în termen strict, e ziarist numai cel ce scrie la ziar, termenul generic de ziarist cuprinde pe toți participanții la opera de înfăptuire a ziarului, de la director la cel din urmă vânzător!”<sup>30</sup>

Organizarea activităților în instituțiile de presă nu s-a schimbat nici în zilele noastre prea mult, cu toate că jurnalismul acoperă un câmp profesional eclectic, dezvăluind cu aceasta *eterogenitatea* activităților oamenilor de presă. Mihai Coman arată, în această privință, că orice instituție mass-media trebuie să cuprindă următoarele segmente: a) un departament jurnalistic, format din mai multe secții, clasificate fie pe domenii (economic, politic, cultural, sportiv), fie pe genuri (anchete, știri, reportaje, fapt divers), fie pe zone geografice (local, național, internațional), fie, cel mai adesea, pe amestecul acestor criterii, departament numit cel mai adesea *redacție*; b) un departament tehnic, incluzând secretariatul de redacție, serviciile de fotografie, compoziție, corectură și tipografie (pentru presa scrisă) sau serviciile de producție și întreținere (pentru audio-vizual); c) un departament economic, orientat, de obicei, spre servicii de publicitate, de difuzare și de promoțiune<sup>31</sup>. În funcție de profilul și dimensiunile instituției de presă ponderea departamentelor este variabilă. Organizarea unui ziar, de pildă, depinde nu numai de nivelul său de dotare tehnologică, ci și de tiraj, de frecvența cu care apare și de strategia de acoperire a pieței de desfacere. „Este puțin probabil ca două ziare să aibă structuri identice. La ziarele mici, o singură persoană deține, adesea, mai multe funcții care, la ziarele mari, sunt distribuite mai multor persoane. De asemenea, pe măsură ce un ziar își mărește dimensiunile, el adaugă anumite funcții de care un ziar mai mic nu are nevoie sau pe care nu și le poate permite. În plus, funcții similare sunt adesea îndeplinite, la diferite ziare, de persoane încadrate pe posturi diferite”<sup>32</sup>.

Totuși, se ridică întrebarea: cine este jurnalistul și în ce constă specificul profesionalizării sale? O definiție oarecum clasică susține că ziaristul este *un om a cărui ocupație zilnică este aceea de a scrie la ziar și care-și câștigă prin aceasta existența* sau, într-o altă formulare, „este ziarist numai omul care-și consacră

<sup>30</sup> M. Vulcănescu, *Pregătirea profesională a ziaristului*, p. 89.

<sup>31</sup> Mihai Coman, *Din culisele celei de-a patra puteri. Introducere în sistemul mass media*, București, Ed. Carro, 1996, p. 57.

<sup>32</sup> Malcom F. Mallelette (ed.), *Manual pentru ziariștii din Europa Centrală și de Est*, p. 52.

întreaga sa activitate ziaristicii“, misiunea unui ziarist fiind aceea „de a informa, instrui sau distra prin scrisul lui publicul“<sup>33</sup>. Adesea ziaristul este identificat cu redactorul. Noțiunea de redactor, precizează Mircea Vulcănescu, este o noțiune elastică: „În sens larg, ea ar putea cuprinde pe toți cei ce scriu la un ziar: redactorii propriu-ziși, colaboratorii din afară, cronicarii reguțați, reporterii și corespondenții din provincie. De ce această deosebire? Pentru că – în general – redactorul scrie un articol prin care comentează realitatea, pe când reporterul nu face decât s-o divulge. Adevărul e că distincția nu e chiar atât de tăioasă, cum pare, așa că deosebirea se face mai mult după accentul articolului și după pagina în care apare, decât după esența cuprinsului său“. Bineînțeles, o redacție cuprinde mai multe categorii de redactori: în primul rând redactorul propriu-zis, cel care scrie articole pentru prima pagină sau pentru pagini speciale; apoi cronicarul specializat în urmărirea unei anumite ramuri de activitate socială; în fine, colaboratorul extern, ocazional, al ziarului. „Un redactor, mai precizează M. Vulcănescu, nu este numai un înregistrator de fapte, ori numai un prezentator al lor. El este un comentator al acestora, un interpret. Actualitatea vie el o trece, regulat, prin ciurul unei atitudini. Nu faptul însuși îl interesează, ci sensul care stă sub el. În slujba acestui sens stă redactorul, într-adevăr, și aici stă – dacă te uiți bine – toată iluzia presei. Fie că se ocupă de o expoziție de artă, de un fapt divers, de un cutremur, de o revoluție sau de o carte, redactorul integrează obiectul într-o plasă de intenții. Cititorul cumpără ziarul convins că ia prin el contact cu realitatea. Îl citește și în realitate ia contact cu o realitate prelucrată în lumea unui vis. De aceea, redactorul aduce ziarului său nu numai talentul său la scris, nu numai preocuparea lui de evenimentele din jur, nu numai cultura lui generală și specială, ci îi aduce un om întreg, cu neputințele lui, cu patimile lui și cu flacăra care-l arde! Atitudinea aceasta este elementul spiritual pe care redactorul îl aduce ziarului său și de această flacăra se luminează – cu sau fără știre – cei care iau contact cu articolul de ziar“<sup>34</sup>.

În prima jumătate a secolului nostru s-au vehiculat mai multe păreri despre ceea ce înseamnă profesia de ziarist. S-a stabilit astfel repede că una dintre sarcinile de bază ale activității de presă este nu numai aceea de *a informa* opinia publică, ci și de *a o forma*. În îndeplinirea acestei sarcini i se cere oricărui ziarist – ca o condiție fundamentală – să se bucure de prestigiu, de încredere în rândul cititorilor. Cu alte cuvinte, cititorului trebuie să i se imprime convingerea că ziaristul care i se adresează știe mai mult decât el în legătură cu o problemă sau alta, trebuie să creadă în argumentele și opțiunile semnatarului unui articol

---

<sup>33</sup> E. Samoilă, *op. cit.*, p. 38.

<sup>34</sup> M. Vulcănescu, *op. cit.*, pp. 95-96.

sau reportaj, trebuie să fie cucerit de originalitatea tratării sau demonstrării temei dezbătute. Desigur, problema prestigiului de care se bucură sau nu se bucură un jurnalist este în primul rând o problemă personală, care ține mai ales de propriile sale calități sau eforturi. Prestigiul depinde, aici, de competența, talentul și capacitatea de selecție a gazetarului; depinde de pasiunea, dârzenia, curajul, de obiectivitatea și probitatea profesională recunoscută în practica jurnalistică.

În această ordine de idei, F.J. Mansfield nota în al său manual de presă că jurnalismul nu este o profesiune care să se poată defini exact: „Ca să prinzi din zbor adevărul, să-l recunoști pe moment și să-l notezi în câteva rânduri sigure e nevoie de calități care decurg din învățătura și din contactul cu lumea. În mod ideal jurnalistul ar trebui să fie un fel de învățător, detectiv și model. Și, de asemenea, un fel de artist, pentru ca descrierea pe care o face evenimentelor să releve ceea ce e semnificativ, fără detalii plicticoase și obscure. Jurnalistul este educat să găsească esența problemei”<sup>35</sup>. Un ziarist trebuie să posede cultura generală și o inteligență vie, care să-i permită să înțeleagă faptele pe care le-a cunoscut; el mai trebuie să posede un grad rezonabil de curaj, care să-i permită publicarea faptelor așa cum sunt ele, fără teamă de părtinire. Ziaristul este, în fond, un cercetător, iar obiectul său de studiu este *adevărul*. El caută nu pentru sine ci pentru alții. De aici și virtutea de a servi. Ziaristul se află în slujba adevărului și a cititorilor săi; el caută să înțeleagă pentru a putea explica altora și, prin aceasta, el este deopotrivă un profesor și un „istoric al imediatului”; pentru a-și exercita misiunea în mod normal el trebuie să verifice, să descifreze în mod constant, străduindu-se să fie în relatarea sa cât mai exact. Când se găsește în imposibilitatea de a cunoaște deplin fenomenul studiat, ziaristul trebuie să dea dovadă de voința sinceră de a spune adevărul, de a relata cât mai aproape de realitate. De asemenea, el trebuie să înțeleagă importanța și gravitatea cuvântului scris, să aibă simțul realității și să fie responsabil pentru ceea ce comunică publicului. Jurnalismul, mai arată F.J. Mansfield, atunci când e bine făcut, reprezintă un *serviciu public*: „Presa nu constituie numai ochii și urechile publicului, uneori este chiar conștiința lui. Menirea jurnalismului se leagă strâns de viața statului, de activitatea cetățenilor, dezvoltarea lui deplină înseamnă pătrunderea în viața și mișcarea umanității – să te apropii de oameni în casele, birourile, atelierile și școlile lor, să le afli distracțiile, preocupările științifice, religia și filosofia, să le împărtășești idealurile, să le critici slăbiciunile, să le descrii neacazurile și tragediile, adică să-i prezinți pe ei înșiși în oglinda vie a primei pagini. Dincolo de ea există responsabilitatea scrisului pentru că presa

<sup>35</sup> F.J. Mansfield, *Complete Journalist*, London, 1962, trad. rom. în „Caiete de ziaristică”, 1 (4), 1969, p. 4.

înseamnă «un pionier al progresului și un profet al marilor viziuni. Notează-ți viziunile și răspândește-le printre acei care, citindu-le le pot da viață». Aceasta și nimic mai puțin este funcția «jurnalistului complet»<sup>36</sup>.

Adesea se spune că, în jurnalistică, totul începe cu *reporterul*, a cărui misiune constă tocmai în *căutarea și aducerea spre publicare a unor informații de interes public*. Pentru a-și atinge scopul, reporterul trebuie să efectueze următoarele operații:

- munca de teren, constând în prezența sa la locul evenimentului, pentru a lua contact direct cu „atmosfera” în care s-au petrecut faptele despre care va relata;
- strângerea de informații, pentru care recurge la o serie de procedee: observația imediată, interviul cu persoanele implicate în evenimente, investigația în arhive, biblioteci, birourile diferitelor autorități etc.;
- verificarea informațiilor culese;
- elaborarea unor texte, întemeiate pe informațiile obișnuite, care să poarte în final aprobarea editorului.

Dorind să surprindă profilul-tip al reporterului, Mihai Coman subliniază că activitatea sa se bazează pe mobilitate și pe ușurința în *comunicare*, pe capacitatea de a stabili relații umane neinhibate, de a intra în contact cu oameni din cele mai diferite categorii sociale. „Contactul uman este cu atât mai important cu cât, foarte rar, jurnalistul este martorul direct al unui eveniment (o formulă anecdotică susține că singura calitate a unui bun reporter este norocul de a se afla atunci când trebuie, acolo unde trebuie). Cel mai adesea, jurnalistul de teren își strânge informațiile dialogând cu actorii sau martorii evenimentului pe care el l-a «ratat». Altfel spus, textul său este «povestea unor povestiri». De aici derivă importanța largirii permanente a dialogului cu sursele (care se verifică una pe alta prin comparare – așa numita «încrucișare a surselor») și, totodată, a abilităților de comunicator al reporterului, a capacității sale de a-i face pe interlocutori să se simtă relaxați, să vorbească nestânjeniți, fără teamă, să rememoreze cu discernământ experiențele trăite, să readucă în prezent amănunte care, inițial, li se păreau a fi absolut nesemnificative“. După același autor, calitățile definitorii pentru un bun reporter sunt: simțul inițiativei, disponibilitatea pentru a se deplasa rapid și eficient în locuri diferite, flexibilitatea (pentru a face față unor situații inedite și unor solicitări neașteptate), puterea de lucru în salturi, capacitatea de adaptare rapidă, curiozitatea și dorința, ușurința de a comunica. Reporterii – fie că lucrează în presa de informare locală, cea audio-vizuală sau în presa de agenție – scriu într-o

---

<sup>36</sup> *Ibidem*, pp. 9-10.

limbă de maximă accesibilitate despre cele mai variate subiecte, ei fiind aceia care facilitează penetrarea mesajelor mass-media în toate păturile sociale, adică „sunt mediatorii (prin definiție) dintre marea masă și segmentele specializate ale societății (politicieni, economiști, oameni de știință ș.a.)”<sup>37</sup>.

După alți autori, reporterii de succes trebuie să mai facă dovada și a altor calități și aptitudini, începând cu integritatea, spiritul critic și pasiunea pentru acuratețe: „Au nevoie de hotărâre, tenacitate, caracter ofensiv, ceea ce nu înseamnă violență sau obraznicie, ci efort continuu pentru a înfrânge împotrivirea pe care ar putea-o întâmpina în activitatea lor. Trebuie să știe să recunoască știrile, adică informațiile relevante și folosite de cititorii, precum și elementele disparate care pot inspira un material pentru gazetă. Trebuie să aibă capacitatea de a descoperi conexiunile dintre evenimente care, aparent, nu au nici o legătură unele cu altele, dar care, în realitate, fac parte dintr-un întreg mai mare”. Reporterii trebuie să știe să descopere subiectele care se ascund sub informațiile de suprafață, căutând să afle adevărul despre fiecare eveniment pe care îl relatează<sup>38</sup>.

În orice instituție mass-media reporterii sunt oameni de teren și, cum adesea s-a spus, ei trebuie să aibă picioare solide, cu care să poată umbla peste tot pentru a-și strânge date și pentru a-și putea verifica informațiile adunate. De aceea, ei trebuie să posede o inteligență vie, care să le permită să înțeleagă viața socială concretă așa cum este ea, să fie capabili să o descrie cât mai obiectiv cu putință, fără intenții partizane. De activitatea reporterilor depinde în mare măsură munca redactorilor.

Dar, în structura unei redacții, *editorul* este un fel de șef al executivului, care răspunde de toate activitățile redacționale. Având o muncă „de birou”, el este acela care *selectează, revizuieste și pregătește materialele pentru publicare*; are o poziție-cheie, deoarece prin deciziile sale determină conținutul și aspectul produsului mediatic. În limbajul de specialitate editorii sunt desemnați „păzitori de porți” (*gatekeepers*) ceea ce înseamnă „că ei sunt aceia care controlează și regularizează fluxul de informații și de materiale care invadează redacția, stabilind: a) ce corespunde și ce nu corespunde profilului acesteia; b) ce elemente din ansamblul celor selectate trebuie să ocupe o poziție prioritară (în deschiderea emisiunii sau în partea superioară a paginilor) și ce poate rămâne în masa globală și, oarecum, anonimă a celorlalte știri și articole”<sup>39</sup>.

<sup>37</sup> M. Coman, *op. cit.*, pp. 58-61.

<sup>38</sup> Vezi Malcolm F. Mallette (ed.), *Manual pentru ziariștii din Europa Centrală și de Est*.

<sup>39</sup> M. Coman, *op. cit.*, p. 62.

După T. O'Sullivan, la baza conceptului de *gatekeepers* se află ideea că actul jurnalistic se desfășoară în două etape: mai întâi reporterii strâng știrile în stare brută, pentru ca apoi acestea să fie selectate și scurtate de *gatekeepers*, care astfel și produc știrea finită<sup>40</sup>. După G. Bohère, editorii, în îndeplinirea misiunii lor de „păzitori de porți“, au următoarele sarcini:

- să indice reporterilor temele și evenimentele pe care aceștia trebuie să le urmărească și, ulterior, să le relateze;
- să primească articole, fotografiile și emisiuni pentru a le studia, pentru a le pregăti pentru publicare sau pentru a le cere refacerea lor (eventual chiar pentru a le respinge);
- să atribuie comentariile și articolele de fond diferiților specialiști din redacție sau unor colaboratori;
- să decidă locul articolului în pagină sau în programul de emisiuni, să stabilească titlurile, subtitlurile și, frecvent, șapoul;
- să scrie articole (editoriale) care reflectă poziția ziarului asupra unei teme sau a unui eveniment<sup>41</sup>.

Cum bine s-a remarcat, în principiu, subiectul cercetării *gatekeeper* reprezintă problema controlului și a modului de control a producției conținuturilor mediilor și unde trebuie localizate astfel de instanțe de control. Introdus în științele sociale de Kurt Lewin, care cerceta procesele decizionale ce se desfășoară în interiorul unor grupuri, conceptul de *gatekeeper* a fost reintrodus în literatura anglo-saxonă de David M. White în 1950 pentru a desemna indivizi care, în instituțiile mass-media, ocupă poziții ce le permit să accepte sau să refuze unități comunicaționale potențiale (de ex. știri, teatru, TV, etc.). Procese de gen *gatekeeper* se pot derula pe diferite nivele și în mod repetat, fie în cazul reporterilor, redactorilor sau editorilor. „Gatekeeping – arată Michael Kunczik și Astrid Zipfel – este echivalent cu limitarea volumului informațional, cu selecția acelor tematici, care sunt considerate demne de a fi comunicate. «Portarii» sunt cei care decid care evenimente pot deveni evenimente publice și care nu, contribuind astfel la formarea imaginii sociale și despre lume a receptorilor. Oricât de banal ar părea, fiecare decizie despre comunicarea unei tematici conține implicit suprimarea alteia sau altor tematici”<sup>42</sup>.

---

<sup>40</sup> T. O'Sullivan et alii, *Key concepts in Communication and Cultural Studies*, London, Routledge, 1994, p. 126.

<sup>41</sup> G. Bohère, *Profession-Journalist*, Genève, International Labour Office, 1984, p. 14-17, apud M. Coman, *op. cit.*, pp. 63-64.

<sup>42</sup> Michael Kunczik, Astrid Zipfel, *Introducere în știința publicisticii și a comunicării*, Cluj-Napoca, Ed. Presa Universitară Clujeană, 1998, pp. 103-104.



Editorul are în subordine, de regulă, un director general și pe redactorul-șef. Directorul general trasează sarcini departamentului de marketing, departamentului comercial, secției de prelucrare a datelor și directorului de producție. Redactorul-șef răspunde de conținutul tuturor paginilor de știri și al paginii editoriale. Un secretar general de redacție este autoritatea numărul unu din redacție și colaborează strâns cu redactorul-șef; el coordonează culegerea și prelucrarea informațiilor prin șefii departamentelor redacționale: redactorul pentru știrile regionale, redactorul pentru informațiile de interes permanent și știrile care nu sunt de ultimă oră, redactorul sportiv, redactorul economic, fotoredactorul și redactorul de duminică<sup>43</sup>.

Cum au arătat David L. Paletz și Robert M. Entman<sup>44</sup>, jurnaliștii lucrează în organizații birocratice, caracterizate prin ierarhie, diviziune și rutinare a muncii, pe baza unor reguli și proceduri relativ standardizate. Scopul acestora este eficiența în strângerea, scrierea și transmiterea informațiilor. De altfel, este tot mai pregnantă în zilele noastre tendința de creștere a profesionalismului în toate activitățile de presă, calificare ce se diversifică pe măsura inovațiilor tehnologice asimilate în instituțiile mass-media. Totodată, jurnaliștii se percep pe ei înșiși ca aparținând elitelor societății și, cum subliniază M. Coman, o atare poziționare „atrage după sine un anume tip de asumare morală a valorilor profesiei: jurnalistul este responsabil și dă socoteală pentru faptele sale nu atât patronului sau șefului său în ordinea administrației, cât conștiinței sale profesionale și reprezentanților breslei în ansamblul ei”<sup>45</sup>.

Pe de altă parte, cum scria David Randall, nu există decât jurnalism de bună sau proastă calitate. „Jurnaliștii buni din lumea întreagă sunt cu toții de acord asupra rolului pe care îl au. Acesta este, mai presus de orice, de a pune întrebări; și ulterior, pe această cale, de:

- A descoperi și publica informații care să înlocuiască zvonurile și speculațiile;
- A rezista sau a evada de sub controlul guvernamental;
- A informa electoratul;
- A monitoriza acțiunea și inacțiunea guvernelor, a reprezentanților aleși și a serviciilor publice;
- A monitoriza activitatea întreprinderilor, modul în care acestea își tratează muncitorii, clienții și calitatea produselor;

<sup>43</sup> M. F. Mallette (ed.), *op. cit.*, pp. 53-54.

<sup>44</sup> D.L. Paletz, R.M. Entman, *Media, Power and Politics*, New York, MacMillan Publ., 1981.

<sup>45</sup> M. Coman, *op. cit.*, pp. 70-71.

- A liniști tulburările și a tulbura liniștea, oferind o voce celor care, în mod normal, nu se pot face auziți în public;
- A oferi constant societății o oglindă, reflectând virtuțile și viciile sale și demistificând tabuurile;
- A se asigura că s-a făcut sau se va face dreptate și că vor fi întreprinse investigații acolo unde nu există nici o asemenea intenție;
- A promova circulația liberă a ideilor, în principal oferind o platformă pentru cei ce au opinii diferite de cele ce prevalează în societate“.

Randall subliniază în mod expres că jurnaliștii de calitate, căutând să atingă aceste obiective se pun în serviciul societății, fiind loiali nu statelor, ci celor ce trăiesc în ele. „Ei îi ajută pe cetățeni să devină mai puternici, oferindu-le informația. Acesta este motivul pentru care guvernele, cei mari și tari încearcă să-i obstrucționeze, să-i reducă la tăcere și să îi eticheteze drept subversivi. Munca lor este subversivă în raport cu cei a căror autoritate se bazează pe lipsa de informație publică“. Un jurnalism de calitate se sprijină în primul rând pe reporteri, „pentru că prin activitatea reportericească au reușit jurnaliștii din întreaga lume să corecteze abuzuri și să semnaleze neglijențe. Proprietatea comună asupra informației a forțat apariția unor legi noi, a reformat legi prudente și a favorizat căderea unor guverne. Reporterul, cel ce află faptele, și editorul, cel care are curajul să le publice, sunt eroii jurnalismului, nu analiștii în fotolii comode, editorialiștii sau comentatorii“. Adevărații jurnaliști înfruntă convenționalul atât din interiorul redacțiilor, cât și în afara lor, punând adesea sub semnul întrebării metodele tradiționale. Jurnaliștii universali, mai atrage atenția Randall, nu sunt specializați într-un domeniu sau altul: „Ei trebuie să fie capabili să lucreze în orice condiții, să știe să scrie orice fel de materiale, să aibă abilitatea de a destinde, ca și aceea de a informa; să editeze, să pagineze, să înțeleagă imagini, să coordoneze angajați, să folosească noi tehnologii, să creeze și să vândă noi publicații. Ei sunt de acord că cel mai bun articol de presă este doar materie primă brută, care trebuie combinată cu titluri, fotografii și altele și transformată în pagini de ziar; că ziarul nu va fi decât o voce în pustiu dacă nu va reuși să capteze atenția cititorilor“<sup>46</sup>.

Fără îndoială, jurnalistul și-a câștigat în zilele noastre o poziție-cheie în societate, mai întâi definindu-se pe sine ca un specialist care se ocupă cu colectarea informației și punerea ei într-o formă corespunzătoare; apoi, ca specialist, el este într-un fel delegat de o anumită colectivitate de a informa cât mai exact posibil despre oameni, fapte, situații, evenimente. Cum remarcă și Lucian-Vasile Szabo, omul de presă îndeplinește un rol extrem de complex datorită plasării sale la mijlocul distanței dintre sursele de

---

<sup>46</sup> D. Randall, *Jurnalul universal*, pp. 16-18.

informații și public: „Dacă sursele de informații și publicul sunt două elemente ale traseului informațional situate, teoretic, la extremități, caracterizate fiind și de un anumit grad de imobilism, ziaristul are o poziție extrem de flexibilă. El este cel care se interpune, în mod voit și obligatoriu, între emițătorul de informații (sursă) și receptor (public), ceea ce înseamnă că jurnalistul trebuie să funcționeze cu deschideri succesive ca *prim destinatar* al informațiilor venite din direcția surselor originare, dar și ca *emițător secund* față de adevăratul destinatar, care este publicul. Deoarece i se cere să controleze traseul informațional de la sursă la public, jurnalistul nu are rolul de simplu «cărăuș» al informației între cele două puncte ale traseului comunicațional, ci cade în sarcina lui de a supune datele unui proces de adaptare, cizelare, verificare și chiar transformare, pentru a le prezenta în conformitate cu principiile, normele și regulile genului publicistic<sup>47</sup>.

Poziția jurnalistului în societate îi conferă, desigur, și o anumită putere – *puterea presei*. În această ordine de idei se spune despre mass-media că e „a patra putere în stat”, „câinele de pază al societății” sau „gardian care veghează asupra instituțiilor societății”. Cu privire la definirea presei ca a patra putere în stat, se apreciază că ea trebuie să fie o contrapondere la celelalte trei puteri, cea legislativă, cea executivă și cea judecătorească. „Rolul presei ca a patra putere în stat se definește în spuravegherea și controlul exercitate asupra celor trei puteri. În realitate, puterea deținută de parlament, guvern și judecători (aceștia fiind grupați în judecătorii, tribunale, curți de apel și la Curtea Supremă de Justiție) poate fi deturnată și folosită în mod discreționar. Majoritatea parlamentară poate imprima legile dorite și investește pe unul din conducătorii săi, prim-ministru. Președintele țării, celălalt «cap» al executivului, provine, de obicei, tot din rândurile partidului de guvernământ. Și cum președintele acordă sau nu inamovibilitatea judecătorilor, abuzul de putere nu poate fi departe. Presa nu are doar rolul de a supraveghea cele trei puteri în stat, ci și pe acela de a relata, analiza și comenta relațiile stabilite și evenimentele petrecute în societate în ansamblul său. De aici și titulaturile de *câine de pază* sau *gardian* al societății<sup>48</sup>. Cum se recunoaște, de altfel, numai o presă care își ia în serios rolul de putere o poate exercita: „Presa trebuie să-și ia în serios răspunderea de a informa de manieră nepărtinitoare, de a nu impune o agendă politică, de a oferi cetățeanului o oglindă cât mai amplă și mai corectă asupra faptelor pentru a-l educa și a-l ajuta să-și formeze opinii personale, și nu de a-i băga pe gât opinii

---

<sup>47</sup> Lucian-Vasile Szabo, *Libertate și comunicare în lumea presei*, Timișoara, Ed. Amacord, 1999, p. 12.

<sup>48</sup> *Ibidem*, pp. 26-27.

deja făcute. Presa are, evident, o putere, dar ea nu este putere în stat decât în momentul în care își exercită influența în mod responsabil față de cetățeni<sup>49</sup>.

#### IV. Producția de știri

Schimbul de informații în societate a fost considerat la fel de important ca și respirația pentru corpul uman; el reprezintă o condiție a existenței și dezvoltării organismului social, determinându-i cursul, supraviețuirea și acțiunile. Bernard Voyenne considera comunicarea drept energia vieții sociale: „Conștiința de sine și conștiința comună se întrepătrund continuu într-un joc de raporturi biologice, economice, spirituale, reunind vechiul și noul. De fapt, nu se comunică decât prin ceea ce există în comun: ceea ce este strict personal sau, dimpotrivă, bine cunoscut de toți nu constituie materie de comunicare. Ea reprezintă actul prin care doi sau mai mulți indivizi se îmbogățesc reciproc pornind de la un capital ce le este comun. Acest fond comun este limbajul și orice comunicare trece prin el, după cum orice limbaj este ordonat pentru comunicare<sup>50</sup>. O comunicare poate fi descrisă schematic ca un lanț care pune în relație un *emițător* (expeditor) cu un *receptor* (destinatar) prin intermediul unui *mediu fizic* (canal). *Mesajul*, care face obiectul comunicării, este compus din elementele simbolice asamblate potrivit unui *repertoriu* (cod) din care cel puțin o parte este comună celor doi interlocutori. Ansamblul formează un sistem pentru că funcționează în ambele sensuri - emițătorul devenind receptor și viceversa - în conformitate cu bucla de comunicare (*feed-back*). În cadrul acestui dispozitiv, o serie de ajustări sunt în măsură să echilibreze în permanență elementele noi (*informația*) și elementele deja cunoscute (*redundanța*) în vederea realizării unui randament. Pe de altă parte, se știe, conceptul de mass-media este strâns legat de civilizația tehnicistă. Comunicarea de masă se caracterizează prin factura sa industrială, prin anonimatul emiterii și receptării. Ea se distinge prin ubicuitate, instaurând o relație instantanee cu orice punct din timp și spațiu, în cadrul unui sistem cultural deschis<sup>51</sup>.

Comunicarea de masă este un proces în care se schimbă idei, opinii, modalități de gândire și expresii, informații, noutăți, între diferite grupe sociale, prin intermediul unor tehnologii specifice. Procesul de comunicare de masă se realizează printr-o circulație neîntreruptă de informații. Sursele de informare

---

<sup>49</sup> Interviu cu Sandra Pralong, în „Curentul“, nr. 246, 19 oct. 1999, p. 3.

<sup>50</sup> Bernard Voyenne, *L'information aujourd'hui*, Paris, A. Colin, 1979, p. 9.

<sup>51</sup> Cf. B. Cathelat, A. Cadet, *Publicité et société*, Paris, Payot, 1976, p. 74.

sau căile de difuzare a acestui flux informațional continuu sunt numeroase; ele sunt desfășurate în spațiu (vin din întreaga lume și din toate domeniile) ca și în timp (se primesc informații în orice moment). În ce privește conținuturile difuzate prin comunicarea de masă, se transmit mesaje care sunt fie rezultatul preluării unor mesaje anterior elaborate, în vederea difuzării lor, fie rezultatul unui proces de creație cu destinație specială, numai pentru comunicarea de masă.

După T. O'Sullivan, comunicarea de masă este practica și produsul care oferă divertisment și informații unei audiențe formate din persoane necunoscute; „aceste conținuturi, transmise prin medii tipărite, sonore și audiovizuale, au statutul unor mărfuri, care sunt produse în chip industrial, cu ajutorul unor tehnologii înalte, regularizate de stat și finanțate de particulari; aceste conținuturi sunt consumate în mod personal, privat de către publicul lor”<sup>52</sup>.

În materie de presă, o acțiune de *informare* „reprezintă prezentarea «mai mult sau mai puțin elaborată» a unor elemente de cunoaștere și apreciere, exprimate sau nu cu titlu personal, legate de o persoană publică sau de obiectul unei dezbateri publice”<sup>53</sup>. Dacă, într-un sens general, prin comunicare înțelegem un proces de schimb de informații, fapte, opinii și mesaje între indivizi și popoare, prin *informație* trebuie să vedem un „produs“, fie că este vorba de știri, de date sau diferite alte elemente ori conținuturi ale mijloacelor de informare, ori activități sau industrii culturale. Informația de presă este supusă unor rigori de ordin metodologic și deontologic.

Cum am văzut, jurnaliștii, prin întreaga lor activitate, se vor exponeți ai comunității. Pe bună dreptate subliniază Peter Gross, ei acționează în serviciul cetățenilor, asemenea unor *gardieni care veghează asupra instituțiilor societății și supraveghează climatul intern și extern al unei națiuni*: „Jurnaliștii datorează responsabilitate și devotament în primul rând auditoriului lor, fie cel compus din cititori, ascultători sau spectatori, și nicidecum celor care îi remunerează, sau vreunui partid politic, grup etc. Cei ce datorează devotament în primul rând patronilor lor, activează în domeniul relațiilor publice de un tip sau altul, fiind propagandiști, agenți de presă și publicitate, etc. Pentru a-și duce la bun sfârșit responsabilitățile profesionale într-o societate democratică, jurnaliștii nu-și pot îngădui să ocolească subiectele controversate, nu au dreptul să fie părținitori în reportajele sau articolele lor, trebuie să se bucure de protecție constituțională și legală împotriva feluritelor presiuni exercitate asupra lor în timp ce-și desfășoară

<sup>52</sup> T. O'Sullivan et alii, *Key Concepts in Communication and Cultural Studies*, p. 173.

<sup>53</sup> Francis Balle, *Comunicarea*, în R. Boudon (coord.), *Tratat de sociologie*, trad. D. Vasiliu și A. Ene, București, Humanitas, 1997, p. 614.

activitatea și trebuie să beneficieze de legi și/sau legislație care să le garanteze accesul la documentare, întruniri și operațiuni guvernamentale<sup>54</sup>.

Menirea presei constă în difuzarea operativă și în toate direcțiile a informației, menținerea conștiinței umane în focarul actualității, precum și în caracterul accesibil și util al informării. Cum scria Sanda Golopenția, jurnalistul „e de obicei grăbit să prindă efemerul clipei și fără răgaz pentru sondarea configurațiilor de ansamblu ale unei vieți anume; preocupat de exterioritatea socială a existențelor, iar nu de spațiul lor intim (...); jurnalistul e, în sfârșit, dornic să-i înțeleagă pe alții, mereu și altfel alții, iar nu pe sine<sup>55</sup>. Munca reporterului este adesea de rutină, ceea ce presupune căutarea metodică a știrilor.

De altfel, s-a ajuns repede la un acord potrivit căruia *discursul informativ* ocupă un loc preponderent în comunicarea mediatică. „Esențial în organele presei scrise, el joacă un rol încă și mai strategic în calitate de «captator» al audienței și de «marcător de identitate» pentru stațiile radiofonice și canalele de televiziune. Inscriindu-se într-un *contract de comunicare* specific, el face loc unei puneri în scenă ale cărei resorturi se regăsesc în ansamblul de medii“. Se recunoaște, de asemenea, că informația mediatică răspunde în mod ideal rațiunilor civice, după cum își propune și satisfacerea motivațiilor de ordin practic. Această țintire strict informativă, căreia îi corespunde un *imperativ de credibilitate*, se lovește totuși de o serie de obstacole. În primul rând de obiectivul exhaustivității, imposibil de atins prin definiție, care obligă în permanență la selectări de informații; ea intră, pe de altă parte, în opoziție cu *intenția de seducție*, comandată la rândul-i de imperativul spectacolului. „Această contradicție, în chiar inima contractului de informație, se află la originea mecanismului de selecție a informațiilor, inducând procese de *construcție evenimentială*, ea impune și punerea în aplicare a strategiilor complementare de *credibilitate* și de *seducție*, care iau forme diferite, în funcție de genurile folosite<sup>56</sup>.

În planul discursului informativ, evenimentele nu sunt faptele reale, ci construcții simbolice ale acestora. Din realitatea înconjurătoare jurnaliștii aleg dintr-un ansamblu de întâmplări pe cele care consideră ei că merită să fie făcute publice, creditându-le cu o valoare de informație. O serie de fapte se transformă astfel în evenimente, adică în ceva ce poate face obiectul atenției publice. Constituirea simbolică a evenimentului presupune atribuirea unei anume importanțe și o individualizare a faptelor alese, putând forma conținutul

<sup>54</sup> Peter Gross, *Culegerea și redactarea știrilor*, trad. A. Stan, Timișoara, Editura de Vest, 1993, p. 17.

<sup>55</sup> Sanda Golopenția, *Vieți divizate*, în „22“, nr. 29, 1997, p. 15.

<sup>56</sup> Guy Lochard, Henri Boyer, *Comunicarea mediatică*, trad. B. Geangalău, Iași, Institutul European, 1998, p. 33.

unei știri, sau a unei relatări de presă. „Știrile nu sunt evenimentele, ci relatarea evenimentelor, scrisă pentru cei care nu au fost de față“, arată F.J. Mansfield<sup>57</sup>; tot el scrie că e bine să considerăm că știrile înseamnă ceea ce publicul vrea să știe. De asemenea, de largă circulație este și părerea că o știre este ceea ce fac ziariștii din ea.

În această perspectivă, edificatoare sunt și alte definiții date știrii. Astfel, o definiție generală a știrii este, după D. Randall, „o informație proaspătă și inedită asupra unui subiect de interes general despre care nu s-a mai auzit“<sup>58</sup>. Pentru Melvin DeFleur și Everelle Dennis știrea este „o imagine a realității obținută repede în circumstanțe dificile“<sup>59</sup>. După Ken Metzler, știrea constă în „relatarea promptă, succintă a informației factuale despre evenimente, situații și idei (inclusiv opinii și interpretări) calculată să intereseze o audiență și să-i ajute pe oameni să facă față mediului înconjurător“<sup>60</sup>. Potrivit lui Thomas Franklin, știrea este „orice expunere de întâmplări actuale, nepărtinitoare, corecte, afectând interesele, viața și bunăstarea persoanelor care citesc, ascultă sau privesc acea prezentare“<sup>61</sup>. După Phillip H. Ault și Edwin Emery, știrea constă în „raportarea unui eveniment conținând informație, care a fost adunată cu acuratețe și scrisă de reporteri calificați, cu scopul de a servi cititorul, ascultătorul sau privitorul“<sup>62</sup>.

Încă R.E. Park<sup>63</sup> a arătat că ceea ce face dintr-un eveniment o știre nu este valoarea lui intrinsecă, ci caracterul său surprinzător, neobișnuit. Neobișnuit, însă nu neașteptat; știrea nu este altceva decât imprezibilul care era așteptat. Fiind publicată, știrea, spre deosebire de zvonuri și de alte asemenea tipuri de intercomunicare colectivă, capătă autoritatea unui document public. Răspunzând unui interes, unei tensiuni, unei așteptări, reacția firească pe care o provoacă știrea la indivizi este aceea de a o răspândi. Publicarea diverselor știri și noutăți decurge ca un proces selectiv, de alegere, interpretare și înzestrare a informațiilor cu anumite semnificații apreciative. Întreg acest proces se produce întotdeauna într-un context ideologic, purtând,

---

<sup>57</sup> F.J. Mansfield, *op. cit.*, p. 24.

<sup>58</sup> D. Randall, *Jurnalul universal*, p. 38.

<sup>59</sup> Melvin DeFleur, Everette Dennis, *Understanding Mass Communication*, Boston, Houghton Mifflin, 1981, p. 422.

<sup>60</sup> Ken Metzler, *Newsgathering*, second edition, New York, Prentice-Hall, 1986, p. 22.

<sup>61</sup> Thomas Franklin, *Broadcasting the News*, New York, Pageant Press, 1976, p. 12.

<sup>62</sup> Phillip H. Ault, Edwin Emery, *Reporting the News*, New York, Dodd Mead and Co., 1965, p. 16.

<sup>63</sup> R.E. Park, *News as Form of Knowledge*, *American Journal of Sociology*, 45, 1940, pp. 669-686.

într-un fel sau altul, amprenta intereselor diverselor grupuri sociale. Este important să subliniem acest lucru, pentru că atunci când este vorba de formarea opiniei publice, esențială este funcția informativă a presei, adică *difuzarea știrilor*.

Walter Lippmann<sup>64</sup> a introdus conceptul de valori informaționale (*news value*) pentru a sublinia importanța univocității evenimentelor, a surprizei, a apropierii spațiale, a implicării personale și a conflictelor. Ele nu sunt în fond altceva „decât intuițiile mai mult sau mai puțin fondate ale jurnaliștilor referitor la ceea ce ar putea să intereseze publicul lor cititor, să capteze atenția publicului”<sup>65</sup>. În această perspectivă, Johan Galtung și Marie Holmboe Ruge au fixat, într-un studiu devenit de referință<sup>66</sup>, 12 factori informaționali: 1) frecvența (sau perioada de timp în care un eveniment are loc); 2) pragul (sau mărimea evenimentului); 3) lipsa de ambiguitate (sau claritatea); 4) caracterul semnificativ (în care sunt incluse proximitatea culturală față de locul în care s-a produs și importanța sa); 5) consonanța (cu cât un eveniment răspunde mai mult așteptărilor publicului cu atât mai rapid devine știre); 6) caracterul neașteptat (impredicabilitatea sau raritatea unui eveniment); 7) continuitatea (dacă mass-media a început să transmită o știre, ea se va mai referi mult timp după aceea la ea); 8) alcătuirea (amestecul mai multor tipuri de evenimente); 9) referirea la națiunile de elită; 10) referirea la personalități de elită; 11) personalizarea; 12) negativitatea (știrea rea este știrea bună).

Din existența acestui „set de valori“ se pot formula următoarele premize: cu cât mai mult corespund evenimentele criteriilor identificate, cu atât mai repede devin știri (*selecție*); un eveniment devenit odată informație, urmează ca acele aspecte, care îi determină valoarea informațională, să fie relevate în mod deosebit (*distorsiuni*); selecția și distorsiunea au loc pe toate treptele fluxului informațional, de la prima observație și până la publicare (*replicare*). De asemenea, s-au lansat două ipoteze la relația factorilor informaționali. *Ipoteza aditivității*: cu cât mai mult corespund factorii informaționali unui eveniment, cu atât mai mare este probabilitatea de a deveni știri. *Ipoteza complementarității*: dacă unui eveniment îi lipsește unul sau mai mulți factori informaționali, respectiv le posedă într-o măsură mai redusă, atunci ceilalți factori trebuie să fie prezenți într-o măsură mărită, compensatorie, în așa fel, încât evenimentul să

<sup>64</sup> Vezi Walter Lippmann, *Public Opinion*, New York, 1922.

<sup>65</sup> M. Kunczik, A. Zipfel, *op. cit.*, p. 107.

<sup>66</sup> J. Galtung, M.H. Ruge, *The Structure of Foreign News*, în „Journal of Peace Research“, nr. 2, 1965.



devină informație. Cu cât are un eveniment mai puține legături cu persoanele elită, cu atât trebuie să fie mai negativ, pentru a deveni informație<sup>67</sup>.

Așadar, știrile se construiesc și, pe acest traseu s-au remarcat și modalitățile prin care jurnaliștii pot influența „încărcătura” emoțională a unei știri. Valentina Marinescu constată în acest sens că, în general, pentru ziariști „presupoziția fundamentală” a desfășurării activității lor este cea care se referă la existența unui „consens” în cadrul unei societăți, față de care știrea apare ca o acțiune „deviantă”. Conflictul între „consens” și „devianță” este exprimat cu ajutorul diferenței între „noi” („consensualii”) și „ei” („devianții”). Eforturile ziariștilor, ca purtători ai lui „noi” – consensual, sunt în direcția înregistrării și înțelegerii acțiunilor grupului „ei” – devianții – iar nu spre critica acestora. Mass-media are ca scop includerea evenimentelor sociale într-o realitate extrem de diversificată, și procesul prin care are loc acesta este cel de „caracterizare” a știrilor – care apar ca îndepărtându-se de la norme stabilite. Se face astfel trecerea de la simpla „înregistrare a faptelor reale” la „interpretarea evenimentului și conferirea unei semnificații”<sup>68</sup>. Alți cercetători, precum J. Westerstahl și F. Johansson<sup>69</sup>, deosebesc între *valori informaționale*, pe care le caracterizează ca fiind statice, și *ideologiile informaționale*, care sunt criterii de selecție dinamice, schimbându-se de-a lungul timpului ca urmare a alternanței ideologiilor. Or, în activitatea lor, jurnaliștii operează și sub presiunea ideologiilor curente, care influențează la rândul lor producția de știri.

Neil Postman și Steve Powers<sup>70</sup> susțin că știrile sunt mai frecvent făcute decât descoperite. Ele sunt făcute pe baza a ceea ce jurnaliștii cred că este important sau a ceea ce cred că este interesant pentru publicul lor. După Harvey Molotch<sup>71</sup> și Marilyn Lester, care au propus o tipologie a știrilor, pot fi identificate trei tipuri de știri:

a) *știri de rutină*, unde evenimentul este planificat, iar planificatorii sunt și promotorii săi ca știre;

<sup>67</sup> M. Kunczik, A. Zipfel, *op. cit.*, pp. 108-110.

<sup>68</sup> Valentina Marinescu, „*Construcția*” evenimentului și profesionalismul în presă, în „Sociologie românească”, serie nouă, anul IV, nr. 6, 1993, pp. 596-597.

<sup>69</sup> J. Westerstahl, F. Johansson, *News Ideologies as Moulders of domestic News*, în „European Journal of Communication”, 1, 1986.

<sup>70</sup> Neil Postman, Steve Powers, *How to Watch TV News*, New York, Penguin Books, 1992.

<sup>71</sup> Harvey Molotch, Marilyn Lester, *News as Purposive Behavior*, in S. Cohen, J. Young (ed.), *The Manufacture of News*, London, Sage Publ., 1981.

b) *scandaluri*, unde evenimentul este planificat, dar este promovat de cineva diferit de actorii săi;

c) *accidentele*, unde evenimentul este neplanificat și este promovat de alte persoane decât actorii săi.

În activitatea de presă *planificarea* joacă un rol important tocmai pentru că are menirea de a reduce incertitudinea și de a asigura continuitatea procesului productiv. Planificarea în organizațiile mass-media, precizează Mihai Coman, „nu înseamnă altceva decât o ierarhizare a realității, în sfere de interes conforme scopurilor și criteriilor unor instituții, în așa fel încât echipele jurnalistice să poată ști dinainte unde să se deplaseze, pe cât timp, cu ce proiecție tematică și cu ce obiective”. Din această perspectivă, în practica jurnalistică se pot distinge trei tipuri de abordări:

a) *știri planificate*, unde este vorba de acele evenimente a căror desfășurare este cunoscută dinainte și care au fost integrate deja într-o schemă jurnalistică de prezentare;

b) *știri neplanificate*, unde intră relatările despre fapte care au intervenit pe neașteptate și despre care trebuie găsită și transmisă rapid o anumită informație;

c) *știri în afara planificării*, unde intră acele materiale privind întâmplări, situații, persoane, care își păstrează actualitatea o perioadă mai mare de timp și care pot fi utilizate de redacție pentru umplerea paginii sau emisiunilor și în alte zile decât cele imediat următoare evenimentului<sup>72</sup>.

Pentru Peter Gross știrile pot fi definite „ca o cronică de actualitate a evenimentelor, ideilor și problemelor”. Tot el însă mai atrage atenția că mulți redactori sunt înclinați să definească știrile în termenii tipului de informație așteptat de cititorii lor. De regulă, redactorii și reporterii sunt instruiți totuși să aibă în vedere faptul că importanța mai mare a unei știri față de alte știri depinde de: a) numărul celor care vor fi afectați de conținutul ei; b) amploarea efectului (efectelor), adică măsura în care este afectată situația (status-quo-ul) unui individ sau unei comunități; c) actualitatea știrii și proximitatea evenimentului; d) amploarea consecințelor care decurg din publicarea sau difuzarea știrii respective<sup>73</sup>.

De asemenea, jurnaliștii au în vedere o serie de caracteristici când definesc o „știre bună”, anume: *actualitatea* evenimentului sau a mesajului sursei, *impactul* sau *consecințele* evaluate în funcție de *numărul* actorilor implicați în eveniment sau *personalitatea*, *celebritatea* lor, starea de *conflict*, *proximitatea spațială*, elemente de *interes uman*. Aceste caracteristici sunt cele care determină

---

<sup>72</sup> M. Coman, *op. cit.*, p. 91.

<sup>73</sup> Peter Gross, *Culegerea și redactarea știrilor*, pp. 25-26.

care evenimente și mesaje să fie reținute pentru construirea știrilor și care nu<sup>74</sup>. Tot în această direcție mai putem aminti pe Douglas Wood Miller, care precizează că, în orice condiții, pentru a putea fi știre, conținutul a ceea ce se transmite trebuie: a) să fie actual în desfășurarea la zi; b) de importanță majoră, sau semnificativ, ori neobișnuit; c) să fie prima relatare a evenimentelor semnificative, care prezintă interes pentru public<sup>75</sup>.

Dincolo de aceste considerații privind producția de știri, o serie de cercetări au analizat procesul de selecție a știrilor și consecințele sale. S-a remarcat astfel că selecția poate fi văzută ca o suită de decizii luate de mai mulți actori sub incidența unor influențe diverse. W. Gieber<sup>76</sup> precizează câțiva factori care-i influențează pe redactori, între care se numără: 1) imaginea pe care o are redactorul despre publicul său; 2) tradiția ziarului; 3) politica redacțională; 4) propriile sale concepții sau *biases*. Cu privire la rezultatele procesului de selecție esențială este echivalența dintre realitate și realitatea mediatică, posibilitatea de a vorbi de un „echilibru” sau de o „non-deformare” în transpunerea mediatică a faptelor reale<sup>77</sup>.

Importantă apoi este și problematica *obiectivității* în relatarea știrilor. „Obiectivitatea jurnalistică - arată M. Kunczik și A. Zipfel - se referă la calitatea unui produs jurnalistic. Dincolo de aceasta însă, noțiunea este folosită pentru a desemna o normă jurnalistică, care pretinde anumite modalități comportamentale. Dimpotrivă, noțiunea de *echilibru obiectiv*, așa cum este el cerut față de relatare, se referă la conținutul de ansamblu al unui mediu, la interesele existente în cadrul unei societăți, interese care se concurează în interiorul unuia și aceluiași mediu în lupta pentru opinia publică. În cadrul unei asemenea lupte pentru opinia publică, când mediul însuși trebuie să rămână neutru, există pericolul de a păstra echilibrul intereselor deja încetățenite“. Pentru reporterii și redactorii a fi obiectivi trimite la încercarea de a despărți nepartinic și nemanipulativ informația și comentariul. Sunt recomandate în această privință mai multe procedee și modalități de comportament cum ar fi: a relata fără emoții, a relata obiectiv, a folosi expresii neutre pentru descrierea

<sup>74</sup> Mirela Lazăr, *Evenimentul și mass-media*, în M. Coman (coord.), *Manual de jurnalism. Tehnici fundamentale de redactare*, vol. II, Iași, Polirom, 1999, p. 110.

<sup>75</sup> Douglas Wood Miller, *New Survey of Journalism*, 1968, pp. 40-46, apud Șt. Buzărnescu, *Sociologia opiniei publice*, București, Ed. Didactică și pedagogică, 1996, p. 100.

<sup>76</sup> W. Gieber, *Across the Desk: a Study of 16 Telegraph Editors*, în *Journalism Quarterly*, 33, 1956, p. 424.

<sup>77</sup> Vezi J.J. Van Cuilenburg, O. Scholten, G.W. Noomen, *Știința comunicării*, trad. T. Olteanu, București, Humanitas, 1998, cap. 6.

situațiilor de caz, a folosi citate, a indica sursele, chiar dacă ele sunt contradictorii (a prezenta evidența complementară), structurarea în ordinea potrivită (importanță, plasare etc.). Walter von LaRoche oferă următoarele reguli pentru descrierea „adevărată“, obiectivă a realității:

1. Toate evenimentele anunțate trebuie să fie adevărate;
2. Neclaritățile trebuie să iasă în evidență ca atare;
3. Pentru ca informația să fie corectă este necesar ca ea să fie completată și echilibrată;
4. Nu trebuie să fie păreri ale autorului;
5. Evitarea figurilor de stil frazelor lipsite de conținut (eventual a părerilor neintenționate);
6. Dacă exprimarea părerii este obiect al relatării, atunci acest lucru trebuie menționat;
7. Nu trebuie să existe fapte ornamentale, complementare (tendențe nejustificate)<sup>78</sup>.

Bineînțeles, o prezentare obiectivă nu exclude dimensiunea critică și interpretativă a vieții sociale. A porni de la fapte presupune o cercetare atentă a detaliilor, informațiile trebuind să fie verificate din cel puțin două surse independente. Selecția jurnalistică a știrilor a pus în evidență și importanța conceptului de *Framing*, adică prezența activă a unor cadre de interpretare, ca o structură cognitivă în conștiința jurnaliștilor, care le ușurează selecția și interpretarea informațiilor. Termenul de „frame“ poate fi folosit însă și în legătură cu un eveniment, pentru că și evenimentul dispune de un cadru de interpretare, în măsura în care caracteristicile sale sugerează anumite interpretări. H.B. Brosius și Peter Eps stabilesc relația dintre *fram*-ul jurnalistic și *fram*-ul evenimential prin formularea: „Cadrele interpretative existente ale jurnaliștilor influențează selecția evenimentelor despre care se relatează, iar atributele evenimentelor decid care scheme de interpretare sunt aplicate de jurnaliști“. Tot ei deosebesc patru puncte nodale în care *frames* intervin în selecția informațională; acestea decid:

- 1) Care întâmplări sunt percepute de ziarist ca evenimente;
- 2) Care aspecte ale unui eveniment sunt selectate pentru relatare;
- 3) În ce context tematic este plasat evenimentul;
- 4) Cum se decide asupra evaluării informaționale a unui eveniment.

---

<sup>78</sup> M. Kunczik, A. Zipfel, *op. cit.*, pp. 97-102. Walter von LaRoche, *Einführung in den praktischen Journalismus*, München, 1984.

Totodată *frame* este și veriga de legătură față de teoriile despre efectul informațional, pentru că și receptorii folosesc cadre interpretative existente sau dezvoltă cadre noi în baza relatărilor curente. „Există o relație de influențare reciprocă între frame-uri din textele informaționale și cele ale publicului. Pe baza frame-urilor este evident că unui text i se poate atribui o anumită importanță, o eventuală interpretare contrară devenind improbabilă. Indivizii însă nu urmează ca sclavii prescripțiile unor frames care le sunt oferite de mass-media, ci ei parcurg un proces activ al selecției, reorganizării și ordonării de informații, care se bazează pe propria schemă de interpretare”<sup>79</sup>

Dar, cum a remarcat John Hartley<sup>80</sup>, știrile reprezintă un discurs produs de un sistem general de semne și care se găsește în relație cu structura unei societăți, așa încât trebuie să acceptăm că ele „alcătuiesc o instituție socială și un discurs cultural care există și dobândesc o semnificație numai în relație cu alte instituții și discursuri care operează simultan, neputând fi înțelese izolat de acestea”. Totodată, trebuie să avem în vedere că mass-media ajută la acoperirea distanței dintre macrosocial și microsocal, aducând teme publice în ambianțe private, „unde acestea penetrează și influențează condițiile, orientările și practicile locale”. În era electronică, sfera publică a fost mediatizată și reconstituită, atât pe plan tehnologic cât și social. Știrile reprezintă un exemplu clar<sup>81</sup>.

Universul știrilor se dezvoltă în zilele noastre în mod accelerat, fiind în conexiune cu evoluția inovațiilor tehnologice direct legate de tehnicile de comunicare. Sergio Lepri presupune că în următorii ani se va dezvolta treptat, alături de actualul sistem al mediilor de informare, un nou sistem, articulat astfel:

1) O informație TV în direct (preponderent sincronă, dar și asincronă). Este o informație care reprezintă modul de informare cel mai angajant și care, prin forța dominantă a imaginii, nu pune problemă de limbă și de inteligibilitate; e o informație care, datorită costurilor de producție și de distribuție tot mai mici, va putea exista și la nivel local sau de cartier. Consumul de informație televizată va crește și prin extinderea interactivității, când telespectatorul va putea recupera și eventual selecționa tipul de informație pe care îl vrea și în momentul când vrea: adică un telegenial la comandă, și nu cu orar fix.

---

<sup>79</sup> *Ibidem*, pp. 113-115.

<sup>80</sup> John Hartley, *Discursul știrilor*, trad. M. Mitarcă, Iași, Polirom, 1999, p. 18.

<sup>81</sup> James Lull, *Mass-media, comunicare, cultură*, trad. M. Columbeanu, Ed. Samizdat, Oradea, 1999, p. 70.

2) O informație radiofonică, ce va rămâne probabil aparentă, în mare măsură așa cum este, tocmai datorită privilegiului care o caracterizează, acela de a permite urechii să elaboreze fără dificultate informațiile percepute secvențial, chiar și în condiții de zgomot sau de eventuală neatenție.

3) O informație în presa scrisă, ca aprofundare și reflecție, nu concurentă, ci complementară informației televizate. Previțiunea unor sociologi în legătură cu o viitoare *paperless society* va fi dezmințită în măsura în care jurnaliștii din presa scrisă, dotați cu nivel cultural necesar, vor ști nu atât să povestească, cât să explice, să comenteze și să interpreteze evenimentele zilei, văzute deja la televiziune.

4) O informație telematică, al cărei viitor se arată pasionant, dar nesigur și imprevizibil; într-o situație complicată se află mai ales organele electivă ale informației telematice, și anume agențiile de informații, obsedate de riscul să piardă, din cauza Internetului, copuright-ul și siguranța profiturilor, aflate în așteptare, încearcă un remediu parțial prin introducerea de publicitate în buletinele de știri *on line* și recurg la diverse sponsorizări.

„Astăzi - constată Sergio Lepri - unele agenții au intrat în multimedialitate, dar, dacă vor să nu dispară de pe piață, vor trebui să interpreteze cât se poate de bine cele trei tendințe de bază ale evoluției tehnologice, și anume multimedialitate, interactivitate și personalizate a informației; cu alte cuvinte, vor trebui să fie în același timp mari centre de producție a informațiilor curente, mari arhive electronice ale informațiilor trecute, mari bănci de date și moduri de conexiune (așa-numitele «motoare de căutare») cu alte bănci de date, selecționate în funcție de autoritate și credibilitate. Poate că așa se va putea garanta și un minimul de ordine în această lume confuză care tinde să devină Internet în domeniul informațiilor”<sup>82</sup>.

---

<sup>82</sup> Sergio Lepri, *Viitorul sistem media*, în „Telèma“, nr. 16, 1999 (după suplimentul „Vineri“, III, nr. 22, 1999, p. 16).

## TEORII MEDIATICE ȘI STRUCTURI POLITICE

DORU POP

**ABSTRACT. Media Theories and Political Structures.** In “Media theories and political structures” the author identifies the main conceptual debates in media theory and applies them to the political interaction and the democratic manifestation of the media. By having both an analytical approach and a conceptual interest in the basic theories this article is giving a structured presentation of fundamental terms in interpreting the role of mass media on the political sphere and the relations that coordinate the democratic life and the freedom of the press. It is of utmost importance for the author to perceive media and politics in the democratic society of today as two concepts that grow and develop each other in a constant and mutual evolution.

### *Structuri analitice* (1)

#### **A. Teorii**

Principalele teorii care analizează influența, scopurile și rolul mass media în structurile sociale pot fi clasificate astfel: 1. Teoria autoritaristă; 2. Teoria presei libere; 3. Teoria responsabilității sociale; 4. Teoria comunistă; 5. Teoria dezvoltării în societățile înapoiate; 6. Teoria participării democratice.

#### **B. Funcții**

Din aceste șase teorii se pot extrage cinci funcții elementare ale mass media: funcția *informativă*, funcția *corelativă* - de stabilire a unor relații între evenimente, de socializare, de creare a consensului, de stabilire a priorităților, funcția *continuativă* - de continuare și perpetuare a valorilor existente în societate, funcția de *divertisment* și amuzament, funcția *mobilizatoare*.

### C. Efecte

În cele din urmă, funcțiile și teoriile, conceptele și structurile analitice generează multiple interpretări ale efectelor mass media: efectul de înstrăinare - mass media produce izolarea publicului față de valorile comunității și generează dezangajarea socială, efectul de amplificare - mass media acordă importanță sporită unor elemente specifice, efectul de bumerang - mass media generează reacții contrare celor prevăzute și așteptate, efectul de catharsis - mass media are ca rezultat eliberarea tensiunilor, efectul de confirmare - mass media întărește convingerile existente, efectul mimetic - mass media stimulează imitarea violenței, agresivitatea prezentă în mijloacele de informare, se răsfârâge la nivel individual sau în modul de manifestare a colectivităților, efectul “oboselii față de compasiune” - mass media conduce la blazarea și “răceala” publicului atunci când se confruntă cu evenimente neplăcute, efectul de deplasare - o dată cu apariția unor noi tehnologii care acaparează concentrarea publicului are loc mutarea centrului de atenție, efectul de distragere a atenției, efectul de extindere - produce lărgirea opiniilor și perspectivelor de care individul ori societatea dispun, efectul de accelerare - are ca rezultat accelerarea desfășurării evenimentelor politice, efectul de inoculare - funcționează prin injectarea unei idei până când publicul (anterior imun) o receptează integral, efectul “curentului principal” - duce la racordarea publicului la o opinie larg împărtășită, efectul narcotizării - generează apatie și pasivitate, efectul neinformării - publicul care nu știe despre eveniment înainte receptează informațiile mai ușor, efectul de reciprocitate - între mass media și politică se stabilesc relații de schimb reciproc, efectul de reîntărire a convingerilor, efectul de deversare - când informațiile se scurg și spre alți receptori decât publicul țintă, efectul “celel de-a treia persoane” - ce exprimă teama față de cine ar putea să recepteze mesajele, în mod nedorit, efectul de vulgarizare - prin care mass media trivializează problemele pe care le consideră a fi lipsite de importanță.

### Modele comunicaționale

\* Formula lui H. D. Lasswell “Cine\ Ce spune\ prin ce Canal\ Cui spune\ cu Ce efect?” (2) elaborată ulterior de “Grupul de la Yale” - în *Communication and Persuasion* - reprezintă elementul central al noilor studii despre comunicare. Este repetarea modelului linear, care presupune o sporită intenționalitate în influențarea sau persuadarea receptorului de către emițător, reducând întreg procesul la o simplă determinare mecanică.



\* Modelul matematic sau *mecanico-matematic* (3), fiind tot un model linear, presupune o schematizare strictă; avem mesajul produs de *sursa de informare* este formulat în *semnale* care intră într-un *canal* ce duce la *receptor* care la rândul său reconstruiește mesajul și îl duce la *destinație* în creier. Aceste semnale pot fi perturbate de *zgomote* exterioare și se poate crea o interferență în cazul în care se produc prea multe mesaje în același canal. Acest model a fost îmbunătățit de W. Schramm (prin modelul circular) și de M. L. DeFleur (2) unde schimbarea majoră a fost introducerea conceptului de mesaj și a noțiunilor de codare/ decodare la cele două capete ale procesului informațional. Totuși, prin modelul matematic se produce o ruptură față de modelul linear și o separare clară a receptorului și a emițătorului; într-o structură unde comunicarea nu începe și nu se termină niciodată (termenul lui Dance este acela de “comunicare helicoidală. Completat de studiile lui Norbert Wiener în domeniul ciberneticii (3), modelul acesta definește o structură comunicativă bazată pe unitatea lineară dintre sursă și destinatar. Modelul cel mai “simplist” a fost formulat de T. Newcomb în expresia  $A \times B$ , unde A și B sunt indivizii ce comunică, iar X este mediul comun. Modelul mecanico-matematic a influențat teoriile mediatice și a condus la apariția principiului “acului hipodermic”, a tuturor formulelor “curelei de transmisie”. Westley și MacLean au preluat și ei acest model (4); introducând un al patrulea element [C], care joacă rolul de mediator, schema lor a conturat întreaga teorie a “filtrului informațional” (gatekeepers theory).

\* Modelul *sociologic* propus de J. W. Riley și M. W. Riley (5) reprezintă o abordare structurală și concepe emițătorul/ receptorul prins într-o rețea compusă din grupurile primare din care provine și din structura socială mai amplă căreia îi aparține. Aceste structuri sunt inter-relaționate, atât grupurile primare cât și cele secundare joacă un rol activ în formare mesajelor și a sensului. Modelul celor doi Riley este de fapt model *sistemic* pentru comunicare. Conform acestuia, mesajul este permanent modelat în cadrul unui context mai larg, unde referințele preexistente ori informațiile anterioare direcționează și schimbă structura receptării.

\* Modelul *echilibrului și simetriei* în comunicare a fost dezvoltat de T. Newcomb pornind de la studiile psihologice ale lui Heider din anii '50. În această formulare comunicarea este văzută ca o structură triunghiulară, unde emițătorul și receptorul sunt la baza structurii informative privind împreună același obiect, într-o perfectă simetrie orientatională. Ulterior modelul a fost dezvoltat în ceea ce se numește “abordarea co-orientativă” unde există al treilea element (ceea ce generează o structură piramidală) înafară de public și elite, adică mass media. Obiectul observat aici sunt problemele sociale.

\* Modelul *tranzacțional* propus de D. C. Barnlund (6) descrie comunicarea ca un schimb, un “troc” social. Procesele comunicative nu sunt reacții și nici interacțiuni desfășurate din motive altruiste, ci fenomene instrumentate de oferirea și receptarea unor “obiecte/informații”. Kraus și Davis (7) au transpus acest model în teoria lor conform căreia influența este generată de situațiile sociale care îi învață pe indivizi cum să aprecieze și să proceseze informațiile primite.

\* Modelul *general* al lui George Gerbner (8) preia aproape integral formularea lasswelliană și introduce două nivele, unul “tranzacțional” în care se ține cont de factorii interpretativi ai receptorului și un model “psihofizic” unde fidelitatea percepției și adecvarea mesajului sunt fundamentale pentru o bună comunicare. Formula este următoarea: cineva percepe un eveniment și reacționează, într-o situație printr-un mijloc anume și prin materialele ce îi sunt disponibile, într-o formă sau context anume, transmițând un conținut cu oarecare urmări. Această formulare destul de ambiguă permite integrarea majorității activităților comunicaționale într-o schemă cuprinzătoare, deși evazivă pentru a-și putea aroga vreo preeminență în procesele comunicative. Modelul “general” încearcă să combine resursele mecanice ale comunicării și principiile “umane”, inducând o mai puternică structură dinamică schimburilor informaționale.

\* Modelul *complex* (9) pornește de la structura tradițională - emițător, mediu, mesaj, receptor, dar amplifică fiecare din aceste elemente într-o structură ramificată. Asupra emițătorului/ receptorului exercită o permanentă “presiune” propria imagine, structura personalității sale, grupul din care face parte, instituțiile, mediul social și presiunile publice; mediul și mesajul sunt într-o reciprocă interacțiune, influență și control prin conținut ori prin mijlocul de informare.

### ***Mass media și politica***

În sensul clasic al teoriei democrației mass media este menită să difuzeze și să răspândească informații despre problemele publice și politice, să informeze corect și la timp cetățenii, care, la rândul lor, vor influența procesul decizional la nivelul societății. În general, standardele normative, de factură democratică, sunt cele ce impun modul de funcționare al mass media în societățile democratice (10): *supravegherea evenimentelor* cotidiene care pot influența existența cetățenilor, dar și formarea unor false evenimente pentru sporirea audienței; *identificarea principalelor probleme sociopolitice*; crearea unei *platforme*

*de dezbateri*, pentru realizarea unei piețe libere a ideilor, pentru exprimarea purtătorilor de cuvânt, a liderilor de opinie, a formatorilor opiniilor publice - mai ales că de multe ori accesul la mijloacele de comunicare este extrem de dificil pentru minorități și pentru grupurile marginalizate; *transmiterea* diverselor elemente ale discursului politic; *analizarea activității oficialităților*, a instituțiilor și a altor agenții publice pentru a le face răspunzătoare pentru actele lor; *stimularea activismului* cetățenesc, pentru depășirea apatiei în comportament și înțelegerea superficială a proceselor politice pe baza unor prejudecăți ce funcționează pe criteriile emoționale sau simpliste; *autonomia editorială*, ce opune rezistență tentativelor de a vexe libertatea presei; *respectul* față de public.

\* *Modelul "schimbului"* (11) în relația presă - guvern se întemeiază pe interacțiune constantă între cele două instituții și, mai ales, pe implicarea instituțională reciprocă (ziariștii angajați de politicieni și politicienii solicitați a fi ziariști). Coabitarea aceasta "incestuoasă" face ca politicienii să primească mai multă atenție în mijloacele de informare, iar jurnaliștii să beneficieze de favoruri informaționale sau de condiții preferențiale în obținerea datelor cu privire la organismele publice. De aici izvorăște noțiunea de "jurnalism de haită", care presupune condiționarea grupurilor de oameni de presă prin liderii informațiilor, cei care dețin informațiile cele mai bune, direct de la sursă și care dau tonul în interpretarea evenimentelor. O dată cu apariția televiziunii "concubinajul" presă/ politică a mai dobândit o dimensiune; colaborarea dintre partidele politice și redacțiile posturilor de televiziune devenind mult mai extinsă și mai strânsă.

*Rolul mass media în procesul educațional la nivel politic.* Cunoștințele politice și un înalt nivel de informare politică țin în mare măsură de expunerea la procesul comunicațional prin mass media, dar și de receptarea comunicării și publicității electorale. Participarea la dezbaterile publice, lectura și analizarea critică a informațiilor primite conduc la formarea și cristalizarea unor opinii elaborate, bine structurate. Mass media joacă un rol esențial în *educația democratică* a cetățenilor; ea prescrie și indică regulile politice, structurează și mediază înțelegerea proceselor decizionale și coordonează mișcările actanților pe scena politică.

După Lasswell (12), procesul decizional în ansamblul său are câteva etape bine delimitate, care influențează întreaga construcție socială și modul în care mass media își exercită puterea asupra sferei politice: 1. faza inteligibilității, care înseamnă influx de informații și stimularea atenției prin perpetua

transmitere de mesaje; 2. faza de recomandare, când toate mesajele considerate a fi relevante primesc o atenție deosebită din partea transmițătorului; 3. faza de atribuire, care presupune stabilirea normelor interpretative; 4. faza de invocare, când se face apel la diverse situații similare; 5. faza de aplicare; 6. faza de evaluare; 7. faza de finalizare.

### ***Principalele teorii asupra rolului presei (13)***

1. Presa este un agent moral, un factor educativ la nivel civic
2. Presa prezintă faptele politice în mod obiectiv, reprezentându-le ulterior la nivelul întregii societăți
3. Presa se manifestă într-o piață liberă a ideilor, unde se produce un schimb continuu de informații și o ierarhizare concurențială
4. Presa este un instrument de orientare a publicului asupra problemelor existente
5. Presa este un canal neutru de comunicare, fără nici o interferență exterioară
6. Presa este numai un agent de legitimare a situației sociale existente, de perpetuare a puterii politice consacrate
7. Presa este un mijloc de moderare a conflictelor sociale, un instrument de intermediere comunicațională
8. Presa este un agent socializator, ce înlesnește integrarea componentelor și nivelelor unei comunități
9. Presa este un factor determinant în crearea modelelor sociale, în impunerea unor mituri și construcții comportamentale
10. Presa este un mijloc de transmitere a ordinilor pe cale ierarhică și de impunere a acestora asupra populației
11. Presa este un mijloc de producție specific clasei conducătoare.

### ***Mass media și democrația***

Din perspectivă istorică, dezvoltarea mass media coincide cu dezvoltarea democrației liberale. Teoretic presa monitorizează activitatea puterii, iar actul de putere se desfășoară sub privirea critică a mijloacelor de informare. Consecința acestei concepții este faptul că o presă liberă devine garanția absolută a unei societăți libere. În procesul de informare politică existența mai multor surse de comunicare susține și este susținută de sistemul pluripartit al democrației multipartinice. Mass media are un rol marcant și pentru educarea în spiritul democrației. Cultivarea valorilor democratice, preeminența drepturilor individuale și accesibilitatea informațiilor făcând corpul social să funcționeze

mai bine. Președintele american Theodore Roosevelt a calificat jurnaliștii ce investigau corupția și marile afaceri oneroase drept “debarasatori”, “curățători de gunoaie” (muckrakers), activând în favoarea unei vieți publice curate. Cu timpul, acest rol s-a transformat într-un spectacol de scandaluri și murdării expuse, când de fapt supravegherea înseamnă selectare, predispoziție pentru unele aspecte și transformarea lor în evenimente de anvergură. Un alt rol convențional al jurnaliștilor este acela de “gardieni”, “câini de pază” ai democrației. În sens clasic, democrația presupunea o participare directă a cetățenilor la procesul comunicării politice și publice. Privit în sens democratic, procesul comunicării politice, deși păstrează o puternică dimensiune ierarhică, are o natură strict informativă și nu una directivă - așa cum se întâmplă în societățile autoritar-comuniste, altfel spus, în democrațiile populare. Modelul ierarhic al comunicării presupune necesitatea solicitării sprijinului cetățenilor, necesitatea implicării acestora pentru câștigarea aprecierii lor. Cetățeanul are posibilitatea și libertatea de a ignora sau de a accepta actul comunicării pozitive. Însă, în democrațiile contemporane, definite după modelul lui Dahl ca “democrații poliarchice” situația devine mult mai complexă, iar dimensiunea și diversitatea sistemică face aproape imposibilă comunicarea la nivel personal, cu apel individual. Pentru o mai bună comunicare cu toate nivelele sociale, cu toate instituțiile existente este nevoie de o mai mare diversificare a însuși procesului comunicativ: comunicarea între instituții, între grupurile politice, între diversele organizații ș.c.l, exinderea și ramificarea mijloacelor de informare în structurile de bază ale societății.

Democrația participativă așa cum o cunoaștem astăzi, bazată pe consultarea periodică a opiniilor politice și pe atenția sferei politice față de modificările de opinie publică, se mișcă spre o democrație directă în care aspectul inter-acțional devine predominant. Unul din motivele acestei modificări se găsește și în evoluția tehnologică, exprimată în mijloace de comunicare unde interactivitatea a devenit cuvânt de ordine. Este ceea ce Christopher F. Anterton denumește *teledemocrație*, formă de democrație plebiscitară într-o comunitate electronică și care îndeapărtează democrația de resursele ei reprezentative.

### ***Presa și puterea. Puterea presei, puterea asupra presei.***

Puterea este cea care reglementează activitatea presei. Există patru tipuri majore de control asupra presei: controlul legal, controlul normativ, controlul structural și controlul economic. Din punct de vedere legal jurnaliștii sunt inevitabil conduși în munca lor de deciziile politicului. “Cine decide?” este

întrebarea fundamentală care trebuie pusă pentru a clarifica această relație controversată. Autocrațiile, spre deosebire de societățile liberale, se caracterizează prin absența criticii și a participării în procesele decizionale, printr-un sistem social "tăcut". Ca expresie specifică a autoritarismului, totalitarismul de tip comunist păstrează o comunicare ierarhică omogenă și unidirecțională, de sus în jos, menită să inducă structuri mentale și comportamentale predeterminate. Pentru Z. Brzezinski și Carl Friedrich (în *Totalitarian Dictatorship and Autocracy*), presa în societățile autoritare este în mod perfid integrată în procesul aplicării selective a terorii, în numele ideologiei oficiale, menită să creeze un fluid psihic, o atmosferă cât mai prielnică psihologic pentru dominarea, pedepsirea și recompensarea indivizilor. În societățile cu economii de piață, legislația este o modalitate de control mediatic direct, dar și un mod de reglementare în sens pozitiv. Controlul economic se poate exercita prin limitarea accesului pe piață, prin stimularea financiară a unor anumite organe de presă sau prin crearea unei dependențe a resurselor față de stat sau trusturile de presă, prin taxe sau stimulente fiscale. Controlul asupra resurselor informaționale, limitarea accesului la informații, cenzura directă sau indirectă pot impune o traiectorie precisă fluxului comunicațional. Controlul normativ pune mass media sub lupa moralității și a interdicțiilor ce țin de dreptul la intimitate al indivizilor. Controlul exercitat de putere (cf. M. L. Stein, p. 132) (14) se poate face și prin acordarea dreptului la licență sau a dreptului de publicare, prin cenzura exercitată înainte de publicare sau prin exercitarea presiunii legale și chiar condamnarea după publicare. Toate acestea descriu o amplă imagine restrictivă a mass media.

Invocarea dreptului la liberă exprimare, a libertății individuale de informare generează condiționări asupra legii însăși pe modelul Primului Amendament al Constituției americane care prevede ilegalitatea oricărei legi ce restrânge libertățile mai sus amintite. Într-o democrație, guvernele sunt considerate a fi slujitori fideli ai populației. Ele sunt percepute a fi potențial coruptibile, stupide sau agresive față de cetățeni. Prin urmare ele trebuie supravegheate permanent și, dacă nu se comportă cuviincios, trebuie criticate. Mass media este imaginată ca o structură obiectivă pusă în interesul publicului. Jurnaliștii sunt gardieni ai democrației, controlând toate celelalte puteri ale statului. În cele din urmă, rolul fundamental al mass media în societățile cu democrații liberale este acela de a produce și oferi publicului informații și divertisment. Publicul urmând să decidă ce dorește, ce consideră demn de a fi urmărit și rememorat.

Spre deosebire de Statele Unite, în multe țări europene se practică *principiul responsabilității sociale* a mijloacelor de informare față de publicul specific. Jurnaliștii se simt responsabili de educarea audienței, sugerând și inducându-i acestuia un comportament corespunzător pentru conviețuire socială. Jurnaliștii ajung să fie un fel de expresie absolută a conștiinței comunității din care fac parte, să participe activ la viața socială, să ia atitudine atunci când simt că e de datoria lor să o facă. Criticii jurnalismului responsabilității sociale susțin lipsa de reprezentativitate a oamenilor din presă, ei neavând autoritatea de a da verdicte și nici de a decide în numele societății.

- Apariția *modelului civic* a coincis cu descoperirea modului de funcționare al mass media interactive și a impactului asupra politicii. Pentru depășirea monopolului unuia dintre acești doi actori asupra informațiilor, de limitare a distorsionărilor impuse de factorul economic ori de cel ideologic asupra societății în ansamblul ei, s-a recurs la formula controlului societății civile asupra lor.
- *Producția convingerilor*. Termenul propus de Bourdieu (15) este una din caracteristicile capitalismului târziu și o consecință a apariției capitalului simbolic. Acumularea de capital se mută, în plan ideologic, eficiența simbolică generată de "sinceritate". Pentru a-și menține și îmbunătăți credibilitatea politicienii trebuie să evalueze și să reacționeze în conformitate cu opiniile electoratului.

### ***Mass media, a patra putere în stat?***

Susținătorii presei libere, ca apărătoare a intereselor cetățenilor neagă orice rol instituțional la nivel decizional. Walter Lipmann a fost printre primii care să definească presa drept "lanternă" căutătoare a adevărului. Pentru el știrile nu au nici o legătură cu actul guvernării, iar presa nu este implicată în nici un fel în procesul luării deciziilor, nu este un "organ al democrației directe". În această interpretare mass media nu poate și nici nu trebuie să înlocuiască instituțiile democratice, ci trebuie să pună în lumină aspectele nevăzute ale vieții publice. Aici există o convergență între comunismul marxist și liberalismul occidental prin aceea că rolul instituțional al presei este perceput instrumental, ca factor de "dezvăluire" a greșelilor, a erorilor nivelelor de jos ale politicului. Când, însă, mass media își îndreaptă criticile asupra ideologiei care susține sistemul, asupra sistemului însuși (dacă o face vreodată), ea devine un pericol

O justificare a acceptării presei ca "putere" se întemeiază pe însuși principiul funcționării democrației. Procesul electoral care oferă autoritate politicului, se spune, este practicat, în mod cotidian, și prin legile pieței. Prin procedeul de selectare prin cumpărare, se realizează un scrutin zilnic ținând de procesele comerciale. De aici legitimarea publică și legitimitatea participării active a presei în procesele decizionale. Ca o variantă a acestei concepții provine perceperea presei ca reprezentantă a publicului. Prin opțiunea pentru un anumit organ de presă individul își transferă o parte din autoritatea publică asupra acestuia, renunțând, ca în cazul procesului electoral, la participarea directă. Și aici reprezentarea politică trece pe plan secund ca semnificație.

O expresie extremă a acestei noțiuni o constituie "sindromul Cronkite". Walter Cronkite își încheia întotdeauna articolele cu formula "și așa stau lucrurile", iar sindromul care îi poartă numele ilustrează simultan auto-percepția jurnaliștilor ca deținători unici ai adevărului și proiectarea asupra publicului a unei imagini de masă incapabilă să distingă între bine și rău, un monstru credul și pasiv. Douglas Carter, corespondent al lui "The Reporter" la Washington, face o descriere clasică (16) a modului în care liberalismul nord-american percepe prezența mass media pe scena politică. Pentru el, ca fost om de presă, mass media e o putere "de facto", quasi-oficială și informală, dar care, în cele din urmă, este adevărata putere ce formulează și dă conținut mesajului politic. Întreg procesul de participare al mijloacelor de informare la actul decizional este într-o strânsă legătură cu noțiunea de publicitate, cu "guvernarea prin publicitate"; interdependența intereselor dominând raportul dintre clasa politică și cea informațională. Clasa politică, puterea executivă și cea legislativă se află într-o acută competiție pentru publicitate și aici intervine puterea presei (vz. *Stabilirea agendei politice*).

### ***Impactul mass media asupra sistemului politic***

Teoria care critică principiul "cele de-a patra" puteri (17) și propune o interpretare integratoare a mijloacelor de informare vede în mass media doar un subsistem social, printre multe altele, care nu face altceva decât să reflecte dimensiunile și proprietățile ansamblului social. Mass media "reflectă" structura organizațională existentă și exprimă tensiunile ori relațiile dintre centrele de putere, nu are o identitate proprie. Mijloacele de informare sunt funcții mimetice ale comunității, reprezentând nivelul de dezvoltare al acestora și constituind expresii vizibile ale eficacității comunicaționale.



***Impactul mass media asupra structurilor politice***

Unul din fenomenele asociate cu deteriorarea credibilității publice a partidelor politice este, în ultimii ani, scăderea loialității electorale. Instabilitatea politică și ideologică a membrilor societății, ca de altfel și scăderea nivelului participativității politice, a activismului instituțional, sunt considerate a fi consecințele mediatizării emoționale a existenței publice. Mai mult, având un puternic grad de simplificare, televiziunea în cele din urmă conduce la ștergerea granițelor (18) dintre ideologiile drepte și ale stângii, creând un monstruos amalgam politic. Pentru Berelson, Lazarsferld și McPhee (19) comunicarea rămâne o caracteristică fundamentală a democrației, chiar dacă în critica marxistă această coordonată este etichetată în sens negativ, ca "simplă vorbărie", fără consecințe asupra vieții oamenilor. Pentru ei dezvoltarea tehnologică nu face altceva decât să extindă dezbaterile și dialogul politic dincolo de limitele existente, răspunzând necesităților unui organism social mult mai puternic dezvoltat și mai diversificat. Societatea și viața politică e caracterizată printr-un benefic "sistem de discuții", generator de idei, stimulator al existenței civice. Această linie interpretativă susține că apariția mijloacelor electronice de comunicare a condus la o mai puternică "democratizare" a vieții sociale. Indivizii au la dispoziție modalități interactive de a se adresa guvernanților și pot să își manifeste dreptul la liberă exprimare și dreptul de participare la procesul decizional într-o manieră directă, neîngrădită. Mai mult, mass media este un puternic factor de stimulare politică a tinerei generații, expunerea adolescenților la viața socială începe devreme și capacitatea lor de a înțelege ce se întâmplă crește exponențial, ei devenind viitorii "cetățeni responsabili".

- (1) Dennis McQuail, *Mass Communication Theory: An Introduction*, Sage, 1983.
- (2) cf. *The Communication of Ideas*, ed. Bryson, Harper and Brothers, NY 1948).
- (3) C. Shannon si W. Weaver, *The Matematical Theory of Communication*, Urbana, U. of Illinois Press, 1949.
- (4) *Theories of Mass Communication*, N.Y., David McKay, 1966.
- (5) *Cybernetics*, Wiley, 1948
- (6) cf. "Journalism Quarterly, 34, 1957, 31-38.
- (7) ed. R. K. Merton, *Sociology Today*, NY Basic Books, 1959. în *Foundations of Communication Theory*, Harper & Row, 1970.
- (8) în *The Effects of Mass Communication on Political Behavior*, Sidney Kraus and Dennis Davis, Pennsylvania State University, 1976.
- (9) în *People, Society and Mass Communications*, ed. Dexter and White, NY, Free Press, 1964)
- (10) G. Maletzke, *Psychologie der Massenkommunikation*, Hamburg, Verlag Hans Bredow-Institut, 1963)
- (11) J. Lichtenberg Blumler, ed. *Democracy and the Mass Media*, Cambridge Univ. Press, 1990, p. 270.
- (12) Leon V. Sigal, *Reporters and Officials: The Organization and Politics of Newsmaking*. Lexington, D. C. Heath and Co., 1973.
- (13) *The Future of Political Sciences*, NY, Atherston Press, 1963, 15-16.
- (14) cf. *Politics and the News. The Political Functions of the Mass Media*, Edwin R. Black, Butterworths, Toronto, 1982, p. 45)
- (15) în Pierre Bourdieu, *The production of Belief: Contribution to an Economy of Symbolic Goods*, în *Media, Culture and Society, A critical Reader*, Sage 1986.
- (16) Douglas Carter, *The Fourth Branch of Government*, Vintage Books, 1959.
- (17) Philip J. Tichenor, George A. Donohue and Clarice N. Olien, *Community, Conflict & the Press*, Sage, 1980.
- (18) Todd Gitlin, *The Whole World Is Watching: Mass Media in the Making and Unmaking of the New Left*, Berkeley, U. of California P., 1980.
- (19) Bernard R. Berelson, Paul F. Lazarsferld and William N. McPhee, *Voting: A Study of Opinion Formation in a Presidential Campaign*, Chicago, U. of Chicago P., 1954.

## **THE INSTANTANEOUS REPORTING BY THE MEDIA OF INTERNATIONAL CRISES AS A NECESSARY NUISANCE WHICH DIPLOMATS MUST LEARN TO LIVE WITH**

**MIHAI-VICTOR STOICA**

**ABSTRACT.** The mass media becomes a powerful actor on the international arena. The media somehow assumed many of functions of the traditional diplomacy. The instantaneous reporting by the media of the international events transformed the conduct of diplomatic practice. The interdependency relationship between the media and the diplomacy is reflected both on the public arena and on the process of decision making. Media proved to be an international actor influencing the development, the evolution and the resolutions of international crises. The ability of diplomats to accommodate their practice to the information age will surpass the difficulties raised by the instantaneous reporting of crises also speeding up their resolution. Media diplomacy and public diplomacy are new approaches to a transforming diplomacy and international society, where not only the traditional actors will count.

### **I. Introduction. The Relation between Diplomacy and Mass Media. Mass Media Reporting on Crisis.**

I will start this paper with a quotation from Newsom (1988, p.52) "In any country, diplomacy and the press are uneasy adversary." Is it this entirely true or the media is a necessary evil for the diplomatic practice?! In my following essay I will seek to analyse the relationship between mass media and the diplomatic practice; how the perception of crises can be built by media and the role of mass media the toward international crisis management. I will also try to answer the question if the media and diplomats are really adversaries or the diplomat and media can coexist and help each other.

In order to answer these questions I first will attempt to explain the mass media policy on international relations and how this can affect the diplomatic practice.

The media is not a unitary and independent actor but a powerful one. Always media will follow, economic or political interests, in its policy of reporting. The economic interests can be the side effect of attracting audience and the political interests will be determined by those who can control media (owners, politicians, government). Hence for the instantaneous media reporting on an international crisis can be relevant in the same time both the newsworthiness of the event or the political interests of those that want to promote a specific development for the crisis.

Relation between mass media and the diplomacy is a very delicate one. The new information technology had increased the access to information and as a side effect this opens the debate about the use of media as a tool for promoting the state or other corporate agents' domination. But relation between the mass media and politics cannot be summarised only to this. If we keep in mind the economic interest of media (=to attract audience) mass media contain an intrinsic public dimension; it is an arena for expressing the will of public, a feedback response from the public to political action. Also the spontaneous character of media increases the demand of public for hot information. Mass media is an entity that has subtract its power on its ability of finding the sensational, the newsworthiness and reporting everything that is up to normal in the system. For these reasons it is very normal for media to report instantaneously any international crisis.

In this context, the conflict between the Government's executives and the media will consist in the balance between informing the public and withholding, in the name of national interest, those information that enable them to improve the political action.

Yoel Cohen (1986) had developed the concept of *media diplomacy* in his attempt to present the adaptation of diplomacy to the challenges of mass media.

He argued that media seeks for news and the "Government" can offer this news co-operating with media; preserving this way the necessary secrecy and offering its own perspective. But if it is true that media can positively influence the way the things gone, in the same time it can make it harder.

A motivation for the enmity between media and diplomacy can be given in the argument that information technology had opened what was once a relatively closed diplomatic realm. The media capability of gathering and transmitting information/news was enhanced subduing one of the most important functions of traditional diplomacy. Thus this drastically altered the arena where diplomacy operates. This process mainly consists of the rapid transmission of information and the relatively easy access to this information meaning that foreign policy making and implicit the practice of diplomacy must confront two aspects: the diplomatic work is happening in front of a public arena, so it may pay attention to public reaction both before and after decision

making. Decision making became a very difficult process because, when you plan a decision the other part will know what are the alternatives and what is going to be done even before this decision is going to be implemented. According to this last perspective, the media became a means of political communication in the international system assuming another function of diplomatic work. Massmoudi, M. (in Raboy, M. & Degenais, B. (eds.) **Media, Crisis and Democracy** - 1995) noticed that in the early stages of an international crisis (e.g. Gulf War) media can become the real or even the only channel between the parties in conflict.

Yoel Cohen (1986) also noticed that not all the aspects of diplomatic activity are perceived and reported by the media: "...many aspects of diplomacy, including international economic relations, bilateral political relations, and cultural ties are not 'defined' as news by the media". But international crises are very well reported consequently media reporting cannot be ignored in the diplomatic process. In this context there are some features on media reporting an international crisis: the policy makers cannot ignore and actually they even frequently use media as a source of information. For public media is almost the only source of information on international relations. Due to the possibility of feedback, media influence the public sphere (the public and other non-formal actor), thereby there is a pressure from this part exercising upon the diplomatic activity. But the media is also the device through the policymaking can get a large support. Cohen had found four "sociological" patterns that can result on the mass media interaction with the foreign policy making:

- media sources of information and ideas at several stages in the foreign policy process for diplomats abroad, for ministers and officials, for wider public, MPs, interest groups and other non-formal but influential actors
- media is a link between the public sphere and the policymakers in terms of acting as a forum of debate on foreign policy and in terms of reflecting this debate in public opinion to policymakers
- media diplomacy is associated with the idea of influence: the media can determine what topics are covered by the media; and the media can influence the policy
- media diplomacy regards the way the media link policymakers to foreign governments and to the public by including government perspectives in editorial matter and by disclosing information, which has the political effect of changing policy. In addition to these, we can also notice that media reporting contributed to the globalisation of international crises. Thus regional crises like Yugoslavia could have been perceived as regional issues in the past, but now, through their immediate and insistent reporting by media gained international expansion. Also media reporting make more

receptive the diplomatic work to non-political aspects as famine, natural calamity and other humanitarian crisis. Media also accelerated the process of policy making due to its fast access and circulation of information that obliged the actors to be more active. Other effect can be found in the contribution of media at the decentralisation of diplomacy. The central coordination and the secrecy in diplomacy are more difficult to be sustained in a world where information is fast disseminated and widely circulated.

## **II. The Role of Mass Media in defining the international Crisis. Crisis Management under the Media Pressure**

The media had a very important role in defining the context of an international crisis and/or even defining the crisis itself. For supporting this thesis I will use the Mattelart, A. & M. example (in Raboy, M. & Degenais, B. (eds.) *Media, Crisis and Democracy. Mass Communication and the Disruption of Social Order*, 1995) of two simultaneous crises that had different readings due to their reporting and interpretation in media. One crisis is the December 1989 Romanian revolution and the other one is the US marines military intervention in Panama. The first crisis was not an international crisis, but it gained an extended coverage because of its symbolic meaning, the last Eastern European country liberated from the communist dictatorship through a bloody but spectacular revolt. This was a crisis that gets a legitimised solution. The other one representing the war of drugs is a real international crisis that breaches the international law: national sovereignty, diplomatic immunity, and non-interference. International media in the favour of first one underplayed the second crisis. One possible comparative reading for these two crises is that in fact there was a method of favouring the American diplomacy, an attempt to dismiss the fact that while Soviet Union renounced to its politics of interventionism, USA continues to exercise the politics of spheres of influences.

As we can see mass media can construct the crisis perception, to dismiss or even amplify the events. Media can in fact determine an international crisis perception as being an international crisis. For example, in the Gulf War case the beginning of crisis was not interpreted as an international crisis either by the Bush administration nor by international opinion. But the Iraqi invasion in Kuwait was immediately reported by the media (=CNN) as a very important event (and implicit newsworthy) and only later recaptured and refrained by the American Government. After reporting the event, media kept the eyes on event becoming a persuader and playing a function of legitimisation for the military intervention. The competition between the press and government became in this case a competition for setting the foreign policy agenda. The immediate

reporting by media of the Kuwait invasion had become an event belonging to the public sphere even before its presence in the political arena. The role that media had played in this case was more than a function of communication; media assumed the role of the diplomats; it defined, interpreted and analysed the crisis prefiguring in the same time a solution for this development. This is the moment when a crisis becomes open even before it passes through a political interpretation. In these situations mass media plays the role of a very powerful political actor and its relation with the political sphere becomes an interdependent relation. The Political sphere will ask for support for its proposal of resolving the crisis and the media will follow the development of the crisis while this coverage is considered in its own interest. The will of diplomats to play, in the face of high audience during crisis, can also serve as an effective communication mean between crisis opponents.

Sometime the non-co-operation with media in the resolution of the crisis can have negative side effects for those non-co-operating, media becoming the advocate of the part that want to co-operate.

In this context favourable news media coverage of a message is often a crucial element in bargaining the resolution of a crisis. The media can help to legitimise one side and help through this in coalition building, creating an environment that help direct lobbying activities to succeed. Usually an Embassy includes former print and broadcast journalists who know how editorial decisions are made at major news organisations. They knew how to deal and co-operate with the media. The effects of a crisis can be devastating to a country's reputation, for its image and even for its trade relations. Also the modality in which a crisis is managed often determines a positive or negative perception for the future developments. A diplomat must be able to communicate with the media, to "go public" when the resolution of crisis asks him. The management of a crisis can be easier when the support of media is obtained.

### **III. The diplomat and the journalist. Dealing with media: Controlling the Media or being Controlled by Media. The criticism of media**

Actually we can find a lot of things that a diplomat abroad shares with a journalist abroad. When a diplomat has responsibilities in front of his government a journalist has responsibilities in front of his media agency but also to readers, listeners and viewers. Both journalist and diplomat must report the crisis. But when the journalist can amplify a crisis or even create the perception on an event as a crisis, the diplomat has to find a solution for crisis. The responsibility of a journalist is smaller than the responsibility of a diplomat,

but these not mean that the journalist cannot be more active than the diplomat in the crisis development. The diplomat that is dealing with mass media in an embassy is usually a person that has journalistic background, so it is supposed that he knows how to deal with media especially in crisis. Both journalist and diplomat participate to the construction of an image over a crisis. But the diplomat is reporting and analysing only for the sake of his government, the journalist report for the public sphere, that indirect will target the decision makers. Consequently, a diplomat must know both the official positions of his Government and in the same time what the home media is reporting about the crisis. His position is very delicate because the Government policy can change under the influence of media. The problem of diplomatic practice and decision making also confront the fine balance between being controlled (changing the policy in function of mass media reporting and media's construction on crisis's perception) by media and controlling the media. There are many modalities to exercise pressure over the media but the must know one is *the leaking* of information in order to promote a policy or reviewing the answer at a possibility of resolution for a problem. The leak of information can be also a nuisance for the diplomatic practice. Newsom (1988) found five types of leaking: one is made by a person who want to demonstrate how much access to information has; the other one is for promoting a policy and other type is for sabotaging a policy if its coming in public arena can stop it. A more sophisticated type of leak is by disclosure of a possible policy in order to notice the reaction of the counterpart at this possible way of solving the crisis. Newsom considered that the fifth type of leak is in fact a fake leak. Also a very clever journalist can observe and anticipate the most possible solution for the problem and present it as a leak.

In the ability of a diplomat of understanding how the media is working and how the interest of media can be captured consists his capacity of adaptation to the influence of media and the possibility to use media as a positive device in the aid of crisis management.

The criticism of media from the point of view of diplomatic works includes the following statements (paraphrasing Manning, R. in Hoffman - 1968): media is captivated by speed and *exclusively* neglecting the quality of reporting, but a stronger interest in analysing and interpreting the information was developed as a very important feature of media reporting; media can follow the tendency of making profit in the detriment of national interests. Massmoudi (in Raboy, M. & Degenais, B. (eds.) ***Media, Crisis and Democracy*** - 1995) noticed the annoyance of George Bush that American media (=CNN) offered to Saddam Hussein more chances to express his view over the crisis than he ever



will get on Iraqi channels; and as an immediate reaction he got this opportunity he ask for. Media is extremely vocal about its rights and privileges but refusing to consider its responsibilities; media globalised the crisis thus a minor or regional crisis can be developed to the rank of international crisis; also media believed that its primary task is in disclosure. Manning (ibid.) also noticed that are only few journalists that may use the *ultimate* if they believe this can harm the diplomatic work of their government. Also Manning noticed that is a very difficult task for a journalist to make the distinction between what can be disclosed and what cannot. Also decision's makers and diplomats can change their initial action plans in order to compensate the result of the media disclosure over their intentions.

#### **IV. Conclusion**

The resolution of questions rose by the instantaneous media reporting cannot be an easy task. In the foreign policy making there is a process of continual bargaining among separate constituencies, some inside the media, some inside government, some among media and government representatives. The process will be ongoing, with new situations raising new questions, but often avoiding old questions. The model of mutual exploitation between media and the decision's makers provides a framework for understanding the workings of these bargainings in period of crisis. Diplomats will succeed in their task learning to deal with the instantaneous media reporting through an information management if they will understand the consequences of this process by examining the structural and power relationships between the media, decisions makers and the public. The media is a business possessing the spirit of competition for the news (or other marketable information), so offering this information you can learn how to peaceful coexist and profit on the media. There is a complexity of relations developed in the context of mass media reporting; the process of decision-making and the implementation of foreign policy. Between the journalist and its sources there is a dependent relationship. Also there is an ideological framing of issues that occurs within the context of a consumer capitalist economy. The public sphere will always be a pressure for the political life in the context of an globalised international society; the global village where the local problems will be interpreted as the problems of the entire community.

## REFERENCES

1. Altschull, J.H. *The Media and Public Policy*/ NY: Longman, 1995
2. Barston, R.P. *Modern Diplomacy*/ London, NY: Longman, 1996
3. Cohen, Y. *Media Diplomacy: The Foreign Office in the Mass Communication Age*/ Ottawa, New Jersey: Frank Case, 1986
4. Frankel, J. *International Relations in a Changing World* (new edition)/ Oxford, NY: Oxford Univ. Press, 1991
5. Golding, P., Murdoch, & Schlesinger, Ph. (eds.) *Communicating Politics. Mass Communications and Political Process* / NY: Holmes&Meier, 1986
6. Hoffman, A.S. (ed.) *International Communication and the New Diplomacy*/ Bloomington, London: Indiana Univ. Press, 1958
7. Lee, J. (ed.) *The Diplomatic Persuaders. The New Role of Mass Media in International Relations*/ NY, London, Sydney, Toronto: Wiley&Sons, Inc., 1968
8. Merle, M. *Sociology of International Relations*/ NY: Berg Publishers, 1987
9. Newson, D. *Diplomacy and the American Democracy*/ Bloomington, Indianapolis: Indiana Univ. Press, 1988
10. Peterson, T., Jensen, J.W. & Rivers, W.L. *The Mass Media and the Modern Society*/ NY, Chicago, SF, Toronto, London: Holt, Rhinehart& Winston, Inc., 1965
11. Raboy, M. & Degenais, B. (eds.) *Media, Crisis and Democracy. Mass Communication and the Disruption of Social Order*/ London: SAGE Publications, 1995
12. Reynolds, P. A. *An Introduction to International Relations*/ London, NY: Longman, 1980 (red.)
13. Serfaty, S., ed., *The Media and Foreign Policy*/ New York: St. Martin's Press, 1991  
Watson, A. *Diplomacy: The Dialogues between States*/ Menhuen, 1982
14. Williams, M. (ed.) *International Relations in The 20th Century: A Reader*/ NY: NY Univ Press, 1989

## LEONTIN GHERGARIU – GAZETAR

GABRIEL VASILIU

**ABSTRACT. Leontin Ghergariu Newspaperman.** The activity of Leontin Ghergariu, excellent professor, researcher in the domain of linguistics, ethnography and folklore, had mixed with his work as a journalist (1925-1940). He edited and contributed to the following journals: „Mesesul” (= „Journal of Sălaj”), „Școala Noastră” („Our School”), „Țara Silvaniei” („The Land of Silvania”).

Ne-am ocupat în revista "Studia Universitatis Babes-Bolyai. Ephemerides" (1997 si 1998) de Ștefan Pasca si Sextil Puscariu. Leontin Ghergariu a fost unul din discipolii primului rector al Universității clujene. După 1945, mulți ani, a predat limba si literatura română la liceul „Gheorghe Barițiu” din orasul de pe Somes, fiind alături de Vasile Scurtu, Virgil Stanciu, Traian Marcu, unul din cei mai apreciați si iubiți profesori. Dacă, după 1945, si-a canalizat energiile, mai ales, în munca de la catedră si în cercetările din domeniul limbii si etnografiei, în perioada sălajeana s-a remarcat si ca ziarist si nu un ziarist oarecare. În materialul nostru vom supune atenției doar acest aspect din activitatea sa. Născut în județul Arad, își va începe munca de profesor în orasul Carei, unde va sta doar un an; din 1924 până la fatidicul an - 1940, a trăit si a muncit în orășelul de la poalele Mesesului.

În lucrarea semnată de I. Hangiu „Dicționar al presei literare românești (1790-1982)”<sup>2</sup> numele lui Leontin Ghergariu nu este amintit decât în dreptul publicației „Țara Silvaniei” si atunci fără nici o apreciere. Atât în ediția întâi (1987) cât si în a doua (1996), desi pretențios o definește „adăugită si completată”, autorul se dovedeste depășit, lucrarea fiind plină de omisiuni si greseli. Din respect față de cel de care ne ocupăm în articolul nostru, si nu numai de el, trebuie să se revizuiască cercetările, să le completăm pentru a putea scrie o adevărată istorie a jurnalisticii românești.

Primul periodic la care a colaborat Leontin Ghergariu s-a numit emblematic „Mesesul” cu specificarea „Gazetă săptămânală, culturală si informativă”. Întâiul număr a apărut la 31 ianuarie 1925, avându-l ca redactor responsabil pe R. Rosca.

De la numărul 3 (februarie 1925), presedintele „comitetului de redacție” este numit profesorul L. Ghergariu – directorul liceului românesc de băieți din Zalău. Înainte de a analiza contribuția și materialele semnate (L. Gh., Gh., L. Ghergariu), ne oprim, un moment, asupra istoricului și evoluției publicației: 9 ani de apariție (I 1925 – IX 1938), în 1931 își va înceta activitatea (1931 anul VII) și reapare în 1936 (tot anul VII fiind considerat). Din 1936 se va subintitula „Organ cultural și informativ al «Astrei sălăjene», schimbându și si numele în „Gazeta Sălajului”. În numărul prim din același an (1936) în „Cuvânt înainte” semnat de directorul revistei, nimeni altul, decât L. Ghergariu, se explică această schimbare. „După o pauză de 5 ani scoatem din nou o gazetă românească în Zalău. Această gazetă este continuarea „Mesesului”. I am dat alt nume, mai general, pentru că dorim ca această gazetă să fie a Sălajului întreg, iar numirea de „Mesesul” ni s a părut prea locală”.

Din 1938 (numărul 4) are ca titlu secundar „Organ cultural și economic al «Astrei sălăjene». Reamarcăm determinativul *cultural* în toate cele trei subtitluri, fapt semnificativ și relevant. Gazeta este structurată în cele 6 sau 8 pagini pe următoarele rubrici: *articol de fond* (axat de probleme de actualitate), *foița Mesesului* (tematica culturală, cel mai des literară), *articolele de dezbatere*, comentariu pe marginea legilor dar și a hotărârilor luate de organele locale (intitulată „publicațiune”), *din lumea largă* (din țară și din străinătate), *multe și mărunte* și *stiri* (redacționale, locale și diverse). Din 1938, cum era de așteptat, vor apare și *rubricile „economică și cooperatistă”* (vezi subtitlul) și *sport*.

Articolele semnate de L. Ghergariu sunt mai mult de o sută, numărul lor, suntem convinsi, este mai mare, multe fiind semnate cu pseudonim, pe care, azi, greu îl putem menționa. Tematica articolelor este variată, impusă de data când au fost scrise, multe sunt luări de atitudine la realitățile din Sălaj, probleme școlare, foarte multe prezențări de cărți (autori, mai mult sau mai puțin cunoscuți) expunerea planurilor și a realizărilor ASTREI în țară și în localitățile județului. Debutul, la ziar, îl are la rubrica „Foița Mesesului” cu o povestioară scrisă în 1920 (pe când era student) intitulată „Din negura vremii” (nr. 6 1925). La tematica „realități sălăjene” menționăm: „Un monument în Zalău” (nr. 10 1925), „Monumentul eroilor” (17 1925), „Sfaturi gospodărești” (nr. 1 2, 3 1926), „Sfârșitul anului școlar” (18 1926), „Colportori de stiri” (19 1926), „Actualități” (20 23; 26 27, 30 31, 32, 33, 34, 37 38, 39, 41, 44 45 – 1927). De la importanța istorică a evenimentelor de la Guruslău, imnul ASTREI, numărul elevilor din scolile locale, cum sunt scrise afisele din oras, literatura pornografică până la evocarea oamenilor locului (Ioan Cheri învățător în Carei) sau a celor care a ajutat substanțial ASTRA sălăjeană (Vasile Stroiescu boier moldovean) aproape totul va intra în atenția autorului și le va supune unei

analize pertinente. Din anul 1927 (anul III), când L. Ghergariu devine redactor alături de Grațian Capătă și director al publicației este numit Ioan Mango, programul gazetei este gândit pe principiile Astrei (nr. 1 - 1927). Conținutul articolelor semnate de noul redactor reiese, chiar, din titlul lor: „Falimentul scrisului” (2 - 1927), „Bibliotecile sătești” (4 - 1927), „Portul național (5 - 1927), „Limba noastră” (6 - 1927), Comemorarea lui Pestalozzi (7 - 1927), „Recensământul” (16-17 - 1927), „După 50 de ani [1877-1927]” (18 - 1927), „Ziua Eroilor” (20-1927), „Nu citim!” (23-1927), „Trei monumente” (40-1927), „Sfințirea bisericii ortodoxe din Zălau” (41 - 1927), „Către cititorii de la sate” (42 - 1927), „Gazeta Națională” (43 - 1927), „Dezvoltarea oraselor” (44 - 1927), „Băncile Românești” (45 - 1927), „1 Decembrie” (46-47 - 1927), Congresul studențesc (48 - 1927). Pe același drum va merge și în anul următor. Apariția unei rubrici intitulată „Foileton”, unde se vor prezenta scurte date biografice însoțite de fragmente din opera diversilor scriitori, oameni de știință dovedeste urmărirea perseverentă a scopului propus în programul revistei - răspândirea culturii. Sunt menționați: St.O. Iosif, D. Anghel, Al. Basarabescu, Ioan Adam, Emil Gârleanu, V. Alecsandri, Sextil Puscariu, Alex. Ciura, Al. Cazaban, Z. Bârsan, P. Cerna, G. Cosbuc, V. Militaru, Gh. Tulbure. Nu de puține ori ia ca model, pentru activitatea susținută, liceul din Beius (12, 20-21 - 1928) unde se dă o luptă asiduă pentru respectarea corectitudinii limbii românești „Datorința față de limba națională” (27-28 - 1928). Ultimul articol semnat în 1928 intitulat „Alte orizonturi” (39-40 - 1920) lansează un apel „Să colaborăm toți fără culoare politică”. Din 1929 director este numit Leontin Ghergariu. Gazeta porneste cu un nou avânt, desi trecea prin ne cazuri financiare și își propune, în primul rând, să se preocupe „de situația din județul nostru” (14 - 1929). Directorul va semna articolele: „Cooperarea în Sălaj” (6 - 1929), „Iarăși ecoul alegerilor” (10 - 1920), „Drapelul” (12-13 - 1929), „Cifre interesante” (24, 15, 16), Gherorghe Pop de Băsești (17-18), „Două serbări (1920-1929). Va apare „pagina gospodarilor” dovada că ziarul vroia să fie citit tot mai mult, de locuitorii satelor, care constituiau majoritatea populației din zonă. Cu toate încercările, la mijlocul anului 1931, ziarul încetează să mai apară. Va reveni, tot sub oblăduirea Astrei, în 1936, avându-l la conducere tot pe profesorul Leontin Ghergariu care și-a propus „să o ferească de luptele politicii de partid (1-1930). Va semna rubrica „Însemnări” unde pune în discuție: „75 de ani de la înființarea ASTREI” (1-2 - 1937), „necesitatea înființării unei case culturale în fiecare comună” (3 - 1937), „importanța bibliotecilor de la sate” (5 - 1937), „indiferența unor instituții față de nevoile satului care va aduce urmări tragice” (10 - 1937), „numărul mare de analfabeți la sate este un lucru foarte grav (11 - 1937). Introducerea rubricilor *Posta redacției*, *Viața economică și cooperatistă*,

confirmă interesul continuu de ancorare în realitate, în cazul nostru, realitatea sălăjeană. Aproape că nu este număr, în acest an, ca Leontin Ghergariu să nu semneze un material. De la subiectul banal (!) „abuzul de alcool” (15 și 48 1937) până la necesitatea „înființării muzeului satului” (27 1937), „frumusețea dansurilor locale, românești” (29 1937), „a cântecului” (30 1937), „importanța practicării sportului” (32 1937), „deficiența asistenței sanitare la țară” (43 1937), „proasta îngrijire a drumurilor locale” (46 1937) totul va fi pus în dezbateri, clar, pe înțelesul fiecăruia pentru că „noi stim să facem deosebirea între chestiuni regionale și regionaliste (17 1937). În anul al noulea (1938) a reluat programul anului precedent: „problemele agricole” (2 1938), „importanța propagandei culturale la sate” (3 1938) „necesitatea coordonării, sub un singur for, a tuturor societăților culturale” (6 1938), „importanța bisericii și școlii în ridicarea nivelului cultural” (12 1938), „valoarea inestimabilă a obiectelor găsite la Porolissum” (5 1938). Cu toate încercările și apelurilor lansate, la 29 oct. 1938 (nr. 37) „Gazeta Sălajului”, o prezență fără de care nu se poate scrie istoria județului, în paginile căreia au semnat nu numai sălăjeni își încetează activitatea. Lipsa ei se va resimți.

- Cea de a doua revistă, unde prezență profesorului Leontin Ghergariu este remarcabilă poartă numele „Școala noastră” (1924-1940). La început s-a numit „Revista pedagogică culturală. Organul oficial al revizoratului școlar județean și al asociației învățătorilor din județul Sălaj”. Din 1931 subtitlul este „Revista pedagogică culturală a corpului didactic primar din județul Sălaj”. După trei ani (1934) intervine o nouă modificare, ea intitulându-se „Revistă lunară de educație culturală profesională și afirmare națională”. În ultimii doi ani de apariție (1939-1940) se va chema „Revistă lunară de educație culturală profesională și afirmare națională a Asociației învățătorilor. Secția Sălaj”. Tot în același timp, cu aceeași denumire se tipăresc reviste și la Turnu Severin, Miercurea Ciuc, Făget, Slatina. Din primul număr redactorii și au propus șase obiective principale, patru legate direct de munca didactică, două, din ele, justificând, din plin, caracterul cultural. Se urmărea: „să îmbrățișeze toate manifestările culturale din județul nostru, precum și orice eveniment social ce stă în legătură cu educația mulțimii”, în același timp „să îmbrățișeze trecutul cultural al românilor din Sălaj și să publice orice lucrări care ating acest trecut ca: date istorice asupra evenimentelor mai însemnate, note asupra marilor bărbați care au contribuit la ridicarea culturală a județului, precum și scrierea monografiilor tuturor comunelor din județ” (nr. 12 1924). Leontin Ghergariu va fi numit redactor din 1926 și începând cu numărul 9, același an, redacția era condusă de trei persoane: director Ioan Mango, redactori: Grațian Capătă și L. Ghergariu. Timp de 6 ani (până în 1932) prezența lui L. Ghergariu

se materializează prin semnarea mai multor materiale și impunerea unui statut de revistă culturală, publicației. Tot în acest timp, conducea și gazeta „Mesesul”. Revista fiind profilată pe un anumit conținut era structurată în 9 capitole: *Actualități*, *Preocupări*, *Chestiuni didactice*, *Sălajul*, *Pagini de literatură* (poezii, proză, dări de seamă), *Note și observări*, *Administrație școlară*, *Activitate extrascolară*, *Știri* (partea oficială, revizoratul școlar, comitetul școlar al județului Sălaj, administrația învățătorilor - secția Sălaj, de la administrația revistei). O diversitate de probleme care aveau toate ca scop informarea cititorilor, apărarea intereselor cadrelor didactice, îmbunătățirea muncii la catedră, în concluzie o revistă bine structurată, cu rezultate pe timp îndelungat. Încă din primul an, Leontin Ghergariu a prezentat „Biblioteca populară a «Asociațiunii»” (p. 283-1926), importanța lecturii de specialitate „O carte trebuincioasă, cum măsurăm inteligența la copii după A. Binet (p. 205 - 1926), specificul local în „Serbările «Astrei»” „Poporul sălăjan și arta lui” (p. 325-1926). Colegul de redacție Grațian Capătă va recenza „brosura” semnată de L. Ghergariu „Sălajul - schiță monografică” (p. 285 - 1926). Autorul prezintă succint istoricul orasului, până la data apariției cărții, dar și a instituțiilor mai vechi și mai nou create: școli, bănci, cooperative (p. 9, 42, 77, 110 - 1927), fiind scrisă atât pentru sălăjeni, cât mai ales pentru cei care nu sunt din părțile locului. În cercedările sale va aborda și problema legată de jurisdicția numelor „Reromânizarea numelor (p. 480 - 1927), nu întâmplător în revista „Școala noastră”, L. Ghergariu acordându-i dascălului un rol foarte important, în această acțiune. Va introduce rubrica „Dări de seamă”, care a avut ca principal scop prezentarea unor lucrări recente atât din domeniul beletristicii cât și a istoriei, etnografiei, criticii literare etc.: I. Simionescu „Oameni alesi” (16 - 1927); I. Clopoțel „Revoluția din 1918” (p. 17 - 1927); N. Pora „Din lumea lor” (p. 18 - 1927); „Biblioteca «Cunostințe folositoare»” (p. 83 - 1927); G. G. Antonescu „Pestalozzi și culturalizarea poporului” (p. 152 - 1927); O. Boitos „Activitatea lui Slavici la „Tribuna din Sibiu” (p. 292 - 1927); I. Pop-Reteganul „Casa țăranului român” (p. 243 - 1927); „La Crăciun” (p. 543-1927). Autorul acestor articole va semnala și părțile pozitive dar și lipsurile din cuprins; I. Simionescu gresește, uitând din galeria „oamenilor alesi pe Inochentie Micu-Klein și Iosif Vulcan; I. Clopoțel a folosit o informație bogată referitor la anul 1818 depășind pe mulți alți autori, N. Pora este considerat un scriitor care poate fi citat, cu folos, la orele de predare ale învățătorilor. Un subiect pe care l-a abordat, de mai multe ori, și în toate publicațiile unde a colaborat: intelectualitatea, atât din orase cât și de la sate, trebuie să-și procure și să citească cât mai mult, el sugerează volumele apărute în colecțiile „Biblioteca pentru toți”, „Minerva”, „Semănătorul” și „Cunostințe folositoare”. Un articol care ni-l prezintă pe cercetătorul L. Ghergariu, autorul

studiului despre bisericile de lemn din Sălaj” (netipărit din motive cunoscute de unii cercetători mai puțin tineri) este intitulat semnificativ „La Crăciun” unde nu va uita să i îndemne pe dascălii de la țară să si consacre timp si pentru culegerea de folclor sălăjean, exemplificând cu un grupaj de colinde originale, din localitățile: Ortelec, Căuas, Borza, Băsești si alte localități.

Și în anul următor (1920) colegiul de redacție își propune să continue „acelasi program ca si în trecut, la care ne vom nizuși să adăugăm noi probleme” (12 1928). Articolele „Hristos a înviat” (p. 193 1928), „Un oaspete distins” (225 1928) dar mai ales „Două Aniversări” (391 – 1928) sunt relevante pentru principiile lui L. Ghergariu. În cel din urmă articol va discuta realipirea Dobrogei la Patria Mamă (50 de ani) dar si realizările în cei 10 ani de la proclamarea statului Cehoslovac, iar articolul intitulat „1 Decembrie” (p. 487 1928) dovedesc, din plin, ancorarea în realitate a autorului. Va fi foarte aspru în materialul „Principii de educație sovietică (p. 9 1928). Rubrica „Dări de seamă” îi dă posibilitatea să prezinte scrierile lui: Al. Brătescu Voinesti, Lev Tolstoi si Gh. Tulbure.

În 1929, tot el, deschide o nouă rubrică „Diverse” fiind tot un capitol de bibliografie (p. 25) volumele semnate de G.G. Antonescu, Iosif. I. Gabrea, C. Kințescu (p. 176) sunt obiectiv comentate. Din 1930 semnătura profesorului L. Ghergariu este tot mai rară, îl va omagia pe Ioan Mango (p. 91 1930)<sup>3</sup> si doar câteva articole ocazionale „Pastile” (p. 165 1930), „Crai Nou” (p. 325 1930). Din 1931 redactor este numit D. Mărgineanu care îi schimbă întrucâtva programul. Va fi prezentă, în lumea presei locale, cu noi rubrici, până în anul 1940 (Pagina juridică, Pagina Asociației, Pagina Băncii). Încă din 1939, Simion Oros, unul din dascălii care au înființat revista în 1924, scria „<<Școala noastră>>, pentru noi, învățătorii, este azi o putere de neprețuit”<sup>4</sup> (p. 65 1939). Contribuția, lui Leontin Ghergaiu, în 6 ani cât a colaborat si condus revista este de o importanță majoră fiind alături de toți redactorii, în toți cei 17 ani de apariție, apreciată la justa lui valoare.

În maniera specifică întregului volum (atât ediția I cât si următoarea si sperăm ultima), semnat de I. Hangiu, cel de care ne ocupăm este pomenit, doar, ca si redactor la revista „Țara Silvaniei”. De a lungul anilor, au apărut foarte multe periodice care aveau în titlu substantivul *țara* plus un determinativ, de obicei un toponim, cu scopul, în primul rând, de a o localiza: Țara Bârsei, Țara Basarabiei, Țara Bugului, Țara Crisurilor, Țara de Sus (Satu Mare), Țara Făgărasului, Țara Oltului, Țara Românească, Țara Sipeștiului (Cernăuți) dar si Țara de Mâine (Cluj), Țara lui Mircea (Silistra), Țara Noastră (Sibiu, Cluj), Țara Nouă (București, Cluj), Țara Fagilor (Soloneț). Suntem convinși, că Leontin Ghergariu a urmărit prin acordarea titlului amintit (Țara Silvaniei) acelasi scop,



ca si atunci când periodicul „Mesesul” si-a schimbat numele în „Gazeta Sălajului” (vezi paragrafele anterioare); se mai numea si „Revistă regională de cultură”. Alături de cel pus în discuție, o altă figură emblematică a culturii ardelenesti si-a pus numele si priceperea în slujba idealurilor revistei: Grațian Mărcus. Un cunoscut si apreciat comentator al fenomenului jurnalistic, Nae Antonescu, nota „Au existat apoi o mulțime de reviste de cultură generală pe întreg teritoriul Transilvaniei, după modelul Arhivei Somesului, dar fiecare cu un profil distinct. Astfel Țara Bârsei din Brasov, Țara Silvaniei din Zalău si altele”<sup>5</sup>. Revista, de la început, trebuie precizat, a avut o viață foarte scurtă, nu a apărut decât un singur număr, eram în anul 1940. În articolul „Rostul nostru” redactorii își anunță programul: 1) „vrem să facem Sălajul cunoscut”, 2) să contribuim, prin ceea ce va apare în ea, la o viitoare monografie a Sălajului românesc”. Dovedind, cu argumente științifice, că atât lucrarea lui Mór Petri (tipărită în 1901-04), cât si „Schița Monografică a Sălajului” semnată de Dionisie Stoica si Ioan P. Lazăr (apărută în 1908) sunt depășite de realități, având lacune, mai mari sau mai mici, cu urmări destul de grave pentru documentare științifică privitor la Ardeal, autorii programului militează pentru scrierea unei noi monografii sălăjene. Leontin Ghergariu a semnat șase materiale, două articole de mai mare întindere si patru note: 1) „O societate culturală în Zălau la sfârșitul veacului trecut - Gavril Trifu; 2) împreună cu Ioan Deleu semnează o evocare excepțional documentată privitor la două personalități de prim rang „O familie de luptători I - Iacob Deleu si II - Victor Deleu”; 3) „Un centenar”; 4) „Eminescu în ungureste; 5) „Guruslău - o greșeală istorică nepermisă; 6) „Zalău, Zălău, Zălău?” În primul articol face o incursiune în cronologia reuniunilor si societăților înființate în Sălaj, care aveau ca principal obiectiv „cultivarea limbii materne”. Mentorul, a nu puține astfel societăți, a fost Gavril Trifu (în unele documente si materiale apare Trif)<sup>6</sup>, persoană activă atât pe planul cultural cât si politic. Nu se poate concepe un studiu despre istoricul învățământului ardelenesc fără a se cita numele său si ca documentare bibliografică, articolul semnat de Leontin Ghergariu. Cu o informație precisă (vezi coautorul) L. Ghergariu îl va prezenta pe Iacob Deleu si mai ales pe Victor Deleu la justa lor valoare. Ani de zile despre Victor Deleu nu s-a scris si nu s-a pomenit nimic. Cel care a militat pentru principiile Astei nu-l poate uita pe Vasile Pop „cel dintâi secretar al despărțământului Sălaj-Chioar al Asociației („Un centenar”). Cu ocazia împlinirii a 50 de ani de la dispariția lui Eminescu, revista sălăjană îl va omagia în felul său, operând niste cercetări de importanță, pentru istoria literară. Apelând la studiul lui A.P. Tudor „Eminescu în literatura maghiară” va argumenta cu dovezi clare, că prima traducere din poetul național, în limba maghiară, au apărut în publicația săptămânală „Szilágy-Somlyó” din Șimleul

Silvaniei. Apelează la lucrarea semnată de L. Gáldi, apreciat eminescolog, și vor face corecturile de rigoare. Autorul traducerilor celor trei poezii fiind părintele Laurențiu Bran, care la Gherla, împreună cu Karol Révai a tipărit antologia „Din poezii români”. Articolul, care dovedeste, mai mult ca oricând, lectura la zi a profesorului Ghergariu este cel consacrat unei probleme de istorie și nu numai. Îl va combate pe academicianul Silviu Dragomir, autor al „Atlasului pentru istoria Românilor”, care împreună cu R. Chsallner și K. Horedt, confundă localitatea unde a avut loc bătălia lui Mihai Viteazul, din august 1601, nesusizând că în Sălaj, sunt două localități cu nume, aproape asemănătoare, Autorul, pe bază de date istorice, dovededste, fără drept de tăgadă, că lupta s-a dat între „Zălău și Bocsa” și se numeste *Guruslău* și nu Gurăslău, cum apare în lucrarea mai sus menționată. Cercetările puse în discuție pledează, pentru acribia autorului. În lumina acelorasi principii, cu argumente arhivistice, va pleda pentru pronunțarea și grafia *Zălău* „fixăm deci că nu e bine spus Zălău, nici Zalău ci forma corectă e: *Zălau*”, spune autorul. Zalău s-a refăcut, după 1920 „după cuvintele terminate în *-ău*, dar localnicii îi zic Zălau”. Pentru a-si argumenta părerile apelează la studiile semnate de: N. Drăganu, Sextil Puscariu, V. Motogna.

Leontin Ghergariu a fost un adept și, în același timp, propovăduitor al principiilor Astrei, un admirator a lui George Barițiu și Iosif Vulcan, convins că prin presă, prin scris, se poate face foarte mult pentru țară.

## NOTE

- 1 - Corneliu Grad, *Personalități cultural-naționale sălăjene (1848-1948) - Leontin Ghergariu (1897-1980)*, în „Limes - Revistă trimestrială de cultură a sălajului”, anul 1 (1998), nr.2-3, p. 157.
- 2 - I. Hangiu, *Dicționar al presei literar românești (1790-1982)*, Editura Științifică și Enciclopedică, București, 1987 (ediția I) și ediția a II-a, 1996.
- 3 - Corneliu Grad, *id em*, p. 154.
- 4 - *Ibidem*, p. 155.
- 5 - Nae Antonescu, „Moment revuistic transilvan” în *Reviste românești de cultură din Transilvania interbelică*. Presa universitară clujeană, colecția „Philobiblon” a Bibliotecii Centrale Universitare „Lucian Blaga” Cluj, 1999, p. 23.
- 6 - Corneliu Grad, *id em*, p. 152-153.

## RĂDĂCINILE IDENTITĂȚII

SILVIU G. TOTELECAN

**ABSTRACT. The Roots of Identity**<sup>1</sup>. When scientific researchers draw some explanations about different types of phenomena that take place in our world, most of the time we can see a gap between the way of seeing reality by the ones who live it and the ones who analyse it.

In opposition with this way of thinking, based on scientific stereotypes and not "realities" (that many authors from social field named "ortodox paradigm"), we choosed an alternative way, that is to let the subject inside the field to tell us his story, do not judge him, eventually try to learn something from his experience of life.

Following this issues, the next step was to find some areas where this principle can function, some fragments of the reality where we can hear the versions about world from the people who "construct" that world. We found this space in Apuseni Mountains, a specific part of Romania, full with traditions, sensitive at all potential changes, with a great mobility in thoughts but at the same time anchored in eternity.

Our multiple "invasion" of that "sacred" space was a conquest of rediscovering what we named "the soul of communities", a pure living space that remains indifferrent to the changes of the social system who took place in Romania along the time. This paper will evoke that corner of the world.

### INTRODUCERE

Pe fundalul unei dezagregări structurale a societății românești, sunt tot mai puțini aceia care cred că mai există o șansă cât de mică de a se realiza o breșă în mișcarea buimacă în "jurul cozii" la care suntem participanți (mai mult sau mai puțin activ) de o bună bucată de vreme. În ceea ce ne privește, considerăm că "salvarea" dacă se poate spune așa, nu poate veni decât în urma consolidării unui spirit comunitar autentic, pe care să se clădească de pe alte principii decât cele profund individualiste.

---

<sup>1</sup> Această lucrare a fost prezentată în cadrul Congresului European de Sociologie Rurală, 24-28 august, 1999, Lund, Suedia.

Într-un mod absolut pervers, socialismul cu față românească ("epoca de aur") a încercat o soluționare a acestei probleme (a comunității) eșuând lamentabil, din păcate după o lungă perioadă de timp. Conștiința comunitară nu s-a putut consolida pe un fundal ideologic (chit că acesta era de stânga) așa cum nici acum nu se poate realiza, cu o "politică" aparent de centru-dreapta. Pe bună dreptate ne putem întreba atunci dacă nu cumva "binefacerile" democrației ne-au adus cu ele și individualismul, nu unul oarecare ci unul mai neo-protestantist decât în patria din care este originar, care din formulele comunitare promovate de numeroși autori mai rezistă?

De pe aceste baze, ne-am propus a "căuta" acele comunități umane mai apropiate de *gemeinschaft-ul* lui Tönnies, de la care să putem "învăța" cum se construiește "sufletul comunitar" dar mai ales cum acesta este pus efectiv la "treabă".

## **REGIUNEA MOȘILOR**

Delimitările care s-au făcut de-a lungul timpului între zona Munților Apuseni și Țara Moșilor au un caracter mai degrabă speculativ, arealurile fiind în fapt unul și același, prezent în două ipostaze: cea obiectivă (administrativă) respectiv cea subiectivă (identitară), tributare tipului de cercetare care se realizează în acest ecosistem. Cum o recunosc extrem de mulți autori regiunea Moșilor se confundă cu cea a Munților Apuseni.

Zona Apusenilor rămâne aproape întotdeauna suportul de desfășurare a unui întreg arsenal statistic, menit a ilustra problemele deosebite cu care se confruntă locuitorii acestui spațiu rural. De la elemente cu caracter demografic care descriu fenomenul de depopulare a zonei (vezi și anexa) până la chestiuni legate de calitatea vieții, cu accente deosebite pe caracterul de subzistență al economiei agrare practicate în Munții Apuseni, toate datele permit conturarea unei imagini a zonei care cadrează perfect cu "canoanele" emise de numeroase foruri și organisme internaționale cu privire la regiuni subdezvoltate. Sigur, această dimensiune nu trebuie neglijată dar este doar una dintre dimensiunile cercetării științifice, cu neajunsurile descrise deja în literatură.<sup>2</sup>

De dragul unei abordări complementare dar nu numai, în cele ce urmează ne vom concentra asupra "sensibilității" acestui spațiu, asupra oamenilor care locuiesc aici, asupra Regiunii Moșilor ca izvor de tradiție și identitate.

---

<sup>2</sup> Hamdi, N., & Goethert, R., 1997, *Action Planning for Cities. A Guide for Community Practice*, Chichester, John Wiley & Sons.

Referitor la populația înălțimilor din Munții Apuseni, putem distinge două faze: una de tinerețe a vieții umane, caracterizată prin înaintarea spre înălțimi, proces în care masivul ajunge la o populație maximă pentru posibilitățile pe care le poate oferi și o a doua fază când populația este nevoită să părăsească muntele și să găsească în altă parte resurse de existență,<sup>3</sup> - stare de fapt semnalată încă din anii '30 ("Populația Munților Apuseni este în declin. Și cu ea se nimicește o parte curată din sufletul neamului nostru."<sup>4</sup>) nefiind soluționată până în prezent.

În literatură se fac diferențieri între trei categorii: moți, țopi și mocani, aparținătoare aceleiași tipologii umane - muntenii -"sunt oamenii piscurilor și ai potecilor nebătute, frați cu muntele, ruți din el și integrați realității lui neclintite, de piatră"<sup>5</sup>. Denotativ, aceste "etichete" redau localizare în spațiu a acestor oameni, exprimând altitudinea (înaltă, medie, joasă) la care aceștia conviețuiesc. "Moții sunt cei din plasa Abrud (județul Alba). Țopii sunt cei din plasa Câmpeni. Mocanii formează restul populației din Munții Apuseni, până la poalele lor."<sup>6</sup>

Chiar dacă tributară arealului, identitatea acestor oameni nu derivă din regiunea geografică, dreptul de preempțiune avându-l "numele" și nu regiunea; moții sunt locuitorii Apusenilor mai înainte de a afirma că cei care locuiesc în Apuseni sunt moții. Sentimentul de "noi" s-a clădit de foarte multă vreme fiind rezultatul unei vieți extrem de grele, a unor condiții aspre de trai care "i-au făcut asemenea". Ancorarea în istorie ("moțul a rămas neclintit la datorie, a păzit munții formând o fortăreață de neînving, cu gândul la un viitor mai bun, mai bogat și fericit al nepoților și strănepoților lor"<sup>7</sup>), una nu tocmai propice pentru dezvoltarea nației noastre a determinat o înstrăinare față "de orice influență a stăpânilor care au trecut peste ei".

<sup>3</sup> Apolzan, L., 1944, *Sate - crânguri din Munții Apuseni - Observații asupra asezărilor sociale*, Craiova, Ed. Ramuri, p. 13.

<sup>4</sup> Stanca, D., 1939, *Chestiunea sanitară a Munților Apuseni*, în rev. Societatea de mâine, anul XVI, Ianuarie-Martie, nr. 1, București, p. 8.

<sup>5</sup> Paraschivescu, M. R., 1938, *Oameni și asezări - din Tara Moților și a Basarabiei*, Fundația Culturală Regală "Principele Carol", p. 20.

<sup>6</sup> Sava, J., 1939, *Problema salvării moților din mizeria trecutului*, în rev. Societatea de mâine, anul XVI, Aprilie-Iunie, nr. 2, București, p. 51.

<sup>7</sup> Stanca, D., *op.cit.*, p. 8.

## VECINĂTATEA

Această însingurare crâncenă a permis în schimb dezvoltarea unei solidarități comunitare deosebite. Deși pare un paradox, nu se poate trăi izolat la munte (în ciuda izolării naturale), ideea de comunitate manifestându-se fie în momente festive, fie în momente de necaz. "Viața te obligă să trăiești așa, nu poți să nu apelezi la vecin indiferent dacă îți este simpatic sau nu. Asta se întâmplă de la probleme legate de gospodărie, până la orice altceva."<sup>8</sup> Tipul acesta special de solidaritate organică este construit pe "instituția vecinătății". Fără un cadru scris de reglementare (vezi varianta germană, Nachbarschaft-ul), însă "crescută" pe o bază cutumiară deosebită, vecinătatea este liantul care ține comunitatea împreună.

Deși la o primă abordare am fi tentați să credem că această instituție a spațiului social se "suprapune" peste un teritoriu limitat, având o întindere relativ redusă la nivelul spațiului fizic, lucrurile nu stau deloc așa. În zonele montane ideea de vecini nu se rezumă neapărat la cei din imediata apropiere, (numai vecinii de casă de exemplu) pentru simplul motiv că proximitatea implică distanță apreciabilă între oameni ("Noi și la doi km tot vecini suntem."<sup>9</sup>), redată extrem de plastic de către preotul satului Mărișel: "Până la vecinu' poți mânca o pâine."

Limitele vecinătății sub aspectul spațialității sunt "deplasate" în permanență în funcție de re poziționările în spațiul fizic a "aparținătorilor" vecinătății. Cine sunt vecinii se poate vedea cu o acuratețe deosebită în pomelnicile de la înmormântări, unde, după rude sunt amintiți vecinii, indiferent dacă locuiesc în sat ori sunt în altă parte a țării. O astfel de rețea socială nu are doar o existență pur formală, ea exercitând o presiune deosebită asupra relațiilor interpersonale, blamul sau dimpotrivă elogiul unui membru oarecare al comunității având o greutate deosebită în economia relațiilor sociale. ("Morala colectivă prinde la oameni. Asta se formează în familie în primul rând."<sup>10</sup>) Eficiența acestui mecanism se poate constata urmărind poziția liderilor locali în cadrul comunității.

Obșnuinți cu un status al liderilor informali extrem de bine consolidat ("Noi știm și acuma când mergem într-un sat cu cine trebuie să stăm de vorbă ca să aibă influență asupra celorlalți."), surprinderea noastră a fost cu

<sup>8</sup> Interviu cu directorul școlii din satul Mărișel (iulie, 1998).

<sup>9</sup> Interviu cu un muncitor din satul Râșca (iulie, 1998).

<sup>10</sup> Interviu cu primarul satului Râșca (iulie, 1998).

atât mai mare când am constatat că de o poziție similară se bucură și liderii formali. Niciodată comunitatea locală din această regiune nu va alege pe cineva care să nu aibă ceva de spus în cadrul acesteia, nu va permite accesul cuiva care nu îndeplinește condițiile formale și informale de lider. Simptomatic în acest sens este mărturisirea pe care ne-a făcut-o unul dintre lideri: "Coloratura politică la noi nu se face simțită ca la oraș. Pe noi ne unesc interesele comune care le avem, să facem ceva în comuna asta. În general nu trebuie făcută prea multă propagandă pentru că oamenii ajută. Dacă există o cauză pentru care să se adune comunitatea se adună la orice oră. Nu astea politice, dar cele care sunt necesare satului. Comunitatea de acțiune există pentru că altfel nu puteam realiza ce am realizat.

Lumea nu este afectată de vecinătatea cu orașul. Oamenii sunt altfel la câmpie: mai răutăcioși, mai invidioși, mai egoiști, fiecare numai pentru el. Țștia [la Râșca] îs mai săritori, mai buni la suflet. Munții țștia și greutatea vieții îi face pe oameni să fie mai buni. Asta cred că până în final se stabilește în cadrul genetic al fiecăruia." Într-o formă rudimentară bazată pe relații sociale primare, comunitățile Munților Apuseni nu fac altceva decât să pună în practică acele megalog-uri<sup>11</sup> prezente în literatura de specialitate a ultimilor ani.

Pendulând între o latură rațională a actelor comportamentale, ancorându-se în sfera emoționalului, afectivului ("Nu ți-i indiferent că te simți bine [sau nu] și la muncă și la horă, ori nu te poți simți bine atâta vreme cât există un focar de tensiune. Atunci vecinii preferă să fie în armonie."), la nivel empiric ei realizează că în cele din urmă pentru a-și rezolva problemele cu care se confruntă esențială rămâne comunicarea socială, ("nu se pune problema să te baricadezi într-un spațiu strict, chit că sunt garduri") chiar dacă aceasta are loc într-o manieră fortuită, fiind ghidată de nevoile de ordin economic ("Locuitorii crângurilor apropiate se ajută reciproc la muncile câmpului, se întâlnesc în vale la moară și sus la munte cu vitele sau la pădure."), de necesități de natură spirituală ("Nevoia de a comunica între ei se manifestă prin șezători, jocuri, cântec din tulnic și fluier, a căror melodii reduc distanțele și apropie sufletele. Între crângurile mai îndepărtate întâlnirile, se fac la biserică."), sau de ordin administrativ legate de primărie și școală.<sup>12</sup>

<sup>11</sup> Etzioni, A., 1996, *The new golden rule: community and morality in a democratic society*, New York, Basic Books.

<sup>12</sup> Apolzan, L., *op. cit.*, p. 12.

## SPAȚIUL RURAL

Căutarea permanentă de desvrăjire, demitizare a "lumii de dincolo", a spațiului din afara hotarelor satului (extra muros), un spațiu "ne-centrat și nemărginit (ne-hotărât), ne-cultivat (locus in-cultus) și ne-cultural, ne-locuit și ne-ordonat, într-un cuvânt ne-cosmizat, haotic"<sup>13</sup> a fost o constantă în preocupările țaranului român, mai cu seamă a celui din Munții Apuseni.

Acel loc deosebit în care se putea "gusta" veșnicia, satul românesc, astăzi a devenit un spațiu în care frământările cotidiene pentru asigurarea celor necesare traiului sunt pe punctul de a "ucide" ultimele momente de transcendență. Și în trecut viața în rural era extrem de dificilă, dar oamenii "știa" într-o mai mare măsură cum să găsească rezolvări la problemele lor pe când astăzi, probabil și datorită unei crize majore care ține de pierderea identității ancestrale, țaranul se transformă într-un orășean ruralizat, cuprins de problemele acestuia, dar trăind în cu totul alt mediu, care funcționează după relativ alte reguli. Această stare de lucruri, această angoasă, duce la înstrăinarea din ce în ce mai puternică de tot ce înseamnă specific țărănesc.

Întrebarea care trebuie să ne-o punem fiecare este: dorim păstrarea ruralului trainic și măreț, așa cum îl știam dintotdeauna sau lăsăm lucrurile să evolueze de la sine, lăsăm kittsch-ul să înlocuiască tradiția? Această întrebare în formula "sau, ori" se mai poate pune, dar numai atâta timp cât încă mai există arealuri românești care să îndeplinească prima cerință, cu alte cuvinte să mai rămână ceva de păstrat. După cum am văzut deja, ancorarea în cutumiar, în tradițional a locuitorilor Munților Apuseni nu înseamnă nicidecum anti-modernitate cel puțin în spiritul dacă nu în litera a ceea ce înțelegem prin acest concept. Și această regiune ca majoritatea spațiului românesc, cel puțin din punct de vedere economic o putem poziționa fără riscul de a cădea în eroare în "ante-fordism", fiind necesar a trece o perioadă îndelungată de timp (cu modificări substanțiale) după care vom putea spune că modernitatea, eventual post-modernitatea "s-a instalat" și în Apuseni. În ce privește capitalul uman al regiunii, structurat pe modele ancestrale de conviețuire, acesta nu numai că ar putea, ci chiar funcționează fără probleme în canoanele modernității târzii. Revalorizarea structurilor perene ale sociabilității umane poate fi soluția care va permite renașterea ruralului românesc.

<sup>13</sup> Oisteanu, A., 1998, ed. a II-a revăzută și adăugită, *Mytos & Logos: Studii și eseuri de antropologie culturală*, București, Ed. Nemira, p. 159.



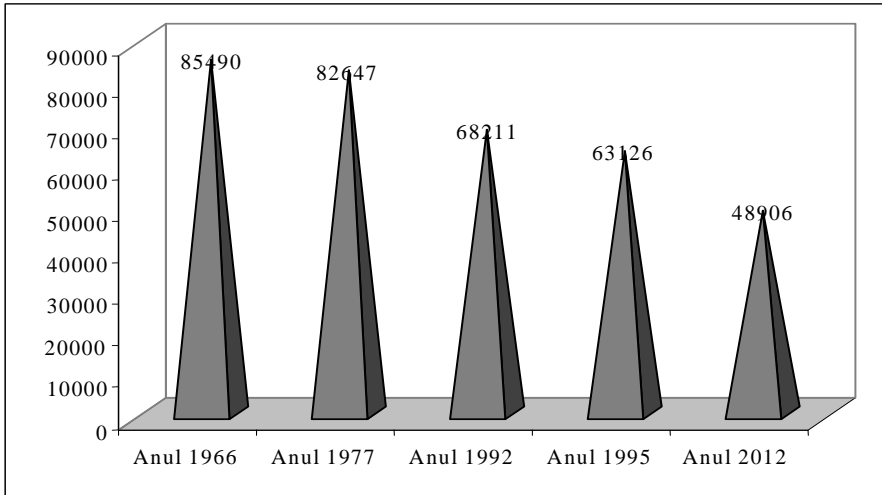


<b>Population from Romania and Apuseni region by residence</b>			
by 1992 census	areas	count	%
Total population	in Romania	22810035	100,00%
	in Apuseni	494588	2,16%
Urban	in Romania	12392692	54,33%
	in Apuseni	100352	20,29%
Rural	in Romania	10417343	45,67%
	in Apuseni	394236	79,71%
Apuseni Mountains have 0,81% urban space from entire urban space of Romania and 3,78% rural space from entire rural space.			

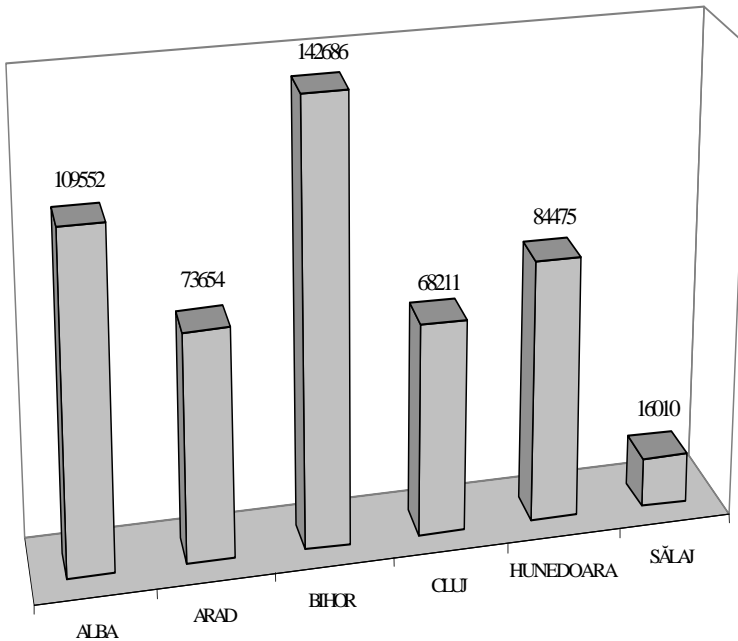
## The administrative structure of Apuseni Mountains

1. **County of Alba: three cities** (Abrud, Cămpeni and Zlatna) and **34 big villages ("comune")** (Albac, Almaşu Mare, Arieşeni, Avram Iancu, Baia de Arieş, Bistra, Blandiana, Bucium, Ceru-Băcăinţi, Ciuruleasa, Cricău, Galda de Jos, Gârda de Sus, Ighiu, Întregalde, Livezile, Lupşa, Meteş, Mogoş, Ocoliş, Poiana Vadului, Ponor, Poşaga, Remetea, Râmeţ, Roşia Montană, Sălcuia, Scărişoara, Sohodol, Stremţ, Vadu Moşilor, Vidra, Vinţu de Jos).
2. **County of Arad: Sebiş city** and **26 "comune"** (Almaş, Archiş, Bârsa, Bârzava, Bocsig, Brazii, Buteni, Cărand, Chisindia, Conop, Dezna, Dieci, Gurahonţ, Hălmăgiu, Hălmăgel, Hăşmaş, Igneşti, Moneasa, Petriş, Pleşcuţa, Săvârşin, Silindia, Tăuţ, Târnova, Vărădia de Mureş, Vârfurile).
3. **County of Bihor: five cities** (Aleşd, Beiuş, Ştei - Dr. P. Groza -, Nucet and Vaşcău) and **30 "comune"** (Aştileu, Auşeu, Borod, Bratca, Budureasa, Bulz, Bunteşti, Căbeşti, Cărpinet, Cămpeni, Criştioru de Jos, Curăţele, Dobreşti, Drăgăneşti, Feniş, Lazuri de Beiuş, Lunca, Măgeşti, Pietroasa, Pocola, Remetea, Rieni, Roşia, Şoimi, Şinteu, Şuncuiuş, Tărcaia, Teţchea, Vadu Crişului, Vârciorog).
4. **County of Cluj: Huedin city** and **18 "comune"** (Băişoara, Beliş, Călăţele, Căpuşu Mare, Ciucea, Gilău, Iara, Izvoru Crişului, Măguri-Răcătău, Mănăstireni, Mărgău, Mărişel, Poieni, Râşca, Săcuieu, Săvădisla, Sâncraiu, Valea Ierii).
5. **County of Hunedoara: Brad city** and **24 "comune"** (Baia de Criş, Balşa, Băiţa, Blăjeni, Brănişca, Buceş, Bucureşti, Bulzeştii de Sus, Burjuc, Certeju de Jos, Crişcior, Geoagiu, Gurasada, Hărău, Ilia, Luncoiu de Jos, Rapoltu Mare, Ribişta, Soimuş, Tomeşti, Vaţa de Jos, Vălişoara, Vorţa, Zam).
6. **County of Sălaj: 5 "comune"** (Cizer, Halmăşd, Plopiş, Sâg, Valcău de Jos).

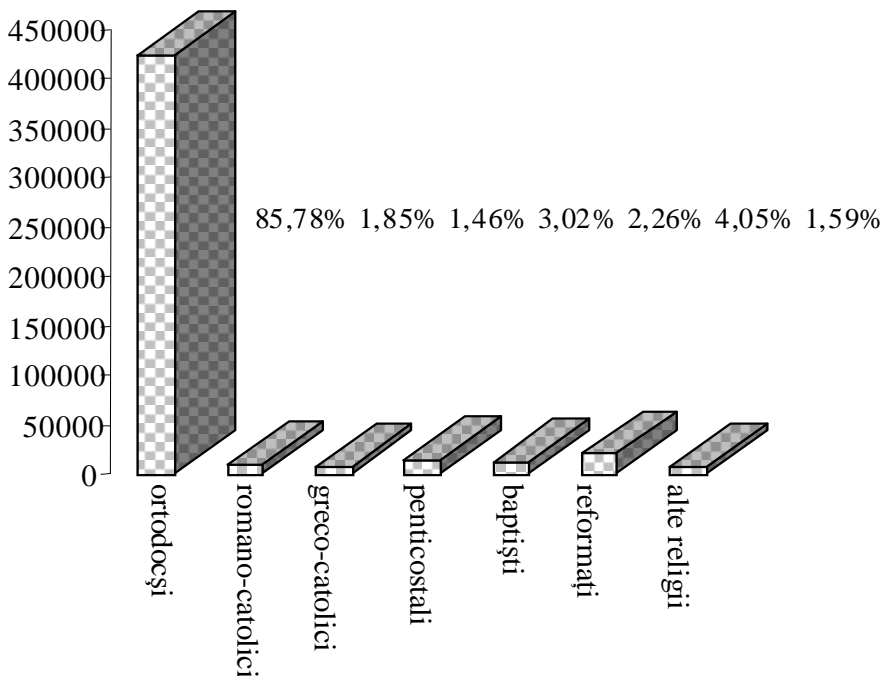
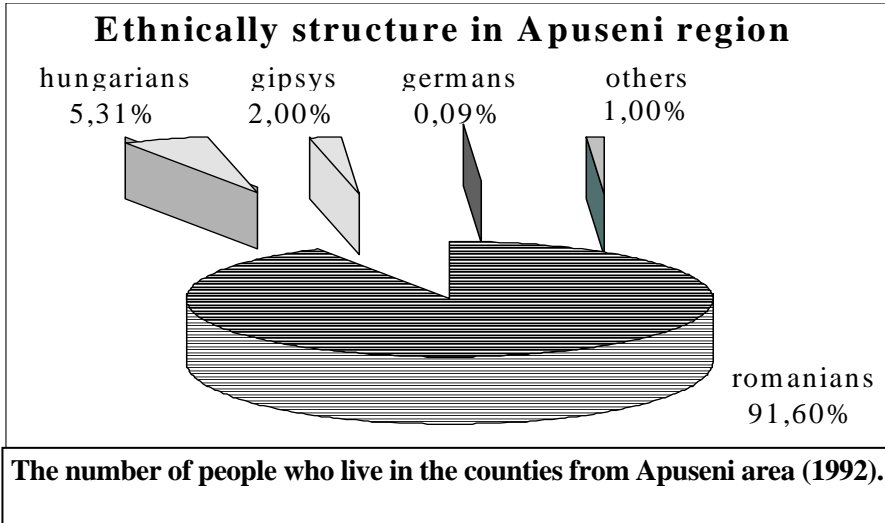
## RĂDĂCINILE IDENTITĂȚII



**Fig. 1.** Involuția populației în unitățile administrative aparținătoare județului Cluj, zona Munții Apuseni.



**Fig. 2.** Compoziția zonei Apuseni, după județele aparținătoare (1992).



**Fig. 4.** Distribuția "preferințelor" religioase (rec. 1992).

**The situation of religions in Apuseni (declared in 1992).**

## **IMAGINEA FRANȚEI LA ROMÂNII ARDELENI - METODOLOGIA CERCETĂRII**

**GHEORGHE LASCU**

**RESUME. L'image de la France chez les Roumains de Transylvanie - méthodologie de la recherche.** Malgré les progrès de l'histoire et du comparatisme littéraires roumains, il perdure encore, jusqu'à nos jours, parfois explicitement, mais surtout d'une façon diffuse, l'image traditionnelle du Transylvain foncièrement antifrançais tout au long du XIX<sup>e</sup> siècle. Notre démarche polémique se propose d'établir la vraie image de la France chez les Roumains de Transylvanie et de reconsidérer l'opinion assez répandue suivant laquelle les Transylvains auraient été entièrement assujettis à la culture germanophone et, par conséquent, adversaires de la France. L'imagologie, ou l'étude des représentations collectives cristallisées en clichés, stéréotypies et images, est utilisée comme méthodologie capable de refléter plus fidèlement et d'une façon plus nuancée la nature et les dimensions des relations des Transylvains avec la France. L'auteur examine dans cet article les conditions que la culture roumaine de Transylvanie offrait à la réception de la culture française, et trouve des arguments en faveur d'une démarche "régionaliste" de la question. Les vecteurs de l'image, c'est-à-dire les voies par lesquelles les Transylvains ont exprimé leur attitude par rapport à la France, coïncident avec les grandes catégories de sources documentaires examinées : les traditions populaires, la littérature didactique, la presse - le principal vecteur de diffusion du texte écrit dans la Transylvanie du XIX<sup>e</sup> siècle et une source de premier ordre en vue d'une investigation imagologique; les traductions littéraires et, finalement, les relations de voyages en France, qui ont exprimé et orienté l'attitude des Transylvains, cristallisée, dans les années '860 et '870, dans des éloges supêmes.

Din perspectiva unui studiu al relațiilor literare româno-franceze în Transilvania de pînă la Unirea de la 1 Decembrie 1918, o chestiune esențială, riscantă chiar, o constituie metoda urmată în cercetare. Pornind de la preceptele comparatismului «clasic», o ipoteză de lucru fecundă ține de domeniul «receptare-influență». Într-adevăr, detectarea filierelor de pătrundere a literaturii

franceze în Transilvania, cunoașterea directă a textelor, prezența cărții franțuzești în bibliotecile publice și/sau private, analiza cantitativă și calitativă a traducerilor, succesul unor opere sau scriitori, preluarea sau prelucrarea unor motive, teme, simboluri și personaje de către autorii locali, influența unor curente sau ideologii literare franceze sînt tot atîtea subiecte generoase, în bună parte duse la bun sfîrșit, și cărora noi cercetări și investigații le vor pune în lumină noi fațete, unele ascunse sau necunoscute pînă acum.

Din toate aceste studii și lucrări se desprinde cu claritate ideea că a existat în toată această perioadă de formare a culturii ardeleni moderne un dialog sub diferite forme cu cultura franceză și că încadrarea apriorică a spiritualității ardeleni, înainte de Unirea din 1918, exclusiv în sfera culturii germane nu se mai poate susține.

Rămîne totuși sentimentul insatisfacției că “ceva nu s-a spus”, că nu s-a exprimat în toate nuanțele esența fenomenului, natura relației ardelenilor cu Franța; că nu s-a răspuns complet la întrebarea polemică implicită, de ce și prin ce au fost ardelenii diferiți de românii de dincolo de munți. Aici resimțim și limitele metodologiei comparatiste clasice, care se aplică uneori cu greu la condițiile specifice ale culturii ardeleni din veacul trecut, generînd rezultate sub semnul incompletului.

O perspectivă metodologică nouă, care să redea mai fidel, mai nuanțat, natura și dimensiunile relațiilor ardelenilor cu Franța, o metodă mai potrivită de cercetare a acestei chestiuni ni s-a părut cea oferită de *imagologie*, sau studiul reprezentărilor colective cristalizate în stereotipii, clișee, imagini.

### ***Delimitarea în timp și spațiu***

Propunîndu-ne să studiem imaginea Franței la românii ardeleni, se impun cîteva precizări preliminare, printre care, înainte de toate, o definiție a termenilor de bază, ca și o delimitare spațio-temporală a temei.

Cînd ne referim la «Franța» avem în vedere țara și locuitorii săi, instituțiile și sistemul administrativ, produsele spiritului francez (literatură și artă etc.), orașele și monumentele, trecutul istoric, personaje celebre – adică toate acele elemente care, văzute din afară, de către străini, sînt susceptibile să determine o serie de reprezentări durabile și socotite caracteristice pentru Franța și francezi.

Tot în sens larg acceptăm și ideea de «Transilvania». Vom înțelege așadar toate acele teritorii românești delimitate la răsărit și miazăzi de lanțul carpatic, incluzînd pe lîngă Ardealul propriu-zis, istoric, și Banatul și «părțile ungurene»

(Crișana, Maramureș). Este vorba, deci, de acele teritorii îndelung supuse unei administrații străine, austriece, respectiv austro-maghiare, pe durata perioadei cronologice la care ne referim. Destinul istoric comun, diferit de Moldova și Țara Românească ca și unele caracteristici sociale și culturale, imprimă transilvănenilor (în acest sens larg) o anumită matrice spirituală care justifică o abordare «regională» sau «provincială».

Evident că din această perspectivă limita cronologică superioară a cercetării noastre este anul 1918, anul Unirii și al înfăptuirii României Mari, idealului național al românilor din toate provinciile istorice.

Nu înseamnă prin aceasta că acceptăm automat ștergerea tuturor diferențelor și tradițiilor regionale, odată cu unificarea statală. O persistență pînă în zilele noastre a diferențelor regionale ar fi, ca să luăm un exemplu la îndemînă, anecdotele regionale de la nivelul folclorului urban (și suburban !), «bancurile» cu olteni, moldoveni, ardeleni etc. Aici «ardeleanul» este un personaj luat în derîdere, lent în gîndire, obtuz, conformist, dar deseori disimulat, înzestrat cu o șiretenie țărănească ce îi asigură superioritatea finală.

Am mai putea cita cîteva elemente de strictă contemporaneitate în favoarea acestui tip de abordare, cum ar fi comportamentul electoral și anumite tendințe politice. Analizele electorale din ultimii ani se fac ținînd cont inclusiv de clivajele dintre cele trei provincii istorice românești - astfel, potrivit unor analiști politici, Ion Iliescu ar fi fost președintele ales de moldoveni și munteni, pe cînd Emil Constantinescu de către ardeleni și bucureșteni. Iar unele proiecte administrativ-teritoriale sau politice («partidul moldovenilor») arată limpede că ne aflăm într-o perioadă de amplă reconsiderare a ideii de regiune sau provincie.

Punctul cronologic de plecare al cercetării l-am lăsat înadins mai vag determinat. Să spunem că avem în vedere ultimele două decenii ale secolului al XVIII-lea și începutul secolului al XIX-lea, deci epoca *Școlii Ardelene*. După părerea lui Ion Breazu aici (în perioada de după 1780) trebuie așezate începuturile literaturii moderne a Transilvaniei, odată cu «cea dintîi afirmare puternică a generației latiniste»<sup>1</sup>. Dar peste această epocă vom trece mai rapid, textele fiind mai puțin numeroase iar mărturiile despre Franța sporadice. Începînd cu a doua treime a veacului, care a văzut apariția publicațiilor periodice, principalul vector de comunicare în societatea românească ardeleană, documentele devin mai numeroase și referirile la Franța mai consistente. Cercetarea noastră își poate constitui un corpus de documente, tot mai amplu pe măsură ce avansăm în veac și apoi spre termenul final, anul 1918.

---

<sup>1</sup> I. Breazu, *Generațiile literare ale Transilvaniei*, în *Echinox*, VIII (1976), nr.3, pag.22.

### ***Chestiuni lingvistice și de terminologie***

Pe parcursul cercetării, termeni ca *Transilvania* și *Ardeal* trebuie considerate ca sinonime absolute; la fel corespondențele dintre familiile lor lexicale (*transilvan, transilvănean, ardelean* etc.). Simple rațiuni stilistice ne fac să alternăm cele două serii de cuvinte, fără nici cea mai mică urmă de diferențiere semantică, denotativă sau conotativă.

Mai precizăm, fără să intrăm aici în detalii, că transcrierea textelor, provenind dintr-o perioadă îndelungată și extrem de frământată în privința scrierii limbii române, a urmat un principiu interpretativ, încercînd să respecte în primul rînd fonetismul epocii. Evident că, așa cum se procedează cu ocazia editării textelor, am corectat tacit greșelile flagrante de tipar sau grafie.

O problemă dificilă ridică însuși numele țării: **Francia** sau **Franța**? Textele chirilice dovedesc o primă variantă fonetică *Francia* (în **Lexiconul de la Buda Franția**), la extremitatea cealaltă fiind textele de la sfîrșitul perioadei studiate, cînd termenul *Franța* este singurul folosit. Între cele două, pe toată durata alfabetului de tranziție, a numeroaselor sistemelor ortografice promovate de cîte o publicație sau grupare culturală, sau de către o singură persoană (!), pendulînd între un etimologism extrem și un fonetism temperat, este uneori aproape imposibil de a discerne dacă sub grafia cu alfabet latin *Francia* (foarte frecventă) nu se ascunde cumva o pronunțare de tip *Franța*. Ori de cîte ori am avut motive să fim convinși de această realitate fonetică, am procedat la o transcrierea în consecință. Întrebarea este practică și deloc retorică; problema e de a ști dacă, de exemplu, titlul poeziei lui I. Vulcan este **La Franța** sau **La Francia**<sup>2</sup>. O altă posibilitate pe care am considerat-o, dar am eliminat-o pe parcurs, ar fi fost să generalizăm ortografia *Francia*, ca un fel de “osificare etimologică”, luînd ca model numele lingvistului și omului de cultură Cipariu, evident la origine *Țipar* (după cum apare și în textele chirilice).

În final credem totuși că, în majoritatea cazurilor, varianta *Francia* corespundea și etimologic și fonetic uzului curent al intelectualilor ardeleni. O dovadă ar fi ocurența, spre sfîrșitul secolului, în același text și în pasaje învecinate, a numelor Franței și Elveției, în grafiile *Franci'a* și respectiv *Elveti'a*<sup>3</sup>, ceea ce ne spune că tratamentul ortografic este diferit și că, foarte probabil, corespundea unui fonetism diferit – transcrierea ce se impune este *Francia* și respectiv *Elveția*.

<sup>2</sup> Familia, III (1867), nr.34, pag.402-403.

<sup>3</sup> I.Codru-Drăgușanu, A 35-a epistolă a Peregrinului transilvan, în Familia, XV (1879), nr.18, pag.120-121.



### ***Unitatea etnică și spirituală a românilor***

Propunându-ne această viziune «regională», întrucât ne referim exclusiv la românii din Transilvania, nu ne abatem cîtuși de puțin de la axioma generală care privește unitatea etnică și spirituală a poporului român. Dorim să afirmăm aici o dată pentru totdeauna și în modul cel mai răspicat cu putință, că demersul nostru nu urmărește o «federalizare» a spiritualității românești, ci doar relevarea unor particularități regionale ce țin de domeniul evidenței. Unitate nu înseamnă uniformizare, copie la indigo, cu ștergerea sau aplatizarea diferențelor locale sau regionale. După cum arată convingător și Lucian Boia într-un studiu recent<sup>4</sup>, deosebirile regionale sînt o realitate a României de astăzi și cu ațit mai mult au fost o realitate a provinciilor românești dinaintea înfăptuirii statului național. Peste acestea a trecut «marele tăvălug al unității»<sup>5</sup>, care nu era altceva decît unul dintre miturile regimului comunist<sup>6</sup>.

Incontestabil, românii au fost și sînt un popor unitar, în ciuda experienței istorice de divizare în mai multe state și a perioadelor îndelungate de dominație străină. Vorbesc în acest sens un număr impresionant de dovezi istorice, lingvistice, antropologice, culturale și altele, pe care nu este cazul să le evocăm aici și acum.

Ce e important de reamintit totuși, este că transilvănenii înșiși aveau vie conștiința unității românilor de pretutindeni, ***Cronica*** lui Șincai fiind prima istorie care contopește destinele celor trei provincii locuite de români. În aceeași măsură, însă, și la fel de limpede, aveau ei și conștiința specificității locale, transilvane<sup>7</sup>.

### ***Specificul local***

Transilvania, înainte de 1918, deci pe toată durata perioadei studiată de noi, a făcut parte din Imperiul Habsburgic și apoi, după 1867, din Imperiul Austro-Maghiar. Românii ardeleni se aflau deci într-un stat străin și, deși majoritari în Transilvania, într-o situație de evidentă inferioritate politică,

<sup>4</sup> L.Boia, *Istorie și mit în conștiința românească*, Editura Humanitas, București, 1997, pag.163-165.

<sup>5</sup> *ibidem*, pag.162.

<sup>6</sup> *ibidem*, pag.159.

<sup>7</sup> S.Mitu, *Geneza identității naționale la românii ardeleni*, Humanitas, București, 1997, p.9-10.

economică și culturală față de celelalte grupuri etnice importante de aici: maghiarii, secuii, sașii și șvabii. Limba română, de exemplu, nu era limbă oficială a statului și utilizarea ei era supusă unor restricții severe, consecință a politicilor oficiale de germanizare și, ulterior, de maghiarizare. Învățământul în limba română era limitat, nu existau universitate, teatru și alte instituții culturale în limba română. Publicațiile românești erau supuse unei cenzuri oficiale nemiloase. Din punct de vedere social, românii ardeleni erau foarte legați de universul rural și bisericesc, și în general lipsiți de putere economică sau financiară. Din această situație, expusă succint mai sus, rezultă o serie de consecințe de care trebuie ținut cont când se investighează relațiile ardelenilor cu Franța și cu cultura franceză:

1. Lipsa unei aristocrații (ca boierii moldoveni sau munteni), subțirimea clasei de mijloc și ruralismul intelectualității ardeleni interzic apariția unui curent cosmopolit care să promoveze valori culturale străine (cum erau «franțuziții» de la Iași sau București). Conform datelor statistice, în preajma revoluției de la 1848, din cele 2,2 milioane de români din Transilvania numai 5.343 de persoane (adică 0,2%, și chiar dacă se consideră toți membrii familiei procentajul rămîne sub 1%) au fost identificați ca avînd statut de intelectual, iar dintre aceștia 94% erau preoți sau dascăli.<sup>8</sup> Doar cîteva sute de persoane din acest grup figurau pe listele de “prenumeranți” ai publicațiilor românești (cărți sau periodice) și, alături de L.Gyémánt, îi putem considera drept elita intelectuală din care se alegeau liderii politici și îndrumătorii culturali.

2. Cultura română coexista în Transilvania cu o cultură oficială exprimată în alte limbi (germană și/sau maghiară). Rezultă de aici că franceza n-a fost în această provincie nici măcar a doua limbă de cultură străină (și în nici un caz prima). Printre limbile străine, clasice sau moderne, franceza își disputa cu italiana de-abia poziția a patra, după germană, maghiară și latină. Intelectuali ardeleni erau cu toții niște poligloți remarcabili și nu puțini dintre ei stăpîneau și limba franceză<sup>9</sup>. Cu toate acestea, în nici un moment pe toată durata secolului al XIX-lea nu s-au înregistrat aici semnele vreunei influențe franceze în poziție privilegiată, de primă cultură străină, cum a fost cazul în Principatele române – pensioane și școli franceze, spectacole de teatru, stagioni chiar, în limba franceză, care a devenit limba saloanelor, a elitelor, limba corespondenței private, a jurnalelor intime și chiar a creației literare (vezi cazurile lui Alecu Russo, V. Alecsandri, Al. Odobescu, Al. Macedonski, Iulia Hașdeu etc.), tot atîtea

<sup>8</sup> L.Gyémánt, Mișcarea națională a românilor din Transilvania, București, Editura științifică și enciclopedică, 1986, pag.358-360.

<sup>9</sup> A.Radu, Cultura franceză la românii din Transilvania pînă la Unire, Cluj-Napoca, Editura Dacia, 1982, pag.75-82.

forme de francofonie românească ce merită să fie semnalate. Nimic din toate acestea în Transilvania ! Și desigur nici admirația exagerată ce a condus la manifestările exterioare ale «bonjuriștilor» («galomani», «franțuși»), ce pot fi puse pe seama entuziasmului primei deschideri spre străinătate și zelului de prozelit.

3. Românii trăiau în Transilvania situația paradoxală (și tragică) a unei populații majoritare care practică o “cultură minoritară” (în sensul de defavorizată). Prin urmare toate proiectele românilor ardeleni prevedeau în primul rînd păstrarea caracterului național al culturii și emanciparea populației. Nici acest element nu lasă loc liber cosmopolitismului (echivalat cu deznaționalizare !), de vreme ce prioritară era păstrarea ființei naționale și cultivarea limbii, în condițiile presiunii exercitate de cultura oficială străină.

Pe de altă parte, scrierile istorice și filologice ale *Școlii Ardelene* au dezvoltat un discurs identitar centrat pe ideea latină, ceea ce a deschis calea spre un «panlatinism», solidaritatea lumii latine, ceea ce va favoriza deschiderea spre Franța, “sora noastră mai mare”.<sup>10</sup> Într-o reprezentare schematică, Roma și Italia sînt văzute ca depozitarele directe ale glorioasei moșteniri latine<sup>11</sup>, cîtă vreme Parisul și Franța sînt percepute ca centrul lumii moderne. Dacă la începutul secolului discursul asupra binefacerilor civilizației îmbrățișa nediferențiat întreaga “Europă luminată”, toate “țările civilizate”, cu timpul se cristalizează o opoziție între țările latine și cele germanice, iar simpatiile ardelenilor se îndreaptă în mod natural spre consangvini.

Putem astfel identifica, pe de o parte o tendință centrifugă, ce favorizează contactele cu străinătatea, dar limitează în mod inevitabil sectorul de orientare franceză, iar pe de altă parte o tendință centripetă, care formulează prioritățile naționale, dar pune totodată bazele unui nou edificiu al solidarității latine, în care Franța ocupă un loc de cinste.

Dacă încercăm să definim o mentalitate transilvană și să-i distingem propensiunile și aprehensiunile în fața străinătății, va trebui înainte de toate să cîntărim dozajul subtil al acestor două tendințe sincrone.

<sup>10</sup> Primul care a făcut legătura dintre mișcarea latinistă ardeleană și influența franceză în Principate a fost Pompiliu Eliade în lucrarea sa din 1898 (ediția modernă tradusă în limba română *Influența franceză asupra spiritului public în România. Originile*, București, Editura Univers, 1982, pag.227-260.

<sup>11</sup> «Mama Roma, alma parens» zice I.Artemie Anderco, Jurnal, 1876, pag.98 [Un student în străinătate acum o jumătate de veac. Maramurășanul Artemie Anderco. Jurnalul său, publicat cu o introducere de N.Iorga, Vălenii de munte, 1934].

### ***Problema identitară***

Din analiza datelor istorice, sociale și culturale ale epocii rezultă că primordiale, vitale chiar, pentru românii ardeleni erau definirea și afirmarea *identității naționale*, în confruntare cu celelalte naționalități din provincie aflate în poziție dominantă sau favorizată. La fel de importantă era combaterea pericolului, constant denunțat de fruntașii ardeleni (Papiu Ilarian, Bărnuțiu, Bariț etc.) de deznaționalizare, de pierdere a identității naționale sub presiunea politicii autorităților și a culturii oficiale. Această problematică identitară este deosebit de pregnantă pe durata a ceea ce numește Sorin Mitu “o lungă primă jumătate a secolului al XIX-lea”, adică o perioadă ce cuprinde ultimele trei decenii ale veacului precedent și se întinde pînă în anii '850. Pentru istoricul clujean generația Școlii Ardelene și cea a revoluționarilor pașoptiști ilustrează un efort solidar și congruent de definire și clarificare a unui discurs identitar românesc.<sup>12</sup>

Auto-imaginea românilor ardeleni, sau constituirea mitului național, se structurează pe mai multe coordonate, analizate cu finețe de același S. Mitu în lucrarea sa ***Geneza identității naționale la românii ardeleni***<sup>13</sup>, și anume confruntarea cu imaginile pe care le aveau străinii despre români, valențele negative și pozitive ale auto-imaginilor, dimensiunile istorice ale imaginii de sine, diferite fațete ale auto-imaginii pozitive.

Evident că piesele de rezistență ale acestui discurs identitar erau originea nobilă, vechimea și numărul românilor, care justificau o soartă mai favorabilă decît cea prezentă. Invocarea trecutului se convertea într-un program de acțiune cu deschidere spre viitor: românii merită o soartă mai bună.

### ***Delimitarea față de vecini***

Problematica identitară determină un sentiment mai acut al alterității în dublu sens: trăirea propriei diferențe, asumate, dar și conștientizarea diferenței celorlalți. Evident că în primul rînd românii au sentimentul că sînt non-maghiari și în consecință, acesta fiind comandamentul național, condamnă pe cei deznaționalizați, maghiarizați, renegați.

Mult mai limpede și nepasional este resimțită alteritatea celor de neam german, a sîrbilor sau cea a altor popoare străine cu care au intrat în contact, dar unde nu exista pericolul imixtiunilor, al pierderii identității.

---

<sup>12</sup> S. Mitu, op.cit., pag.10.

<sup>13</sup> ibidem, cap.II - VI.

O chestiune mai delicată este cea a popoarelor romanice. Ideea latină, cheia de boltă a ideologiei naționale, îi face pe ardeleni solidari cu celelalte popoare înrudite, ca descendenți din aceeași nobilă stirpe. În același timp, apare sentimentul acut al diferenței, în sensul rămîinerii noastre în urmă față de “popoarele civilizate”, francezii și italienii înainte de toate, dar și spaniolii deseori menționați în acest context onorant. Octavian Goga a exprimat poate cel mai bine acest sentiment sfișietor al neputinței și inferiorității, în notițele sale fugare de la Paris: «Inima pămîntului. Babilonul. Sentimentul unui om – care vede că e părtașul unui neam care nu are nimic a face cu evoluția universală. [...] Sărăcia ta. [...] Legătura între orizonturile individuale și raza geografică a neamului din care faci parte.»<sup>14</sup>

Elementul de “alteritate” face ca adoptarea unor moravuri sau a unei limbi străine, fie aceasta romanică (franceză în speță), să nu se deosebească, în ochii ardelenilor, de deznaționalizarea prin maghiarizare, sub presiunea oficială. De aceea, ajungînd în contact cu o anume stare de lucruri pe peste munți, ardelenii au avut cuvintele cele mai aspre cu putință în a condamna «galomania» (ca și «grecismul»), copierea unei civilizații în aspectele sale cele mai puțin potrivite cu realitățile autohtone, ceea ce avea ca urmare îndepărtarea de idealul de ridicare a poporului.<sup>15</sup> «Rugina grecismului nu s-a șters încă, galomania împărățește cu un schiptru de fier» - descrie A. Florian situația din Muntenia anului 1838. «Ei [magnații noștri] sînt crescuți grecește sau franțuzește, prin urmare nu sînt români. [...] Cum socotești dar acum că acești oameni, povățuiți de un egoism atît de înghesuit, pot a se gîndi și a lucra pentru un interes național?»<sup>16</sup> O aristocrație națională primind educație străină este, în ochii ardeleanului ajuns pe malurile Dîmboviței, o confuzie de planuri de cel mai prost augur pentru viitorul nației.

La fel de tranșant, Ion Maiorescu stabilește o legătură cauzală între influența franceză și lipsa adevăratelor sentimente patriotice la sud de Carpați. «Unde e la noi căldura și focul, – unde naționalimea și patrioțimea aceea ce însuflețește pe Români Ardeleni? – Un materialism gros s-a așezat ca un nour greu pe Țara Românească. De unde? din Galia (Franța) etc.»<sup>17</sup>

<sup>14</sup> O.Goga, Pagini noi, culegere îngrijită de Veturia Goga, București, Editura Tineretului, 1967, pag.30.

<sup>15</sup> Vezi întreaga discuție, cu exemple, în studiul nostru Gh. Lascu, «Ai noștri tineri la Paris învață» - posibile surse transilvănene, în vol. Caietele Mihai Eminescu, editor Marin Bucur, vol.V, Editura Eminescu, București, 1980, pag. 89-97.

<sup>16</sup> George Bariț și contemporanii săi, Editura Minerva, București, vol.I, 1973, pag.9.

<sup>17</sup> I. Maiorescu, Domnule redactor, în Foaia literară, Brașov, nr.16 (16 aprilie 1838), pag.121.

În aceeași ordine de idei, observații critice mușcătoare sînt formulate de către ardeleni la adresa românilor «țăreni» aflați în străinătate, care au uitat de interesul național și își irosesc timpul și banii în ocupații nedemne<sup>18</sup>.

Ca și în cazul legăturii cu popoarele romanice, un sentiment bivalent, pe cele două coordonate – similitudine și diferență – îi leagă pe ardeleni de conaționali lor din celelalte două provincii istorice românești: Moldova și Muntenia, devenite apoi Principatele Unite, iar spre sfîrșitul veacului Regatul României.

Pe de o parte (și acesta este sentimentul dominant) ideea originii comune conduce la conceptul unității lor etnice, indiferent de numele pe care-l poartă, ardeleni, moldoveni sau munteni, toți fiind de fapt români. De aici și ideea prospectivă și proiectul politic al fundării unui stat național, în consens cu celelalte proiecte europene majore similare (făurirea Italiei, a Germaniei). Români trebuiau să creeze România. «Vrem să ne unim cu țara» – s-a strigat pe Cîmpul Libertății la Blaj în 3/15 mai 1848, iar Iosif Vulcan saluta Bucureștiul drept capitala tuturor românilor deja în 1868<sup>19</sup>, cu mult înainte ca Slavici să lanseze formula memorabilă «Soarele pentru toți românii la București răsare».

În același timp însă, o întregă serie de realități sociale și culturale diferite de cele din Transilvania îi împiedică pe ardeleni să se identifice integral cu imaginea «fraților» din celelalte provincii. «Alteritatea» moldovenilor și muntenilor, în perioada genezei identității naționale la românii ardeleni identificată de S. Mitu, este susținută în primul rînd de existența clasei boierești, percepută în mare parte ca străină de interesul național și pusă pe chiverniseală, și apoi de acceptarea unei culturi străine (greacă, franceză) drept cultură a elitei, în detrimentul culturii naționale.

Toată această serie de delimitări succesive ne îndreptătesc să considerăm că în mentalul colectiv românii ardelenii ocupau un loc aparte, constituiau o unitate demnă de luat în considerare, fapt ce justifică natura demersului nostru imagologic.

### ***Importanța temei***

Din punctul de vedere al imagologiei, cercetarea noastră privind imaginea Franței la românii ardeleni pînă în anul 1918 prezintă cîteva particularități din care decurge, credem noi, și interesul ei.

<sup>18</sup> Vezi exemple numeroase la Gh. Lascu art.cit.

<sup>19</sup> I. Vulcan, Suvenirii de călătorie, în Familia, IV (1868), nr.38, pag.446.

Trebuie să constatăm, de la bun început, că nu ne aflăm în prezența unui cuplu de națiuni învecinate, aflate în contact îndelungat, de unde să rezulte o relație reciprocă, pasională, ca în cazul celebrului cuplu franco-german. Aici este vorba de o mică provincie îndepărtată, dinaintea constituirii statului național, separată de celelalte provincii românești și aflată sub dominație străină, care descoperă încetul cu încetul Franța. Este vorba deci de formarea unei imagini naționale (a Franței) într-o unitate mai mică, respectiv grupul etnic majoritar, deși nu la putere, al unei provincii (românii din Transilvania), situație mai puțin obișnuită printre temele studiate în mod curent de imagologia comparată.

Ne-am rătăcit oare cumva într-o zonă secundă, ironizată de Etiemble ("călători islandezi în Madagascar, malgași în Kamciatka sau suedezi la Bangkok..."<sup>20</sup>)? Hotărât lucru nu, întrucât relațiile franco-române, inclusiv în Transilvania, au consistență. S-a vorbit și se vorbește mult despre francofilia (vezi chiar aspecte de galomanie) și francofonia românească, despre influența franceză asupra societății românești moderne, sub aspect politic, legislativ, al organizării armatei și învățământului, asupra literaturii și criticii literare moderne, a relatinizării lexicale, a modelării sintactice, a constituirii terminologiei științifice etc. etc. Aproape nu este domeniu în care să lipsească dialogul cu valorile franceze.

Cu toate acestea Transilvania făcea poziție aparte înainte de 1918; unele motive le-am văzut mai sus. Sextil Pușcariu constata o "bifurcare" în cultura română, cărturarii ardeleni urmînd alt drum decît cei din Principate, care se orientau preponderent spre Franța<sup>21</sup>. În alt text el vorbește de o "barieră" între intelectualii de la nord de Carpați și cei din Muntenia și Moldova<sup>22</sup>.

Există chiar o stereotipie în acest sens: imaginea tradițională a ardeleanului este cea a unui germanofil care nu cunoaște, și/sau nu înțelege și/sau respinge valorile franceze.

A.D.Xenopol declara în 1887: «Ei bine, Transilvania n-a fost niciodată împinsă spre cultura franceză și aceasta este aproape cu totul străină românilor de peste Carpați.»<sup>23</sup> Tot cam în aceeași perioadă, Pompiliu Eliade afirma, în cunoscutul său studiu *Influența franceză asupra spiritului public în România*, că «românii transilvăneni se numără printre comunitățile naționale

<sup>20</sup> Etiemble, Comparaison n'est pas raison, La crise de la littérature comparée, Gallimard, 1963, pag.78-79.

<sup>21</sup> S.Pușcariu, Influența limbii franceze asupra celei românești, în Societatea de mâine, Cluj, VIII (1931), nr.6-7, pag.145-146.

<sup>22</sup> Cf. A.Niculescu, Atracții germanice în cultura și în limba română, în Apostrof, Cluj, V (1994), nr.10-12 (53-55), pag.5.

<sup>23</sup> apud A.Radu, op.cit., pag.7.

care au cunoscut cel mai puțin Franța. Crescuți într-un cu totul alt mediu decât moldovenii și muntenii, ei vor apărea uneori chiar ca adversarii influenței franceze.»<sup>24</sup> La fel de tranșant se exprimă și N.Iorga în compendiul său din 1929: «Se va face o împărțire între felul cum anumiți scriitori români din Moldova și din Muntenia au primit influența franceză. De ardeleni nu poate fi vorba în vremea aceasta [prima jumătate a sec.XIX], afară, întru cîtva, de Codru Drăgușanu: ei sînt prea mult sub influența germanică și ungurească, mai mult germană decât ungurească, așa încît își au originalitatea lor.»<sup>25</sup>

Mitul ardeleanului antifrancez se prelungește din generație în generație în mod explicit, dar cel mai adesea difuz, în aluzii care lasă să se înțeleagă că așa stau lucrurile, ca și în cazul pretensei francofobii a lui Eminescu și chiar în legătură cu aceasta. Iată ce spune de exemplu I.M. Rașcu: «P.V.Haneș, ca atîția și după atîția alții, afirma și el că Eminescu nu iubea pe francezi și că antipatia aceasta o luase de la ardeleni»<sup>26</sup>.

Demersul nostru e unul de reconsiderare: ne vom folosi de arsenalul de metode de investigare al imagologiei încercînd să reconstruim adevărata imagine pe care și-o făceau românii ardeleni despre Franța. Ipoteza noastră de lucru este că ardelenii, contrar opiniei foarte răspîndite, nu au fost niciodată inamicii Franței. Demersul nostru este prin urmare și unul polemic, vom combate o stereotipie a cărei geneză vom încerca în același timp să o explicăm.

### ***Textele studiate și potențialul lor de influențare***

Definită ca un domeniu interdisciplinar, imagologia recurge atît la texte literare cît și la cele non-ficționale pentru a-și constitui o bază de date ce urmează a fi analizate. Sursele documentare, corpusul transilvan de imagini asupra Franței, se regăsesc în mai multe categorii de documente ce exprimă și orientează atitudinea ardelenilor față de Franța de-a lungul întregului secol al XIX-lea și pînă la Unirea din 1918.

Tradițiile populare, folclorul, sînt una din sursele pe care le vom avea în vedere, ca exprimînd mentalul colectiv la nivel popular. Literatura didactică și scrierile de tip enciclopedic sînt documente dintre cele mai importante, bucurîndu-se de aura de autoritate și capabile să influențeze generații întregi care vor fi parcurs aceste texte. Publicațiile periodice, ziare și reviste, la care se adaugă almanahurile și calendarele, sînt o sursă documentară inepuizabilă

<sup>24</sup> P.Eliade, op.cit., pag.228

<sup>25</sup> N.Iorga, Istoria literaturii românești. Introducere sintetică, ediția 1977, pag.195.

<sup>26</sup> I.M.Rașcu, Eminescu și cultura franceză, București, Editura Minerva, 1976, pag.124; vezi și Gh.Lascu, op.cit.



pentru atitudinile opiniei publice. Traducerile literare și reprezentațiile dramatice sînt și ele purtătoare ale imaginii Franței și li se va acorda atenție în consecință. O categorie cu totul privilegiată a documentelor imagologice sînt scrierile de călătorie, mărturii ale contactului direct cu alteritatea. Avem norocul, în această privință, să ne aflăm în prezența unor texte absolut remarcabile datorate românilor ardeleni ce au străbătut Franța : A. Treboniu Laurian, I. Codru-Drăgușanu, I. Vulcan, I.A. Lapedatu, I. Artemie Anderco, I. Droc, P. Cornea-Misici, I. Russu-Șirianu, S. Pușcariu etc.

Textele studiate se diferențiază și prin potențialul lor de influențare, chestiune discutată de Klaus Heitmann<sup>27</sup>. Imagologul german e de părere că manualele de geografie și alte lucrări de referință (enciclopedii, «dicționare de conversație», în tradiția germană, etc.) prezintă cel mai mare interes, acest tip de lucrări constituind nucleul bibliotecilor publice și particulare și fiind consultate de numeroase persoane diferite o perioadă îndelungată de timp; cu alte cuvinte texte capabile să influențeze opinia unui mare număr de persoane. În schimb, consideră K. Heitmann, articolele din ziare și reviste nu au decît o înfrîurire efemeră și sînt mai puțin importante decît scrierile de sine stătătoare, de tip carte. Scrierile politice ocazionale și pamfletele ar avea potențialul cel mai scăzut de influențare. Ce profit putem trage din observațiile profesorului german ? De la bun început, acceptăm ideea de principiu, și anume că nu toate sursele prezintă același potențial de influențare și că trebuie operată o ierarhizare a lor în funcție de acest criteriu. În cazul concret studiat de noi, unele din observațiile de mai sus urmează însă să fie revizuite și adaptate contextului cultural și istoric, neputînd fi adoptate *ad litteram*.

Astfel, din varii motive, producția de carte românească a fost săracă în Transilvania dinainte de Unire. Aici principalul vector al textelor scrise, literare sau altele este, dimpotrivă, domeniul publicațiilor periodice, deseori adunate în colecții, legate în volume anuale și păstrate în biblioteci publice sau particulare pentru o consultare repetată și pe timp îndelungat. Scara de importanță a lui Heitmann va suferi deci serioase rectificări. După opinia tuturor cercetătorilor avizați (Ion Breazu, George Em. Marica, Mircea Popa, Valentin Tașcu etc.)<sup>28</sup>,

<sup>27</sup> K.Heitmann, *Imaginea românilor în spațiul lingvistic german 1775-1918 - un studiu imagologic -*, în românește și traducere de Dumitru Hîncu, București, Editura Univers, 1995, pag.72-74.

<sup>28</sup> I.Breazu, *Presa Transilvaniei*, în vol. *său Literatura Transilvaniei*, 1944, pag.113-123; G.Em.Marica, *Foaie pentru minte, inimă și literatură*, 1969; idem, *Studii de istoria și sociologia culturii române ardeleni din secolul al XIX-lea*, vol.I-III, 1977-1980; M.Popa, V.Tașcu, *Istoria presei literare românești din Transilvania, de la începuturi pînă la 1918*, 1980.

publicațiilor periodice ardelenene trebuie să li se acorde cea mai mare atenție. Departe de a se caracteriza numai (sau în primul rând) prin efemeritate, textele difuzate pe această cale dobîndesc, în cazul Transilvaniei secolului al XIX-lea, un statut de document cu o circulație considerabilă pe o perioadă mult mai îndelungată decît lasă să se înțeleagă la prima vedere categoria la care aparțin. Mai mult chiar, textele din publicațiile periodice sînt calea aproape exclusivă pe care s-a exprimat opinia publică ardeleană. Ignorarea publicațiilor periodice și utilizarea exclusivă a documentelor de tip carte ar fi complet nepotrivită în cazul studiat de noi. Numărul redus de volume publicate ar lăsa impresia, total eronată, a unei sărăcii intelectuale și spirituale dezolante a provinciei, iar dacă ne-am lua numai după cărțile publicate, cercetarea noastră aproape că n-ar mai avea obiect. Toate intervențiile lui Bariț legate de influența franceză, (de exemplu *Literatura spurcată*, *Literatura clasică*, *Nu the Puff*, *Epistolă adresată dlui dr. M.G.Obedenariu* etc.), traduceri din literatura franceză, ca și scrierile călătorilor ardeleni în Franța au fost publicate, în afară de rarissime excepții, în periodicele timpului. În plus, eliminarea articolelor din periodice ar falsifica imaginea unui autor prin omisiunea unor texte importante. Să ne închipuim că l-am cunoaște pe Ion Codru-Drăgușanu numai prin volumul publicat la Sibiu în 1865 într-o ortografie puternic latinizantă<sup>29</sup>, trecînd sub tăcere ultimele trei scrisori publicate în «*Familia*» în perioada pe glorie a publicației (deci de audiență maximă) și într-o ortografie mult mai lizibilă și acceptabilă. Evoluția în atitudinea despre Franța a lui Codru-Drăgușanu, exprimată cu claritate în aceste din urmă texte, ar fi rămas complet pe dinafară. *Enciclopedia română* (Diaconovich) apare numai în pragul noului secol (1898-1904), pînă atunci cunoștințele de tip enciclopedic erau difuzau în limba română tot prin publicațiile periodice.

În sfîrșit, trebuie ținut cont de decalajul cronologic ce separă momentul redactării unui text (sau al efectuării unei călătorii) de cel al publicării efective. Astfel, dacă pentru opiniile exprimate de un anumit text ne putem raporta la epoca de elaborare, în caz că aceasta poate fi stabilită, în privința influenței exercitate de același text trebuie să ne raportăm la epoca publicării și/sau difuzării. Să luăm un exemplu tipic: cazul aceluiași Ion Codru-Drăgușanu. Experiența sa franceză datează din anii 1840-1844, dar e consemnată ulterior în scris, pe baza unor notițe mai vechi<sup>30</sup>. ***Cîteva epistole ale unui peregrin transilvan, revăzute și ajustate după 25 de ani*** sînt publicate în ziarul pestan

<sup>29</sup> I.Codru-Drăgușanu, *Peregrinul transilvan sau Epistole scrise din țări străine unui amic în patrie*, de la anul 1835 pînă inclusive 1848, Tomul I, tipărit și propovăduit la S.Filsch, Sibiu, 1865.

<sup>30</sup> Manuscriptum, V (1974), nr.1, p.93-99.

*Concordia* în 1863-64<sup>31</sup>, strînse în volum și completate în 1865 sub titlul **Peregrinul transilvan sau epistole scrise din țări străine unui amic din patrie, de la anul 1835 pînă inclusiv 1848**, Sibiu, tomul I. Tomul al II-lea nu a mai apărut, în schimb alte trei scrisori sînt publicate în *Familia*, nr.51 și 52/1869 și nr.18/1879.

Evident că opiniile lui Drăgușanu le vom înregistra ca fiind relevante pentru deceniul șapte al veacului, deci cu un decalaj de 20-25 de ani față de contactul direct cu realitățile franceze. Iar admirația fără rezerve din ultima epistolă, exprimată în frumoasa formulă «Francia și Parisul rămîn miezul lumii și lamura umanității» a fost făcută publică de-abia zece ani mai tîrziu, în 1879, adică după scrisoarea deschisă a lui Bariț din 1876<sup>32</sup>.

În schimb experiența franceză a lui Iosif Vulcan, călătoria din anul 1867, este consemnată în stil reportericesc din chiar momentul desfășurării ei, și publicată în foileton de *Familia* sub formă de corespondență pe cînd autorul se mai afla la Paris<sup>33</sup>. Într-o cronologie a influențării opiniei publice, **Suvenirile de călătorie** ale lui I. Vulcan se intercalează așadar între primele 33 de epistole ale **Peregrinului transilvan** (publicate, după cum arătam mai sus, între 1863-64 și în volum în 1865) și ultimele trei scrisori publicate în 1869 și 1879. Entuziasmul lui Vulcan pentru Franța a precedat și probabil chiar a catalizat elogiul fără rezerve exprimat tardiv de Codru-Drăgușanu, influențat poate și de scrisoarea lui Bariț.

Același Klaus Heitmann recomandă și o diferențiere calitativă a izvoarelor<sup>34</sup>. Valoarea informațiilor depinde de credibilitatea autorului, de condiționarea sa în privința stereotipiilor și de contactul direct cu realitatea străină. Întocmirea unei ierarhii absolute sub aspectul calitativ al surselor este o operă fastidioasă și cu rezultate deseori incerte, recunoaște însă Heitmann. Oricum, ca metodologie vom prelua sugestiile profesorului german și vom acorda mult credit opiniilor exprimate de personalitățile ardeleni ce se bucurau de prestigiul de «îndrumători culturali» (G.Bariț, I.Vulcan etc.) ca fiind voci

<sup>31</sup> *Concordia*, de la nr.22/1863 pînă la nr.6/1864.

<sup>32</sup> G.Bariț, Epistolă adresată dlui dr. M.G.Obedenariu, în *Transilvania*, IX (1876), nr.5, pag.49-50.

<sup>33</sup> I.Vulcan, **Suvenirile de călătorie**, în *Familia*, Oradea, III (1867), nr.31, pag.368-370; nr.32, pag.380-382; nr.33, pag.394-396; nr.34, pag.407-409; nr.35, pag.418-420; nr.36, pag.431-432; nr.37, pag.443-444; nr.38, pag.455-456; nr.39, pag.467-468; nr.40, pag.475-476; nr.41, pag.487-489; nr.42, pag.499-500; nr.43, pag.511-513; nr.44, pag.523-525; nr.45, pag.534-535; nr.46, pag.547-548; nr.47, pag.559-560; nr.48, pag.571-572; nr.49, pag.582-584; nr.50, pag.594-596.

<sup>34</sup> K. Heitmann, op.cit., pag.74 și urm.

ascultate de public și cu un potențial de influențare mult ridicat. Din aceleași rațiuni vom acorda un loc privilegiat scrierilor călătorilor ardeleni în Franța, adică mărturiile unor contacte directe cu alteritatea, memorialul de călătorie constituind, pe de altă parte, o specie literară foarte îndrăgită de publicul transilvan, ceea ce era de natură să mărească impactul și potențialul de influențare al acestor scrieri<sup>35</sup>.

---

<sup>35</sup> Fragment dintr-un studiu mai amplu, prezentat ca lucrare de doctorat sub titlul *Imaginea Franței la românii din Transilvania pînă în anul 1918*, aflat în curs de publicare.

## **ADMINISTRAȚIA: STRUCTURI, PRACTICI, PERSPECTIVE**

**SOFICA AURELIAN, DAN C. STEGAROIU**

**ABSTRACT. The Public Administration: Structures, Habits and Perspectives.** A main idea or a main pattern, a main model could built a strong barrier against development or social change. It is ready at hand to remeber E. Durkheim ' model of WORK DIVISION and the concept of ORGANIC SOLIDARITY and the long period of time needed and difficulties faced till this model was replaced with G.Friedmann' model of MECHANIC SOLIDARITY. So, it was hard to accept that nature of model is deep dependent of the type of production process. Mass productions will go with the MECANIC SOLIDATITY as an output of work division.

In the same way an analitical view on public administration is presented based some dimesions: mission, key units, index leading: administrative positions / professional positions, administrative routes vs professional routes; unfair administrative practices.

From authors point of view to get a real change into the public administrative field it means first of all to change social environment in order to replace actual mission with one closer to the aim of a democratic society. On the other hand no democratic society may exist if the public administration will promote the old fashion mission of CONTROL / CHIEF SELF INTEREST.

Administrația rămâne în continuare o provocare și o sfidare adresată intelectului. Incercările de explorare și înțelegere a naturii și rolului ADMINISTRATIEI PUBLICE au condus la identificarea acesteia cu birocrăția iar modelul WEBERIAN a impus o IMAGINE DE DURATA a unei organizări care prin ierarhizare, formalizare/normare garantează în permanență o EFICACITATE și o EFICIENȚA SPECIFICĂ.

Așa cum a fost necesară o întreagă evoluție pentru a depăși modelul TEORETIC construit de către E. Durkheim privind DIVIZIUNEA MUNCII care inducea conceptul de SOLIDARITATE ORGANICĂ și a recunoaște dependența tipului de SOLIDARITATE DE SPECIFICUL PRODUCTIEI, astfel PRODUCTIA DE MASA, conform lui G.Friedmann (1964) va provoca cu necesitate un TIP

MECANIC DE SOLIDARITATE și nicidecum UNUL ORGANIC, tot așa devine tot mai clar că ADMINISTRATIA PUBLICA ESTE DIFERITA DE BIROCRATIE CHIAI DACĂ ACEASTA APARE SI ACTIONEAZA IN MEDIUL ADMINISTRATIV.

Autorii oferă o nouă perspectivă asupra ADMINISTRATIEI: STRUCTURI, PRACTICI SI PERSPECTIVE pornind de la specificul românesc, așa cum se prezintă acesta după peste 50 de ani de dictatură bolșevic-comunistă și de la paradigma "ARHETIPULUI" pomovată de către M.Eliade (1978).

Mircea Eliade recomanda, pentru a înțelege procesele complexe ale prezentului, identificarea ARHETIPULUI, a modelului de început, primar al respectivului proces.

Care ar fi ARHETIPUL ADMINISTRATIEI PUIBLICE ?

Intrebarea ușor de formulat nu prezintă un răspuns singur și sigur, de fapt se constituie drept o ilustrație a celor susținute de către Ong (1968), adică o întrebare generează mai degrabă alte întrebări decât răspunsuri.

Această modalitate de abordare fiind improprie, totuși căutând a înțelege ESENTA MODELULUI ADMINISTRATIEI PUBLICE am pornit de la MISIUNEA ACESTEIA IN TRECUT SI IN PREZENT.

Ce a fost la început ADMINISTRATIA PUBLICA ?

Si acestei întrebări i se pot atașa serii de răspunsuri precum:

- a. O modalitate de supraviețuire a comunității în fața unui pericol extrem care a impus constituirea unui MECANISM/ORGANISM de coordonare și comandă pentru a realiza autoprotecția membrilor respectivei comunități;
- b. O tentativă a comunității de a realiza coordonarea unor activități de interes general prin CONSTITUIREA UNUI MECANISM/ORGANISM SPECIFIC și prin colectarea unor fonduri la dispoziția acestuia;
- c. O alternativă pentru a echilibra nevoile individuale, comunitare cu resursele și rezervele realizate prin constituirea UNUI MECANISM/ORGANISM SPECIFIC care prin colectarea unei cotități din valorile nou produse să realizeze fondurile necesare acesteui scop.

Pot fi imaginate și alte alternative dar ceea ce reiese clar din această enumerare atestă că ADMINISTRATIA PUBLICA a urmărit inițial O ALTA MISIUNE decât cea prezentă.

De aici în analiza desfășurată pentru a oferi o INTELEGERE A SPECIFICULUI ADMINISTRATIEI PUBLICE s-a recurs la următoarele CONCEPTE care privesc:

- I. MISIUNEA
- II. UNITATEA FUNCTIONALA
- III. RAPORTUL POZITII DE COMANDA / ADMINISTRATIVE SI POZITII DE SPECIALITATE
- IV. RUTELE ADMINISTRATIVE / RUTELE PROFESIONALE
- V. ABUZUL ADMINISTRATIV (SURSELE DE CASTIG: LICITE / ILICITE)

Din perspectiva acestor CONCEPTE se va proceda la evaluarea perspectivelor ADMINISTRATIEI PUBLICE.

## **I. MISIUNEA**

Inercarea de a generaliza și a considera O SINGURA MISIUNE SPECIFICA ADMINISTRATIEI PUBLICE, UNIVERSALA SI IMUABILA IN TIMP este în contradicție cu realitatea imediată.

Astfel, revenind la setul răspunsurilor referitor la natura ADMINISTRATIEI PUBLICE este evident că inițial, deci considerând ARHETIPUL ADMINISTRATIEI PUBLICE aceasta ERA DIRECT LEGATA DE COMUNITATE, DE NEVOILE/CERINTELE ACESTEIA. **Administratia publică urmărea asigurarea supraviețuirii, dezvoltării și prosperității comunității respective.**

Seful administrației publice în timpurile de început adică SEFUL DE TRIB era ales direct de către comunitate și urmărea asigurarea supraviețuirii acesteia, a membrilor săi precum și realizarea unor condiții minime de viață. Conflictul era soluționat în acord cu obiceiul locului, cutuma fiind norma și numai mai târziu actul de justiție s-a desprins de cel administrativ fiind exercitat de către foruri specializate. Aparatul administrativ inițial se prezenta drept ASUMAREA LEGITIMA, prin alegere, a unor responsabilități limitate, prestate BENEVOL SI NEREMUNERABIL. Exista chiar o diferențiere în raport cu natura situației, tribul cunoscând doi șefi: cel de război și cel de pace. Mai exista și un sfat al bătrânilor sau al războinicilor, după situație. Așa cum și în prezent funcția de comandă maximă din administrația publică este corelată cu un consiliu, iar funcțiile de comandă specializate sunt corelate cu un STAT MAJOR reprezentat de către consilieri, specialiști de profil.

Evoluția socială, diviziunea muncii, complexarea formelor organizatorice nu numai că au provocat specializarea ORGANISMULUI/MECANISMULUI administrației publice prin diferențierea acestuia în administrația publică locală / centrală dar au determinat și includerea acestei ADMINISTRATII PUBLICE în rândul agenților corporați devenind clar că

dinamica în evoluția administrativă este guvernată de aceeași lege: indiferent de misiune AGENTUL CORPORAT VA SFÂRȘI prin a EXISTA PENTRU SINE INSUSI. De notoritate este MINSITERUL COLONIILOR din Marea Britanie care a atins dimensiunea maximă, adică maximum de angajați, atunci când eliminarea colonialismului redusese drastic numărul acestora.

Observând ADMINISTRATIA PUBLICA actuală devine clar că definirea MISIUNII este o operație de înaltă complexitate și alternativele de răspuns ar fi:

- a.asigurarea promovării și respectării legalității
- b. gestionarea resurselor în folosul (grupului de interes dominant / comunității)
- c. realizarea unui control asupra spațiului și mediului social
- d. constiuirea și menținerea unui mediu social normal

Se poate constata că alternativele de răspuns semnaleză diferențierea NATURII MISIUNII. Printre factorii care provoacă diferențierea MISIUNII un rol dominant revine TIPULUI DE SOCIETATE (MEDIU SOCIAL). Societățile sunt autoritare/închise și respectiv democratice ideale/deschise. In raport cu tipul de societate misiunea administrație publice va fi:

**A. Asigurarea controlului cu promovarea:**

- \* interesului SEFULUI
- \* interesului GRUPULUI DE PUTERE
- \* interesului COMUNITATII

**B. Asigurarea monitorizării cu promovarea:**

- \* interesului GRUPULUI DE PUTERE
- \* interesului COMUNITATII

**C. Asigurarea arbitrajului cu promovarea:**

- \* interesului COMUNITATII
- \* interesului REGIONAL/LOCAL

**D. Asigurarea echității cu garantarea:**

- \* BUNASTARII
- \* POZITIEI DE VALOARE CENTRALA A INDIVIDULUI (PERSOANEI)

Se poate deci observa că MISIUNEA PREZINTA VARIATII în raport cu tipul societății/mediul social, mai precis cu natura ei dar și cu diferența dintre SCENA SOCIALA (PARTEA VIZIBILA) și CULISELE SOCIALE (PARTEA ECRANATA/ASCUNSA). Aceste diferențieri pot fi redade într-un model (fig.1)



**ALTERNATIVE ALE MISIUNII ADMINISTRATIEI PUBLICE**      **Fig.1**  
FUNCTIE DE MEDIUL SOCIAL/TIP DE SOCIETATE

SOCIETATE INCHISA \_\_\_\_\_ SOCIETATE DESCHISA  
\_\_\_\_\_  
(TOTALITARISM) \_\_\_\_\_ (DEMOCRATIE IDEALA)

ALTERNATIVE ALE MISIUNI ADMINISTRATIEI PUBLICE

CONTROL/INTERES SEF

CONTROL/INTERES GRUP DE PUTERE  
CONTROL/INTERES COMUNITATE

MONITORIZARE/INTERES GRUP  
DE PUTERE  
MONITORIZARE/INTERES COMUNITATE

ARBITRAJ/INTERES COMUNITAR  
ARBITRAJ/INTERES REGIONAL/LOCAL

ECHITATE/BUNASTARE  
ECHITATE/VALOARE CENTRALA INDIVID

**CONCLUZII**

1. MISIUNEA nu este nici unică nici universală și nici invariabilă
2. Multitudinea de alternative organizatorice ale ADMINISTRATIEI PUBLICE face dificilă OBSERVAREA DEPENDENȚEI ACESTORA, STRUCTURAL SI CALITATIV / FUNCTIONAL, DE MISIUNEA/FINALITATEA URMARITA
3. MISIUNEA este dependentă de TIPUL SOCIETATII

4. MISIUNEA afirmată și cea reală prezintă ABATRI cu atât mai profunde cu cât tipul societății în cauză se înscrie mai deplin în spectrul celor autoritare

5. Cu cât este mai ridicat decalajul dintre MISIUNEA AFIRMATA (PROPAGANDA) și MISIUNEA REALA (PERCEPUTA DE CATRE BENEFICIARI/CETATENI) cu atât mai profund MISIUNEA REALA se circumscrie celor de factura CONTROLULUI

## **II. UNITATEA FUNCTIONALA**

Observând dinamica diferitelor procese se poate remarca existența unei UNITATI FUNCTIONALE pe care sugestiv o denumim UNITATI CHEIE. Această unitate cheie asigură OBTINEREA REZULTATELOR, adică este promotoare performanțelor, garantează REZULTATELOR, SOLUTIONARII PROBLEMELOR SPECIFICE.

UNITATEA CHEIE diferă în raport cu domeniul de activitate. În domeniul educației UNITATEA CHEIE este reprezentată de către DISCIPLINA (domeniul de specialitate). Titularii de disciplină au vizibilitatea și autonomia funcțională necesară, timpul acestora este dominant alocat rezolvării problemelor profesionale ale DISCIPLINEI RESPECTIVE. Această modalitate de organizare corespunde cerinței lui ETZIONI (1964) care analizând raportul administrație/specializare confirmă că relevanța maximă va reveni specialiștilor în detrimentul administratorilor DACA DOMENIUL IN CAUZA RECLAMA O CREATIVITATE RIDICATA și invers în situațiile opuse, DACA SE URMARESTE GARANTAREA EFICACITATII SI EFICIENTEI. UNITATEA CHEIE în cazul cercetării revine CERCETATORULUI, adică aceluia care IN MOD DIRECT VA SOLUTIONA PROBLEMELE SPECIFICE.

### **CONCLUZII:**

1. Fiecare domeniu promovează O UNITATE CHEIE SPECIFICA
2. Identificarea UNITATII CHEIE se impune în mod diferențiat pentru fiecare domeniu în parte
3. UNITATEA CHEIE este cea care garantează EFICACITATEA SI EFICIENTA domeniului în cauză
4. Eliminarea sau marginalizarea în structurile ORGANIZATIONALE a UNITATILOR CHEIE CONDAMNA ACELE ORGANISME/MECANISME LA INEFICACITATE/INEFICIENTA

În învățământul de azi din ROMANIA titularul de disciplină NU

BENEFICIAZA DE NICI O AUTORITATE, ultima verigă organizatorică și căreia i se alocă o AUTORITATE TEORETICA este CATEDRA. De aici și consecințele care sunt ușor remarcate: redusa editare a manualelor școlare/universitare, reduse rezultate în cercetare, adică reduse performanțe profesionale

Care ar fi UNITATEA CHEIE DIN ADMINISTRATIA PUBLICA Definirea UNITATII CHEIE în administrația publică ESTE DEPENDENTA DE MISIUNEA atribuită acestei administrații.

Afirmația este susținută tocmai pentru că MISIUNEA DEFINESTE CALITATIV ADMINISTRATIA PUBLICA. Astfel, dacă misiunea este CONTROL/INTERES SEF atunci UNITATEA CHEIE va fi desemnată de către ORGANISMELE/MECANISMELE care realizează această MISIUNE

În primul rând CONTROLUL include cel puțin 3 dimensiuni: informația, managementul și comunicarea. Având în vedere că exercitarea CONTROLULUI, din perspectiva acestei misiuni, are finalitatea PROMOVARII ABSOLUTE A INTERESULUI SEFULUI, dimensiunea dominantă devine cea MANAGERIALA redusă la atributul DECIZIE UNIPERSONALA/COMANDA și respectiv la ACTORUL UMAN INVESTIT CU ACEASTA RESPONSABILITATE. Denumirea acestui ACTOR UMAN, adică eticheta atașată, diferă de la tip la tip de societate. Astfel, în acest sens, sub regimul bolșevic-comunist UNITATEA CHEIE o forma ACTIVISTUL DE PARTID, adică acel promotor individual al doctrinei PARTIDULUI UNIC, omologul gestapovistului din regimul fascist. În acele condiții sociale administrația publică era dublată de administrația de partid care DISPUNEA DE AUTORITATEA MAXIMA SI EXERCITA CONTROLUL ABSOLUT ASUPRA ADMINISTRATIEI PUBLICE, iar SECRETARUL GENERAL (deci SEFUL) dispunea de autoritatea maximă de control asupra ADMINISTRATIEI DE PARTID, asupra UNITATII CHEIE REPREZENTATA DE ACTIVISTI.

Dacă MISIUNEA AR DEVENI CONTROL/INTERES COMUNITATE UNITATEA CHEIE ar desemna SPECIALISTII tocmai pentru dintre atributele controlului ar deveni dominantă dimensiunile COMUNICARE/INFORMATIE.

Definirea UNITATII CHEIE dacă MISIUNEA ar deveni ECHITATE/VALOARE CENTRALA INDIVID are în vedere tocmai acel element care asigură egalitatea și multitudinea șanselor, plasarea individului în POZITIA DE VALOARE CENTRALA și deci aceasta ar fi chiar CETATEANUL, adică ACEL ACTOR UMAN CARE AR GARANTA ASIGURAREA ECHITATII AVAND UN INTERES DIRECT IN SUSTINEREA ACESTEIA. O administrație publică în care terminala organizatorică ar deveni CETATEANUL presupune asigurarea ORGANIZATORICA a accesului acestuia asupra RESURSELOR, DECIZIILOR, EVALUARII ACTIVITATII ACESTUI CORP ADMINISTRATIV etc. Cu alte cuvinte

NU NUMAI prin VOT ci și efectiv IN DERULAREA PROCESULUI ADMIMNISTRATIV S-AR IMPUNE GARANTAREA DOMINANTEI VOINTEI CETATENILOR, administrația publică devenind un ORGANISM/MECAMNISM al garantării devenirii individuale într-un mediu AL MORALITATII, EMPATIEI etc. In acest caz în administrația publică determinantă va fi asigurarea corelării pozițiilor administrative cu promovarea intereselor CETATEANULUI. In acest caz organizații de specialitate, nonguvernamentale, ar dispune de autoritatea de a realiza AUDITUL ADMINISTRATIEI PUBLICE și de a populariza rezultatele obținute ASA INCAT CETATEANUL SA FIE IN MASURA SA INTELEAGA CAT MAI EXACT APORTUL FIECARUI TITLUAR DIN STRUCTURA ADMINISTRATIEI PUBLICE și să decidă asupra restrângerii ori extinderii personalului administrativ. Definirea responsabilității în actele administrative, a rolului/funcționar public ar constitui condiții majore ale realizării unei astfel de administrații.

Din perspectiva CETATEANULUI-UNITATE CHEIE devine vizibilă complexitatea însăși a LEGITIMITATII. Astfel, legitimitatea SE DOBANDESTE PRIN ALEGERI CORECT ORGANIZATE și se MENTINE PRIM MODUL DE EXERCITARE A AUTORITATII. Cu alte cuvinte LEGITIMITATEA UNEI AUTORITATI (POLITICE/ADMINISTRATIVE) include două atribute: NATURA ALEGERII și NATURA EXERCITARII AUTORITATII. Problema LEGITIMITATII este, la nivel ideatic, corelată cu perturbarea sistemului social și NASTEREA NEVOII DE SCHIMBARE, adică pierderea LEGITIMITATII GENEREAZA NEVOIA DE SCHIMBARE A RESPECTIVEI AURTORITATI. Dacă natura alegerii în sensul de ALEGERI LIBERE/CORECTE este relativ ușor de înțeles și acceptat nu aceeași situație este în ceea ce privește NATURA EXERCITARII AUTORITATII. In acest sens o execitare a autorității în CONTRA NATURII UMANE PIERDE LEGITIMITATEA CHIAR DACA INSTAURAREA A FOST OBTINUTA PRIN ALEGERI LIBERE/CORECTE.

Spațiul social fiind fracturat de interese diverse este dificil de a ATINGE CONSENSUL și deci conceptul NATURA UMANA rămâne vag. Totuși câteva caracteristici au șansa de a întruni oricând o majoritate dominantă când e vorba de EXERCITAREA AUTORITATII IN CONTRA NATURII UMANE precum: nesiguranța socială cu riscul de a pierde viața în orice moment (ridicările în plină zi, în orice loc FARA MANDAT DE ARESTARE), distrugerea integrității fizice (împușcarea în plină zi, în văzul cetățenilor sau sterilizare pe diverse criterii: etnice, inteligență, sănătate etc), deprecierea gravă a condițiilor de subzistență ("alimentatie ratională", sărăcirea cronică a majorității populației), degradarea mediului social (generalizarea corupției etc).

Iată deci că stabilirea MISIUNII se completează cu identificarea UNITATII

CHEIE, care de asemenea este dependentă de natura MISIUNII (vezi fig.2.).

**MISIUNE-UNITATE CHEIE**

**Fig.2**

MISIUNE	UNITATE CHEIE
CONTROL/INTERESE SEF	FIDELII PUTERII (ACTIVIST DE PARTID/GESTAPOVIST)
CONTROL/INTERES COMUNITATE	SPECIALISTII
ECHITATE/VALOARE CENTRALA INDIVID	CETATEANUL

**CONCLUZII:**

5. Fiecare concept pentru a deveni operativ implică altele. Astfel, controlul presupune asigurarea informației, dimensionarea aparatului managerial și instituirea unor practici și rețele comunicaționale adecvate;

6. Pentru fiecare domeniu UNITATEA CHEIE este strict dependentă de MISIUNE.

**III. RAPORTUL POZITII DE COMANDA/ADMINISTRATIVE SI POZITII DE SPECIALITATE**

Având în vedere că ADMINISTRATIA PUBLICA a devenit ea însăși un agent corporat, că deci este aplicabilă regula generală: AGENTUL CORPORAT VA URMARI INDEPLINIREA PROPRIEI SALE MISIUNI SI VA SFÂRSI IN A-SI PROMOVA PROPRIA SA EXISTENTA, este previzibil că vom asista în continuare LA O CRESTERE EXPONENTIALA a aparatului administrativ. Se poate remarca că Romania cunoaște o multiplicare a APARATULUI ADMINISTRATIV.

Determinarea indicelui poziții de comandă+administrative/ poziții de specialitate ar fi de natură a SEMNALA GRADUL DE IMBATRANIRE AL APARATULUI ADMINISTRATIV. Acest grad este cu atât mai ridicat cu cât eficacitatea/eficiența aparatului administrativ va deveni mai redusă.

În condițiile în care se ajunge la eliminarea UNITATILOR CHEIE aparatul administrativ poate cunoaște o multiplicare nestânjenită în ciuda restricțiilor normative TOCMAI PENTRU CA LIPSESTE BAZA DE COMPARATIE SI PROTECTIE reprezentată de către UNITATEA CHEIE.

La îndemână este constatarea empirică că dominanța personalului de

specialitate garantează EFICACITATEA SI EFICIENTA și de aici depășirea numărului acestuia de către personalul de comandă + administrativ ar semnala reducerea potențială a eficacității și eficienței.

#### **IV. RUTELE ADMINISTRATIVE/RUTELE DE SPECIALITATE**

Rutele semnaleză care este traiectoria unei persoane în diferite perioade de timp prin pozițiile ocupate fie în administrație (rute administrative) sau de specialitate (rute profesionale).

Se poate constata că se realizează o eficacitate și o eficiență sporite ATUNCI CAND SE AJUNGE LA O DIFERENTIARE CALITATIVA A TRASEULUI ADMINISTRATIV/SPECIALITATE

Cu cât administrația/SPECIALITATE cunoaște o tradiție mai îndelungată cu atâta se înregistrează o diferențiere pe verticală și pe orizontală mai profundă.

De exemplu, profesia MEDIC cunoaște diferențierea:

- \* în câmpul aplicativ profesional: rezidențiat, specialitate, primariat
- \* în câmpul academic profesional: master, doctorat

De asemenea ADMINISTRATIA în domeniul medicinei cunoaște diferențierea:

- \* director
- \* șef secție
- \* medic de gardă (poziție mixtă administrativ-profesională)

Diferențierea pozițiilor poate fi legată de o diferențiere a veniturilor în sensul unei plăți suplimentare și mai ridicate a titularilor pozițiilor administrative comparativ cu titularii pozițiilor de specialitate. In acest caz presiunea pentru ocuparea pozițiilor administrative se va accentua, mai ales dacă acestea devin și sursa unor beneficii suplimentare precum premii, plecări în străinătate etc. Acest câștig suplimentar este LEGITIM numai dacă în fiecare caz în parte TITULARUL POSTULUI ADMINISTRATIV ASIGURA SI UN PLUS DE PROFESIONALISM IN EXERCITAREA ACESTOR FUNCTII ADMINISTRATIVE.

#### **V. ABUZUL ADMINISTRATIV (SURSELE DE CASTIG: LICITE/ILICITE)**

Urmărind sursele de câștig, considerând departajarea acestora în LICITE

(Sl) și ILICITE (Sil); SPECIALITATE (Ss) și NONSPECIALITATE (Sns) se poate ajunge la înțelegerea forțelor care orientează persoanele în opțiunile lor. Dacă se ajunge la corelarea câștigului cu eforturile depuse astfel încât să fie posibilă asigurarea unui trai decent din surse licite atunci atractivitatea surselor ilicite se reduce, adică acele condiții sociale care favorizează relația  $Sl > Sil$  constituie și circumstanțe defavorizante pentru acțiunile ilicite/infraționale. În mod similar, dacă sursele de câștig din specialitate sunt suficiente pentru asigurarea unui trai decent se va reduce atractivitatea surselor de câștig de factură nonspecialitate ( $Ss > Sns$ ).

În condițiile contrare,  $Sl < Sil$  și respectiv  $Ss < Sns$ , mediul devine favorizant pentru activitățile ilicite/infraționale respectiv pentru cele nonspecialitate. Între sursele nonspecialitate se include SI PRACTICA ABUZIVA (fie profesională, de exemplu pretinderea unor nedrepte recompense pentru a efectua serviciul de specialitate respectiv, fie în exercitarea atribuțiilor de conducere, de exemplu abuzul administrativ, abuzul în aplicarea legii).

Sărăcia ori de câte ori devine o trăsătură dominantă a mediului social va impune condiții de factura  $Sl < Sil$  și respectiv  $Ss < Sns$ , favorizând PRACTICILE ABUZIVE ATAT PROFESIONALE CAT SI ADMINISTRATIVE cu atingerea extremă a UNEI CORUPTII GENERALIZATE.

## **CONCLUZII:**

1. Practicile abuzive, profesionale și administrative, sunt condiționate de specificul mediului social;
2. Sărăcia constituie un mediu favorabil practicilor abuzive tocmai pentru că sursele licite și respectiv cele profesionale NU PERMIT ASIGURAREA UNUI TRAI DECENT;
3. Extrema Practicilor abuzive o CONSTITUIE CORUPTIA GENERALIZATA;
4. CORUPTIA implică cu necesitate PARTICIPAREA ADMINISTRATIVA, MAI PRECIS ABUZUL ÎN APLICAREA LEGILOR.

## **EVALUAREA PERSPECTIVELOR ADMINISTRATIEI PUBLICE**

Analiza diagnostic a administrației publice pornind de la cele prezentate până acum va opera implicând conceptele:

\* misiunea; \*unitatea cheie; \* poziții de comandă+administrative/poziții de specialitate; \* ruta administrativă/ruta de specialitate; \* abuzul administrativ.

În raport cu aceste concepte se constată că ADMINISTRATIA PUBLICA DIN ROMANIA este caracterizată dominant prin misiunea: CONTROL/

INTERES GRUP DE PUTERE cu deplasarea accidentală spre CONTROL/ INTERESUL COMUNITATII. UNITATEA CHEIE în corelare cu această alternativă a misiunii este FUNCTIONARUL SUPERIOR care concentrează puterea administrativă de decizie și care centralizează CONTROLUL și PROMOVEAZA INTERESUL GRUPULUI DE PUTERE cu alternanțe sporadice reprezentând INTERESUL COMUNITATII.

Pozițiile de comandă sunt dominante față de cele de specialitate, capacitatea profesională este DOAR AFIRMATA, propagandistic, dar fără relevanță în planul pragmatic, singura care oferă posibilitatea unor acțiuni IN PLAN SOCIAL fiind poziția de comandă, de aici și presiunea pentru ocuparea acestora. In același mod pozițiile de comandă socială (manageriale/ administrative) oferind posibilitatea atragerii UNOR CASTIGURI DISPROPORTIONAT DE MARI comparativ cu pozițiile de specialitate vor fi supuse, în consecință UNOR PRESIUNI CONSIDERABILE PENTRU A FI OCUPATE cu promovarea practicilor distructive de tip PCR (Putere, Cunoștințe, Rude). Mediul social instituit face să EXISTI SOCIAL NUMAI SI NUMAI IN MASURA IN CARE TE CATERI PE PIRAMIDA IERARHIEI DE PUTERE. Ruta profesională este decisă de ruta administrativă, de voința administrativă, deciziile privind selectarea/ promovarea realizate profesional sunt confirmate/infirmate administrativ. Colectivitățile decid PRIN VOT aprobarea sau respingerea propunerilor COMISIILOR DE SPECIALITATE. In acest mod POZITIILE ADMINISTRATIVE SUNT INTARITE și în același timp este promovat și favorizat ABUZUL ADMINISTRATIV PRECUM SI CEL DETERMINAT PRIN APLICAREA LEGII. Regula: dacă abuzul este posibil și profitabil atunci foarte probabil se va abuza. Mai precis, în continuare ADMINISTRATORII SUNT MICI DUMNEZEI LOCALI. Nu există un control exercitat de către cetățean asupra administrației publice. Cetățeanului i se recunoaște în plan TEORETIC un ROL MAJOR iar practic este ignorat, manipulat. Soluțiile administrative INROBESC CETATEANUL:

\* se trec la DATORIA PUBLICA sume uriașe (de exemplu BANCOREX-ul 9.480 miliarde de lei, 4.000 miliarde lei la cererea guvernului, 480 miliarde din inițiativa parlamentului și 5.000 miliarde lei din generozitatea primului ministru de la BUGET cu perspectiva suplimentării cu încă 13.000 miliarde lei prin unire cu BCR);

\* se instituie impozite aberante (de exemplu impozitele maximale pe proprietate CARE NU ESTE ADUCATOARE DE VENITURI CI CONSUMATOARE ex.impozite pe clădiri);

\* se extind practicile parazitare (taxarea repetată a unor activități INUTILE, de exemplu taxa SANITARA anuală, cu întocmirea unui dosar, același



conținut, anual și cu plata atât la SANEPID cât și la TREZORERIE pentru AUTORIZATIA SANITARA ANUALA deși e vorba de unul și același sediu și fără a se verifica condițiile existente; alte taxe de funcționare care constituie IMPOZITE INDIRECTE DE BLOCARE A ACTIVITATILOR PARTICULARE PROFITABILE);

\* practici protecționiste ale MONOPOLULUI DE STAT (ex. activitatea oficiului pentru combaterea concurenței neloiale care protejează regiile autonome și societățile cu capital majoritar de stat);

\* se mențin în continuare practici abuzive precum scindarea fluxului normal al unei activități și încadrarea acesteia în segmente administrative diferite (ex. bibliotecile universitare NU SUNT IN ADMINISTRATIA UNIVERSITATILOR cum ar fi fluxul normal al activității precum și sugestia provocată prin denumirea atașată; plățile pentru o autorizație se fac la oficii diferite SI REPETAT, exemplu cea sanitară etc)

## **CONCLUZII:**

I. Administrația continuă să fie un INSTRUMENT DE ASERVIRE SI NU DE SERVIRE A POPULATIEI

II. RESTRUCTURAREA ADMINISTRATIEI PRIN INSTITUIREA UNOR STRUCTURI NOVOATOARE IMPUNE SCHIMBARI SIMULTANE: privind mediul social și deci implicit MISIUNEA ADMINISTRATIEI și de aici a naturii UNITAII CHEIE cu toate modificările corelative a celorlalte concepte considerate (poziții de comandă+administrative/poziții de specialitate, ruta profesională/ruta administrativă etc)

III Ruperea cercului vicios presupune acțiunea simultană: atât în câmpul legislației electorale cât și cu privire la controlul exercitat de către populație. Impărțirea județelor în circumscripții electorale stabile cu posibilitatea provocării unor alegeri anticipate dacă se strâng semnături în acest sens a 51 % din electoratul respectivei circumscripții provoacă legarea ALESULUI DE ELECTORATUL SAU și devin dificile acceptarea UNOR MASURI IN DEFAVOAREA CETATEANULUI (precum trecerea sumelor rispise de către administrație la DATORIA PUBLICA etc);

IV Inițiativa legislativă deplasată în ONG-uri cu profil SOCIAL astfel ca să se asigure promovarea unor acte normative de protecție a cetățeanului, de ex. limitarea SŪMELOR CE POT FI INCLUSE IN DATORIA PUBLICA PE DURATA UNEI LEGISLATURI precum și sesizarea din oficiu și obligatoriu a PROCURORULUI GENERALE pentru a găsi persoanele vinovate pentru aceste debite; ori eliminarea licitației SECRETE favorizantă a abuzurilor CU LEGEA IN MANA de tipul COMISIOANELOR sau FAVORIZARII RUDELOR

V Mileniul III este și prezintă tendințe diferite în raport cu stadiul atins de Administrația Publică dintr-o anumită zonă. Astfel deși acest mileniu READUCE IN PRIM PLAN INDIVIDUL CA REALITATE SUPREMA în condițiile

ADMINISTRATIEI PUBLICE DIN ROMANIA atingerea unui astfel de stadiu reclamă un interval de timp suplimentar pentru a se promova prefaceri a MEDIULUI SOCIAL DE NATURA A IMPUNE MISIUNEA: ECHITATE/VALOARE CENTRALA INDIVID;

VI. Așa cum există un DECALAJ între vârsta fizică și dezvoltarea intelectuală tot așa există un DECALAJ între timpul istoric (faptic/fizic) și evoluția SOCIALA. Timpul SOCIAL depinde de CALITATEA MEDIULUI SOCIAL iar cel istoric de scurgerea anilor. Astfel deși se poate constata existența simultană în același timp istoric a unor societăți diferite acestea se vor GASI DE FAPT IN TIMPI SOCIALI DIFERITI, pentru ADMINISTRATIA DIN ROMANIA MILENIUL III RANANE O PERSPECTIVA.

### **BIBLIOGRAFIE**

1. Eliade M., 1978, Aspecte ale mitului, Ed.Univers, București
2. Friedmann, 1964, The Anatomy of Work, Labor, Leisure and The Implication of Automation, A Free Press Paperback of Glencoe, NY,USA
3. Ong J.W., 1968, Knowledge in Time, in Knowledge and The Future of Man, ed. by W.J.Ong, Holt, Rinehart&Winston, N.Y., USA

## **IMAGINEA ELECTORALĂ A LUI PETRE ROMAN ÎN AFIȘE (PERIOADA 1990-1999)**

**ANDREEA MOGOȘ**

**ABSTRACT.** During the electoral campaigns, publicity goes hand in hand with politics.

The opinion polls made on representative samples of Romanian voters proved that most of them are not aware of the electoral programs of the parties in competition. Their choice is determined partly by the messages received through media, by both formal and informal leaders and, most of all, by the emotional reactions (positives or negatives) arisen by the candidate.

Behind the economic marketing has developed the political one, which deals with trading the image of the political parties and their candidates. Before 1989, Romania knew the extreme form of the political communication: propaganda. The following years requested types and tips in approaching the voters. During ten years, the style of the electoral campaigns has more and more developed and fit to the electors.

The hereby study follows the changes which electoral image of Petre Roman went through nine years (1990 to 1999).

Campaniile electorale sunt perioadele în care, prin excelență, discursul publicitar merge braț la braț cu politicul.

Cercetări făcute pe eșantioane reprezentative din populația majoră a României arată că marea parte a alegătorilor nu ajung să cunoască programele electorale ale formațiunilor politice aflate în competiție. Votul lor este determinat de mesajele recepționate prin mass media, de către liderii formali și informal de opinie și mai ales de reacțiile emoționale pozitive sau negative pe care un candidat le stârnește.

În umbra marketingului economic a crescut cel politic, axat pe "vânzarea" imaginii partidelor politice și a candidaților. România de dinainte de 1989 a cunoscut o formă extremă de comunicare politică: propaganda. Perioada care a urmat a cerut noi forme de abordare a electoratului. Pe parcursul celor 10 ani, tipul de campanie electorală a evoluat, s-a adecvat alegătorilor.

Studiul de față urmărește transformarea imaginii electorale a candidatului Petre Roman din 1990 până în 1999.

## **INTEROGAȚIE DE PORNIRE:**

În ce fel s-a dezvoltat comunicarea electorală a candidatului Petre Roman prin intermediul afișelor, atât pe coordonata vizuală cât și pe cea semantică?

Cum a evoluat raportul dintre aceste coordonate?

## **IPOTEZE:**

1. Primele afișe sunt mai rudimentar construite. Pe măsura trecerii anilor, se dezvoltă o concordanță între imaginea propriu-zisă și slogane.
2. Petre Roman îmbracă, pe parcursul celor 9 ani studiați, haina mai multor roluri, care încearcă să se adecveze momentului, contextului politic și electoratului.
3. Dialogul cu electoratul e slab valorizat în 1990, dar pe an ce trece capătă din ce în ce mai multă importanță.

## **METODOLOGIE:**

Analiza conținutului vizual și semantic al unor afișe din campaniile electorale din anii 1990, 1992, 1996 și din anul preelectoral 1999. Criteriile de evaluare al componentei vizuale vor avea în vedere semne de *poziție* (plasarea aparatului foto, apropierea de subiect, unghiul sub care se ia imaginea), semne de *structură* (compoziția, încadrarea, culorile folosite, planurile, iluminarea, focalizarea, perspectiva) și semnele de *conținut* (personajul în interiorul cadrului, percepția formelor, conturilor, tonurilor și culorilor combinate între ele, obiectele care se transformă în simboluri). În privința sloganelor, vor fi folosite ca și criterii de analiză lungimea acestuia, originalitatea, credibilitatea, soliditatea sa, conceptele folosite în construcție. Se va avea în vedere și adecvarea imaginii la textul folosit.

## **CERCETAREA PROPRIU-ZISĂ 1990**

Afișul anului 1990 propune un Petre Roman care se adresează direct oamenilor (“Iată-mă, nu am nimic de ascuns.”). Este o poză frontală, din care candidatul ne privește direct în ochi. Atitudinea deschisă este susținută și de prezența imaginii mâinii (vezi salutul roman). În același timp, mâna poate schița două gesturi: salutul (întinderea ei) și oferirea trandafirului.

Imaginea lui Petre Roman nu este susținută în fundal de nici un fel de decor, obligând odată în plus atenția să se concentreze asupra figurii umane.

Agresivitatea imaginii frontale este atenuată de folosirea unui plan mediu, care permite o viitoare “apropiere”.



Axa principală a imaginii este formată de ochi (“aveți încredere în mine!”), gură-zâmbet (“plăceți-mă”), cravată (parcurs ajutător pentru privire), floarea de trandafir (simbolul partidului), mână și simbolul FSN.

Partea superioară a imaginii, construită simetric, este dezechilibrată prin plasarea textului (nume). Mult mai inspirat din punctul de vedere al designului este plasat sloganul, care se bucură în același timp și de lizibilitate mai bună, din cauza contrastului puternic galben-negru.

Insemnul “FSN” și sloganul sunt plasate în afara spațiului fotografiei, au caractere mult mai greu lizibile (este trasat fie doar conturul literelor - în cazul FSN -, fie sunt de dimensiuni prea mici pentru un afiș stradal- 0.7 cm), iar contrastul alb-albastru e mult mai slab decât cel galben-negru.

Din suprafața totală a afișului format A2, este utilizat grafic aproximativ 2/3, restul de 38,6% fiind spațiu mort. Acest fel de construcție a afișului este tributar unicului tip de portret folosit până în 1989, în care fotografia personajului era “atașată” pe o pagină albă, care îndeplinea și rolul de ramă.

**Alocarea spațiului grafic în afișul din mai 1990**

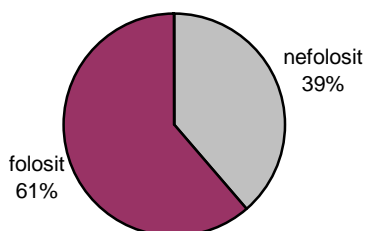


Figura 1

Textul prezent în afiș poate fi împărțit în două categorii: cele referitoare la personalitate (PETRE ROMAN - CURAJ, CONSECVENȚĂ, COMPETENȚĂ) și cele relative la formațiunea politică (FSN - TRANDAFIRUL ÎNFLOREȘTE ÎN MAI). Coeziunea între acestea este dată de un singur element vizual: trandafirul din mâna lui Petre Roman.

Cele trei substantive ce denotă calități sunt afirmate într-un mod impersonal, lăsând deschise două variante de adresare către electorat: persoana I (“eu sunt competent”), dar aceeași formă a substantivelor se potrivește și pentru persoana a III-a la fel de bine (“el este competent...”).

Interesant de urmărit este raportul dintre dimensiunea literelor ce compun numele candidatului, “sloganul” lui (de fapt, enumerarea unor calități dezirabile pentru un lider), însemnul electoral al formațiunii politice care îl susține și sloganul acesteia. Există patru grupe de text. Așa cum se poate vedea și în figura 2, textul 1, “PETRE ROMAN” se află în raport de 2:1 față de calitățile atribuite “CURAJ-CONSECVENȚĂ- COMPETENȚĂ”. În cazul textului 2, raportul dintre mărimea fonturilor din sigla FSN și sloganul lui este de 3,5:1.

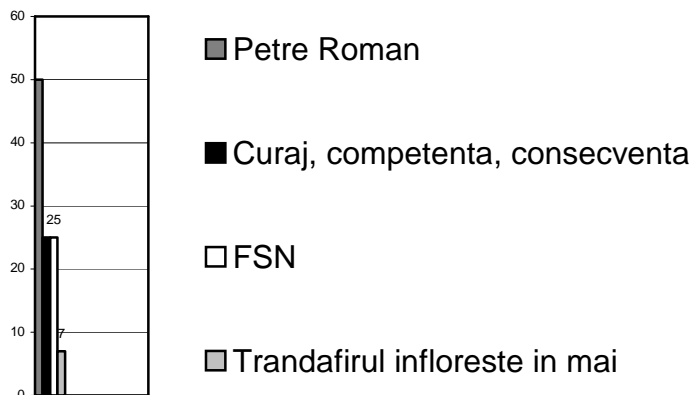


Figura 2

**Raportul între dimensiunile caracterelor folosite în afișul din 1990 (în mm)**

Prin îmbinarea imagine-text, afișul din 1990 încearcă să creeze personajul politic care are atât calitățile liderului fermecător<sup>1</sup>, care seduce prin apariția sa (fizic și stil), cât și pe cele ale “eroului”, cel care are “CURAJ” și “CONSECVENȚĂ”, deci este “omul potrivit la locul potrivit”.

**1992**

Dacă în campania din 1990, adresarea directă se regăsea doar la nivel vizual (imaginea frontală), gramatical folosindu-se o formulare impersonală, doi ani mai târziu, sloganul este cel care abordează direct privitorul: “Români! Puterea este a voastră. Votați !.”.

Acest afiș nu țintește un anumit segment al alegătorilor. (Doar dacă considerăm cuvântul “români” în sensul lui de etnie, și nu de cetățenie...). Dimpotrivă, dorește să aibă priză la toate categoriile socio-profesionale de alegători.

“Puterea e a voastră” poate fi interpretat atât ca un slogan care face apel la amintiri relativ proaspete –forța Revoluției populare care a dărâmat dictatura, dar mai ales ca o desprindere de tarele sistemului comunist, subliniată în sloganul ce sintetizează chiar esența democrației.

Simbolul electoral apare într-un punct de percepție vizuală maximă (dreapta sus), iar el este reprezentat exact în forma în care apare și în buletinul de vot, pentru ca alegătorii să se familiarizeze cu el și să-l recunoască cu ușurință când îl vor revedea.

<sup>1</sup> Roger Gérard Schwartzberg – *Statul spectacol*, Ed. Scripta, București, 1995

Trandafirul din siglă este desenat în poziție inversă față de toate celelalte afișe (profilul porumbelului se află în partea dreaptă de data asta), ceea ce poate trăda și o neatenție a designerului...

În acest afiș, fotografia și textul ocupă locuri distincte. Sloganul și simbolul electoral se află în partea superioară, iar numele lui Petre Roman în partea de jos. Se păstrează stilul “fotografie atașată pe o coală albă”, dar apare în plus o linie ce încadrează - deci unifică - spațiul în care se află atât textele, cât și imaginea.

Fotografia candidatului este acum făcută din semi-profil; privitorul nu mai este abordat frontal, ca în 1990. Privirea se păstrează, însă, îndreptată direct spre alegător. Deși în fundal nu se poate distinge nimic, putem să ne dăm seama că Petre Roman se află undeva în natură, pentru că lumina ce cade pe umerii săi provine de la razele soarelui. Este un plan mediu, dar camera s-a apropiat mai mult de candidat. Părul este puțin încărunțit, dar acest fapt poate fi exploatat în sensul deplasării “rolului” său dinspre **liderul carismatic** spre cel de “**părinte**”, pentru că părul alb e asociat de obicei cu înțelepciunea. Cu alte cuvinte, “nu mai sunt atât de chipeș, dar sunt mai înțelept”.

#### Afișul B

În acest afiș regăsim teme prezente în cel din 1990, acum într-o formă mai elaborată și finisată.

Este un plan mediu, în care candidatul de află aproximativ la aceeași distanță, ca în 1990; ține în mână un trandafir, exact cu același gest.

De data aceasta afișul este mult mai echilibrat, deoarece chipul lui Petre Roman, poziția în care se află sloganul și mâna în care ține trandafirul constituie un triunghi isoscel.

Fundalul este neclar, dar ne putem da seama că Petre Roman se află, probabil, într-un parc. În consecință, ținuta sa este mai lejeră (a renunțat la sacou, iar cămașa este albastru deschis - culoare nepretențioasă, de fiecare zi). Poziția corpului său este, de asemenea, mai puțin rigidă.

Sloganul este “Un loc pentru fiecare, o țară pentru toți!”.

Însemnul electoral se află în desenat în stânga jos, pe aceeași axă vizuală cu trandafirul din mână. În afară de lumina naturală, se poate detecta existența unui reflector, care proiectează pe cămașa albastră umbra trandafirului din mână, care, deși incompletă, poate reconstrui în mintea alegătorului forma simbolului electoral, dublând-o astfel pe cea reprezentată explicit.

Petre Roman se prezintă în acest an ca un personaj mai puțin sobru, se folosește încă de farmecul fizic personal, dar începe să devină un om obișnuit.



## 1996

În acest an, Petre Roman nu mai este exponentul unui singur partid, PD (fost FSN) a făcut front comun cu PSDR, formând Uniunea Social Democrată. Ideea centrală a afișului A este cea de colaborare atât între forțele politice, cât și între cei care aspiră la putere și alegători (“unde-s mulți, puterea crește”).

Pentru prima oară, regăsim o concordanță între conținutul semantic și cel vizual.

Afișul este construit pe trei planuri. În prim-plan, apare sigla electorală a Uniunii, susținută de două mâini: sunt forțele politice care “își dau mâna” pentru binele “nostru”. În plan secund, apare reprezentarea explicită a desenului stilizat din noul simbol electoral: mâinile care se apropie, una dintre ele oferind celeilalte un trandafir. Doar în planul îndepărtat apare portretul lui Petre Roman. Silueta sa este chiar fundalul pentru planurile anterioare: el “veghează”, sub ochii lui, oamenii își dau mâna

## ÎMPREUNĂ **am scăpat de tiranie, să scăpăm de sărăcie!**

Construcția tehnică a acroșului de mai sus este mai elaborată. Cele 24 de silabe depășesc lungimea ideală, de 8-10 silabe, dar sloganul are sonoritate, cele două versuri sunt echilibrate (12 silabe fiecare) și rimează între ele (“tiranie – sărăcie”).

Imaginea prezidențiabilului este monocromă (în tonuri de albastru), creând un contrast cu mâinile și trandafirul (tipărite în policromie) din planurile anterioare. Nu există nici un fel de fundal, dar o lumină puternică ce vine din spate îi conturează silueta, formând un soi de aură. Petre Roman nu mai are un zâmbet larg, este chiar puțin încruntat (este lumina prea puternică?). Privirea serioasă – puțin gravă – confirmă seriozitatea mesajului sloganului. Această reprezentare ne trimite cu gândul la **tipul salvatorului**, omul providențial, care nu seduce doar, ci și conferă încredere.

Imaginea și textul afișului construiesc un personaj mixt, care îmbină – așa cum am spus mai sus – **tipul salvatorului** cu cel al **eroului**, sloganul făcând apel la amintirea unui moment cu mare încărcătură emoțională, 22 decembrie 1989, când Petre Roman a apărut în fața maselor ipostaza de revoluționar.

Afișul B

Petre Roman apare din nou într-o imagine frontală, (“am curajul să vă privesc în ochi”) este mai puțin preocupat decât în afișul anterior.

Fundalul fotografiei este albastru în dégradé, culoare preferată de europeni înaintea roșului (care în spațiul ex-comunist are conotații negative), verdelui, portocaliului.

Vizual, imaginea este construită tot pe ideea de simetrie. În partea de sus, apare numele formațiunii politice (UNIUNEA SOCIAL DEMOCRATĂ) și sigla ei (în dreapta sus, punct de referință în fluxul Z al privirii). Pe axa verticală centrală se află un plan mediu al lui Petre Roman. În partea inferioară, găsim un paralelism între brațele încrucișate și slogan:

**UN OM PENTRU  
SIGURANȚA ZILEI DE MÂINE**

Ar fi interesant de studiat care este semnificația gestului de a sta cu mâinile încrucișate în comunicarea nonverbală din spațiul românesc, deoarece se știe<sup>2</sup> că aceasta exprimă, aproape pretutindeni, o atitudine defensivă sau negativă. Cu atât mai mult cu cât Petre Roman folosește o încrucișare încordată a brațelor, acesta fiind interpretată ca o atitudine negativă, dominantă. Oare cum poate un om care își adună brațele în jurul lui într-un gest de apărare a propriei persoane să ofere siguranță altora pe termen lung?

Ideea în jurul căreia s-a construit sloganul are la bază, probabil, barometrele de opinie publică, care dezvăluie că oamenii se îngrijorează într-o mare măsură pentru siguranța zilei de mâine. Conceptul de “siguranță” are cel puțin patru dimensiuni: economică (teama de creșterea prețurilor), individuală (boală), socială (creșterea șomajului) și politică (spectrul unui război în apropiere).

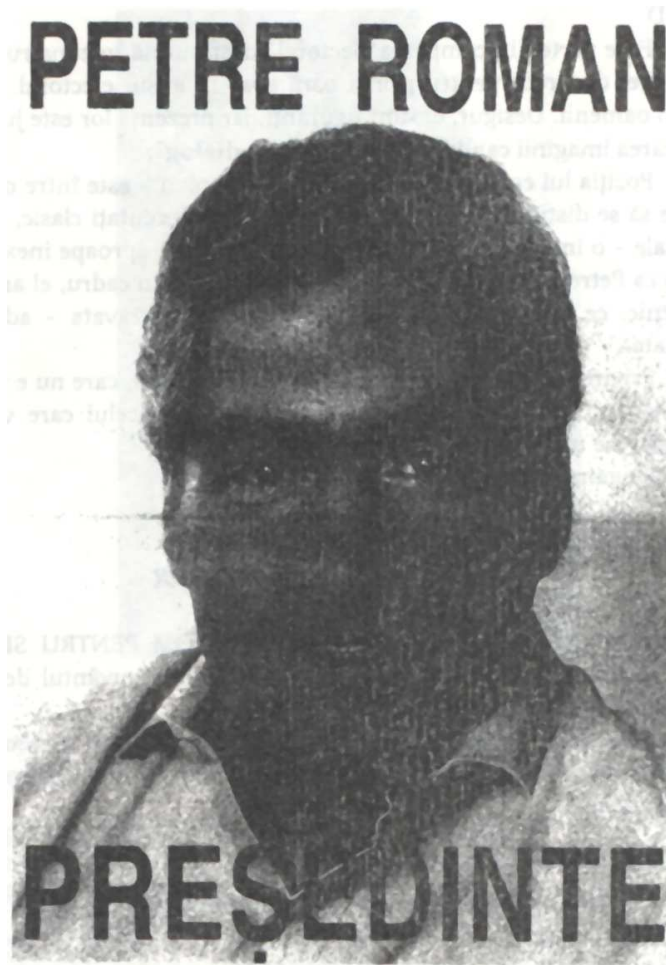
Ținuta este de fiecare zi, cămașa albastră fiind combinată cu un sacou gri. Deci este prezentat ca un om obișnuit, **“monsieur-tout-le-monde”**, afirmație sprijinită și în slogan - “UN OM”. Încă este valorificat atitudinea tinereții, este considerat un politician de viitor, al “ZILEI DE MÂINE”. Cât privește reprezentarea vizuală a conceptului de “SIGURANȚĂ”, am discutat problema în paragraful anterior.

---

<sup>2</sup> Allan Pease, *Limbajul trupului*, Editura Polimark, Bucuresti, 1993

### Afișul C

Este de dimensiuni mai reduse (34x23,5 cm). Este un prim-plan adus la limită, care nu suportă o apropiere mai mare; el ocupă (75%) din spațiul total al afișului.



Sloganul (dacă se poate vorbi de așa ceva) este PETRE ROMAN - PREȘEDINTE. Este simplu, scurt, ușor de scandat și lipsit de orice originalitate, el neindividualizând candidatul.

Cămașa (tot albastră) descheiată la gât crează un anumit sentiment de **familiaritate** cu alegătorul, apropiere de acesta, încercând să-i câștige simpatia.

## Afișul D

Face parte din campania electorală desfășurată în zona rurală, și este o noutate, deoarece pentru prima oară apar în afișul electoral al lui Petre Roman oamenii. Desigur, ei sunt figuranți, iar prezența lor este justificată de conturarea imaginii candidatului ca **“om de dialog”**.

Poziția lui este centrală, se află în prim plan – este între oameni, dar trebuie să se distingă față de ei. Țăranii sunt reprezentați clasic, în costume naționale – o imagine idealizată a satului românesc, aproape inexistentă azi. Pentru ca Petre Roman să nu facă notă discordantă în cadru, el are pe umeri un surtuc, ce lasă, totuși, să se vadă costumul și cravata – adevărata lui identitate.

Privirea lui este îndreptată spre o altă persoană, care nu e prezentă în imagine, deci Petre Roman nu se adresează direct celui care vede afișul; acesta devine martor la scena prezentată în afiș.

Sloganul

### ***UN OM PENTRU BUNĂSTAREA ȚĂRANILOR***

completează campania din spațiul urban (UN OM PENTRU SIGURANȚA ZILEI DE MAINE). În condițiile în care sărăcia este cuvântul de ordine în majoritatea satelor românești.

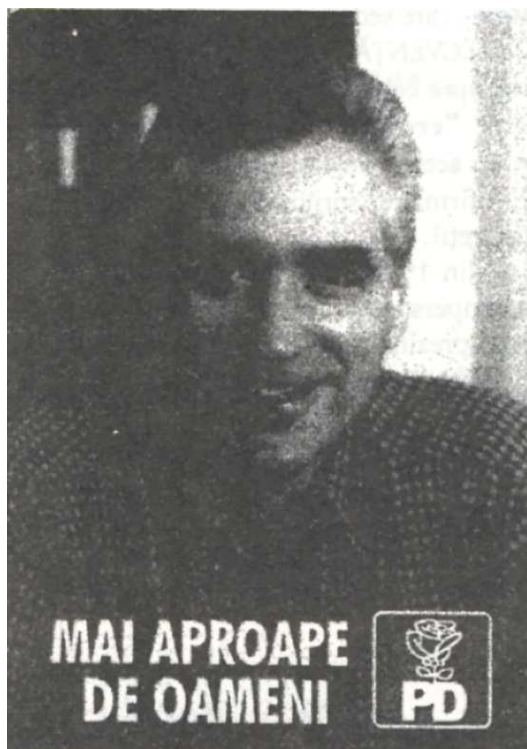
Deci Petre Roman este “UN OM” care știe să coboare printre concetățenii lui, îi ascultă și îi înțelege, dar este capabil să le ofere răspunsuri la problemele lor.

## **1999**

Nu este un afiș propriu-zis, dar având în vedere că 1999 este un an pre-electoral, acest calendar de buzunar poate fi considerat un reper pentru direcția în care se va desfășura campania 2000.

Fundalul fotografiei arată că Petre Roman se află în ambianța biroului său. Planul este între mediu și apropiat, iar “candidatul” privește direct.

Sloganul său este relevant pentru traiectoria sa de personaj tot mai umanizat, împins tot “MAI APROAPE DE OAMENI”.



## CONCLUZII

Ipotezele formulate au fost confirmate de studiu.

În cazul afișului din 1990, se descoperă o stângăcie în distribuirea logică și estetică a elementelor în spațiu. Partidul susținător și candidatul nu au o linie comună, fiecare are sloganul lui. Este un afiș care ne-ar face să credem că, persoana care l-a creat a avut în vedere un singur lucru în comunicare: **CINE** spune, necontând *ce* sau *cum* spune. În 1992, deja se poate sesiza saltul calitativ (*felul în care se spune are acum importanță*). 1996 este un an în care campania electorală a fost gândită în mai multe direcții, încercând să țintească cât mai multe grupuri de alegători.

Dacă urmărim transformările pe care le-a suferit Petre Roman pe drumul de la puloverul de revoluționar la costumul de președinte al Senatului, putem detecta imagini ale unor roluri duble sau chiar triple simultan: 1990 -

**liderul fermecător**<sup>3</sup>, care seduce prin apariția sa, îmbinat cu “**eroul**”, care are “CURAJ” și “CONSECVENȚĂ”; 1992 - are loc deplasarea “rolului” dinspre **liderul carismatic** spre cel de “**părinte**”; 1996 - este **tipul** mixt care îmbină **salvatorul** cu cel al “**eroul**”, omul providențial, care nu seduce doar, ci și conferă încredere; în același an este prezentat ca un om obișnuit, “**monsieur-tout-le-monde**”, afirmație sprijinită și de slogan “UN OM”, fiind încă valorificat atuul tinereții.

În sloganul din 1990 nu se poate vorbi de o adresare directă, e vorba doar de formulări impersonale. În 1992 se vorbește generic despre “români”. Anul electoral 1996 prezintă “UN OM PENTRU BUNĂSTAREA ȚĂRANILOR” (deci un om în slujba oamenilor), pentru ca în 1999 să-l găsească și “MAI APROAPE DE OAMENI”.

Așteptăm cu interes spectacolul anului 2000.

## BIBLIOGRAFIE

1. Erica Burman, Ian Parker - *Discourse analytic research*, Routledge, London, 1993
2. David L. Atheide - *Qualitative Media Research*, Sage University Paper, Thousand Oaks, 1996
3. Richard Dimbleby, Graeme Burton - *More Than Words*, Routledge, London, 3<sup>rd</sup> edition 1998
4. Gabriel Thoveron - *Comunicarea politică azi*, Editura Antet, București, 1996
5. Agenția de Monitorizare a Presei de pe lângă *Academia Cațavencu*, *Press Monitor*, nr.2-3/1995, 4-5/1996-1997, București
6. François-Henri de Virieu, *La Médiacratie*, Flammarion, Paris, 1990
7. Petru Iluț, *Abordarea calitativă a socioumanului*, Editura Polirom, Iași, 1997
8. Septimiu Chelcea, *Analiza conținutului*, în *Dicționar de sociologie*, (coordonatori C. Zamfir și L. Vlăsceanu), Editura Babel, București, 1993

---

<sup>3</sup> Roger Gérard Schwartzberg - *Statul spectacol*, Ed. Scripta, București, 1995

## PERSONAJELE FEMININE ÎN FILMELE ROMÂNEȘTI DE DUPĂ 1989

HORVÁTH ANIKÓ

**ABSTRACT.** In the film history, the well drawn, independent female characters are far less than the male ones. For a long time, the role of the women was as auxiliary characters: arrising sexual desires, humiliating men, being men's slaves (especially in the mass movies). During the last 10 - 15 years, the female characters came up on the screen showing their individuality and own ideas. Sometimes, a whole feature movie is based on a female character, thus becoming the main heroe.

This new approach is linked to the changes in the American society, mainly the women emancipation movement. Even if a lot of changes took place, there are still more men than women in the feature movies and they are oftenly the main characters.

The issue of equity vs. inequity beetwen man and woman has come up very rarely as a subject in the post revolutionary Romanian society. During comunism, the issue of equity between sexes has been pictures as being obvious. The communist propaganda has spread the picture of the women working in the very same condition as the men; the propaganda praised the versatile women, both in their personal life and the society. Therefore, the issue equity entered neither in the public conscience, nor in the women's mind.

The male dominance within the Romanian society exists in some prestigious jobs - as far as we consider the image made up by the feature movies after 1989. We can find only four female characters (*Vulpe vânător*, *Himera - Starea de fapt*, *Femeia în roșu*, *Rămânerea*). There are five movies where the woman appears in similar positions to man, (*Balanța*, *Cine are dreptate*, *O vară de neuitat*, *Asfalt tango*, *Această lehamite*). We can find lots of female characters in other movies (but none of them would become as important as the male main character). The tragedies, the moral risin-ups and falling downs are not their problems.

Here it is our typology regarding the women in the feature movies:

În istoria filmului sunt mult mai puține personajele feminine bine conturate, individualizate, decât cele masculine. Mult timp femeile au primit rolul personajelor auxiliare, fie prin a stimula dorințe sexuale, fie cum umileau sau măcinau bărbații, ori fiind supuse fidele ale bărbaților (aici avem în vedere mai ales personajele feminine ale filmelor de masă). În ultimii 10-15 ani au început să apare pe ecrane figurile feminine, care au individualitate și idei, ba chiar un întreg film se poate baza pe personajul lor, fiind deci “eroi” principali. Este evident, că acest nou curent se leagă în special de schimbările din societatea americană, cu pătrunderea femeilor în domenii unde puteau fi întâlnite rar sau deloc până atunci. În pofida acestora, în filmele occidentale (americane în mare parte), și acum sunt mai mulți bărbați decât femei în filme, și încă și acum bărbații sunt cei care pot să fie mai degrabă eroii filmelor.

În societatea românească de după 1989 tema egalității sau inegalității dintre bărbați și femei a fost adusă în discuție foarte rar. Una din cauzele posibile a fost faptul că în anii comunismului egalitatea dintre sexe a fost prezentată ca fiind ceva evident. Propaganda a difuzat imaginea femeilor care lucrează cot la cot cu bărbații, a elogiât femeia, care se descurcă atât în viața personală cât și în societate, deci problema egalității nu a intrat în conștiința publică, dar nici în conștiința femeilor. Dar de fapt dominanța bărbaților în societatea românească există în anumite domenii ocupaționale de prestigiu, cel puțin dacă privim imaginea creată de filmele de după 1989. Găsim în total doar patru personaje feminine principale (*Vulpe vânător; Himera - Starea de fapt; Femeia în roșu; Rămânerea*), și putem nota alte cinci filme în care femeia din film apare cu statut egal, cu trasarea caracterului în mod egal cu cel al bărbatului (*Balanța, Cine are dreptate, O vară de neuitat, Asfalt tango, Această lehamite*). Și în celelalte filme întâlnim numeroase caractere feminine (nici una dintre ele poate să ajungă personaj mai pozitiv decât bărbatul, care este personaj principal), dar tragediile, înălțările și căderile morale nu sunt ale lor, nu reprezintă problemele lor.

Prezentăm în cele ce urmează tipologia noastră în ceea ce privește femeile din filme:

### **1. Femeia suverană, autonomă:**

Dintre cele opt personaje feminine, care apar în aceste filme nici una nu poate fi considerată “eroină” în sensul clasic al termenului, nu săvârșesc fapte de curaj deosebite, specifice filmelor de masă, dar cinci dintre ele se ridică din punct de vedere moral deasupra societății lor înconjurătoare. (Excepție poate fi femeia afaceristă străină din *Asfalt tango*, a cărei caracter este nuanțat și de trăsături negative). Ele nu desfășoară acțiuni supraomenești, dar reușesc să rămână fidele sistemului lor de valori într-o



societate, care în multe cazuri face totul să le supună. Ele prin acesta dau valoare consecvenței și fidelității față de principii. Lipsește din repertoarul lor cele două categorii de roluri care sunt frecvente în filme, și sunt de prestigiu și în filmul românesc: eroul de “acțiune”, respectiv “creatorul”, artistul, care prin opera sa se împotrivesc regimului. Această lipsă este compensată, prin ridicarea la rang de universalitate a maternității, a actului nașterii prin scena a unei nașteri în momentul terminării filmului în două cazuri: *Balanța* și *Himera - Starea de fapt*.

Cele șase femei au ocupații diferite, și se poate spune că meseria lor este de prestigiu redus: sunt două profesoare de liceu, o ingineră, celelalte însă sunt sore medicale, simple soții, o adolescentă, o mamă de la țară. Pentru a marca mai bine situația personajului principal, unii regizori le pun în contrast cu alte personaje feminine din film care în situații asemănătoare ca ale eroinelor, decad (*Vulpe vânător*, *Balanța*).

- a) singură împotriva societății (*Vulpe vânător*, *Himera - Starea de fapt*, *Femeia în roșu*, *Rămânerea*)

Personajul principal din *Vulpe vânător* este o profesoară de liceu, care în ultimii ani ai comunismului intră în conflict cu Securitatea pentru curajul ei de a spune lucrurilor pe nume. În ciuda faptului că i se atrage atenția, că se află la discreția puterii, ea nu devine o victimă schizofrenică a regimului. Pentru a scoate mai bine în evidență puritatea caracterului ei, ca și contrast o vedem pe fosta ei prietenă, care devine amanta unui securist căsătorit și când află că el este căsătorit și securist, pentru a-și legitima iubirea, acceptă și explică imoralitatea regimului. Personajul principal însă, pentru a rămâne fidelă principiilor sale rupe relațiile cu prietena ei, și apucă revoluția din 1989 împreună cu câțiva prieteni, care, la fel, au rezistat în regim fără compromisuri. Ironia, câteodată cinismul necruțător este parte a caracterului ei. Regizorul nu crede în schimbările de după revoluție: filmul se încheie cu exclamația personajului principal, care exprimă aprecierea amară a regimului nou, făcând astfel mai credibilă figura feminină din film: “Ce ai cu noi, Doamne?”

Personajul principal din *Himera - Starea de fapt* în mod interesant este jucat de același actriță, Oana Pelea. Și regizorul este aceeași. În acest film regizorul Stere Gulea aduce societății o critică mai gravă, mai amară decât în celălalt film. Aici calvarul femeii din rolul principal începe după revoluție, când toată lumea sărbătorește libertatea. Tânăra femeie, în timp ce îngrijește răniții revoluției, în mod întâmplător descoperă că toate evenimentele sunt dirijate de niște foști ofițeri de Securitate influenți. Ea însă nu are cui să mărturisească această descoperire, pentru că toți politicienii noi sunt ori foști turnători, ori sunt șantajați de fosta poliție secretă. Suferința eroinei începe atunci când nu vrea să renunțe la informația ei și ajunge în închisoare. Este violată, bătută,

umilită într-o societate considerată deja liberă. În consecvența sa nu mai rămâne decât un singur gest, după ce este eliberată. Ea nu mai poate povesti ce i s-a întâmplat, pentru că nu ar crede nimeni ce spune, și nu face altceva decât să meargă la soția unui securist ca să-i spună că poartă copilul acestuia, de pe urma violului. Prăbușirea morală a societății din jurul acestei femei se prezintă în film pas cu pas. Ea proclamă sentința nu numai asupra celor care o umilesc, ci și asupra celor care știu ce se întâmplă, dar sunt lași, indiferenți și tac. Tensiunea este accentuată prin faptul că, vizitând soția ofițerului, femeia află despre moartea acestuia în condiții suspecte. Aici filmul ia o întorsătură ciudată: regizorul dorește să evidențieze cum această femeie, care a fost consecventă în convingerile sale morale, devine nesigură, dându-și seama, că exact cel pe care l-a urât a putut să devină victima aceluiași regim (cu deosebirea că acesta se afla pe un alt plan moral). Situația și filmul se încheie cu plânsul copilului nou născut: prin acest sfârșit, femeia eroină este înnobilită devenind mamă, deci din eroină devine simplă ființă umană: mamă. Prin această maternitate acceptată, asumată Stere Gulea exprimă ideea că o nouă generație se poate naște din păcatele actuale, poate fi un nou început. Momentul nașterii devine simbol universal, făcând din femeie creator.

Personajul din *Femeia în roșu* unește în sine tot ce nu găsim în cazul celorlalte femei din filme: este singura care se realizează în societate prin sexualitate. Din fetița româncă emigrată la începutul secolului în America devine o afaceristă de succes: deschide un restaurant în SUA, este în relații bune cu poliștii, care o păzesc, ea fiind amanta lor. Nu are probleme cu mafia, pentru că întreține relații cu cel mai mare mafiot. Cu toate acestea, ea nu este prezentată în film ca o prostituată. Mai degrabă se scoate în evidență tragicul personalității sale: ea a părăsit România din cauza sărăciei, lăsându-și dragostea ei din copilărie acasă, căreia îi poartă dorul tot timpul. Când își poate permite, vine acasă, dar își dă seama că idealurile sale nu se pot îndeplini, pentru că nici ea nu mai este ceea ce a fost atunci când a plecat de acasă, adică o fată inocentă. Va alege calea sexualității și a dragostei libere, are o serie de iubiți, când tineri, când vârstnici. Din punct de vedere material nu depinde de nimeni, dar din punct de vedere uman se simte neîmplinită. Filmul încearcă să-i prezinte și motivațiile punând vina pentru această stare pe sărăcie și pe structura societății de atunci, pe imposibilitatea trecerii dintr-o pătură socială în alta.

Filmul *Rămânerea* oferă și el imaginea unei femei care intră în conflict cu mediul său social, și dorește să evadeze din această societate. Personajul principal se lovește de normele severe ale vieții rurale. Fata deosebit de frumoasă, dar săracă se îndrăgostește de un băiat de aceeași vârstă cu ea, și deși normele nu permit, se culcă cu el. Când băiatul trebuie să se căsătorească, nu o

cere pe ea, pentru că este prea săracă. Drama începe atunci când fata lăsată în rușine se duce la nuntă și o umilește pe mireasă. În harababura care se declanșează, mirele disperat fuge, se aruncă în râu și se îneacă. Iubita părăsită, rămasă gravidă este dată afară din casă de părinții ei, care nu acceptă rușinea ei. Fata însărcinată pornește în lume, și aici filmul se termină. Se poate doar intui că în cele din urmă s-a descurcat, căci totul este povestit de către fiul său, care ajuns la vârsta maturității, se întoarce în satul deja pustiu și își amintește despre lucrurile povestite de mama lui. Filmul condamnă în anumit sens lumea rurală cu superstițiile sale, cruzimea ei. Filmul lasă acțiunea să ducă spre expulzarea din societate a unei fete, dar lasă și ideea trecerii acestei lumi, arătând alterarea ei prin ochii unei noi generații.

- b) are partener egal și demn de ea (*Balanța, Cine are dreptate, O vară de neuitat, Asfalt tango, Această lehamite*)

Relațiile armonice dintre sexe lipsesc aproape cu desăvârșire din filmele românești studiate. Nici cele patru filme enumerate nu prezintă asemenea relații ideale de familie, care sunt caracteristice filmelor de masă, de regulă acestea chiar idealizând relațiile. Nu prea întâlnim nici măcar sisteme de norme, care în mod clasic sunt considerate valori ale familiei. Totuși, în aceste filme, bărbatul și femeia sunt egali.

Este special în această categorie filmul *Asfalt tango*, unde cuplul egal nu este de fapt bărbatul părăsit și fosta lui soție, deși filmul prezintă nu numai soarta acestui cuplu, ci femeia afaceristă franceză (Charlotte Rampling) și soțul părăsit. În acest film asistăm la conflictul dintre sistemele de valori ale celor doi, românul și franțuzoaica, cu personalitatea ei puternică, aproape masculină. Soția nu este decât o persoană care urmărește un vis, o aventură, propria libertate, sistemul de valori al femeii franceze este cel care se află în conflict cu cel al fostului soț, conflict ce poate fi considerat ca fiind prezent în societate. Putem chiar spune, că este un conflict dintre valorile moderne și cele tradiționale. Setea de bani și idealul de libertate de valoare suspectă a franțuzoaicei, deși sunt valori împărtășite și în societatea românească, cum reiese din context, se află în conflict cu sistemul de valori al soțului iubitor de familie perimat în aparență. Aici, deși la prima vedere, pare că soția este cea care dorește să evadeze din constrângerile societății folosind o femeie străină, care cunoaște toate practicile tratării și folosirii bărbaților, cel care devine erou va fi soțul părăsit. El are curajul să pună sub semnul întrebării sistemul de valori actuale, impus de moment, simbolizat printr-o femeie occidentală, o afaceristă lipsită de sentimente. Soțul ajunge în lupta sa în afara legii (dar nu deasupra ei, cum este cazul eroilor din filmele de masă occidentale), căci poliția, care

întruchipează în acest caz controlul social, îl pune în cătușe. Soțul mai degrabă poate fi considerat un Don Quijote modern.

Femeia din *O vară de neuitat* este cultă, echilibrată și tolerantă: acceptă valorile societății în care este nevoită să trăiască. Pentru ea, viața omului este sfântă, chiar dacă prin acesta își pune în pericol propria viață. Într-un fel trăiește în afara societății, într-o lume de vise, unde nu vrea să conștientizeze, că, prin alegerea sa duce la pierzanie propriul soț și copiii. Soțul său este ofițer. Un superior de al său începe să facă curte acestei femei exotice, care la un bal acceptă apropierea acestui ofițer superior. Dar este numai un flirt, ea nu trece peste acest moment. Ofițerul astfel jignit, atunci când soțul gelos cere transferul său la o altă unitate militară, trimite familia la "o garnizoană a morții" în Dobrogea. De aici se întorc puțini, pentru că tot timpul sunt lupte de graniță, sunt tot feluri de bande de tâlhari. Femeia, în ciuda faptului că astfel ei ajung într-un asemenea loc, încearcă să ia totul ca și o aventură romantică. Încearcă să vadă totul frumos, și încearcă să-i facă și pe ceilalți să vadă toate lucrurile prin partea lor frumoasă în locul nou unde sunt trimiși. Figura ei devine eroică, și totodată depășită de evenimente atunci când se refugiază într-o lume a viselor, și nu încearcă să înfrunte lumea reală. Țese povești în jurul răutăților - pentru ea și pentru copii săi - . Astfel, caracterul ei devine mai credibil decât ar fi atunci dacă ar reuși să schimbe mentalitățile. Dimensiunea umanismului ei crește atunci când încearcă să salveze de la condamnarea la moarte membrii unei presupuse bande de tâlhari bulgari. Nu reușește și din disperare ajunge alcoolică. Femeia este totodată un simbol, un reprezentant al occidentului, care este interesat de est, însă nu-l ajută în momentele sale de greutate. Îl privește doar, distanțat și rece - ca și aristocrata care pleacă și devine alcoolică.

Societatea o înfruntă pe această femeie firavă, dar copii săi își amintesc cele câteva luni petrecute în Dobrogea ca fiind cea mai frumoasă vară din viața lor. Această figură feminină realizată de Lucian Pintilie este singulară în filmul românesc: cu o asemenea atitudine față de maternitate, o familie atât de armonioasă până la prăbușirea ei, nu întâlnim în celelalte filme.

Filmul *Cine are dreptate* are patru personaje de rang egal: dintre ele, unul este inginera (Oana Pelea). Despre acest film trebuie să știm că a fost realizat înainte de 1989 și prin acest fapt putem explica de ce anume în figura feminină descoperim și trăsăturile femeii din propaganda comunistă. Această femeie este singuratică, lucrează ca ingineră într-o fabrică mare dacă este nevoie face și muncă de bărbat (sudează, ansamblează etc.). Este enigmatică, are în jur numeroși bărbați care o simpatizează, dar iubește un singur bărbat. Deși sistemul de principii după care ea se ghidează în viață poate fi doar intuit (dragoste de libertate, dorință de scăpare din sistem,

dezinteres față de ceea ce gândesc despre ea alții), se poate simți că nu acordă importanță deloc sistemului de obiceiuri și valori în care ar trebui să trăiască. Ea nu ne duce cu gândul la nici un gest rebel, în afara unor plimbări enigmatice și suspecte pe malul Dunării. Această lipsă de manifestare a răzvrătirii în acest film poate fi explicată prin faptul că, în timpul realizării filmului, era încă dictatură și nu putea fi prezentată nici o tentativă de ieșire din sistem, încununată cu succes.

Personajul feminin din *Balanța* trăiește și ea în sistemul comunist. Ea a terminat Psihologia în Franța, fiind fiica răsfățată a unui lider comunist. Se întoarce din străinătate ca o ființă curajoasă, liberă, stăpână pe soarta ei, într-o societate din ce în ce mai bolnavă, cu capete aplecate. Aici se întâlnește din plin cu sistemul atunci când își îngrijește tatăl lăsat singur, exclus din sistem. În scenele de început ale filmului garsoniera învechită, bărbatul aflat pe patul morții, femeia isterică nu sugerează personajul feminin din partea ulterioară a filmului. Locuința fetei capătă sensuri simbolice paralel cu desfășurarea acțiunii filmului. Discrepanța dintre locuința mizeră și femeia cultă, intelectuală arată prăpastia dintre caracterul ei și societatea ce o înconjoară. Imaginile care prezintă mediul ambiant din film accentuează acest contrast. Femeia ar putea supraviețui această constrângere într-o lume fără de suflet numai ignorând mediul său obiectual și uman deopotrivă. Între timp, ea imortalizează totul cu ajutorul unui aparat de fotografiat polaroid, de parcă prin astfel de documentare ar putea să suporte mai ușor, cu mai puține dureri, realitatea. Comportamentul ei de multe ori este aproape isteric, dar societatea tolerează această conduită (deși este pedepsită și umilită pentru revolta sa). Apare și contrastul caracterului său în film: sora sa blondă, frumoasă, opusă ei, celei care are părul negru, este slabă, enervată, nonconformistă. Sora este ofițer de Securitate, folosește din plin avantajele acestui institut. Frumusețea feminină este reprezentată în acest film prin persoana ei. Această frumusețe devine o valoare care poate fi fructificată în carieră, în autorealizare. Prin acesta, frumusețea feminină în contextul filmului, capătă conotații negative, regizorul o privează de valoare. (În afară de aceasta, Pintilie rupe un alt arhetip al filmului de masă, care de obicei prezintă contrastul dintre puritate și demonic prin contrastul femeie blondă – femeie brunetă. Pintilie schimbă arhetipul, la el blonda reprezintă răutatea, iar bruneta este puritatea morală). Nela, femeia din rolul principal, deși nu este frumoasă după convențiile sociale, își găsește un partener, care la fel ca și ea, exclus din societate, și la începutul relației lor îi leagă mai mult această soartă comună, decât dragostea în sine. Tensiunile și vibrațiile caracterului ei sunt prezente și în scena în care încearcă să-l seducă pe cel

care îl poate ajuta pe iubitul său, ajuns la închisoare. Acești eroi se situează împotriva societății, pe lângă mulțimea care se mișcă greoi, încet ritmul lor de viață alert și cinismul lor este singura atitudine acceptabilă pentru ei. În ultima scenă ei stau sub un copac (arhetipul lui Adam și Eva), deja se află dincolo de revoluție, prezentată prin moartea unor copii dintr-un autobuz, sugerând inocența și vulnerabilitatea victimelor revoluției. Uciderea lor a fost ordonată chiar de către sora cea frumoasă. Cei doi, după ce se rup de trecut (ard fotografiile) vor să înceapă un viitor nou, vor să aibă copil, care, dacă va fi “normal” va trebui să fie sugrumat cu mâna lor. (Așteptarea unei noi vieți este finalul pozitiv al filmului lui Pintilie, nota optimistă dispare până la noul film al său: personajele din *Prea târziu* aleg ca și alternativă emigrarea, și nu întemeierea unei familii).

Doctorița din *Această lehamite* nu are curajul să-și asume dimensiunea feminină a personalității sale: în spatele figuri sale, făcută grotescă putem doar intui că este o persoană sensibilă. Se află în permanentă evadare față de ea însăși: este carieristă, ar dori succese și rezultate profesionale cât mai repede ca să poată evada în occident și acolo să nu o ia de la început. Ea respinge toți bărbații din jurul ei, singura satisfacție sexuală a sa este conectarea la curentul electric. Atunci când este electrocutată timp de câteva minute simte că devine calmă și satisfăcută. Deși prezentată ca o persoană singuratică, îi lipsește tăria caracterului eroilor singuratici din filmul de masă, nu este figura unei persoane puternice care are grijă de sine, ci o persoană disperată, mereu în evadare, care nu se descurcă în condițiile sociale noi. Ea este singurul personaj feminin în aceste filme în cazul căreia apar aceste trăsături, și în acest sens corespunde aceluși tip de bărbat din filmele românești care nu se descurcă în condițiile de după revoluție, și la a căror eșuare asistăm în aceste filme. Deci regizorii – cum am văzut în filmele prezentate mai înainte – lasă femeilor posibilitatea de a fi creatoare de vieți noi, ele dispun de propria lor viață numai până la anumită limită, nu se pot sinucide când se pare că nu există o altă soluție. În contrast, bărbații, de multe ori se sinucid în aceste filme atunci când viața lor devine nedirijabilă.

## **2. Femeia parteneră:**

Personajul feminin din această categorie capătă sens doar alături de bărbatul “însoțit”. Nuanțele caracterului lor apar motivate doar în contrast cu însușirile personajului principal masculin, întregesc aceste însușiri, accentuează unele trăsături ale bărbatului. Indiferent dacă apar ca parteneri

de viață, sau ca amante, nu au o viață proprie și un rol propriu în film, ascensiunea nu este dusă înainte de caracterele lor, doar este nuanțată și întărită. Prezența lor se datorează mai mult convențiilor sociale, faptului că bărbatul în ultimă instanță nu este singuratic din punct de vedere fizic. Aceste personaje feminine de regulă nu dizolvă singurătatea bărbaților cum am aștepta de la o parteneră, ci prezența lor în film accentuează și mai mult solitudinea generică și tragică a bărbatului. Deosebim trei categorii, dintre care prima (a) rezolvă problema singurătății eroului principal. În cazul acestei categorii, femeile în anumite momente ale filmului pot să ajungă să fie egale eroului principal. În a doua categorie (b) se accentuează caracterul sexual al relației, femeile de aici nu prea își îndeplinesc rolul de tovarăș, iar în cea de-a treia categorie (c) au doar un rol decorativ, reflectând doar poziția sexuală a societății.

- a) Femeia - partener al personajului principal în toate domeniile vieții  
(*Șobolanii roșii, Trahir, Vânătoarea de lilieci, Neînvinșă-i dragostea, Undeva în Est, Hotel de lux, Prea târziu*)

Figura femeii partizan din *Undeva în Est* este o personalitate contradictorie: este tovarășa de luptă a bărbatului, împărțând aceleași idealuri, susținându-l în luptă: este puțin asemănătoare cu figurile feminine care apar în filmele americane de acțiune pe lângă care (de regulă, și pentru care) bărbațiiucid. Ea devine o personalitate contradictorie atunci când, în ciuda situației ei de prigonită, își naște copilul (ei sunt alungați pentru că se opun colectivizării din anii '50): fug împreună cu copilul lor din fața comuniștilor care îi urmăresc, și atunci când aproape sunt capturați, ea își împușcă copilul, apoi se sinucide, ca bărbatul ei să nu poată fi șantajat prin ei. (Drama adevărată nici nu apare în film: copilul moare, bărbatul se sinucide, iar ea, supraviețuind tentativei de sinucidere ajunge în mâna dușmanului.) Acest lucru nu este prezentat în film, care dorește să fie o dramă a bărbatului și a societății mai degrabă, și nu a condiției femeii în societate. Ea joacă rolul mamei și soției: este partizană a principiilor sale, dar devine luptătoare doar alături de personajul masculin, care trebuie susținut. Personajul feminin din *Vânătoarea de lilieci*, soția și mama, care în mod înțelept și tăcut susține în toate bărbatul său zeificat apare pentru puțin timp în film. Se accentuează unele laturi ale feminității sale, rolul de mamă și de soție. Ea este prezentată doar ca mobil al acțiunii soțului ei (este răpită și ucisă de poliția secretă). Spectatorul trebuie să înțeleagă că eroul pornește în luptă din cauza nimicirii unei familii armonice, pașnice. Acest film a fost făcut după șabloanele filmelor americane de acțiune. Răul ucide familia, pe cei iubiți, iar eroul se lansează într-o luptă disperată. Pentru ca lupta să aibă

sens și în fața societății românești, răul trebuie individualizat. Acest lucru este simplu: criminalii sunt foști membrii ai Securității, care au făcut rău nu numai eroului principal, dar și întregii societăți române.

Astfel, moartea acestor criminali este justificată. Imaginea dușmanului comun eroului și publicului face crima legitimă. Aici femeia este doar o victimă curată și simpatică, simbolul tuturor celor care au murit nevinovați.

Femeia din *Șobolanii roșii* este poate cea mai feminină dintre aceste figuri. Când apare curată și inocentă pe lângă personajul principal, acesta se purifică din punct de vedere moral. Ea poartă puritatea inocenței, care face posibil pentru un bărbat care a avut parte deja de cel mai joase nivele ale moralului, să își găsească liniște, pace, armonie, într-o societate a cărei valori le respinge, dar pe care le-a urmărit până la apariția partenerei sale. Acesta este filmul în care singurătatea bărbatului se dizolvă pentru scurt timp odată cu apariția femeii, dar la moartea ființei iubite (din cauza sistemului disprețuit), singurătatea se adâncește și devine universală: bărbatul, care trece clandestin granița și se duce în occident, după ce se întoarce după 1989 în România, este mai singuratic decât oricând.

Soția din *Trahir* este tipul de femeie care asigură bărbatului creator (scriitor) condițiile sociale, siguranța care-l ajută în activitatea creatoare. Este partenera bărbatului în viața personală, dar accentuează singurătatea lui. Acest bărbat își simte vulnerabilitatea în mod pronunțat, pentru că trebuie să fie îngrijorat și pentru iubiiții săi, și nu poate împărtăși soției sale, că este informator al poliției politice.

Figura feminină din *Prea târziu* iese cumva din șirul celor prezentate până acum. Femeia care lucrează ca și ingineră într-o mină, la început este doar iubita procurorului, nu-l ajută în mod concret în găsirea criminalului din mină, în această fază ei doar sunt parteneri sexuali. Bărbatul lucrează singur, la sfârșitul filmului femeia i se alătură, vor emigra împreună în Germania și vor începe o viață nouă.

În cazul filmului *Hotel de lux* ne întâlnim cu o situație asemănătoare: femeia apare la început accentuată doar prin rolul ei în sex, ajunge să fie mai târziu o adevărată parteneră, ajutând evadarea personajului masculin din fața sistemului în prăbușire.

c) colorit: (*Timpul liber*, *Revoluția - punctul zero*, *Craii de Curtea veche*, *Eu sunt Adam*)

Însăși denumirea categoriei sugerează faptul că femeile cuprinse în această categorie nu joacă nici un rol în dezvoltarea acțiunii filmelor respective, că, prin prezența lor, ele doar "colorează" ecranul: ele sunt frumoase, sexi, ademenitoare. Într-o oarecare măsură, excepții sunt filmele *Craii de Curtea Veche* și *Eu sunt Adam*)



Tipul cel mai interesant de femeie, foarte rar întâlnit în filmele românești este eroina din *Revoluția - Punctul zero*: ea corespunde în cea mai mare măsură tipului de femeie cunoscute de public din filmele de acțiune americane. Personajul din *Revoluția - Punctul zero* nu este veridic deoarece prezența sa nu este nici motivată, nici nuanțată în cadrul acțiunii, relația ei cu cele două personaje masculine nu este clarificată – în primul rând datorită slabei prestații actricești, dar și din cauza lacunelor scenariului. La numai o oră după ce află că logodnicul ei a murit într-o acțiune, americanca blondă este deja în brațele altui bărbat căruia îi declară dragoste, dar bărbatul nu poate accepta această schimbare bruscă, nu are încredere în sinceritatea femeii. El crede că ea vrea să-l piardă: în acest moment personajul capătă nuanțele figurii de vampă atât de bine cunoscute din filmele americane. Aparent, ea vrea să-l ademenească, să-l orbească pe bărbat cu vraja ei pentru a afla de la el ascunzătoarea comorii. Bărbatul care se luptă cu dragostea încearcă în zadar să se împotrivescă propriilor sentimente și se îndrăgostește de femeie. Aici regizorul Sergiu Nicolaescu face o piruetă istorică fără să țină cont de logica filmului de masă și de dezvoltarea caracterologică a tipului de personaj. Dat fiind faptul că nu vrea să-și ducă la pieire personajul principal, dar nici să-l lase de unul singur la sfârșitul filmului, caracterul femeii primește nuanțe noi: reiese că a fost sinceră, că s-a îndrăgostit cu adevărat de erou și că a vrut într-adevăr să-l sprijine, să-l ajute (această schimbare este de asemenea neverosimilă, deoarece, potrivit logicii filmului de masă, dar autorul are fără nici o îndoială intenția să-și construiască filmul pe șabloanele filmului de masă.) Întorsăturile de mai sus nu se încadrează în normele morale ale filmului de masă: femeia ar trebui să-și bocească iubitul ucis și eventual să pornească pe urmele criminalilor alături de celălalt erou masculin. Potrivit normelor valorice ale filmului de masă, o asemenea „imoralitate” nu ar fi putut fi comisă decât de o vampă, o spioană, de către un personaj inferior din punct de vedere moral față de bărbat; devenind în cele din urmă partenera bărbatului, infidelitatea față de primul devine de neînțeles prin prisma normelor spectatorilor. Datorită acestor schimbări de neînțeles, personajul feminin rămâne neformat: este evident că existența sa în film se datorează aspectului său, al faptului că este sexi pe ecran, iar în filmele de acțiune apar tradițional câteva figuri feminine, dar regizorul nu a preluat din acest tip de filme și cadrul tradițional al rolurilor respective. (Autorul nici nu i-a găsit personajului rolul convenit în revoluția românească.)

Personajele masculine din *Craii de Curtea Veche* și *Eu sunt Adam* sunt bărbați singuratici, în viața lor își fac apariția una sau mai multe femei care ar putea chiar să le alunge singurătatea, dar acest lucru nu se întâmplă niciodată. Eroul din *Timpul liber* este născut în adevăratul sens al cuvântului

din paginile unui roman (filmul prezintă eroul principal al romanului unui scriitor, personaj care este transpus din întâmplare în lumea reală, în România comunistă) se împleticește nesigur în realitate: plimbându-se între planurile realității și ale ficțiunii (ziua el trăiește aieva, noaptea redevine erou de roman), el doar se întâlnește cu femeile, fără să aibă nici o legătură cu ele. Acestea sunt uneori frumoase, altele ne semnificative, figurante în transferul de neînțeles pentru el dintre lumea reală și cea livrescă. Femeia ce o reprezintă pe soția lui este singura care nu apare și noaptea, dar și în scenele de ziua ea poate doar arareori fi văzută pe ecran, doar vocea ei există ca realitate, adresându-se bărbatului.)

Personajul masculin din *Eu sunt Adam* este un artist (muzician) care hoinărește prin viață, singurul scop și motivație a existenței sale fiind arta. (Scenariul filmului se bazează pe proza fantastică a lui Mircea Eliade.) El țese în poveste realitatea pe care nu vrea să o ia la cunoștință (în mod aluziv, dictatura). Până și cele mai simple întâmplări sunt implantate în lumea basmului: eroul se întâlnește cu zâne, vrăjitoare, cu fete nevinovate ce-și așteaptă iubiții, cu femei ademenitoare fără de vârstă (în zece minute, femeia de douăzeci de ani devine de nouăzeci, ca în câteva clipe ea să redevină tânără), cu femei stricate care atrag bărbații în adâncurile păcatului (arhetipul Lorelei), femei simbolizând tipul mamei. Acest spectru complet al femeii, al tipurilor arhetipale feminine apare pe ecran sub forma unei cavalcade pestrițe, stridente ca întruchipare a tuturor iubirilor potențiale dintr-o viață împlinită de bărbat.

Filmul *Craii de Curtea Veche* prezintă două personaje feminine: îngerul (pe care toți ar vrea să o ia de soție, dar ea moare ca logodnică) -femeia - demon, care este prostituată, amantă, afaceristă care își asigură existența cu ajutorul farmecelor sale. Personajul feminin cel mai bine creionat este poate logodnica ce moare cu câteva zile înaintea nunții sale, a cărei dispariție îl condamnă pentru totdeauna la singurătate pe logodnicul ei (după înmormântare, el pornește pe mare ca să se ferească de oameni - arhetipul morții care-i desparte pe îndrăgostiți și arhetipul singurătății și a libertății - marea). Datorită acestui personaj feminin, filmul nu se încadrează univoc în categoria de mai sus, l-am încadrat totuși aici datorită rolurilor mult mai anonime ale prostituatelor care apar destul de des în viața bărbaților.

### **3. Femeia casnică:** (*Privește înainte cu mânie, Patul conjugal, Senatorul melcilor, Tusa și junghiul*)

Cu acest tip de femeie, spectatorul se poate întâlni la piață, în magazine, în orașele și satele din România: sunt femeile în a căror creionare regizorii au folosit cele mai multe stereotipii. Ele sunt neîngrijite, covârșite de griji, pleoștite,

ostenite, erodate sentimental, atitudinea lor față de familie e caracterizată mai degrabă de indiferență, dezinteres, plictis, lipsă de afecțiune. De cele mai multe ori, spectatorii se pot regăsi pe ei înșiși în ele, deoarece cotidianul lor se structurează în jurul aceluiași probleme: cumpărăturile, gătitul, dereticatul, pregătirea copiilor pentru școală, așteptarea lor, controlul temelor de casă, așteptarea bărbatului, certurile, lipsa de bani. Cealaltă trăsătură comună a lor este aceea că nu au nici o calificare, nici loc de muncă (cu excepția învățătoarei din *Senatorul melcilor*) totuși, în România postrevoluționară, ele se descurcă mult mai bine decât soții lor, care au senzația că le-a fugit pământul de sub picioare și nu sunt în stare să se adapteze la noile condiții de viață.

Soția din *Patul conjugal* închiriaza patul familial pentru o turnare de film pornografic. Când vede că soțul ei nu se descurcă, femeia din *Priește înapoi cu mânie* se consolează cu un iubit influent. Învățătoarea din *Senatorul melcilor* își utilizează farmecele ca să-și obțină prin influentul senator pământul, iar pe fata din *Tusa și junghiul*, Sfânta Duminecă o răsplătește pentru munca și cinstea ei. Maternitatea apare ca una dintre dimensiunile determinante ale vieții lor (cotidianul se concentrează pe satisfacerea nevoilor familiale), dar în acest caz legătura mamă-copil își pierde orice urmă de sublim (în contradicție cu atmosfera câtorva din filmele analizate anterior, unde devenirea ca mamă capătă o valoare simbolică universală).

Cea mai mare parte a filmului *Patul conjugal* este o parodie a acestei situații, a devenirii ca mamă: soția rămasă însărcinată trebuie să avorteze cu orice preț deoarece situația materială precară a familiei nu i-ar permite să aibă încă un copil. Și aici începe șirul din ce în ce mai variat al modalităților producerii avortului mult așteptat: băi fierbinți, sărituri de pe masă, de pe dulap, ridicarea dulapului, lovituri cu pumnii și cu picioarele în burtă, împunsături de cuțit – și în ciuda tuturor acestor metode, femeia tot nu avortează. (Bani de chiuretaj nu au.) Când faptul că femeia va trebui să nască copilul devine evidentă, ei iau legătura cu mafia, poate reușesc după naștere să-l vândă cuiva din străinătate. Nu numai legătura lor cu copilul încă nenăscut este atât de cinică, ci și sentimentele lor față de cei doi băieți ai lor sunt doar formale: uneori copiii care li se împleticesc printre picioare, împiedicând-le activitățile încasează câteva perechi de palme, dar mai mult decât atât, soarta lor nu-i interesează. Copiii sunt niște golani, bat străzile, școala fără nici o supraveghere.

Legătura mamă-fiică din *Privește înainte cu mânie* este asemănătoare. În acest caz, fata adolescentă se ceartă neconținut cu mama ei care nici nu bănuiește drumurile tainice pe care-i rătăcește fiica – ea fiind prostituata cea mai vestită a afaceristului grec din oraș băiatul cel mare lucrează ca și complice al contrabandiștilor, iar băiatul cel mic se încurcă într-o bandă de hoți minori de la care învață să fure mașini și “meseria” de hoț de buzunare.

În tot acest timp, mama se ceartă cu bărbatul din ce în ce mai bețiv, îl ponegrește pentru că nu-și găsește un loc de muncă cinstit, iar când simte că viața ei devine disperat de aridă, își caută un amant.

Soția din *Senatorul melcilor* este tipul de nevastă cumsecade în înțelesul tradițional al cuvântului: ea suportă deraierile soțului său, când soțul i-o cere, atunci ea face față alături de el, alături își crește fata în liniște, fără să tulbure apele. Cealaltă femeie care apare în film este învățătoarea care încearcă să se descurce: folosindu-se de bruma de franceză pe care o știe, ea se aciuiază ca translatoare pe lângă echipa de filmare franceză, apoi încearcă să folosească în propriul ei interes orbirea bărbaților atrași de farmecele sale. Ea îl face pe senator să-i semneze cererea de împrumut a pământului, operatorul francez îi scrie și îi prindează documentele, intervine în favoarea ei pe lângă senatorul care vrea să pozeze în fața occidentalilor. Iar femeia face toate acestea pentru copilul ei – sau măcar așa afirmă ea; îl cară pe fiul ei peste tot, dar nu ține cont dacă băiatul este îndreptățit să fie în diverse situații: chefuri de noapte, oameni beți, etc.

Fata moșului din *Tusa și junghiul* este prototipul femeii ideale din comunitatea sătească: e frumușică, îndemnatică, harnică, ascultătoare, iubitoare de părinți, supusă. Rolul ei este supraexpus dat fiind faptul că filmul este o alegorie (referitoare la viața poporului român dinainte și de după revoluție) și trăsăturile de caracter foarte accentuate ale tuturor personajelor au un singur țel: să gradeze până la punctul culminant mesajul regizorului. (Scenariul se bazează pe povestirea *Fata moșului și fata babei* de Ion Creangă.) Dar dacă o debarasăm pe fată de aspectul exterior menit a face aluzie la mediul sătesc, primim arhetipul femeii înger înnobilită până la sfârșit și de darul iubirii.

#### **4. Mama, femeia mamă:** (*Tusa și junghiul, Casa din vis, Undeva în est, Hotel de lux*)

În trei din cele patru filme, femeile nu apar decât în postura de mame, dimensiunile lor feminine nu sunt reliefate (în acest caz, rolul lor în cuplu este pur formal, pentru ele, semnificația de soție nu reprezintă decât un rol social).

Mama din *Undeva în est* privește cu ochii ei moartea fiilor ei răzvrățiți: îi ascunde până în ultima clipă, le duce merinde, ține în taină ascunzișul lor, dar, în cele din urmă ambii ei fii cad în mâna comuniștilor, odată cu suprimarea întregii mișcări de rezistență. Ea nu este prezentă decât în calitatea ei de mamă, de părinte care-și pierde copiii, supraviețuindu-le. În situația socială prezentată de film principala valoare umană este solidaritatea; în cazul ei e evident că sâmburele rezistenței sale (este bătută ca să dezvăluie locul de taină al fiilor ei, dar ea nu cedează) îl constituie dragostea de mamă.

Baba din *Tusa și junghiul* joacă un dublu rol de mamă: pe de o parte cel al mamei care-și divinizează fiica, acceptând și înfrumusețând toate cele pe care le face și le drege aceasta, pe de altă parte, cel de mamă vitregă haină față de fata moșului.

Mama din *Hotel de lux* este tare, o personalitate puternică, în jurul căreia se încheagă întreaga familie: figura ei este matriarhală, deoarece, chiar dacă copiii își găsesc drumul lor în viață, ei rămân responsabili față de ceilalți membri ai familiei.

Mama din *Casa din vis* este femeia-mamă: ea ajunge cu copilul ei de câteva luni în comunitatea sătească unde este disprețuită pentru faptul că este nemăritată. Acest dispreț este marcat semnificativ prin faptul că tatăl care o primește în sânul familiei sale i-l hărăzește frumoasei, dar "păcătoasei" femei drept soț pe fiul său debil mintal. După câteva luni, copilul femeii moare, ea consideră pierderea drept un blestem etern. Mult mai târziu, atunci când cel de-al doilea copil hoinărește pe undeva, ea își re trăiește cu aceeași intensitate vechea durere. Aici maternitatea apare în dimensiunea ei tragică, filmul reliefând eterna nesiguranță, grija față de copil. În film apare și dimensiunea feminină a personajului: ea se îndrăgostește de fiul cel mic al familiei de adopție, de cel normal - îl ademenește, apoi societatea vrea să-i pedepsească pentru fapta lor (vrea să-l oblige pe băiat să ia o altă fată de nevastă - o partidă bună), dar ei își iau lumea-n cap. Filmul a fost turnat în timpul regimului comunist, dar nu a început să fie difuzat decât după 1990. Schimbările sale de planuri sunt deosebit de interesante: femeia naște primul copil în cadrul societății moderne, industrializate (unde are dreptul la una ca asta, filmul leagă dimensiunea de libertate de clasa muncitoare); dar, pentru ca să-l poată crește în siguranță, ea se retrage în comunitatea sătească (structura lumii tradiționale ca lume ocrotitoare, sigure - dar ermetice - este legată de lumea rurală), iar, pentru ca să poată trăi cu iubitul ei, ea se refugiază din nou în "lumea de afară", în societatea industrială - aceasta fiind mai liberă în concepții.

În comparație cu tipurile de femei casnice din categoria anterioară, a căror singură dimensiune a existenței lor o constituie maternitatea, este interesant de remarcat faptul că femeile care-și asumă și trăiesc intens această calitate fac parte din comunitățile sătești. Pe baza comparării acestor categorii, putem trage concluzia că regizorii respectivi continuă să considere femeile din comunitățile sătești drept cele mai chemate pentru creșterea copiilor, pentru manifestarea sentimentului matern. Cel puțin remarcăm faptul că femeile de la țară consideră aceste valori drept valori fundamentale, în timp ce femeile care consideră maternitatea drept o sarcină trăiesc la periferia societății industriale (moderne). Așadar în cadrul celor trei categorii - femeia intelectual, femeia mamă și femeia de la țară - în cea de a doua categorie maternitatea apare în modul cel mai problematic și mai concentrat.

**Filme analizate**

- 1990 Bărbulescu, Dan; *Vînătoarea de lilieci* (Starfilm - 22 Studioul de creație nr. 2, debut)
- 1990 Tatos, Alexandru; *Cine are dreptate* (Studioul Cinematografic București)
- 1991 Cărmăzan, Ioan; *Casa din vis* (Studioul Cinematografic București)
- 1991 Codre, Florin; *Șobolanii roșii* (Tracus Arte Film)
- 1991 Damian, Laurențiu; *Rămînerea* (Starfilm 22, Studioul de creație nr. 2 - debut)
- 1991 Mărgineanu, Nicolae; *Undeva în Est* (Solaris - Studioul de creație nr. 5)
- 1991 Saizescu, Geo; *Harababura* (Solaris - Studioul de creație nr. 5)
- 1991 Visarion, Alexa; *Vinovatul* (Solaris - Studioul de creație nr. 5)
- 1992 Daneliuc, Mircea; *Tusea și junghiul* (Alfa - Studioul de creație nr. 1)
- 1992 Gulea, Stere; *Vulpe-vînător*
- 1992 Marinescu, Șerban; *Cel mai iubit dintre pămînteni*
- 1992 Mora, Anghel; *Kilometrul 36* (Studioul Cinematografic București)
- 1992 Nicoară, Radu; *Polul Sud* (Profilm - Studioul de creație nr. 4 - debut)
- 1992 Pintilie, Lucian; *Balanța* (Filmex. Studioul de Creație al Ministerului Cultur)
- 1992 Pița, Dan; *Hotel de lux* (Solaris - Studioul de creație nr. 5)
- 1993 Caranfil, Nicolae; *E pericoloso sporgersi* (Filmex. Studioul de Creație al Ministerului Cultur - debut)
- 1993 Daneliuc, Mircea; *Patul conjugal* (Alfa - Studioul de creație nr. 1)
- 1993 Drăgușanu, Valeriu; *Timpul liber* (Profilm - Studioul de creație nr. 4 - debut)
- 1993 Mărgineanu, Nicolae; *Privește înainte cu mânie* (Profilm - Studioul de creație nr. 4)
- 1994 Bușecan, George; *Templul tăcerii* (AlJamal Intl.)
- 1994 Constantinescu, Mihai; *Să nu ne răzbunați* (Solaris - Studioul de creație nr. 5)
- 1994 Daneliuc, Mircea; *Această lehamite* (Alfa - Studioul de creație nr. 1)
- 1994 Daneliuc, Mircea; *Senatorul melcilor* (Alfa - Studioul de creație nr. 1)
- 1994 Diaconu, Cornel; *Paradisul în direct* (Cinedisim-Aldaco)
- 1994 Golumbeanu, Mihnea; *Neînvinșă-i dragostea* (Alfa - Studioul de creație nr. 1 - debut)
- 1994 Mihăileanu, Radu; *Trahir* (Filmex. Studioul de Creație al Ministerului Cultur - debut)
- 1994 Nicolaescu, Sergiu; *Începutul adevărului - Oglinda* (Starfilm - 22 Studioul de creație nr. 2)
- 1994 Pița, Dan; *Pepe și Fifi* (Solaris - Studioul de creație nr. 5)
- 1994 Veroiu, Mircea; *Somnul insulei* (Solaris - Studioul de creație nr. 5)
- 1995 Gulea, Stere; *Himera - Stare de fapt* (Profilm - Studioul de creație nr. 4)
- 1995 Pintilie, Lucian; *O vară de neuitat* (Filmex. Studioul de Creație al Ministerului Cultur)
- 1995 Veroiu, Mircea; *Craii de Curtea Veche* (Solaris - Studioul de creație nr. 5)
- 1996 Caranfil, Nae; *Asfalt Tango* (Domino Film)
- 1996 Nicolaescu, Sergiu; *Revoluția - Punctul zero* (Starfilm - 22 Studioul de creație nr. 2)
- 1996 Pintilie, Lucian; *Prea tîrziu* (Filmex. Studioul de Creație al Ministerului Cultur)
- 1996 Pița, Dan; *Eu sunt Adam* (Solaris - Studioul de creație nr. 5)
- 1997 Pița, Dan; *Omul zilei* (Solaris - Studioul de creație nr. 5)
- 1997 Veroiu, Mircea; *Femeia în roșu* (Profilm - Studioul de creație nr. 4)

## **EVALUATION DER FORSCHUNG UND LEHRE - VERSCHIEDENE EVALUATIONSMODELLE**

**CĂLIN RUS**

**ABSTRACT. Definition of Evaluation.** The notion „evaluation“ refers to the process, respectively to the result of judgment of things, persons, events or institutes with specific criteria of values. One can talk about two different tips of evaluation: the formative evaluation and the summative evaluation. The aim of evaluation can be the improvement, efficaciousness, rationalization of teaching process which can lead to changes of structure. Berendt Brigitte, manager of the office for improvement and counseling for university didactic, has designed a model which contains three important ideas, so that evaluation can be lead more effective. Another model which's aim is also the improvement of the teaching process, is the one from Lewis Elton. One can talk about different evaluation models, for instance the evaluation model of the Netherlands, which is based on single fields and has two parts: an internal selfevaluation and an external evaluation, or the model of the British Academy AUU, which resembles the model of the Netherlands, but it is based on single fields; it is putting universities in center of attention.

Der Begriff Evaluation bezieht sich auf den Vorgang bzw. auf das Resultat der Beurteilung von Sachen, Personen, Vorgängen oder Instituten nach spezifischen Wertkriterien. Es gibt anerkannte Definitionen der Evaluation, die in mehreren Wissenschaftsbereichen verwendet werden. Einige zentrale Elemente der Evaluation sind:

Evaluation ist ziel- und zwecksorientiert.

Dieses Element bedeutet, daß Evaluation primär das Ziel hat, praktische Maßnahmen zu verbessern, zu legitimieren, oder über sie zu entscheiden.

Ein anderes Element der Evaluation ist die systematisch gewonnene Datenbasis über Voraussetzungen, Kontext, Prozesse und Wirkungen einer praxisnahen Maßnahme.

Evaluation beinhaltet eine bewertende Stellungnahme.

Evaluation bezieht sich auf einzelne Bereiche geplanter Bildungsmaßnahmen.

Man kann über zwei Arten der Evaluation sprechen und zwar: über eine FORMATIVE und eine SUMMATIVE Evaluation. Die FORMATIVE Evaluation bezieht sich, auf den noch im Entstehen begriffenen Weiterbildungsprozeß. Die Ergebnisse der formativen Evaluation dienen dann der Verbesserung und der Optimierung der Maßnahme.

Die SUMMATIVE Evaluation bezieht sich auf die Beschreibung und Bewertung einer Weiterbildungsmaßnahme, deren Entwicklung, bereits beendet ist.

Es wurden einige Wörter über Evaluation geschrieben, weil diese Aspekte für sehr wichtig gehalten werden und auch, weil sie behilflich in der Beschreibung der Evaluationsmodelle sein werden. Bevor man die Evaluationsmodelle betrachtet, müssen einige Probleme der Evaluation geklärt werden.

Zuerst muß gesagt werden, daß ein Evaluationsinstrument nicht mit verschiedenen Ziele betrachtet werden darf. Dieses Problem kommt oft vor, weil hinter einer Evaluation verschiedene Interesse stehen können z.B. Verbesserung der Lehre, Effizientisierung und Rationalisierung und Verteilung staatlicher Mittel, die zu Strukturveränderungen führen können. Evaluation muß auch auf dem jeweiligen Zweck betrachtet werden. Ist die Funktion der Evaluation die Verbesserung der Lehre (im Sinne von Verbesserung der Kommunikation zwischen Lehrenden und Lernenden und die Studierenden sind die Hauptbetroffenen), dann ist ihre Beteiligung zur Auswahl der Evaluationskriterien, der Interpretation der Ergebnisse und der Präsentation der Daten unbedingt erforderlich. Diskussionen und der ‚Feedback‘ müssen unbedingt in der Lehrveranstaltung stattfinden. Wenn man über Verbesserung der Qualität der Lehre spricht, muß man unbedingt auch über die standardisierten Verfahren sprechen, die nicht in erster Linie der Verbesserung der Qualität der Lehre dienen. Das könnte man auch auf andere Wege besser erreichen, z.B. kritisch ist zu prüfen, wozu eigentlich alle diese sehr ausgearbeiteten Modelle dienen. Dienen sie nicht auch dazu, zu lenken und zu steuern? Dabei ist es auch zu fragen, ob diese Evaluation Hilfe leistet, um die Hochschule besser zu steuern und ob sie nicht für die Selbstverwaltung gefährlich ist. Andererseits, da wir gerade über Verbesserung sprechen, haben Lehrer auch eine wichtige Rolle. Sie müssen auf bestimmte Ebenen arbeiten. Sie müssen sich darauf konzentrieren, Moderatoren für die Verbesserung der Qualität der Lehre in den Lehrveranstaltungen zu sein.

Ein anderes Problem ist, daß Evaluation allein keine Veränderungen der Qualität der Lehre bewirken kann. Hochschuldidaktische Aus- und Weiterbildung ist eine unbedingte Aufgabe, neben Beratung und Begleitforschung zu Innovationen. Damit eine Evaluation wirksamer



durchgeführt werden soll und auch damit einige Probleme der Evaluation besser beobachtet werden können, hat Berendt Brigitte, Leiterin der Arbeitsstelle für Hochschuldidaktische Fortbildung und Beratung an der F.U. ein Modell mit drei Thesen entwickelt:

- In anderen Ländern werden die Ergebnisse nicht beachtet.

Warum wird Evaluation durchgeführt? – z.B. Verbesserung der Qualität der Lehre.

Wer sollen die Nutzer dieser Ergebnisse sein? –Dozenten, Studenten, Presse, Verwaltung.

- Evaluation ist nützlich nur dann, wenn parallel Einrichtungen für Hochschuldidaktische Weiterbildung und Beratung vorangetrieben ist.
- Gesamtkonzept zur Verbesserung der Qualität der Lehre.

Definition

Andere Maßnahmen nicht nur Evaluation.

Überprüfung der Ergebnisse in Entwicklungsprozesse.

Transparenz des Evaluationsprojektes.

Ein anderes Modell, das uns eine Ansicht über die Verbesserung der Qualität der Lehre gibt, ist das entwickelte Modell von Lewis Elton und hat auch drei Teile:

A - Schlechtes zu verbessern.

B - Gutes zu verbessern.

C - Ganz anders zu tun - aber dies auch gut.

A) Aktivitäten: hochschuldidaktische Einführungskurse, Beratungen, Drohungen.

Strategien: Studentenevaluation, Rechenschaftsgebung der Lehrer.

B) Aktivitäten: Curriculum entwickeln, neue Lernmethoden.

Strategien: Unterstützung guter Lehrer.

C) Aktivitäten: Systematische Änderungen, technische Unterstützung, neue Lernsysteme.

Strategien: hochschuldidaktische Forschung, hochschuldidaktische Weiterbildung Selbstweiterbildungsmaterialien, lange Ausbildungskurse für Lehrer und Hochschulmanager.

Qualität ist ein Begriff, der in der letzten Zeit immer mehrere Wissenschaftler beschäftigt.

Die Aufmerksamkeit für Qualitätsfragen wird vom wachsenden Interesse an Evaluationsverfahren für die Lehre begleitet. Allerdings fanden bis

jetzt nur wenige Evaluationsmaßnahmen in größerem Umfang statt. In diesem Fall kann man sagen, daß sich die Lehre vom Bereich Forschung unterscheidet. Im Forschungsgebiet werden regelmäßig Evaluationen durchgeführt und dadurch spielt die Qualität der Forschung und deren Evaluation in einem sich verschärfenden Wettbewerb um Ressourcen, eine immer wichtigere Rolle.

Forschung unterscheidet sich vom Lehrgebiet auch an was die Kommunikation betrifft. Während in der Forschung ein hoher Grad der Abstimmung und Kommunikation zwischen einzelnen Wissenschaftlern über die Forschungsarbeit üblich ist, fehlt im Bereich der Hochschullehre weitgehend ein vergleichbarer Austausch über Ausbildungsinhalte und Ziele.

Jetzt werfen wir einen Blick über die internationalen Erfahrungen an was Evaluationsmodelle betrifft, um auch die Meinungen des Wissenschaftsrates kennenzulernen.

Der Wissenschaftsrat hat ein Modell für Deutschland vorgeschlagen, dessen Vorbild ein niederländisches Modell zur Lehrevaluation hatte.

Dieses Modell ist auf einzelne Fächer ausgerichtet und besteht aus zwei Teilen:

A- Eine interne Selbstevaluation

B- Eine externe Evaluation durch externe Fachgutachter "Peer Review".

Die Britische Akademie A.A.U. folgt in großen Zügen dem niederländischen Modell mit seinen zwei Stufen, aber es konzentriert sich nicht auf einzelne Fächer oder Fachbereiche, sondern stellt ganze Hochschulen im Mittelpunkt.

In Schweden legt man sehr viel Wert auf quantifizierbare Indikatoren und auf interne Hochschulprogramme zur Qualitätssicherung.

In Australien sieht das Modell ein bißchen anders. In Australien wird von der Regierung eine externe Qualitätsbewertung eingeführt und die Evaluation betrifft einzelne Universitäten, nicht Fächer oder Fachbereiche. Hier liegt des Gewicht viel mehr auf selbstformulierte Ziele.

So wie am Anfang gesagt wurde, dient das niderländische Modell in Deutschland als Referenzmodell.

Man kann jetzt beobachten und sagen, daß die genannten internationalen Beispiele, verschiedene voneinander abweichende Evaluationsverfahren an was Zielsetzung betrifft, verdeutlichen.

Da wir über Ziele gesprochen haben, werden wir in den folgenden Reihen einige Ziele und Funktionen der Evaluation betrachten, so wie sie vom Wissenschaftsrat empfohlen worden sind.

Selbstverständlich möchte Evaluation mehrere Ziele erreichen. Diese Ziele hängen sehr viel davon ab, durch welche Perspektive man die Evaluation und ihre Ergebnisse beobachtet.

## UDA SCHESTAG: "ECRANIZARE "SAU "FILM LITERAR"?"

*Prezentare și traducere de Mirela Pop*

**REZUMAT. Înțelegerea audio-visualului. Aspecte ale esteticii mediilor.** Dacă rezumam observațiile făcute până acum, atunci putem afirma că Fassbinder lucrează înainte de toate cu mijloace literare și mai puțin cu mijloace tehnice moderne, avansate. Citatele și motivele literare, inserțiile, instanța naratorului și fidelitatea redării dialogurilor instaurează din perspectiva istoriei filmului un nou drum în utilizarea posibilităților oferite de literatura, în film. Pentru instalarea unui nou nivel al lecturii, filmul trebuie să modifice orizontul de așteptare al publicului. Fassbinder creează astfel un film "ne-film" sau pentru a utiliza un termen al lui Alfred Andersch, un film "impur", care refuză tot ceea ce înseamnă mijloacele unui film modern. Fassbinder merge chiar înapoi, în spatele a ceea ce numim tehnica modernă de film: dinamism, accelerare, montaj tehnic, elemente artistice spectaculoase. Fassbinder rupe narațiunea, firul povestirii și astfel renunță la orice dramaturgie a conflictului sau tensiune ascensională. În loc de a lega publicul de un "story" sau de imagini, regizorul îi plasează la o distanță care revendică reflecția asupra celor întâmplate. Toate mijloacele artistice utilizate: pelicula alb-negru, fenomenul de opacizare al imaginii, lipsa dinamicii, folosirea unei anumite recuzite constituie un sens al filmului propriu. Ce ar fi acest sens al filmului s-ar putea evidenția cu o frază pe care Fontane o atribuie personajului Effi Briest și pe care Fassbinder o reia în film: "E ciudat, dar despre multe lucruri din viața mea pot spune 'aproape'". Filmul lui Fassbinder este în totalitatea lui o formă de expresie al acestui *aproape*, a constrângerilor care împiedică realizarea sinelui. De aceea nu *este* vorba de un film despre Effi Briest ci *este* un film despre distrugerea subiectivității resurselor sinelui. Oamenii apar ca elemente a ceea ce Fontane numea "ceva-ul societății". Imposibilitatea identificării cu întâmplarea sau cu personajele, necesitatea reflecției din partea spectatorului, deschide o nouă dimensiune a filmului. Fassbinder îi lasă textului original toate drepturile fără a desconsidera însă posibilitățile pe care le posedă filmul. Fassbinder desființează specia tradițională a "ecranizării literare" și deschide orizontul unei noi specii: filmul literar.

Articolul Udei Schestag, "*Ecranizare*" sau "*film literar*" face parte din volumul "*Înțelegerea audiovizualului. Aspecte ale esteticii mediilor*" realizat de Josef Furnkäs, Peter Richter, Ralf Schnell, Shigeru Yoshijima, editura Aisthesis, Bielefeld,

1993. Aceasta lucrare s-a născut în urma unui colocviu germano-japonez, care a avut loc la Takayama în aprilie 1991. Lucrările prezentate la acest colocviu se pot grupa sistematic în jurul problematicii abordate de teoria mediilor și de estetica filmului. Mediile audio-vizuale și-au creat de-a lungul dezvoltării lor tehnice și estetice o realitate de sine stătătoare, care este guvernanta de propriile sale legi de existență. Realitatea mediilor audio-vizuale nu depășește doar granițe ale cunoașterii, ci intră chiar în spațiul experiențelor noastre obișnuite bulversând tradiții culturale și forme de comunicare încetățenite. Capacitatea simțurilor noastre de a cuprinde și de a percepe realitatea este supusă la încercări din ce în ce mai dificile. Temele și tezele acestui colocviu au deschis posibilitatea unor dezbateri foarte interesante care au fost utilizate ca material pentru editarea acestei lucrări. Articolele adunate în acest volum reprezintă un stadiu al discuțiilor referitoare la medii, situații și direcții care se conturează în procesul deschis al problematicii abordate. Intenția acestei publicații este aceea de a incita la continuarea acestui gen de dezbateri, care au ca miez specificul limbajului cinematografic, probleme legate de estetica și poetica filmului.

Articolul Udei Schestag abordează problematica aportului limbajului literar la limbajul cinematografic, având ca bază de discuție filmul "Effi Briest" al lui R.W. Fassbinder, care utilizează ca pretext literar romanul cu același titlu al lui Theodor Fontane.

Rainer Werner Fassbinder (1945-1982) aparține fără îndoială celor mai mari personalități din istoria filmului. Nici criticilor însuflețiți de cele mai bune intenții nu le-a stat în putere să țină pasul cu ritmul de lucru al lui Fassbinder. Acesta turna până la șapte filme pe an, pune în scena piese de teatru, scria scenariile de teatru și era angajat activ în politica filmului. Nici o zi fără Fassbinder. După moartea sa numele lui a cunoscut o popularitate neobișnuită. Imaginea sa este mereu prezentă. Tânărul bărbat în scură de piele a avut de la bun început aura unei personalități a vieții publice. În interviuri și în lungile discuții organizate la televiziune, Fassbinder vorbea cu o ușurință demnă de invidiat despre munca sa ca despre o îndeletnicire cotidiană și la îndemână. Din păcate prețul acestei geniale frenezii a fost moartea lui prematură. Cu toate că în timpul vieții sale, Fassbinder s-a lovit de nenumărate ori de ostilitate și de neînțelegere din partea contemporanilor, astăzi, aruncând o privire la istoria filmului german, numele lui îl putem rosti alături de cel al lui Ernst Lubitsch, F.W. Murnau și Fritz Lang.

În filmul său "Effi Briest", Fassbinder lucrează înainte de toate cu mijloacele literare și mai puțin cu mijloace tehnice moderne, avansate. Citatele și motivele literare, inserțiile, instanța naratorului și fidelitatea redării dialogurilor instaurează din perspectiva istoriei filmului un nou drum în utilizarea posibilităților oferite de literatură, în film. Pentru instalarea unui nou nivel al lecturii, filmul trebuie să modifice orizontul de așteptare al publicului.

Fassbinder creează astfel un film "ne-film" sau pentru a utiliza un termen al lui Alfred Andersch, un film "impur", care refuza tot ceea ce înseamnă mijloacele unui film modern. Fassbinder merge chiar înapoi, în spatele a ceea ce numim tehnica modernă de film: dinamism, accelerare, montaj tehnic, elemente artistice spectaculoase. Fassbinder rupe narațiunea, firul povestirii și astfel renunță la orice dramaturgie a conflictului sau tensiune ascensională. În loc de a lega publicul de un "story" sau de imagini, regizorul îl plasează la o distanță care revendică reflecția asupra celor întâmplate. Toate mijloacele artistice utilizate: pelicula alb-negru, fenomenul de opacizare al imaginii, lipsa dinamicii, folosirea unei anumite recuzite constituite un sens al filmului propriu. Cărea ar fi acest sens al filmului s-ar putea evidenția cu o frază pe care Fontane o atribuie personajului Effi Briest și pe care Fassbinder o reia în film: "E ciudat, dar despre multe lucruri din viața mea pot spune *"aproape"*. Filmul lui Fassbinder este în totalitatea lui o formă de expresie al acestui *aproape*, a constrângerilor care împiedică realizarea sinelui. De aceea nu este vorba de un film despre Effi Briest, ci este un film despre distrugerea subiectivității resurselor sinelui. Oamenii apar ca elemente a ceea ce Fontane numea "ceva-ul societății". Imposibilitatea identificării cu întâmplarea sau cu personajele, necesitatea reflecției din partea spectatorului, deschide o nouă dimensiune a filmului. Fassbinder îi lăsa textului original toate drepturile fără a desconsidera însă posibilitățile pe care le posedă filmul. Fassbinder desființează specia tradițională a "ecranizării literare" și deschide orizontul unei noi specii: filmul literar.

### **Uda Schestag : "Ecranizare "sau "film literar"?"**

#### **Considerații asupra relației dintre literatură și film, având ca punct de plecare ecranizarea romanului "Effi Briest" de către R.W. Fassbinder**

Deja din titlul filmului ne dam seama ca acesta nu este o ecranizare în sensul obișnuit: "Effi Briest a lui Fontane sau mulți alții care au o idee despre posibilitățile și nevoile lor dar care prin fapte accepta în mintea lor un sistem conducător pe care îl motivează și îl susțin". Prin acest titlu, filmul se recomandă ca un mod de lectură perspectivă al renumitului roman al lui Fontane. Limba baroca utilizată în titlul filmului marchează aspectul de extindere asupra timpului, care pe de o parte se izolează de problematica de conținut, dar care pe de altă parte se actualizează: normele societății, eșuarea individului și responsabilitatea personală. Rainer Werner Fassbinder melancolicul filmului

german, formulează prin acest titlu un program: în prim-plan nu sta critica la adresa societății ci suferința provocată de societate, o împletire subtilă de motivații și emoții. Este vorba despre o afinitate electivă între Fontane și Fassbinder. Această afinitate electivă există și cu o anumită formă a literaturii; fapt ce constituie adevărata temă a filmului: dezbateră cu această formă, nu istoria binecunoscutului divorț, a duelului, a excluderii din reprezentarea burgheza despre onoare, a morții personajului Effi Briest- pe scurt nu story-ul romanului ci *cum* istoria povestită de filmul conținutul sau. "Cred că trebuie foarte clar observat la film că acesta este un roman, dar că ceea ce e important nu este povestirea unei istorii (pe care o cunoaște toată lumea), ci felul în care se povestește", a afirmat Fassbinder despre filmul său, întărind cele spuse cu precizarea că "totdeauna trebuie să fie recognoscibil faptul că este vorba despre o istorie povestită de către cineva". Astfel filmul se declară deja prin alegerea titlului de factura barocă, instrăinat, într-o relație perspectivă, de o anumită tradiție. În același timp se distanțează și de romanul lui Fontane, distanță care da expresie și spațiu unui mod de lectură artistico-subiectiv. Analiza mijloacelor acestei lecturi artistice a romanului în film, face obiectul următoarelor considerații. Renunțarea la imaginea color, introducerea opacizării, și a inserțiilor, importanța mișcării și a perspectivei, utilizarea de motive literare în acest film constituie tot atâtea aspecte individuale ale cercetării de față. Această cercetare încearcă să dea răspuns la întrebarea referitoare la posibilitățile de adaptare ale literaturii la procesul filmic.

### 1. Renunțarea la culoare

Fassbinder, spre deosebire de producția DEFA a lui Wolfgang Luderer din 1969, utilizează material alb-negru cu urmări îmbogățite din punctul de vedere al semanticii filmului. Cu renunțarea la culoare se înseală un anumit orizont de așteptare, pentru că astfel filmul se sustrage unei obișnuințe cu filmul color și cu era televiziunii *color*. În acest fel, Fassbinder deconectează forța sugestivă a spațiului de conotații al culorii și pune în valoare doar relația dintre puțin numeroasele obiecte ale imaginii. Fassbinder scoate în evidență interpreți de imagine singulari și semnificând. Simbolistica imaginilor se dezvoltă mult mai clar, identitatea lor apare mult mai evident și conduce la un grad de complexitate în interiorul structurii imaginii. În același timp, filmul, care datorită materialului alb-negru aduce aminte de filmul mut, își accentuează propriul caracter istoric, deci trimite la timpul în care a luat naștere proiectul literar și provoacă actualizarea aspectelor și problematicii transpuse în imagine. Materialul de film utilizat creează

imagini clare, bogate in contraste, cu o scala de lumina diferențiată, parcurgând drumul de la negru la alb. Acest procedeu artistic contribuie într-un mod special la estetica cu accente spațiale a filmului.

## *2. Fenomenul de opacizare al imaginii*

Ca o relicva a filmului mut acționează și procedeu de opacizare a imaginii, care împarte întregul film în fragmente. În total apar 76 astfel de întreruperi ale fluxului vizual, sub forma unui ecran aproape dureros de alb. Filmul cunoaște astfel o împărțire în blocuri de acțiune care de *cele* mai multe ori fac referire unul la celălalt doar în mod indirect. Nici un "fir roșu" al vreunui continuum narativ nu sta la îndemana spectatorului, nici o tensiune ascensională nu leagă story-ul de spectator. Mai mult, filmul revendică pretenții de la public: spectatorii însși trebuie să relateze punctele forte de conținut singulare ale unui segment de film într-o unitate de sens. Opacizările îi obligă pe spectator, aproape ca la un puzzle, să depășească cizura dintre episoade și să le umple de semnificație. În acest sens filmul impune distanțare și reflecție din partea publicului.

## *3. Inserțiile*

Și cele 14 inserții aparțin repertoriului narativ al epocii filmului mut. Este vorba despre citatele din roman, scrise cu caractere gotice, care apar după o opacizare prealabilă a imaginii și care acționează într-un mod similar cu aceasta întrerupere a continuumului filmic. Conținutul comunicat prin procesul lecturii, îi constrânge pe spectatori la o atitudine de receptare gradată, literară, fiindcă în general inserțiile nu au o relație directă cu conținutul imaginii. Inserțiile nu susțin și nu adâncesc ca în timpul filmului mut interpretarea imaginii, ci inițiază procese de reflecție asupra realităților sociale prezente în roman și totodată cum apar ele reprezentate-n psihologia personajelor. Chiar dacă Fassbinder prin evidențierea anumitor enunțuri din romanul lui Fontane nu modifică în mod substanțial punctul de vedere al acestuia, accentuează totuși cu ajutorul acestor inserții un aspect care pentru el are o importanță majoră: suferința inconștientă a individului cauzată de normele și constrângerile sociale.

#### 4. *Textul*

In afara de inserții, filmul preia textul romanului si in dialoguri sau pasaje narative. Scopul declarat al lui Fassbinder este *cum-ul* romanului. Modul de a povesti al lui Fontane transpus filmic ar fi insemnat o deviere de la textul romanului si o modificare majora a structurii narative foarte complexe. Cu toate ca Fassbinder evita o astfel de intervenție, ramanind fidel textului romanului, reușește într-un mod subtil, artistic, sa-i creeze spațiu modului sau subiectiv de lecturare. La Brecht am vorbi despre "efectul de instrainare", care aici se naște din ruperea relației care tine coordonate sunetul, textul si imaginea. Instrainant acționează acest mijloc artistic, in primul rând pentru ca nivelul sunetului, al textului si al imaginii transmite informații incongruente, chiar contradictorii, fiindcă aparent sunetul, textul si imaginea nu au nimic comun, nu relationeaza; spectatorul este pus in situația de a le pune într-o legătura. In al doilea rând apare acest "efect de instrainare" prin faptul ca distanta la care apar protagoniștii in film nu este in consens din punct de vedere optic cu prezenta lor acustica. Astfel se pretinde din partea spectatorului o sintetizare considerabila. Incongruenta dintre nivelele de sunet, imagine, text conduce spre o de-dramatizare a acțiunii filmului si ii menține pe spectator pe poziția distanțată de observator. La fel de distanțat acționează si vocea naratorului in filmul lui Fassbinder. Ea constituie un mijloc artistic de transpunere al modului narativ al lui Fontane in film. Aproximativ 13 minute din film, aceasta inseamna 33 de cadre sunt astfel comentate, ca forma de prezentare a ceea ce a fost povestit deja ca narațiune si astfel se naște distanțarea. Acest efect este intarit prin faptul ca povestitorul nu comentează doar desfășurarea scenica din imagine, ci deseori relatează despre o acțiune care deviază de la conținutul de imagine prezent. Filmul are nevoie de un public care sa coreleze într-o unitate de sens diversele informații de nivele calitativ diferite.

#### 5. *Mișcarea*

Daca mișcarea, dinamica sunt admise ca mijloace artistice de exprimare esențiale pentru filmul modern, atunci pe baza celor spuse deja pana acum, reiese foarte clar ca Fassbinder cu adaptarea romanului "Effi Briest" a creat un film modern de o cu totul alta factura. S-ar putea vorbi chiar de un "film ne-film" daca am lua in considerare ca punct de pornire standardele tehnice ale producțiilor de film contemporanerculoare, viteza, montaj ce nu se lasă surprins, efecte speciale, ca sa numim doar câteva dintre trasaturi. Contrar



acestor trasaturi, filmul lui Fassbinder este caracterizat de imobilitate, lucru care trebuie inteles in mod programatic ca un refuz al tehnicilor de film in voga. Poziția artistica ce reiese din acest refuz nu este lecturabila doar prin introducerea de insertii si cea a fenomenului de opacizare, ci si dintr-o forma speciala de filmare si din mișcarea aparte a obiectelor si personajelor in fata camerei. Mișcarea in fata camerei, pentru a incepe cu dovezile cele mai clare, poseda un caracter artificial. Actorii acționează foarte reținut fara a face vizibila viata lor interioara, ei acționează in habitatul exterior aproape imobil si fara viata, parând ca stau langa rolurile lor. De la o secvența la alta apar ca in fotografii incremeniti. Aceasta circumstanța creează pentru textul romanului un spațiu special in film. E ca si cum am răsfoi un album din alte timpuri: casa Hohen-Cremmen sau obiecte singulare din recuzita interioara sunt lăsate in voia camerei de filmat nemișcate, conștienta de neinsufletirea ei. Receptarea spațiului si a timpului trădează aceiași impresie de stat pe loc, de imobil. Mișcările camerei semnalizează in filmul lui Fassbinder in general, puncte nodale in dezvoltarea psihologica a protagoniștilor. Cu fiecare mișcare a camerei se modifica si caracterul imaginii, astfel incat apare o relație tensionala cu conținutul imaginii, care mai departe prezintă aceiași actori imobili, cu aceleași gesturi nemodificate. In contradicție cu tehnicile de film care utilizează zoom-ul pentru perceperea adâncimii, Fassbinder utilizează mișcările camerei, obținând o artificialitate accentuata a perceperei perspectivei. Mișcările camerei sunt percepute incet, rece si foarte conștient. Cu alte cuvinte, filmul trimite din nou la propriile mijloace si deplasează spectatorul intr-o distanta emoționala. Nu in ultimul rând poziționările camerei insasi susțin efectul distanțării. In timp ce prin fenomenul opacizării filmul este subimpartit in segmente de acțiune si prin aceasta se intrerupe continuitatea in interiorul narațiunii si al curgerii timpului, poziționările tipic foarte lungi ale camerei, mențin in legătura segmentele individuale ale acțiunii. Durata unei astfel de poziționări a camerei, deci durata de filmare de la o secvența la alta, este in filmul lui Fassbinder de 28 de secunde, un timp extrem de lung al povestirii, daca raportam numărul total al acestor poziționări ale camerei la cele 132 de minute ale filmului.

### *6. Perspectiva povestirii*

Cine povestește de fapt in acest film? Nici naratorul, nici regizorul, nici autorul, ci cu certitudine filmul insusi, mai exact camera de filmat. Traietoriile si mișcările ei accentuează posibilitățile de percepere ale spațiului, realizând o inscenare artificiala al acestuia, care instaurat in scena prin ochiul camerei, da indicații asupra decorurilor, evidențiază figuri, cadre, oglinzi etc. In acest fel,

protagoniștii echivalați fiind interiorului, pierd din importanța subiectivă, individuală, scăpând posibilităților de identificare. Camera îi arată deseori pe jumătate ascunși de draperii, geamuri, uși și accentuează prin aceasta îngrădirea personajelor, fatala devorare și înghițire a lor de lumea obiectelor înconjurătoare. Prin această ancorare a figurilor într-un spațiu instituit de lumea obiectelor, se accentuează conținutul original al romanului: dominantă spațiului și a interioarelor, simbolică pentru constrângerile societății, pentru ceea ce Fontane numește "ceva-ul" societății, acea instanță anonimă care modelează individul și-l supune. Fassbinder a catalogat foarte clar acest fapt, dând cuvântul unei arhitecturi exterioare și interioare de factura burgheza, simbol al unei clase sociale conducătoare și al moralei sale.

### *7. Motive literare*

Acest aspect merita o atenție specială, fiindcă susține și clarifică în mod exemplar teza "filmului literar". Filmul lui Fassbinder se folosește de diferite figuri de stil cu o puternică amprentă literară. Aici intra motivul oglinzii, al ramelor-cadru, al grățiilor - pietre de temelie ale narațiunii filmice care sunt introduse ca recuzită și înzestrate cu un sens specific, repetându-se ca leitmotive ale unui text în proză, organizat artistic.

Oglinda, ca recuzită dominantă, e un vechi motiv care apare în basme și-n povestirile de factură romantică, dar care se regăsește și în romanele sau povestirile lui Fontane. Acest motiv leagă în mod special filmul lui Fassbinder de romanul lui Fontane: nu mai puțin decât 34 de cadre sunt fixate asupra oglinzii; 20 de minute din întregul film fiind dedicate acestui motiv. Jocul cu oglinda oferă camerei nu numai posibilitatea propriei emancipări, ci în același timp creează diferite intensități ale sensului și imaginației, creează ambiguitate și reflexivitate. În oglinda, obiectele ca și persoanele, încremenesc într-o reproducere rece. Se naște o relație indirectă cu reprezentarea. Poziționările specifice ale camerei împiedică orientarea și nu permit observatorului să arunce nici o privire sau să aibă vreo perspectivă asupra spațiului; nu i se permite familiarizarea cu acesta. Efectele produse cu ajutorul oglinzilor împiedică formarea de percepții clare: totul poate fi și altfel. În acest fel apare o perspectivă narativă dublu-instrăinată, căci persoanele și obiectele apar nu doar frânte ci ca obiecte frânte ale percepției-oglinzi, ele pun sub semnul întrebării însuși conținutul de realitate al obiectelor reprezentate.

Oglinzi, rame-cadru și grilaje constituie recuzită leitmotivică preferată de Fassbinder în filmul său "Effi Briest". Despre conlucrarea tuturor acestor motive într-o secvență centrală ne ocupăm pe scurt în continuare. Este vorba

despre scena in care Effi isi revede fiica pentru prima oara după despărțirea de Instetten. Deja in primul cadru -Effi si Roswitha discutand-apar toate cele trei motive: cadrul ușii imparte imaginea in doua registre care se compun din doua incaperi. Prin aripa deschisa a ușii cu oglinda o recunoaștem in fundal pe Roswitha, in timp ce Efn, in prim-plan, se reflecta in aripa inchisa a ușii, împărțita de o stinghie in porțiuni casetate. Oglinda nu este recognoscibila de la inceput, ea pare sticla ușii prin al cărei model gen gratie, o vedem pe Efn. Abia când Roswitha iese in prim-plan si camera se fixează asupra ei, ne dam seama ca este vorba de o usa cu oglinda; spectatorul fiind confruntat pana acum cu imaginea in oglinda a personajului Effi. După ce Roswitha inchide ușile se reinstaureaza impresia anterioara asupra spațiului. Abia acum spectatorul isi da seama de iluzia imaginii. In următorul cadru, Effi, așezata pe pat, citește scrisoarea de la șotia ministrului. Prin cadrul instaurat de camera, spațiul devine îngust si delimitat. Personajele apar ca dependente si captive ale acestui spațiu, lărgind sensul, captive ale unei situații, ale unui mediu. Prin ochiul camerei, observatorul distanțat remarca aceasta captivitate. Si grilajul patului posedă o anumita intensitate de exprimare care poate fi inteleasa ca interpretare a unei situații. Effi nu sta in fata grilajului ci in spatele lui, sugestie a excluderii si izolării personajului de mediul sau, a neputinței de a ieși din contextul spațial si temporal in care se afla. Motivul literar al oglinzii, ramei-cadru si al gratiilor sunt utilizate de Fassbinder ca parti componente ale interiorului unei burghezii parvenite. Dar ele nu constituie doar recuzita mobilării de spatii interioare, ci fac aluzie la convertirea relației interumane la același tip de relație care exista intre obiecte. Recuzita pune intre paranteze omul si ii definește. Astfel ființele devin o cvasi-recuzita in condițiile de viața burgheze si fara putința de a li se sustrage. Faptul ca Fassbinder evidențiază in mod deosebit aceste relații poate fi lecturat si din următorul cadru. Camera părăsește scena cu cele doua femei si se muta spre dreapta pe tabloul de pe perete. Tabloul înfățișează vechile mijloace burgheze de deplasare, o trăsura cu cai si binenteles oameni. Acest nivel al societății burgheze care reflecta relațiile de constrângere care o conduc, apar aici in forma reproductiva si anume prin arta ca exaltare a acestor realități. Astfel prin ilustrarea artificial-artistica apare si mai evident impersonalul, artificialul, neinsufletirea si constrângerea vieții lumii burgheze.

Următoarea secvența, cea a întâlnirii dintre Effi si fiica ei, reia motivul ramei-cadru ca semn al rupturii si al captivității. Neliniștea de dinaintea întâlnirii, frica de a nu putea face fata revederii propriului copil, nu este redată prin gestică sau mimica, ci prin imaginea fragmentata a personajului Effi. Aceasta isi saluta fiica dar ramane la o distanta apreciabila de propriul ei copil, despărțita de cadrul ușii: doua persoane, doua spatii,

doua lumi care se intalnesc aici: Effi trece pragul in dorinta de a depasi aceasta separare. Camera nu o urmareste pe Effi, ci se distantteaza de personaje, care impreuna raman captive in imagine.

Urmatorul cadru ne-o infatiseaza pe Effi singura in camera, dupa despărtirea de fiica ei. Simbolul rozetei de metal ornamentale se combina cu leitmotivele ramei-cadru si ale gratiilor.

Motivul ramei-cadru apare o data in stanga imaginii si apoi orizontal desenat de spătarul scaunului. Figura astfel inramata trezește sugestia unei ghilotine. In partea dreapta in prim-plan apare rozeta de metal prin care vedem o parte din fata personajului, si in care regăsim motivul gratiilor care acum sugerează atmosfera scaunului de spovedanie. Dar in același timp, rozeta are o forța sugestiva proprie. Trandafirul, ca floare cu spini, este expresia suferinței si a durerii. Ea ar putea simboliza suferința lui Christos sau a personajului feminin Gretchen, din Faustul lui Goethe. Acest nivel simbolic se menține si atinge punctul culminant in ultima scena unde o găsim pe Effi pe patul de suferința. După ce medicul a pus diagnosticul, camera se deplasează de-a lungul patului pana la capătul lui. Avem impresia ca Effi se găsește intr-un sicriu. Încet patul cu grilaj de fier se muta in prim-plan. Prima imagine ne reamintește de rozeta, apoi de scaunul de spovedanie, pentru ca in final gratiile sa se instaureze clar in imagine ca si gratii ale unei celule. Effi e imprejmuita de rama intunecata a patului si de gratiile negre, astfel incat sugestia sicriului se transforma in una a cavoului.