

## DESPRE MARCA INDIVIDUALITĂȚII ÎN JURNALISMUL DE OPINIE: CONSTANTIN TĂNASE ȘI VIOREL MIHAIL

*Ludmila RUSNAC,  
doctor în filologie, conf. univ.*

Conceptul de "eu" al autorului în jurnalismul de opinie face trimitere la una dintre cele două mari categorii, identificate de cercetătoarea M.Трапуш : "eu" actant (în genul informativ) și "eu" reflexiv, persuasiv [1]. În prima categorie se includ modelele instrumentale de coagulare a unui limbaj neutru, neexpresiv, ce nu necesită din partea autorului abilități creative specifice. În a doua categorie se include modelul, pe care îl numim convențional "face to face", or, formularea și studierea problemei se realizează împreună cu cititorul, jurnalistul nu-și impune punctul de vedere, dar prin baza argumentativă pe care o elaborează, îl ghidează pe cititor în formularea concluziilor proprii pe marginea subiectului abordat. Miza este libertatea absolută în exprimare, bineînțeles, cu condiția existenței unui bun simț. În astfel de texte pot fi întâlnite elemente din cele mai diverse registre stilistice, precum și structuri sintactice preluate din oralitate, care uneori surprind prin originalitate, alteori prin efectele scandaloase pe care le produc. Facem trimitere aici la conceptul de moralitate la care se referea și Marguerite Duras, care scria că "jurnalismul este imposibil fără o poziție morală. Fiecare jurnalist este un moralist. Asta este inevitabil, în mod absolut. Jurnalistul este cineva care privește lumea și modul în care funcționează, cineva care analizează de aproape lucrurile în fiecare zi și ne spune ce vede"[2].

Așadar, jurnalismul de opinie este domeniul jurnalismului axat pe comentarea informației de interes public. Reeșind din considerentul invocat, în astfel de materiale jurnalistice se ia atitudine asupra anumitor fapte de actualitate, se formulează o poziție asupra unor subiecte concrete și se realizează exprimarea pronunțată a unei atitudini. Finalmente, aceste texte sunt trasate de o intransigență a spiritului critic și au un spațiu de manevrare mai extins sub aspect lexical. Organizarea

textuală permite utilizarea unui lexic sugestiv și variat, menit să convingă și să provoace stări afective, fiind orientată spre influențarea opiniei publice. În contextul respectiv, se cere a fi specificat faptul că stilul individual al autorului nu presupune doar expresivitate. Stilul este un fenomen lingvistic care implică primordial anume o anumită concepție despre lume, despre predestinarea omului în general. În stilul individual se include și tipul de sensibilitate, particularitățile de caracter, modalitățile de percepere a existenței, toate acestea proiectează imaginea autorului și limbajul în care se exprimă jurnalistul. Totodată, trebuie remarcat faptul că imaginea autorului nu realizează doar funcția de a crea un impact educațional asupra cititorului, dar este și un catalizator incontestabil pentru percepția informațiilor din text. Cititorul reconstituie modul de gândire al jurnalistului, emoțiile, sentimentele și aprecierile asupra fenomenelor realității, verificându-și și racordând la cele lecturate propriul mod de gândire, propriile emoții și criteriile de evaluare a fenomenelor abordate.

Particularitățile stilului individual ale unui jurnalist după Г. Лазутина sunt următoarele:

- Sistemul tehnicilor și metodelor de scriere;
- Calitățile personale;
- Maniera de percepere și înțelegere a realității;
- Adaptarea jurnalistului la cerințele obiective;
- Gradul de obiectivitate/subiectivitate [3].

Problema obiectivității-subiectivității, despre care discută cercetătorii în domeniu, fără îndoială există, or, și în jurnalism, ca și în oricare alt tip de creativitate, nu există obiectivitate pură. Fiecare jurnalist este, în primul rând, un om cu opinii, principii, cultură, convingeri și poziții de viață proprii. În plus, în procesul creativ jurnaliștii se ghidează nu doar după normele etice elaborate pentru ei, dar sunt influențați și de dorințe, credințe și experiențe proprii. Iată de ce, stilul individual al autorului devine perceptibil, în primul rând, la nivel textual, prin maniera originală de expunere a trăsăturilor ideologice, conceptuale, compoziționale și lexico-semantice stabile, ce permit publicului cititor să identifice diferite lucrări ale acestui autor. Însă, după cum am afirmat anterior, stilul individual al autorului nu presupune doar mantia expresivă a textului. Esențială este concepția despre lume a autorului și modalitățile de percepție a realităților sociale. Anume aceste elemen-

te proiectează individualitatea creatoare a jurnalistului. În acest sens, cercetătorul B. Олешков vorbește despre câteva semne ce determină specificul stilului individual în jurnalismul de opinie și anume: subiectivitatea, evaluarea, reflecția, diversitatea și oralitatea [4, p. 81]. Dintre acestea, reflecția este o trăsătură definitorie. Problema dezvoltării gândirii se concretizează în problema formării competențelor de a pune întrebări și a răspunde la ele. În literatura de specialitate se subliniază că gândirea, conținutul căreia constituie căutarea de răspunsuri la multiple întrebări, se realizează prin intermediul dialogului mental. Stilul creativ al activității este de neconceput în afara unui sistem de reflecție. Astfel, reflecția constituie temelia pe care se vor dezvolta competențele profesionale speciale, ca o componentă de bază a stilului creativ individual al jurnalistului. Totodată, caracteristicile jurnalismului de opinie sunt determinate de nevoia fundamentală de a se face înțeles și a persuadea, fapt ce justifică apropierea de registrul colocvial, or jurnalismul de opinie se fundamentează pe o permisivitate maximă față de împrumutul elementelor din oralitate în organizarea textuală. Simplitatea, degajarea și naturalitatea coagulează imaginea textului, care întotdeauna poartă în sine trăsăturile individualității aceluia care l-a scris. Iată de ce, jurnaliștii de opinie uzează de potențialul afectiv al stilului colocvial, ce permite utilizarea spontană a limbii, încălcarea regulilor gramaticale, folosirea elementelor de jargon sau argou, folosirea diminutivelor, augmentativelor, substantivelor în vocativ sau verbelor la imperativ, precum și utilizarea zicalilor, proverbelor și a expresiilor frazeologice.

O problemă în definirea stilului individual ține de înțelegerea acestuia ca ”fapt global”, relevarea individualității stilistice a autorului și evaluarea mărcilor stilistice ale identității auctoriale în opoziție cu ale altor autori. Însă particularitățile stilistice sunt determinate de caracteristicile psihoindividuale ale jurnalistului (percepția, intuiția, sensibilitatea estetică, afectivitatea, imaginația etc.). În acest demers ne vom limita la analiza stilului doar la nivel lexico-semantic, prin identificarea faptelor particulare de stil ce înregistrează o anumită frecvență și care presupun o anumită unitate. Limbajul utilizat în textele publicistice, la care facem referință, constituie o conjugare reușită a tuturor nivelurilor limbii – lexical, gramatical și stilistic, prin intermediul căruia autorii își exprimă variate stări emoționale, atitudini personale, impresii, opinii, convingeri și poziții.

Simplitatea expunerii, care induce, totuși, o complexitate metaforică uluitoare, reprezintă amprenta stilului individual al cunoscătorilor editorialiști contemporani Constantin Tănase și Viorel Mihail. În materialele semnate, ambii manifestă o etalare tranșantă a propriilor poziții în raport cu situația social-politică din societate. Prin intermediul textelor semnate, ambii autori își proiectează fără convenționalisme atitudinea personală, or, după cum afirma și cercetătorul Victor Moraru, "reacție, atitudine, angajare și participare directă sunt, de fapt, noțiunile-cheie care exprimă esența actului publicistic" [5, p.5]. Valorile esențiale ce i-au preocupat în activitatea publicistică (integritatea teritorială, istoria, limba, viitorul țării), adevărate provocări ale timpului și au conjugat atitudini categorice, tranșante, univoce și irevocabile în subiectele pe care le-au abordat. Restrânsă ca tematică, dar autentică și profundă ca viziune, creația lui Constantin Tănase pare să se desprindă dintr-o concepție autentică despre grija față de aproape, o grijă substanțială, sacrificatoare, în care a crezut și pentru care s-a simțit responsabil. În toate textele sale a abordat actualitatea (primordial din domeniul politic și social) și problemele cu care se confruntă societatea de-alungul anilor. A optat pentru un limbaj accesibil, ancorat într-o gamă largă și diversificată de figuri de stil, o argumentație simplist de debordantă și împrumuturi din oralitate, care au condus la o percepție mai facilă a materialelor jurnalistice. Stilul lui Constantin Tănase se propune ca unul ce întrunește anumite calități: claritate, datorită exprimării clare a gândurilor și a sentimentelor; corectitudine, datorită respectării normelor limbii în organizarea comunicării; precizie, datorită utilizării riguroase a termenilor în organizare" [6]. Aderența și chiar recurența pentru expresiile frazeologice (de exemplu: "a băga la răcoare", "l-am apucat pe dracul de coadă", "ar pune mâna pe carte", "cascam gura", "chișă ochii", etc.) proiectează viziunea, starea de spirit și trăirile interioare ale autorului, materializate în exprimări ferme și explozive pe alocuri: "Astăzi, moldovenii nu-și mai leagă idealul de fericire de țara care i-a născut. Obsesia plecării din această țară a atins cotele unei nebunii colective. Toți vor să plece. Oriunde ar fi – în Rusia, Italia, Spania, Grecia, Irlanda – nu contează. Fug legal și ilegal. Cu avioanele, cu trenurile, pe jos, prin păduri, pe aripi de zmei, pe covoare fermecate și, mai nou, în sicrie" [7].

Autorul a explorat din plin variațiile stilului colocvial, de altfel, această tehnică îi și creionează individualitatea și originalitatea scrisului. Libertatea în raport cu normele limbii literare, bogăția lexicală, individualitatea stilului, prezent prin unicitatea expresiei, toate reliefează că textele semnate de acest autor sunt bogate în expresii frazeologice, expresii populare, figuri de stil, regionalisme, arhaisme, elemente argotice sau familiare, etc. Bunăoară, în editorialul intitulat "Oi, reabina kudreavaia" sunt utilizate un șir de rusisme, regionalisme și arhaisme ("hurtă", "oblojea", "hudiță", "pojar", "hrentuită", "gheaghea", "kiokea", patefon ș.a.), ce au rolul de a reda spiritul trecutului, secvențe din copilăria editorialistului, cu scopul de a fi cât mai aproape de publicul său, pentru a fi înțeles. Alteori, identificăm și accentele practice neobservate, pe care le fixează autorul, percepute prin intermediul unei plasticități surprinzătoare a limbajului, prin apelul la substratul beletristic, o strategie discursivă perpetuă de altfel: "vocea ei moale ca o aromă de gutuie", "vocea ei tulburătoare ca pânzele unei corăbii", "vocea ei aprinsă ca o pădure cuprinsă de pojarul toamnei", "vocea ei ca o tăcere cu țurțuri de aur pe la margini" [8]. În toate contactele sale epistolare cu cititorii, autorul își păstrează un aer familiar, or, scopul fiecărui editorial este de a propaga idei, concepții și atitudini. Toate au un rol de mobilizare, de explicare cu răbdare, de convingere a cititorului, exercițiu euristic atestat și în unele constatări îngrijorătoare: "Bădla moldovenească e și ea foarte pestriță, bogată în culori și nuanțe – aceasta e masa de moldoveni manipulați, care, la auzul cuvântului "Uniunea Sovietică" salivează ca și câinii lui Pavlov. Există BĂDLĂ săracă și BĂDLĂ glamuroasă, BĂDLĂ cu carte și BĂDLĂ analfabetă, BĂDLĂ religioasă și BĂDLĂ atee" [9].

De altfel, o scuză pentru exprimările "efervescente", deseori caustice chiar, o prezintă chiar autorul în unul din editorialele sale: "Uneori, din exces de zel profesionist, noi, ziariștii, mai sărim peste cal. Până la un punct, acest exces de zel – mă refer la "spiritul nostru critic" – este motivant și explicabil: nu dorim să ne identificăm cu Puterea și să lăudăm succesele imagine ale guvernării. Zic, "până la un punct", fiindcă dincolo de acest punct, riscăm să aruncăm din albie, odată cu apa, și pruncul" [10]. Modul de abordare a subiectelor este pe alocuri umoristic, ironic și chiar sarcastic. Strategiile persuasive utilizate țintesc atât în rațiune, cât și în afectivitate: "Când apar probleme cu acceptarea

răului, moldovenii fac o șmecherie – împart Răul în Răul cel mare și Răul cel mic. Ei înțeleg că, odată acceptat, Răul cel mic crește mare și-și face malefica lucrare, dar îl acceptă având și fundament teoretic pentru aceasta: până treci puntea fă-te frate și cu dracul” [11].

Spontaneitatea discursivă oferă stilului lui Constantin Tănase naturalețe în comunicare și o puternică încărcătura afectivă, odată ce Eu-ul creator s-a manifestat în editorialele sale ca într-o discuție de duminică între vecini.

Stilul individual de scriere al editorialistului Viorel Mihail se proiectează în rezultatul intenției de a spune adevăruri tranșante și de a apăra culoarea locală basarabeană. Iată ce afirmă însuși autorul în unul din materialele sale: ”Lucrez la o gazetă din Chișinău, care promovează ideea suveranității și independenței țării în care locuiesc. Din care motive, nu sunt prea agreat de cercurile patriotarde și unioniste de pe ambele maluri de Prut” [12]. Patriot al țării sale, Viorel Mihail se afirmă ca un luptător vehement și apărător al adevărilor în care crede și pe care le promovează. Publicistica autorului este trasată de o luptă sacrificatoare, ancorată într-o înțelepciune originală, populară, pe care o descoperim și în scrierile druțiene, or, succesul unei scrieri este de a vorbi simplu despre lucrurile complicate. Viorel Mihail manevrează cu abilitate mijloacele lingvistice, uzual adoptă un stil zeflemitor și expresii usturătoare. Își colorează discursul cu o mulțime de rusisme, arhaisme și cuvinte populare, un amalgam de interferențe lingvistice ce demonstrează deschiderea și vivacitatea limbajului: ”leoarcă”, ”hăbăuc”, ”fudui”, ”niznai”, ”găbăjuit”, ”opintește”, ”șterpelit”, ”huzurit”, ”dădăori”, ”cotrobăiește”, ”prăduiește”, ”igzact”, ”s-au înțolit”, etc. La fel, am putut constata și aderența pentru expresii frazeologice, ca de exemplu: ”zudum de bani”, ”scoate dracul din tabachercă”, ”cată nod în papură”, ”să sufle în chefir”, ”s-a dat în petic”, ”se așterne preș”, ”se ascundeau prin buruiene”, dar și vorbe de duh: ”o țară mică- mică, dar cu politicieni *do-hrena*”.

De altfel, relatarea afectivă, virulentă reprezintă însemnul întregii sale creații publicistice. Lupta pentru ceea în ce crede reprezintă o expresie a rezistenței morale în fața a tot ce subminează naționalul.

Nu este un adept al subtilităților atunci când se proiectează necesitatea să sublinieze niște momente ce ar putea constitui obiect de confruntare. Potențialul persuasiv pregnant, conjugat din procedeele

și mijloacele expresive utilizate, conduc spre etalarea unor constatări nuanțate și reflecții filozofice generalizatoare. Iată un exemplu: ”Șaika venită la putere își satisface toate poftele – bani, muzică, femei, slavă, lapte de pasăre, lapte de iapă, lapte de buhai și alte varietăți de frișcă. Șaika rămasă în opoziție n-o duce mai rău decât banda de la putere. Ea trăiește din rezervele făcute în timpul cât s-a aflat la putere. Hibernează...sugându-și laba” [13], un sens sugerativ de altfel, or, toți cunoaștem sensul zicalei ”a-și suge laba”.

Urmărim în editorialele semnate de acest autor stări sufletești intense redate cu multă emotivitate, care, respectiv, nuanțează și expresivitatea relatării. Alteori, constatăm o neacceptare care alunecă spre verdicte categorice cu utilizarea cuvintelor licențioase, care nu este întotdeauna justificată de sporirea expresivității textului sau de interesul pentru autenticitate. În cazuri particulare autorul utilizează expresii sau aluzii la situații indecente, care pot jigni, de exemplu: „le-ai suflat într-un loc rușilor”, sau: ”Dacă însă le-ași explica de ce limba ar trebui să se numească română – și în asta nu există nici un pericol de unire – cred ca ei m-ar susține. Căci lumea n-o acceptă să fie română doar din cauza profitorilor Unionismului – a celor săriți de pe fix și căzuți în cap” [14].

O strategie discursivă valorificată mai extins decât în textele lui Constantin Tănase se bazează pe valorificarea surselor de umor. Prezența elementelor de umor în materialele de opinie are un șir de influențe pozitive, printre care: atrage atenția, ajută la memorare, contribuie la motivare, la înțelegerea mai facilă a mesajului și la dezvoltarea unui sentiment afectiv, ajută la generarea solidarității și îmbunătățește morală. Umorul la care apelează autorul este un umor subtil, prelucrat, cu stăpânirea tehnicilor împrumutate din literatura de gen, dar fără să cadă în beletrism și să deformeze realitatea. Iată un exemplu concludent (despre un politician): ”Și tocmai această funcție îl face deseori să se simtă (în intimitatea sa, desigur,) ca un negru din Gabon pus să facă colțunași cu vișine”[15]. Și dacă moravurile se îndreaptă prin umor, autorul accede la el pentru a scoate în prim-plan absurditatea anumitor situații: ”Observăm, sîntem bravo: păstrăm cu sfințenie obiceiurile strămoșești: arestează boieri mășcăței și miniștri, oameni de la care ai ce lua. Aceste razii au loc cam o dată la doi ani. De aceea, cred că în Moldova există un grup special de socotitori, care

urmăresc procesul de acumulare a banilor furați. Și când stabilesc că furturile depășesc suma de 100.000 de dolari la mai mulți hoți odată, ei anunță instanța superioară” [16].

Alteori, substratul paratextual ne permite să identificăm și elemente de ironie, o exprimare sugerativă, asociații exacte, chiar neașteptate: ”Acum vedeți cu ce exemplare simpatice convețuim? Intelectuali, ce mai! Toleranță?! Da de unde?! Și aceste două țoape mai au nasul să susțină că sînt consumatoare de valori europene! Pentru asemenea declarații în civilizata Europă ele demult ar fi fost supuse oprobriului public și declarate *нерукопожатные*” [17].

Totodată, indiferent de subiectele abordate, editorialistul evită să abordeze un ton de judecător absolut, textele fiind scrise astfel, încât să permită publicului să-și formuleze propria opinie. Mai pregnant, sentimentele de blamare ale autorului se profilează în constatări îngrijorătoare de genul: ”Nu mi-am pierdut însă curajul și am expediat textul la Ambasada României de la Chișinău. Tăcere. Am încercat să-i contactez pe lucrătorii Ambasadei. Mi s-a răspuns cu gura mortului, adică, lasă-mă să te las. S-o fi crezând în exil, pierduți într-o provincie pustie... Gura le tot tace, locul nu le place? Mda... Dar cultura, oh, cultura și literatura română pătinesc din cauza lor și a celor care nu vor să înceapă a trudi cu sârg la împlinirea Lucrului bine făcut” [18]. Iată încă un exemplu: ”Să existe oare un sindicat al rușilor în Moldova care își promovează consăngenii mai proști la locuri călduțe de muncă în locul moldovenilor deștepți? – Nu cred. Prin urmare, e vorba de un fel de selecție intelectuală, noi rămânând cei care am fost: înaintați la învățătură până la genunchiul broaștei [19].

Alteori, în remarcarea realității, elementele publicistice creează o simbioză cu elemente de beletristică, iar detaliile cotidiene, conturate în crîmpeie de peisaj, au o putere catalizatoare revigorantă în stimularea gândirii cititorului și constituie pretexte pertinente pentru reflecție. Iată un exemplu: „E patru dimineață, întuneric. Femeia acoperă cotilețul cu un ștergar curat. Așază gainile pe el. Scoate câte un ou din faină, îl suflă și-l pune alături de cele două gaini. Bagă mîna în buzunarul de la pastelcă. Dibue în buzunărelul din buzunar. Sînt. Sînt cei zece lei pe care trebuie să-i deie polițiștilor. Găinile-s de anul ista, niște puigani încă... de le-ar da macar cu 80” [20]. Finalmente, publicistica lui Viorel Mihail este parte a procesului de revendicare a moralității politice



și sociale, pătrunsă de sentimentul ingenuu al responsabilității pentru concetățeni și pentru destinul țării.

Pentru a concluziona, specificăm faptul că jurnalismul de opinie contemporan autohton alunecă pe filiera unor exerciții publicistice militante, cu utilizarea modalităților individuale de a reliefa dezacordul personal vizavi de anumite chestiuni. Autorii adoptă un stil familiar de expunere, acced masiv la substratul beletristic și la elementele de oralitate, fapt ce profilează spontaneitatea discursivă și coagulează o încărcătură afectivă puternică a textului. Din intenția (argumentată) de a mobiliza și a convinge, în varii cazuri opiniile nu succed unei baze factologice concludente, ci, mai degrabă, răbufnesc dintr-un model perceptiv personalizat, din frustrări și experiențe negative, soldate cu generalizări și exerciții de ofensivă și mai puțin substrat comentativ, analize aprofundate asupra fenomenelor puse în discuție și în lipsa sacrului pentru jurnalismul de opinie contrapunct.

### ***Referințe bibliografice:***

1. Старуш, М. Авторское «Я» в публицистическом произведении. Disponibil: <http://cheloveknauka.com/avtorskoe-ya-v-publitsisticheskom-proizvedenii> (vizitat: 06.01.2019).
2. Citat. Disponibil: <http://www.citatepedia.ro/comentarii.php?id=156708>(vizitat 06.01.2019).
3. Лазутина, Г. Основы творческой деятельности журналиста. Москва: Аспект Пресс, 2001, 185 с.
4. Олешко В. Ф. Психология журналистики. Учебное пособие. --СПб.: Изд-во Михайлова В. А., 2006. - 240 с.
5. Moraru V. Reperele măiestriei. Experiența publicistică a lui Ion Druță. // Creativitatea în jurnalism: Conferința științifică națională, 23 februarie 2018, Chișinău: CEP USM, 2018, pp. 5-26.
6. Ghiciudean, Gabriela. Literatura – reprezentare tipică avieții. Disponibil [https://prezi.com/ljooqlddx\\_xl/ii2-trasaturi-specifice-ale-literaturii/](https://prezi.com/ljooqlddx_xl/ii2-trasaturi-specifice-ale-literaturii/) (accesat 17.01.2019).
7. Tănase C. Republica Moldova, țara metaforelor moarte. Disponibil: <https://www.timpul.md/articol/republica-moldova-arametaforelor-moarte--90573.html> (accesat 10.12.2018).

8. Oi, reabina kudreavaia... Disponibil: <https://www.timpul.md/articol/oi-reabina-kudreavaia--83577.html> (accesat 03.02.2019).
9. BÂDLA are cuvântul. Disponibil: <https://www.timpul.md/articol/badla-are-cuvantul-58856.html> (accesat 03.02.2019).
10. O întrebare pentru tineri: vă place țara pe care v-o lăsăm noi? // Timpul, 30 mai, 2014
11. La Chișinău se dovedește a multa oară că zicala ”te faci frate cu dracul ca să treci puntea” este falsă //Timpul, 26 septembrie, 2014
12. Ce mai faceți, domnilor țărani? // În: Săptămâna, 15 octombrie, 2018
13. Ce mai faceți, domnilor țărani? // În: Săptămâna, 10 martie, 2017
14. Ce mai faceți, domnilor țărani? // În: Săptămâna, 3 februarie, 2017
15. Ce mai faceți, domnilor țărani? // În: Săptămâna, 29 septembrie 2017
16. Hoții și partidul. Disponibil: <http://oficial.md/politica/hotii-si-partidul-ce-mai-faceti-domnilor-tarani> (accesat 18.03.2019).
17. Ce mai faceți, domnilor țărani? // În : Săptămâna, 14 iulie, 2017
18. Ce mai faceți, domnilor țărani? // În: Săptămâna, 15 octombrie, 2018
19. Ani de școlarizare a Moldovei. Disponibil: <http://curentul.md/stiri/ani-de-descolarizare-a-moldovei-ce-mai-faceti-domnilor-tarani.html> (accesat 07.01.2019).
20. Ce mai faceți, domnilor țărani? // În: Săptămâna, 21 iulie 2017