
THE EDITORIAL AND THE CONTEMPORARY PRESS**Dragoș Zoltan Bako, PhD Student, "Lucian Blaga" University of Sibiu**

Abstract: Stopping us on the idea of John Hulteng, that the column is the newspaper's consciousness, even of the community, we observe a few rules for identifying this kind of writing. Given that we are dealing with a "locomotive" article we must identify the text of impact, from whose position we find out about the position of the newspaper and also of the public. If we are talking about "directive assigned" through this main article, in socialism, today things are somewhat similar, although, of course, a subtle manner, packaged, to make democratic ideas. Unfortunately, contrary to the freedom of expression of often invoked political partisanship of the media, is in our times, a reality. It cannot be compared to the obvious methods with direct and brutal transmission, from the Socialist period, but bear in mind that humanity has evolved, and the manipulating tools are sophisticated.

Keywords: *editorial, press, freedom, politics, society*

Oprindu-ne asupra ideii lui John Hulteng, aceea că editorialul este conștiința ziarului, ba chiar a comunității, observăm câteva modalități de identificare a acestui fel de scriitură. Dat fiind că avem de-a face cu un „articol locomotivă” trebuie să identificăm textul de impact, din rândurile cărui răzbate poziția publicației și implicit a publicului acesteia. Dacă în perioada socialistă vorbim despre „directive trasate” prin articolul de fond, așa cum mai este numit editorialul, azi lucrurile se prezintă oarecum asemănător, existând, firește, o manieră subtilă, ambalată democratic, de trasare a unor idei. Din păcate, contrar unei libertăți de exprimare adeseori invocată, partizanatul politic al presei este, și în vremurile noastre, o realitate. El nu poate fi comparat cu metodele vădite, cu transmiterea directă, brutală a directivelor din perioada socialistă, însă trebuie avut în vedere că umanitatea a evoluat, iar instrumentele de manipulare sunt, și ele, sofisticate.

Un alt teoretician, Fairclough analizează diferitele circumstanțe ale unui gen publicistic, accentul punându-se pe « the use of language associated with a particular social activity» (1995, p. 135). Este vorba despre reafirmarea rolului covârșitor pe care îl au datele sociale și politice în scrierea textelor. Aparținând tendițelor apărute în anii 90 – analiza critică a discursului – propune o viziune asupra discursului de presă prin relația acestuia cu puterea și imaginarul social și politic. Se observă și o anume istorie a textelor de presă pentru că acestea dispun de o referință implicită la cele anterioare. Introducând conceptul de *intertextual chain* (lanț intertextual) Fairclough analizează modul în care jurnalistul introduce în propriul text alte texte, într-o manieră evidentă sau subtilă. Stabilitate și instabilitate, schimbare și continuitate devin forme ale aceleași forme de discurs journalistic. În viziunea lui : „Subjects are ideologically positioned, but they are also capable of acting creatively to make their own connections between the diverse practices and ideologies to which they are exposed, and to restructure positioning practices and structures” (Fairclough, 1992b:91) Societatea este caracterizată deci de o polifonie a viziunilor, ideologiilor de diverse feluri care determină o multiplicitate a textelor.

Nu putem radiografia presa contemporană, fără a face o succintă prezentare a transformărilor post – decembriste pe care le-a suferit gazetăria românească. Pornind de la primele publicații apărute în decembrie 1989, continuând cu ziarele mari, consacrate în

perioada 1996 – 2004 și terminând cu edițiile tipărite care se zbat azi între continuitate și faliment, putem vorbi despre o istorie zbuciumată a presei românești de după 1989. Sau, exprimându-ne plastic, putem vorbi despre o istorie pestriță a unei presei care a gravitat în jurul binomului politică – economie. Socialul, o componentă care, teoretic, ar fi trebuit să influențeze în mod decisiv politica unui ziar, rămâne doar un motiv invocat în discuțiile purtate în afara practicii. De la puzdera de publicații care invadau tarabele în 1990, când se citea orice pagină de gazetă din scoarță în scoarță, până la puiul cu trei picioare, care introduce în scenă practica unei tabloidizări reinterpretate, n-a mai fost decât un pas. După patru decenii de lectură atent orientată, cu directive trasate în limba de lemn, publicul era dispus să citească - și să creadă – orice, inclusiv povestea găinii cu trei picioare. Au existat momente în care presa a reprezentat o mare putere în România, realitate neacceptată de factorii decidenți. Puterea presei consta în forța persuasivă exercitată asupra cititorilor. Oamenii de la vârf din acele momente, chiar dacă nu acceptă presa, în mod oficial, drept o mare putere, îi conștientizează imensa capacitate de manipulare. Astfel, odată cu această conștientizare, presa devine o afacere pentru potențaii vremurilor, e drept, de cele mai multe ori prin interpuși, chipurile investitori neînregimentați politic. Publicațiile apar, servesc interese, apoi dispar. Alte publicații, născute strict din dorința unor gazetari de a-și face meseria, dispar, la rândul lor, odată cu scăderea apetitului publicului pentru informația tipărită. Un alt moment seismic pentru presa scrisă este apariția televiziunilor private, care oferă informație în timp real și divertisment grotesc cu accesibilitate crescută. După mijlocul anilor nouăzeci, audio-vizualul trece prin ceea ce a trecut presa scrisă în 1990. Telespectatorul se pomenește cu o telecomandă funcțională, cu ajutorul căreia are acces la din ce în ce mai multe canale. Anul 2000 este unul ce se remarcă printr-o efervescentă a instituțiilor media. Până în 2007, 2008, vorbim despre o perioadă de înflorire a presei, interval în care mai multe publicații centrale stabilesc recoduri în privința tirajelor. Presa se împarte, partizanatele devin fățișe, putem spune că asistăm la industrializarea fenomenului media. Anul 2008 constituie zorii crizei economice care avea să își facă simțită prezența și în redacțiile ziarelor. Crivățul economic distruge publicații consacrate și le mătură de pe piață. Salvarea pare să fie mutarea în mediul on line, o platformă mult mai ieftină, cu accesibilitate din ce în ce mai mare, proporțională cu încetățenirea Internetului. Dezvoltarea mediului on line este o a doua lovitură pe care o primește presa scrisă în decursul unui sfert de veac. După dușul rece declanșat de apariția televiziunilor și posturilor de radio, acum, Internetul mai retează câteva capete ce scăpaseră la precedentă decimare. De ce pierde presa scrisă în fața televiziunilor, radioului și site-urilor? Dintr-un motiv simplu, ce ține de comoditatea omului modern, sclavagizat de tehnologie: e mai simplu să asculți o știre difuzată la televizor și să privești concomitent imagini, e mai ușor să asculți principalele știri în mașină, la radio, în drum spre serviciu, cât despre conectivitatea la rețelele de Internet e în zadar să vorbim, incursiunile în lumea virtuală cu ajutorul tabletei sau smartphone-ului devenind obișnuință pentru mare parte dintre români. În aceste condiții, supraviețuirea ziarelor tipărite depinde, fie de conservatorismul publicului, fie de tendințele schimbătoare.

Dacă la nivel european putem vorbi despre modele clasice de presă (englez, francez, germano ri italian), presa românească e o combinație haotică, publicațiile trecând, la distanță de două, trei pagini, de la stilul sobru, la specia ”tabloid mioritic”. Cu toate că în România există o tradiție a presei, nu putem vorbi despre un model distinct, cristalizat, trecerea de la decență la vulgaritate făcându-se abrupt, în virtutea unei false alinieri la cerințele publicului. Într-o mare (și autodistructivă) măsură, presa românească a renunțat la una dintre funcțiile vitale, aceea de educare. Cealaltă funcție, de informare, este supradimensionată, realitatea fiind victima unor mutații genetice săvârșite în numele audienței, barometru legat ombilical de bilanțurile economice în măsură să stabilească cine dispare și cine își continuă drumul prin lăstărișul media. Nu putem vorbi în presa românească despre o abordare generală, capabilă să confere o identitate. Există publicații care, în decursul anilor, au abdicat de la stilul echilibrat, migrând în ”oborul” tabloidelor. Cel mai lesne de observat aceste transformări este să citești titlurile, care au trecut de la enunțuri care transmiteau un mesaj ferm, la adevărate capcane de genul : ”Citește aici unde va dormi la noapte x politician”. În realitate, este vorba despre un politician plasat în arest preventiv, situație ce putea fi anunțată printr-un titlu simplu, clar : ”X a fost arestat pentru 30 de zile”. A existat, la un moment dat, un declis al tabloidizării, un țipăt care a pornit avalanșa senzaționalului. Cei care au declanșat această nebunie a redesenării banalității, a plasării lui în ”arestul” faptului divers invocă acum neputința de a opri avalanșa. Considerăm că e un argument ce trădează o comoditate, o suficiență, cu efecte devastatoare pe termen mediu și lung.

Cum se simte presa azi

Am stabilit, fără a abuza de date, cifre sau exemple, parcursul presei românești în ultimii 25 de ani. Nu am intenționat să pătrundem în cotloanele peisajului media post-decembrist, motiv pentru care ne-am limitat la tendințele generale și la cele două momente de restriște pentru presa scrisă : apariția posturilor private de televiziune și pătrunderea în obișnuința publicului a conectării la ceea ce se întâmplă în proximitatea spațio temporală, prin intermediul site/urilor accesate cu un simplu ”click”.

Se spune despre presa de azi că ar fi un instrument redutabil de informare și formare, tocmai datorită multitudinii de canale prin care mesajul emițătorului ajunge la receptor. Din nefericire, cantitatea dictează. Dacă în anul 2000 existau câteva publicații mari, cu o direcție asumată, cu voci puternice, cu mare greutate în peisajul gazetăriei, simplificarea comunicării prin dezvoltarea strict tehnologică a presei a diluat serios mesajul și legitimitatea acestuia. Nume mari de editorialiști precum Mircea Dinescu, Ion Cristoiu, Cristian Tudor Popescu, Cornel Nistorescu, Sorin Roșca Stănescu și alții se pierd într-o mulțime pestriță de făuritori de opinii. Apariția unor nume noi e un proces natural firesc, însă observăm că s-a pierdut acea autoritate pe care o dădea, în urmă cu mulți ani, un editorialist de talie mare. Pe fondul migrației (migrație pe care am putea-o numi, plastic, bejenie) presei scrise către tărâmurile electronice dispare lectura urmată de reflecție. Cititul unui articol de opinie pe format tipărit e urmat, de multe ori, de o meditație de câteva minute, aseasonată cu gestul împăturirii ziarului. Cum (cel puțin deocamdată) laptop-ul, tableta ori smartphone-ul nu pot fi împăturate, locul reflecției a fost luat de navigare, de explorarea spațiului virtual. Trecerea bruscă de la editorialul lui Cristian Tudor Popescu publicat pe www.gandulinfo.ro la articolul de fond semnat de Dan Tapalagă pe www.hotnews.ro elimină posibilitatea reflecției la fondul și forma

textului semnat de CTP. Prin această scurtă exemplificare am dorit să demonstrăm o oarecare vlăguire a editorialelor, odată confundabile cu adevărate tunete.

Firește, nu putem vorbi despre o moarte clinică a editorialului în presa contemporană, fie ea răsfoită sau accesată tactil, dar observăm acea diluare, acea deshidratare a forței pe care o inducea un articol de fond. Revenind la semnatarii celebri și mai puțin celebri ai editorialelor de azi, nu putem să ignorăm lipsa autorității, în multe dintre situații. În contextual simplificării accesului la așa-zisul statut de lider de opinie, oricine poate fi azi gazetar, editorialist, din fața unui calculator conectat la prize din bucătărie. Editorialul nu mai este așteptat cu acea emoție injectată cu o curiozitate și nervozitate ce țineau trează starea cititorului. Nu se mai parcurge, dimineată, drumul până la chioșcul de ziare, purtat de întrebarea ”Oare ce părere are cutare despre întâmplarea de ieri?”, ci de dă un ”click” sec. !Cutare!, editorialist, comentator consacrat își exprimă punctul de vedere concomitent cu producerea evenimentului pe care îl analizează. E o regulă nouă, impusă de ritmul în care se desfășoară însăși existența noastră. Textului postat de autoritatea ale cărei păreri le-am citit ”la cald”, pe nerăsuflăte i se alătură, i se opun, nenumărate opinii, disecții, din bucătăriile despre care vorbeam. Unele sunt scrise cu talent, alte fără, unele corect, altele cu greșeli flagrante de ortografie, unele perinente, altele atât de impertinente, încât deranjează logica elementară și bubul simț comun. Desigur, receptorul face o selecție a autorilor, textelor, însă cititorul novice, nefamiliarizat cu nume, abordări echidistante, principii gazetărești, poate fi victima aceste inflații de opinii. Termenul și ideea de editorial, de articol de fond au cunoscut o degradare care le plasează în rândul produselor media cu care cochetează orice absolvent de liceu, facultate sau – de ce nu? – școală profesională. Dacă știrea poate fi redactată răspunzând întrebărilor clasice (cine, când, cum, cu ce scop?), scrierea unui editorial presupune o cunoaștere a realităților sociale, politice, economice și culturale, puterea de a stabili ce ține de interesul general, puterea de a convinge prin argument și stil, cultură generală și, nu în ultimul rând, talent. În trecut, când presa scrisă însemna doar text tipărit (care nu putea fi șters cu simpla comandă ”delete”), editorialistul era un personaj respectat, cu un statut aparte în orice redacție. Azi, odată cu posibilitatea nemărginită de a scrie și a posta scrierea în spațiul public, asistăm la o devalorizare a statutului editorialistului. Dacă în trecut acest statut se câștiga (de cele mai multe ori) pe fondul unei aprecieri și era caucionat de pricepere, în prezent oricine se poate autointitula editorialist, formator de opinie șamd.

Un nou spațiu de dezbatere, cu tendințe expansioniste în obișnuit, este forumul. Denumit de Andrei Pleșu ”un soi de Cântarea României”, forumul se transformă, de multe ori, într-un depozit în care sunt basculate insulte, calomniile, scrise la adăpostul anonimatului. Ei bine, tocmai din cauza acestui anonimat, discuțiile cu pretenții de dezbatere pertinentă suferă de lipsă de autoritate și legitimitate. Spre deosebire de opinia sumată, publicată sau postată sub nume și prenume, emițătorul care se exprimă pe forum întreține un dialog surd, adeseori contondent, care, în realitate, nu are nimic în comun cu presa, dar, tacit, e asimilat acesteia. Vom spune, cu riscul producerii unei senzații de radicalitate, că blogul, forumul și, în multe cazuri site-ul, nu ar trebui incluse în rândul produselor media clasice. Da, ele reprezintă o formă de comunicare, însă nu putem accepta ideea că toți cei care tastează sunt jurnaliști sau analiști. Nu există instrumente pentru a realiza o delimitare clară, pentru a plasa un produs în rândul producțiilor media, iar pe altul în mormanul pseudo / media, alegerea rămânând în sarcina fiecărui consumator de texte cu pretenții jurnalistice. Așadar, avem de-a face cu o

coincidențe, am putea crede că punerea condeielor cu greutate de plumb în influențarea opiniei publice în slujba unor grupuri situate în barca odinioară criticată, conține, dincolo de o reevaluare ideologică, un calcul pragmatic. Nu e un secret că presa este o afacere, că viața unei instituții media depinde exclusiv de publicitate. Iar contractele de publicitate se acordă, nu doar în virtutea nevoii de promovare a unor produse și servicii la vedere. Iată cum un condei de temut, cu notorietate clădită pe situații oneste, poate fi înmuiat, pus să scrie după o dictare la umbra căreia stau interese materiale paralele cu funcțiile presei, aceea de informare și de educare.

Alte două exemple de editorialiști cu potențial care și-au văzut scrierile influențate de anumite conjuncturi politice sunt Cornel Nistorescu și Sorin Roșca Stănescu. De altfel, cei doi au trecut de la statutul de gazetar preocupat exclusiv de exercitarea profesiei, la cel de parlamentar (în cazul lui SRS) și de conducător de ziar, într-o oarecare măsură, de om de afaceri. Andrei Pleșu, e drept, neînregimentat în familia gazetarilor de profesie, reprezintă editorialistul boem, care își permite luxul consecvenței. Textele sale sunt mai puțin aplecate asupra evenimentului bine conturat, situându-l în afara arenei în care editorialiștii care, cu capa roșie a priceperii înfurie, încearcă, zi de zi, să-i înfurie pe taurii politici. Am stabilit – deci – că inconsecvența unora dintre formatorii de opinie de la noi se datorează, pe de o parte, unei abordări firești a vieții politice, economice și sociale dominată de fluctuații surprinzătoare, iar pe de altă parte, de neoficiale înțelegeri ce își trag seva din interese economice. Această din urmă situație evidențiază utilitatea talentului în afara clasicei accepțiuni prin care această virtute servește drept încântare semenilor. Talentul, notorietatea, capacitatea de analiză profundă sunt instrumente ce pot fi contractate, fie și temporar, pentru uzul unor grupuri pentru care esența jurnalismului e nesemnificativă. În condițiile în care un gen publicistic pretențios, delicat, devine o armă, un instrument persuasiv, putem accepta că presa, în ansamblu, poate căpăta întrebunțări paralele cu cele pentru care a fost inventată. Dincolo de reportajul publicitar, de interviul publicitar (articole obișnuite, marcate cu P, contractate transparent de firme sau persoane fizice), putem consemna și ”editorialul publicitar”, nemarcat distinct, aruncat în luptă pe post de suliță necruțătoare, dar dirijat precum o rachetă antiaeriană. Existența acestui produs pe piața media nu înseamnă compromiterea totală a ideii de articol de opinie scris cu onestitate, ci doar un motiv de îngrijorare și sporire a atenției.

RO

Cercetare finanțată prin FONDUL SOCIAL EUROPEAN, Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 – 2013, Axa prioritară nr. 1 „Educația și formarea profesională în sprijinul creșterii economice și dezvoltării societății bazate pe cunoaștere”, Domeniul major de intervenție 1.5 „Programe doctorale și post-doctorale în sprijinul cercetării”, Titlu: „MINERVA – Cooperare pentru cariera de elită în cercetarea doctorală și post-doctorală”, Contract: POSDRU 159/1.5/S/137832.

BIBLIOGRAFIE :

- Adam, Jean-Michel. 1992. Les textes : types et prototypes : récit, description, argumentation et dialogue. Paris : Nathan.
- Adam, Jean-Michel. 1997. « Unités rédactionnelles et genres discursifs : cadre général pour une approche de la presse écrite ». *Pratiques* 94. Paris : CRESEF. p. 3-18.
- Adam, Jean-Michel. 1999. Linguistique textuelle. Des genres de discours aux textes. Paris : Nathan.
- Adam, Jean-Michel. 2002. « Textualité et polyphonie. Analyse textuelle d'une préface de Perrault » in Olsen, M. (éd.). *Polyphonie littéraire et linguistique. Documents de travail*
- Agnès, Yves. 2002. Manuel de journalisme. Écrire pour le journal. Paris : La Découverte.
- Albert, Pierre. 1989. Lexique de la presse écrite. Paris : Dalloz.
- Albert, Pierre. 2004. La presse française. Paris : La documentation Française.
- Amossy, Ruth. 2000. Argumentation dans le discours. Discours politique, littérature d'idées, fiction. Comment peut-on agir sur un public en orientant ses façons de penser ? Paris : Nathan.
- Amossy, Ruth. 2002. « Introduction to the Study of Doxa ». *Poetics Today* 23/3. p. 369-394.
- Amossy, Ruth. 2005. « De l'apport d'une distinction : dialogisme vs polyphonie dans l'analyse argumentative » in Bres, J., Haillet, P. P., Mellet, S., Nølke, H. et Rosier, L. (éds.). *Dialogisme, polyphonie : approches linguistiques*. 13-56.
- Charaudeau, Patrick. 1992. Grammaire du sens et de l'expression. Paris : Hachette.
- Charaudeau, Patrick. 1997. Le discours d'information médiatique. Paris : Nathan.
- Charaudeau, Patrick. 2001. « Visées discursives, genres situationnels et construction textuelle » in *Analyse des discours. Textes, types et genres*.
- Charaudeau, Patrick. 2005. Le discours politique. Les masques du pouvoir. Paris : Vuibert.
- Charaudeau, Patrick et Maingueneau, Dominique. 2002. Dictionnaire d'analyse de discours. Paris : Seuil.
- Danon-Boileau, Laurent. 1987. Le sujet de l'énonciation. Psychanalyse et linguistique. Paris : Ophrys.
- P., Mellet, S., Nølke, H. et Rosier, L. (éds.). *Dialogisme, polyphonie : approches linguistiques*. Bruxelles : Duculot. p. 125-140.
- Derville, Grégory. 1999. « Le journaliste et ses contraintes ». *Les cahiers du journalisme* 6. p. 152-173.
- Dubied, Anne et Lits, Marc. 1997. « L'éditorial : genre journalistique ou position discursif ? ». *Pratiques* 94. p. 49-61.
- Ducrot, Oswald. 1973. La preuve et le dire. Tours : Mame.
- Ducrot, Oswald. 1980b. Les échelles argumentatives. Paris : Minuit.
- Fairclough, Norman. 1992. *Discourse and Social Change*. Cambridge : Polity Press.
- Fairclough, Norman. 1995. *Media Discourse*. London : Edward Arnold. 210
- Fairclough, Norman. 1998. « Political Discourse in the Media: An Analytical Framework » in Bell, A. et Garrett, P. (éds.). *Approaches to Media Discourse*. Oxford: Blackwell