UMORUL ŞI SATIRA ÎN CREAŢIILE JURNALISTICE MOLDOVENEŞTI

Victoria BULICANU,
doctor în științe politice,
conferențiar universitar

Speciile publicistice românești se includ în două mari categorii de genuri: cele informative și cele de opinie sau comentative. Până acum exista așa-zisa categorie specifică, genurile literar-artistice, care tocmai includeau acele sub-genuri ce cuprindeau în conținutul lor elemente de umor și satiră. În prezent acestea pot fi incluse în cadrul genurilor de opinie, datorită câtorva criterii ușor identificabile prin care se caracterizează speciile de opinie: modalitatea subiectivă de exprimare a gândurilor de către autori, inclusiv jurnaliști, vizavi de orice meteahnă, problemă sau moravuri existente în societatea noastră, accesul liber la multiplele platforme mediatice și a interesului pe care îl manifestă consumatorii de informații față de creațiile mai deosebite, uneori excentrice, dar cu respectarea necondiționată a deontologiei jurnalistice.

Printre cele mai des întâlnite specii publicistice umoristice din presa moldovenească se numără epigrama, caricatura, pamfletul, foiletonul, parodia, anecdota etc. Numărul materialelor ziaristice din aceste specii este net inferior celor care apar zilnic sub forma materialelor informative sau chiar alte materiale de opinie, precum comentariile, analizele etc. Acest fapt poate fi ușor explicat prin necesitatea rezervării unei perioade mai mari de timp pentru finalizarea unui material aflat la hotarul între publicistică și beletristică, dar și necesitatea posedării evidente a unui talent deosebit care să ofere posibilitate autorului să se exprime diferit de majoritatea jurnaliștilor. Cei din urmă se află astăzi într-o grabă continuă pentru prezentarea de materiale în *breaking news,* în bătălia neoficială pentru auditoriu, ceea ce înseamnă, într-un final, câștig de publicitate, bani și popularitate. Totuși, materialele de opinie care să conțină și elemente de satiră și umor trebuie considerate mai specifice de restul informației și datorită faptului că reprezintă un apogeu al creației jurnalistice prin faptul că uneori consecințele unui

astfel de material pentru personajele abordate ar putea fi chiar mai dureroase, mai sensibile și uneori scandaloase decât o simplă relatare a faptelor într-un material informativ. Probabil, vestita zicală "a face haz de necaz" vine să confirme încă o dată cele enunțate mai sus. Impactul unor astfel de materiale tinde să fie mai mare atunci când problemele care vizează membrii unei societăți, or din acestea în țara noastră pot fi identificate foarte multe: corupția, migrația, sărăcia, educația etc., încep să fie abordate, într-o manieră creativă, altfel decât ne-am obișnuit a le vedea descrise și altfel recepționate, ca și consecință. În același context, materialele cu elemente umoristice ar putea fi interpretate și drept un strigăt de disperare, atunci când știrile, relatările și reportajele continuă ani la rând să aducă în prim-plan informații ce vizează situația proastă a cetățenilor, dar unde lipsește totuși impactul așteptat. Astfel se perpetuă aceleași probleme și neajunsuri de către presă prin intermediul informațiilor difuzate sau scrise, fiind deja istovită și dezgustată, în cele mai dese cazuri, de lipsa de atitudine din partea autorităților, care nemijlocit ar trebui să se implice și să reacționeze la sugestia presei, însă acest lucru nu se întâmplă.

Filosoful antic Aristotel spunea despre ironie că aceasta înseamnă a spune un lucru pentru a menționa contrariul său, gânditorul observând utilitatea manifestărilor ironice prin obținerea unui rezultat favorabil, atunci când alte modalități de exprimare s-au consumat. Cât de straniu n-ar părea, dar la distanță de secole, în era tehnologiei și a vitezei, jurnaliștii încă mai apelează la forme de persiflare și zeflemisire a viciilor și moravurilor reprezentanților societății în speranța obținerii acelorași rezultate favorabile, mult-râvnite de către autori. De cele mai dese ori, rezultatele așteptate țin de luarea de atitudine, corectarea viciilor, sensibilizarea opiniei publice, demonstrare de exemple demne, înlăturarea persoanelor compromise și anihilarea tentativelor de repetare a acelorași greșeli de către alte personaje. Un alt aspect al speciilor publicistice umoristice reprezintă toleranța consumatorului de informații la manifestările ironice, aceasta constituind o valoare în societățile înalt dezvoltate. De menționat că numai o astfel de atitudine ar permite condamnarea, dar în același timp cu multă grație, a răutăților și viciilor în orice societate democratică.

Una dintre cele mai cunoscute specii de satiră, întâlnită în paginile publicațiilor din țara noastră este ***epigrama***. Versurile de epigramă apar, de obicei, pe ultima pagină a publicațiilor, în rubricile de divertisment și care sunt extrem de îndrăgite de cititori, tocmai datorită umorului fin, dar cu aluzii subtile la moravurile și metehnele unor reprezentanți ai societății în care vieţuim. Spiritul critic și intransigent al scriitorilor și publiciștilor Petru Cărare sau Efim Tarlapan este bine cunoscut cititorilor moldoveni, aceştia evidențiindu-se de-a lungul timpului prin intermediul epigramelor tăioase la adresa celor care încalcă adesea normele de conduită morală. În versurile de mai jos observăm că epigrama nu se bazează pe ciocniri de idei, aceasta se bazează pe concizie, pe asociații, aluzii spirituale și, neapărat, pe concluzii surprinzătoare în finalul acesteia. Cele mai populare epigrame ar fi cele cu adresă, formulată chiar în titlul versurilor, aceasta conducând ușor cititorul la destinatarul criticii rafinate a autorului.

Efim Tarlapan *[2, p. 18]*

Măritiş

- Te măriţi c-un melc, surato?!
Pe o viespe-am întrebat-o.
- Ce te miri, mi-a zis ţâfnoasă,
E urât, dar are... casă!

La casa de creaţie

Fac popas aici poeţii,
Care - cum îi este leafa -
Unul vine cu dactili,
Altul_cu...dactilografa!

O altă specie publicistică de satiră din cadrul genurilor de opinie este ***parodia***, care în linii mari reprezintă o imitație a unei creații cunoscute publicului, dar unde autorul îngroașă anumite elemente, le actualizează și caricaturizează, subliniind fragmentele convenabile prin aluzii fine sau chiar grosolane, în scopul observării deficiențelor. În cadrul parodiei versurile imită regulile și modalitatea de scriere a unor opere cunoscute publicului, fiind repetate anumite sintagme, fragmente, atitudinea creației etc., dar care mai trebuie și să satirizeze metehnele omenești.

Vlad Ghindă în ziarul *Timpul* din 27 februarie 2015 publică o parodie la binecunoscuta poezie pentru copii *Un elefant*, care apare cu titlul***: Zece membri de partid :***

Zece membri de partid
Visau viaţă nouă.
Unul s-a uitat spre Prut
Şi-au rămas doar nouă.
Nouă membri de partid
De pragmatism s-au copt!
Unul s-a răscopt de tot,
Şi-au rămas doar opt!
Opt membri de partid
Au trecut la fapte...
Unu-a fost atent filat
Şi-au rămas doar şapte
Şapte membri de partid
Fac afaceri grase.
Unu' l-a-ntrecut pe şef
Şi-au rămas doar şase!
Şase membri de partid
Au strigat lozinci,
Unul nu s-a proFilat
Şi-au rămas doar cinci! [5]

Totuși, atunci când autorul se aventurează în abordarea acestei specii publicistico-literare, deloc simple, acesta are marea responsabilitate de a oferi cititorului o creație care trebuie să depășească chiar valoarea artistică a operei ce a stat la baza inspirației autorului, altfel parodia ar putea fi considerată un eșec. Aceasta trebuie să fie o încercare de a trezi conștiința publicului căruia i se adresează, dar și conștiința celor vizați în cadrul noii creații aproape întotdeauna acide.

Caricatura reprezintă o altă specie publicistică din categoria celor de opinie, dar care este revendicată atât în publicistică, cât și în domeniul artistico-plastic, într-o zonă de interferențe, astfel statutul acesteia conturându-se dificil în ceea ce-i privește originile și utilitatea. Mai este denumită în ziaristică desenul-șarjă, desenul – ilustrație, desenul-simbol. Prin intermediul desenului laconic şi a liniilor reușite comportă un mesaj polivalent, care se concentrează întotdeauna pe combaterea unor vicii puternic încetățenite în societate: lupta cu corupția, lupta cu demagogia, lupta cu indiferența, abuzul, prostia etc., dar care face cititorul întotdeauna să râdă, prin intermediul îngroșării liniilor, a personajelor și trăsăturilor fizice acestora, care pot fi ușor percepute de către public. Uneori, în cadrul acestor șarje sunt introduse mici texte, ce constituie replicile

personajelor pentru anumite situații, dar care conferă și claritate în vederea perceperii corecte a mesajului.



Sursa:http://diez.md *[3]*.

De-a lungul timpului, caricatura a servit ziariștilor drept instrument subtil și pacifist de luptă cu lipsa de moralitate, dar care a reușit uneori să se transforme în motive pentru adevărate revolte în stradă ale cetățenilor. Astfel, în anul 2005, publicarea de către marile cotidiene franceze a câtorva caricaturi la adresa profetului Mahomed, personajul central al religiei musulmane, a reușit să adune în stradă mii de persoane care împărtășesc această religie și să ceară publicațiilor să înceteze persiflarea simbolurilor religiei musulmane. De menționat că aceste caricaturi fuseseră preluate din publicația daneză *Jyllands Posten,* ce anunțase un concurs pentru cea mai bună

caricatură la adresa profetului, care să însoțească textul unei cărți pentru copii despre explicarea religiilor lumii. În acest sens, motivul am putea să-l considerăm unul nevinovat, autorul cărții declarând că un copil percepe mai ușor textul dacă este însoțit de imagini, ceea ce ar putea să pară destul de rezonabil. Amintim că, în conformitate cu preceptele religiei musulmane, este interzisă portretizarea profetului Mahomed, or tocmai acest fapt a putut servi drept motiv pentru demonstrațiile excesive de talent artistic al autorilor din Occident. Concursul a devenit extrem de popular, aproape viral, fiind expediate publicației foarte multe desene, unele dintre ele conținând aluzii destul de evidente la aspectele legate de terorism sau extremism inițiate de organizațiile radicale din Orientul Mijlociu, reprezentanții cărora astăzi sunt adepții religiei musulmane. Tocmai aceste aspecte au stat la baza unor revolte fără precedent pe străzile capitalelor din Europa, în special în Paris, împotriva șarjării simbolurilor religioase musulmane percepute de către occidentali, în același timp, extrem de restricționare. Această ciocnire de idei s-a încheiat tragic în luna ianuarie 2015, când asupra jurnaliștilor publicației franceze de caricaturi *Charlie Hebdo* a fost săvârșit un atac crud de către doi simpatizanți ai structurilor radicale musulmane. În acest atac au murit 10 jurnaliști ai publicației, fiindu-le aduse învinuiri de-a lungul timpului de ridiculizare a simbolurilor religiei musulmane, însă caricaturiștii demonstrau în paginile lor personajele tuturor religiilor lumii, ca o manifestare a libertății de expresie, valoare împărtășită de secole de către lumea occidentală. În consecință, caricatura, care la prima vedere pare a fi o încercare nevinovată de satirizare acolo unde cuvintele adesea sunt de prisos, poate deține un mesaj mult mai puternic, mai influent și mai accentuat decât zeci de texte cu impact minim asupra conștiinței publicului.

Anecdota din șirul speciilor satirice reflectate în ziaristică este o istorioară scurtă, care se încheie printr-o poantă neașteptată, dar cu semnificație inteligibilă pentru cititori sau ascultători. Are și alte sinonime, precum snoavă, păcăleală, basm, glumă, dar un criteriu important în a face o anecdotă de succes este concizia acesteia. În

ultimul timp este utilizată mai rar de către jurnaliștii din publicațiile moldovenești, ținând cont de faptul că succesul anecdotei este mai mare dacă se transmite pe cale orală. Tatiana Corai în publicația *Timpul* din 8 noiembrie 2011 povestește o istorioară hazlie: … *cică un tânăr merge printr-un sat şi decide să se odihnească un pic. Se aşază pe o bancă unde se afla un om mai în vârstă şi începe să-i vorbească acestuia despre ţară, guvern, deputaţi. Bătrânul îi răspunde: „Eu cred că parlamentarii şi alţii asemenea lor sunt ca o broasca ţestoasă pe un stâlp”. Şi explică: „Dacă vezi o broască ţestoasă stând în echilibru pe un stâlp, la ce concluzii ai putea să ajungi? Prima: nu înţelegi cum a ajuns acolo. A doua: nu poţi să crezi că stă acolo. A treia: ştii sigur că n-ar fi putut să ajungă acolo singurică. A patra: te gândeşti că ar trebui să faci ceva să nu mai fie acolo. A cincea: este evident faptul că aceasta nu va face nimic folositor cât timp stă acolo. Deci, singurul lucru raţional ar fi s-o ajuţi să coboare”… Mi-a părut actual bancul, mai ales în situaţia noastră, şi sper să nu se supere… broasca de pe stâlp* [4]. Fraza din finalul materialului vine să descrie atitudinea autoarei față de esența și actualitatea istorioarei, dar și transmite un mesaj aluziv celor care ar trebui să se identifice cu personajele din povestioară.

Foiletonul reprezintă o creație cu caracter satiric, vehement și acid în manifestare, care obișnuiește să atace simulat sau disimulat aceleași moravuri și vicii ale societății ca și speciile sus-numite. Tonalitatea și limbajul materialelor, spre deosebire de epigrame, ar putea fi considerate în cadrul foiletoanelor un pic mai calde, mai sfătoase, bazate pe un anumit soi de parteneriat cu publicul. Prezența masivă a acestui tip de materiale în paginile publicațiilor s-a evidențiat mai mult la sfârșitul sec. XIX - începutul sec. XX, când presa scrisă reprezenta unica sursă de informare în masă, acolo unde își făceau publice materialele mai mulți scriitori și poeți. Respectiv, prin intermediul creațiilor artistice de acest fel, autorii reușeau o dublă acțiune: să-și pună în valoare talentul artistic, dar și să exercite meseria de jurnalist, care urmărește activ pulsul societății și informează publicul despre nelegiuirile cu care se confruntă membrii societății. Astăzi, această specie este exploatată extrem de rar, datorită

calităților scriitoricești de excepție pe care trebuie să le demonstreze autorul, dar și timpului mai lung necesar a fi rezervat pentru o astfel de scriere, or se știe că astăzi în jurnalism predomină competiția în rapiditatea difuzării informațiilor în detrimentul calității aceluiași mesaj. Un exemplu de foileton găsim în publicația *Timpul* din 30 iunie 2009 la rubrica de divertisment *D-ale carnavalului,* cu titlul *La făcut săpun.* În cadrul materialului sunt satirizate acțiunile puterii de la acea vreme, de preluare abuzivă a anumitor afaceri, subiect extrem de actual și astăzi.

La făcut săpun *(foileton in versuri)*

A-ntrat țapul cu doi iezi
In gradină la „Carmez”,
Cică, după varză.
Îndoieli aproape nu-s
Cam, de cine-a fost adus,
Numai nu de barză.
L-a adus mirosul fin
Si instinctul de canin,
Viu și-n agonie.
Unde-i stârv și unde-i leș,
Unde zace varza cheș,
Doar hoitarul știe.
Ochii el de sus și-i cască,
Unde să-și mai potolească
Poftele năuce?
Cu privirea lui flamandă,
Lacom, sta mereu la pandă -
Unde sa se-arunce?

Business bun, nimic de spus,
El, că stă acolo, sus,
Cam de ce s-ar teme?
Însă, pe la noi, pe-aici,
Treaba slută merge brici
Pană la o vreme.
Umbla lipca după varză,
Arză-l-ar focul, sa-l arză,
Țap încornorat,
Că tare-i mai place balul
Și pricepe ca șacalul
La adulmecat.
Acoliții și lingăii,
Dulăii și nătărăii
Îl numesc tătuc,
Știe prea bine tătuțul,
Unde zornăie bănuțul,
Nu-i deloc uituc.[6].

Pamfletul este definit, conform DEX, drept o specie literară (în versuri sau în proză) cu caracter satiric, în care scriitorul înfierează anumite trăsături morale, concepții politice, aspecte negative ale realității sociale, trăsături de caracter ale unei persoane etc. Deși se încadrează în rândul speciilor umoristice, pamfletul tinde să se manifeste printr-un limbaj mai tăios și mai vehement decât speciile enunțate mai sus. Autorul nu încearcă să voaleze mesajul dorit a fi transmis publicului, ci, mai degrabă, îi conferă o haină mai colorată, păstrând impetuozitatea în atitudine. Sorin Preda menţionează că în pamflet orice procedeu stilistic sau argumentativ este permis. "Contează doar efectul, sancţiunea, distrugerea adversarului, şi mai puţin mijloacele de realizare" [1, p. 105].Ca și în cazul foiletoanelor, acest tip de publicații este puțin prezent în publicațiile scrise moldovenești, reieșind din dificultatea scrierii, necesitatea prezenței talentului scriitoricesc, a profunzimii mesajului abordat etc., adică calități mult superioare celor necesare scrierii materialelor informative.

Un astfel de material găsim în *Jurnal de Chișinău* la 4 septembrie 2013 semnat de Vasile Năstase, cu titlul „*Ce păcat că visele sunt doar... visuri"* (observăm și jocul de cuvinte din titlul materialului): *Două asocieri ideatice impetuoase ne dau ghes la citirea rândurilor de mai jos... Personal m-am gândit imediat la filmul-capodoperă "Bereghisi avtomobilea", avîndu-l drept protagonist pe marele actor rus Inokenti Smoktunovski, cel care l-a jucat magistral pe Detocikin, un agent de asigurări care, în baza unor informaţii, fura automobilele unor canalii, şi, după ce le vindea, vira banii în conturile unor Case de copii. "Şi-a amputat mâinile, punându-le pe şine şi lăsând să fie tăiate de roţile unui tren în mişcare. Un tânăr de 28 de ani din Egipt, a recurs la acest gest extrem pentru a-şi stăpâni dependenţa de furat. Potrivit vechilor tradiţii islamice, aceasta este pedeapsa pentru furturi repetate, chiar dacă în prezent, judecătorii egipteni nu mai recurg la astfel de practici, cu toate că reintroducerea lor este promovată de numeroşi*

lideri extremişti. Inedit este faptul că bărbatul, care suferea de cleptomanie, obişnuia să ofere copiilor săraci tot ce fura". Cea de-a doua asociere, este una neaoşă, locală, mioritică, dacă vreţi, avându-i drept protagonişti pe hoţii de la putere. Numai că aceştia nu au nimic în comun cu cleptomania. Cleptoman e, de obicei, un individ care ia un stilou străin de pe un birou şi-l pune în buzunar cu sau fără intenţie. E mai degrabă un tic decât un gest cugetat. Aceşti oameni mereu sunt frustraţi şi timoraţi, au regrete şi sunt gata să-şi tragă palme pentru micile găinării. Gestul egipteanului de a se automutila, retezându-şi braţele pentru a scăpa de inconştienta îndeletnicire, este, la prima vedere, de admirat, însă în subconştientul nostru suntem de partea lui, şi regretăm ce a făcut, pentru că tot ce i se lipea de mână ajungea să fie oferit copiilor. Exact ca în cazul lui Detocikin, noi, telespectatorii, îi ţineam pumnii strânşi, ne doream să nu fie prins şi să valorifice cît mai multe automobile ale nemernicilor căpătuiţi în mod fraudulos, în favoarea copiilor năpăstuiţi…[7].

Materialul este unul voluminos, în care autorul a încercat prin intermediul unor exemple, preluate din cele mai diverse experienţe, să transmită într-o manieră voalată ideea conştientizării de către funcţionarii de stat a responsabilităţilor care le revin faţă de propriii cetăţeni, faţă de obligaţiile asumate, faţă de etica profesională şi faţă de propria persoană, înzestrată cu moralitate, la modul ideal, deoarece nu întotdeauna acest fapt mai e şi demonstrat, constatăm din concluziile autorului. Remarcăm în ultimul timp raritatea cu care se abordează în presa moldovenească majoritatea speciilor publicistice ce încadrează elemente de satiră şi umor. Absenţa acestora poate semnifica şi o lipsă acută de materiale opinatoare, or jurnalismul în orice societate democratică permite dezvoltarea, abordarea şi publicarea materialelor care să permită tratarea mesajului din cele mai diverse perspective, adică pluralismul de opinie.Aceeaşi absenţă ar mai putea semnifica o criză de meseriaşi în domeniu, revenind la necesitatea rezervării timpului prelungit pentru scrierea unor materiale inspirate, căci, din păcate, majoritatea jurnaliştilor astăzi se concentrează pe materialele informative, care garantează într-o mare măsură popularitate, accesibilitate şi auditoriu. Totuşi satira şi umorul

oferă unicitate și varietate surselor care obișnuiesc să abordeze subiectele cu tonalitatea respectivă, garantează popularitate în timp, dar și, paradoxal - studierea sănătoasă și exhaustivă a subiectelor, tocmai prin modalitatea extremă și ultimativă în care mai poate fi abordat un subiect cu impact.

Referinţe bibliografice:

1. Preda Sorin. Jurnalismul cultural şi de opinie. Polirom: Iaşi, 2006. 231 p.
2. Tarlapan Efim. Pauza de râs…: ghicitori, poezii, ironii. Chișinău: Labirint, 2011. 32 p.
3. Buretz A. Cele mai sarcastice 16 caricaturi despre Moldova de la Alex Buretz.
4. Disponibil:http://diez.md/2016/04/30/foto-cele-mai-sarcastice-16-caricaturi-despre-moldova-de-la-alex-buretz/ (vizitat 20.08.2017).
5. Corai T. Să ne mai descreţim frunţile…Disponibil: http://www.timpul.md/articol/sa-ne-mai-descretim-fruntile%E2%80%A6-28536.html (vizitat 20.08.2017)
6. Ghindă V. Parodie: Zece membri de partid.Disponibil: https://www.timpul.md/articol/parodie-zece-membri-de-partid-22814.html (vizitat 20.08.2017)
7. La făcut săpun (foileton în versuri).Disponibil: http://www.timpul.md/articol/la-facut-sapun-%28foileton-in-versuri%29-8088.html (vizitat 20.08.2017)
8. Năstase V. Ce păcat că visele sunt doar…visuri.Disponibil: http://www.jurnal.md/ro/import/2013/9/4/ce-pacat-ca-visele-sunt-doar-visuri-vasile-nastase-1156062/ (vizitat 21.08.2017).