IMPERATIVELE PUBLICISTICII DABIJIENE

Mihai LESCU

...Avem în ţară peste 200 de publicaţii periodice. Acestea depăşesc de aproape zece ori numărul ziarelor şi revistelor cu difuzare republicană de până la restructurare. În redacţiile lor activează acum zeci de ziarişti/ publicişti/ scriitori, care îşi fac cinstit datoria de cronicari ai timpului, însă cărţi de publicistică nu prea avem. Motive sunt divese, dar principalul este că ziariştii din presa scrisă de la noi conştientizează faptul că nu tot ce zboară se mănâncă. Or, cum atenţionează savantul şi scriitorul Ion Ciocanu, prin publicistica scriitoricească „nu trebuie să se înţeleagă orice intervenţie a poetului sau prozatorului în presă, la radio şi televiziune, ci numai operele de cugetare, de atitudine şi neapărat de simţire profundă şi de nivel artistic, adică intervenţiile demne de scriitorul autentic" (Ion Ciocanu. *Din frământul necunten al vremilor*. Chişinău, 1988, p.3).

Am făcut această remarcă, deoarece la noi aproape fiecare scriitor, cum menţionează şi Ion Ciocanu, a fost sau continuă să fie şi ziarist, gazetar propru-zis. În acest sens, exemplu ne serveşte şi scriitorul-academician Nicolae Dabija, care de 29 de ani este redactor-şef al hebdomadarului *Literatura şi Arta (LA)*, pe care îl citim cu interes şi la care scriem/colaborăm cu toţii – scriitori, jurnalişti, oameni de artă şi de cultură, politicieni... Dar, ziceam, că oricât de mare ar fi ispita scrisului multora, peste toate rezistă timpului nu atât cantitatea, cât calitatea cuvintelor „îmbrăcate în uniformă" de text gazetăresc, care au dreptul să vadă lumina tiparului şi în cărţi de autor sau în culegeri tematice.

În ultimii ani la noi, în mare parte, numai scrierile publicistice ale lui N.Dabija îşi găsesc materializare în cărţi aparte, dovadă a faptului că aparţin penei inspirate a unui „scriitor autentic", concluzia lui Ion Ciocanu, deoarece instrumentul de lucru al scriitorului-academician şi atunci când practică genurile jurnalistice este în permanenţă metafora, digresiunea preponderent lirică. Aceasta, însă, nici pe departe nu înseamnă că scriitorul devine prizonierul exprimării frumoase fără conţinut de idei şi lipsit de mesaj social. Or, tot în acest context, e cazul să ne întrebăm prin ce se deosebeşte publicistica lui N.Dabija de a altor scriitori şi jurnalişti de la noi, dacă trezeşte interes viu în rândurile publicului-cititor? Unul din motive ar fi că scrierile

sale se disting prin teme actuale de rezonanţă social-politică luate în dezbatere, prin limbajul metaforic şi liric, prin intensitatea şi temeinicia modului de abordare şi argumentare a concluziilor formulate, prin dialogul sincer şi cumpătat, alteori ofensiv, pe care N.Dabija îl are în permanenţă cu cititorii. Această concluzie o facem în baza examinării editorialelor şi articolelor de problemă din ultimii ani apărute în *Literatura şi arta*, cât şi a cărţilor de publicistică ale lui N.Dabija: *Pe urmele lui Orfeu* (1983), *Icoană spartă, Basarabia* (1998), *Vai de capul nostru!* (2001), *La Est de Vest* (2001), *Însemnări de pe front sau Scrisori din Basarabia* (*2002*), *Bezna vine de la Răsărit* (2005), ca să amintim dor câteva din cele 18 titluri.

Demult, creaţia publicistico-eseistică a lui N. Dabija a devenit obiect şi subiect de studiu atât în cadrul universitar, cât şi în mediul academic. N.Dabija este unicul scriitor şi jurnalist contemporan de la noi în baza creaţiei publicistice şi eseistice a căruia a fost elaborată o teză de doctor în ştiinţe, autor – neobosita cercetătoare Nina Corcinschi, care mai apoi i-a consacrat şi o monografie: *Poezie şi publicistică. Interferenţa limbajelor* ce a văzut lumina tiparului în 2008 la Chişinău. În această lucrare, Nina Corcinschi specifica: „Problemele sociopolitice şi culturale sunt subiecte pentru care publicistul Nicolae Dabija manifestă un interes major şi pe care le tratează cu mare curaj cetăţenesc, opunând rezistenţă minciunii şi înstrăinării de istorie şi neam. Publicistul readuce în actualitate problema limbii, a istoriei, a culturii naţionale, promovează valorile autentice româneşti (indispensabile, de altfel, în tendinţa moldovenilor de a se integra în civilizaţia europeană, care mizează pe factorul umanistic, spiritual, pe respectarea identităţii naţionale a fiecărui popor). Publicistica lui, cu puternice rezonanţe în epocă, prezintă interes nu numai în contextul tranziţiei. Prin importanţa temelor abordate, dar şi prin plasticitatea mijloacelor de expresie, acestea au atât valoare actuală, imediată, cât şi importanţă general-umană care le asigură rezistenţa în timp” (p.54).

În mare parte, activitatea rodnică pe tărâmul publicistic N. Dabija o datorează hebdomadarului *Literatura şi Arta*. În acest context, referindu-se la profesia de gazetar, el remarca într-un interviu că: „Ziaristica este poate una din cele mai frumoase meserii şi pentru mine această profesie de ziarist şi de scriitor se identifică cu săptămânalul *Literatura şi Arta*”, recunoscând că a avut şi articole pentru care a fost blamat, criticat, denigrat, dar, zice el, „adevărul trebuie să-l spui fără să te gândeşti că acel articol va plăcea sau nu. Adevărul trebuie rostit chiar dacă este dureros”.

De ani buni, nici un număr al acestei publicaţii periodice nu vede lumina tiparului fără de materiale ce poartă semnătura redactorului-şef. În acest context, scriitorul-academician Mihai Cimpoi consemna că *Literatura şi Arta* se citeşte de la editorialele lui Nicolae Dabija, care sunt adevărate exerciţii de înviorare a spiritului în dimineţile de joi... În această lume româno-

basarabeană uitată de Dumnezeu, sortită experimentelor de tot felul – politice, economice, sociale, ecologice, lingvistice, plurietnice, demografice etc. –, hărăzită veşnicei neuniri din cauza dihoniilor şi ambiţiilor partidare, ele sunt ca nişte iradieri magnetice călăuzitoare" (*LA,* 10 iunie 2008).

Una din cele mai importante preocupări ale lui N.Dabija este grija pentru educaţia generaţiei tinere. Astfel, alături de alte cărţi de publicistică, ce însumează câteva mii de pagini, N.Dabija scrie o carte de eseuri şi articole publicistice de aproape 500 de pagini, intitulată *În căutarea identităţii. Istoria neamului Românesc din Basarabia povestită pentru copii,* care vede lumina tiparului la Chişinău, în 2002, la grupul editorial „Litera", în colecţia „Biblioteca şcolarului". Această carte este istoria Neamului, adusă de către scriitorul-academician la cunoştinţa elevilor, dar (de ce să nu recunoaştem?) şi a părinţilor lor, deoarece, remarcă autorul: „Un om care cunoaşte istoria universului, istoria lumii, dar nu-şi cunoaşte istoria Patriei, nu cred că poate fi considerat un om cult. A cunoaşte istoria înseamnă a ne cunoaşte strămoşii, precursorii. A cunoaşte istoria înseamnă a ne cunoaşte pe noi înşine" (p.14). Articolele şi eseurile din această carte îi fac pe tinerii cititori să reuşească descoperirea tainei sufletului, taină ce se compune din Dragoste, Patrie, Neam, Demnitate.

Publicistica lui N.Dabija rămâne astfel tributară idealurilor sociale, alimentându-şi iluzia de a fi în permanentă căutare de diverse strategii discursive: „Noi, spre deosebire de unele naţiuni mai tinere, nu trebuie să ne născocim strămoşii. Pentru că îi avem. Dar îi cunoaştem? Ştim faptele lor? Le apreciem la justa valoare?" – ne întreabă şi se întreabă autorul, scrierile publicistice ale căruia se remarcă prin actualitatea, profunzimea şi importanţa mesajului, prin caracterul adecvat, atractiv şi incitant al procedeelor de creaţie.

Contrar afirmaţiei lui Nicolae Dabija, că el este cel „născocit de poeme", la lectura operei sale publicistice permanent descoperim cu mare satisfacţie că eseurile, schiţele şi articolele, publicate în presă sau adunate în cărţi, sunt şi ele nişte poeme în proză ale sufletului autorului, care exprimă bucuriile şi tristeţile, împlinirile şi regretele lui. Poezia şi publicistica se regăsesc şi se îmbină fericit în creaţia lui N. Dabija, tot aşa cum formează un singur gând şi o singură simţire, la întâlnirea lor, scriitorul şi jurnalistul din el. Nu întâmplător critica literară şi de la noi, dar şi din România, când se pronunţă asupra mesajului civic al poeziei dabijiene, o examinează în contextul publicisticii lui, considerând-o continuarea firească a celei dintâi, ca să se întâmple întocmai invers, atunci când în prim-plan este scoasă şi luată în dezbatere publicistica aujtorului, motivându-se că de data aceasta poezia este acea care încununează mesajul civic, pe care vrea să-l transmită semenilor săi scriitorul-tribun. Anume în aceasta şi constă farmecul creaţiei lui N. Dabija, care nu cunoaşte restricţii, ci numai posibilităţi, care nu este umbrită de

ambiția de a trișa lucrurile din frică sau din interese conjuncturiste, având în același timp menirea de a pune degetul pe rană, de a spune adevărul adevărat despre trăitorii acestui meleag, pe care vrea să-i vadă demni de înaintașii lor și stăpâni adevărați la ei în țară.

Zămislită sub semnul înaltei responsabilități civice față de destinul semenilor săi, publicistica lui Nicolae Dabija rămâne a fi una de ofensivă, care pune în dezbatere cele mai actuale probleme ale contemporaneității, obținând pe această cale, la fel ca și poemele sale, interesul și simpatia publicului-cititor de pe ambele maluri ale Prutului.