

Publicistica eminesciană. Un model de analiză situațională

Mihaela MOCANU*

Key-words: *Eminescu, publicistic, semiosis, hexadic model of situational analysis*

1. Premise teoretice și metodologice

Publicistica eminesciană este rezultatul unui orizont istoric, social și politic determinat, fapt care impune raportarea limbajului jurnalistic cultivat de Mihai Eminescu la specificul epocii care îl generează. Ca fapt de semnificare/resemnificare și de comunicare prin intermediul semnelor verbale, limbajul jurnalistic eminescian se pretează unei analize de tip situațional în măsura în care presupune un ansamblu de relații între jurnalist și cititorii articolelor, este formulat într-un context social-istoric determinat, recurge la mijloace de exprimare particulare și vizează finalități specifice. Demersul analitic are la bază opțiunea pentru modelul hexadic de analiză situațională¹ constând în configurarea semiozei publicisticii eminesciene sub forma unui hexagon cu șase parametri constitutivi: *jurnalist, direcții tematice, mijloace de semnificare, finalități, macro și micro-context și orizonturi ale receptării*:

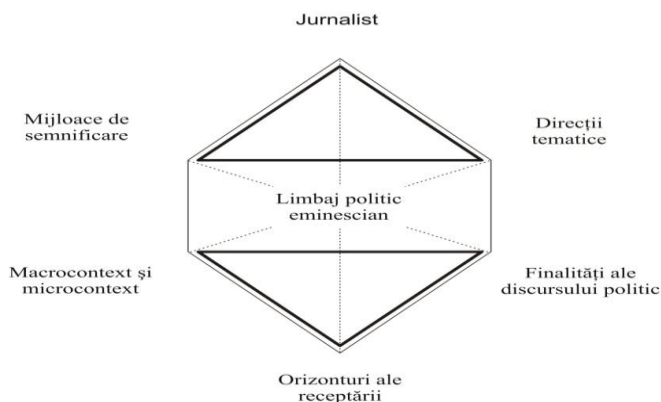


Fig. 1. Hexada limbajului publicistic eminescian

* Universitatea „Alexandru Ioan Cuza”, Iași, România.

¹ Pentru o prezentare detaliată a modelului hexadic de analiză situațională vezi Petru Ioan, *Modelul hexadic în politicologie*, Editura „Ștefan Lupașcu”, Iași, 2002.

Utilizarea modelului hexadic în analiza publicisticii eminesciene permite stabilirea unor corelații funcționale între variabilele situației de comunicare, favorizând relevarea structurii și funcționalității fenomenului discursiv avut în vedere. Virtuțile integratoare ale unui astfel de instrument metodologic sunt relevante și la nivelul definirii specificului publicisticii eminesciene prin raportare la orizontul epocii care o generează și la finalitățile care guvernează actul jurnalistic. Asumarea limbajului publicistic eminescian ca obiect al analizei hexadice presupune caracterizarea celor șase parametri constitutivi și stabilirea efectelor pe care le generează aceștia la nivelul ansamblului semnificativ. Analiza are în vedere permanenta coroborare a datelor obținute la nivelul celor șase coordonate ale semiozei și susținerea afirmațiilor cu exemple din corpusul publicistic².

2. Analiza parametrilor semiozei publicisticii eminesciene

2.1. Jurnalistul Eminescu

Articolele eminesciene configurează imaginea unui gazetar angajat, receptiv la problemele epocii, extrem de acid și intransigent cu oamenii din jurul său, dar și cu sine însuși. În ciorna unei scrisori rămasă în manuscris, adresată directorului unui ziar la începuturile activității sale jurnalistice, Eminescu se prezintă spunând despre sine următoarele:

Nu sunt scriitor de meserie, n-o zic asta ca să vă fac atenți asupra acestor rânduri, ci a vă da a înțelege că numai nescriind încă pân-acum prin jurnale, nu mi-am putut netezi simțământul sub vorbe linse și lucii (Ms. 2257, 785r-185v).

Este exprimată în aceste rânduri una dintre primele profesii de credință pe care poetul le face în spațiul gazetăriei, dar și promisiunea unui verb care părăsește cărările bătute în favoarea unei expresii obiective și curajoase. Distanțarea de stilul gazetăresc cultivat până atunci se va face simțită atât la nivelul temelor abordate, dintre cele mai variate și atingând probleme esențiale pentru politica țării, dar și la nivelul expresiei jurnalistice, diferită de patosul și retorismul specifice publicisticii pașoptiste.

Primele legături ale lui Eminescu cu presa scrisă datează din perioada studiilor vieneze, când începe să colaboreze la publicații ale românilor din Imperiul austro-ungar: „Albina”, „Telegraful”, „Viața românească”. Tânărul student, în vârstă de 20 de ani, nu poate rămâne indiferent la problemele românilor aflați sub dominație străină și se înscrie în cercurile studențești militând pentru independența națională. Textele debutului lasă să se întrevadă siguranța polemistului și verbul virulent din articolele de mai târziu.

Pasiunea lui Eminescu pentru gazetărie se simte în fiecare literă a articolelor, în ciuda unor afirmații întâlnite în manuscrise: „Sunt strivit, nu mă mai regăsesc și nu mă mai recunosc. Aștept telegramele Havas ca să scriu, iar scriu de meserie,

² Pentru exemplificare am avut în vedere cele cinci volume de publicistică eminesciană din ediția Perpessicius.

scrie-mi-aș numele pe mormânt și n-aș mai fi ajuns să trăiesc” (Călinescu 1986: 147). Astfel de însemnări au determinat pe unii interpreți să vadă în jurnalistică una dintre cauzele nefericirii poetului și un factor determinant în declanșarea bolii de mai târziu. Coleg cu Eminescu la „Timpul”, Ioan Slavici subliniază implicarea totală a poetului în activitățile pe care le desfășoară și exigența pe care o manifestă în elaborarea textelor:

Ca scriitor Eminescu strica multă hârtie, căci făcea multe corecturi mai ales în ceea ce privea alegerea vorbelor și ținea să dea la tipografie manuscriptul curat și citet [...]. Împrejurul mesei lui de scris era deci mereu plin de hârtii rupte (Slavici 1998: 138).

Acribia manifestă în spațiul creației poetice devine prin urmare și o constantă a scrisului jurnalistic eminescian.

Fără a fi om politic, Eminescu prezintă și analizează, documentat și rece, viața politică românească din cea de-a doua jumătate a veacului al XIX-lea. În această calitate, jurnalistul intră în dialog cu societatea contemporană și cu istoria, privește cu ochi critic moravurile politicianilor și propune soluții pentru situația economică și politică a țării. Articolele oferă o imagine dinamică a uneia dintre cele mai agitate epoci din istoria națională.

2.2. Direcții tematice

Manifestându-se în direcții multiple, de la articole pe teme culturale la editoriale politice, de la studii de economie la pamflete și comentarii ironice, Eminescu prezintă în articolele sale problematica diversă a epocii, dar și opțiunile personale în privința unui program politic favorabil țării, în a doua jumătate a secolului al XIX-lea:

[...] imaginea cea mai plurală, cea mai variată și cea mai autentică a contemporaneității lui Eminescu se oglindește în ziaristica lui și îndeosebi în aceea a sextenatului de la „Timpul”. Istoria României, în toate aspectele ei politice, sociale, economice, culturale, dimpreună cu marii și micii ei actori, e consemnată în paginile acestea îngălbenite de timp, de penița unuia din cei mai sânguincioși și mai pătrunzători martori oculari (Perpessicius 1983: 180).

Din punct de vedere al problematicii abordate, publicistica permite inventarierea unor constante tematice definitorii, dincolo de variațiile de stil și de atitudine ale jurnalistului, înregistrate de-a lungul carierei gazetărești. Astfel, problema națională, situația țărănimii, chestiunea evreiască, concepția despre stat și teoria „păturii superpuse”, viziunea asupra progresului, viața politică internă și politica externă sunt temele abordate cu predilecție de Eminescu în paginile de ziar.

Plecând de la realitatea situației precare a țărănimii în secolul al XIX-lea, Eminescu pledează pentru o serie de măsuri protecționiste prin care statul să apere forța de muncă autohtonă, stăvilind invazia elementelor alogene și exploatarea peste măsură a singurei păтури productive de la noi:

Nu sunt în toate limbile omenești la un loc epitete îndestul de tari pentru a înfiera ușurința și nelegiuirea cu care stăpîniturile ce stăpînesc această țară tratează cea din urmă, unica clasă pozitivă a României, pe acel țaran care muncind dă o valoare pământului, plătind dări hrănește pe acești mizerabili, vărsându-și sângele onorează această țară (Eminescu 1989: 33).

Chestiunea evreiască este amplu dezbătută într-o serie de articole din paginile „Timpului”, în care jurnalistul comentează tratatul de pace de la Berlin (1877), prin care i se cerea României, ca preț al recunoașterii Independenței, abolirea articolului 7 din Constituția de la 1866, care le interzicea evreilor dreptul de a dobândi cetățenie română, pentru că nu erau „de rit creștin”. Ingerința în treburile interne ale statului provoacă înverșunarea jurnalistului, conducând la afirmații dure: „Oricât s-ar zice, între noi și evrei este o deosebire de rasă, care nu ne permite nouă s-avem față de dânșii în împrejurări de onoare decât dispreț. Noblesse oblige” (Eminescu 1989: 287).

Politică internă constituie o altă dimensiune a tematicii publicisticii eminesciene, fiind tratată în zeci de articole pe parcursul carierei sale jurnalistice. Guvernele, partidele, ideologiile, instituții precum școala, biserica, parlamentul sunt supuse pe rând atenției gazetarului, care privește cu ochi critic implicațiile politice și sociale ale acestora. Eminescu supune unei critici severe administrația din țara noastră, considerând-o vinovată de situația precară a țărănimii și de îngroșarea „păturii suprapuse”. Jurnalistul privește cu mefiență tânăra clasă politică românească ale cărei acțiuni sunt guvernate de interesele personale și nu de grija pentru starea poporului pe care îl reprezintă. Paginile cuprinzând cronica politicii externe completează tabloul tematic al publicisticii eminesciene, oferind cititorilor o imagine complexă asupra realităților politice, istorice și economice ale celei de-a doua jumătăți a secolului al XIX-lea. Eminescu discută problemele politice ale țării în contextul mai amplu al vieții politice internaționale, motivându-și discursul prin apelul la perspective contrastive asupra situației altor state.

Analizând atitudinea jurnalistului față de problemele timpului său, D. Vatamaniuc apreciază: „Eminescu intră în activitatea publicistică în 1870, în epoca studiilor universitare, cu o concepție social-politică definitiv conturată și nu vom constata abateri de la ea pe întreg parcursul gazetăriei sale” (Vatamaniuc 1996: 44). Așa se explică constanțele la nivel tematic care străbat ca un fir roșu întreaga publicistică eminesciană, dincolo de accentele sesizabile într-o etapă sau alta a carierei gazetărești. Variabilele țin mai degrabă de nivelul expresiei jurnalistice care câștigă în siguranță și virulență până în anul 1883, anul de cumpănă al marelui creator.

2.3. Mijloace de semnificare

Prin natura sa, discursul publicistic se adresează unei categorii largi de public, fiind guvernat de principiul accesibilității, atât la nivel lexical, cât și la cel al construcțiilor sintactice. În această perspectivă, Eminescu recurge, în cea mai mare parte a textelor jurnalistice, la un limbaj denotativ, însoțindu-și demersul jurnalistice cu un metadiscurs care explicitează mecanismele discursive, facilitând astfel accesul cititorului la mesajul publicistic.

Poetica publicisticii eminesciene, explicită în multe dintre articolele poetului, evidențiază predilecția jurnalistului pentru paremiologie, pentru citatul revelatoriu, pentru ironie ca figură de gândire care își lasă amprenta la nivelul expresiei, pentru veleitățile unei limbi curate, neperversitate de criteriul etimologismului sau de utilizarea abuzivă a neologismelor neadaptate, și convingerea gazetarului că limpezimea ideilor exprimate depinde de claritatea expresiei verbale utilizate. La nivelul genurilor jurnalistice abordate, Eminescu ne surprinde prin varietate și eclecticism: „în gazetăria eminesciană ne întâmpină o devălmășie de «genuri» și formule: eseuri, pamflete, foiletoane, articole doctrinare, editoriale etc.” (Oprea 1983: 108), iar lista poate continua cu scrisori deschise, cronici teatrale, satire, studii lingvistice ș.a.

Pledând pentru fundamentarea științifică a articolului de presă, Eminescu afirmă:

E adevărat că sofismele sunt atât de dese în gazete încât nu merită cineva să le releveze erorile, parte intenționate, parte neintenționate câte obvin în ele. Un cod al șiretlicului gazetăresc, al apucăturilor sofistice a acestei bresle de negustori de vorbe, scris popular pentru înțelegerea fiecărui om ar merita într-adevăr acel nume pe care călugării-l dădeau în evul mediu logicii lui Aristotel: *medicamentum mentis* (Eminescu 1985: 181-182).

Lipsa de cultură a gazetarilor, intențiile de manipulare ale politicianilor, indiferența față de resursele limbii sunt doar câteva dintre tarele unei publicistici aflată încă la început de drum la noi și care atrage critici aprige din partea jurnalistului Eminescu.

Referindu-se la stilul publicisticii eminesciene, Dan Mănuță notează:

Un inventar al procedeelor folosite de Eminescu pune în evidență prezența covârșitoare a sarcasmului și a ironiei, precum și absența parodiei, a umorului și, în genere, a ludicului. Dominante sunt însă câteva forme ale satirei, folosirea unui lexic tăios, a afirmațiilor tranșante și a aprecierilor fără menajamente (Mănuță 2000: 28).

Specifică articolelor eminesciene este și *inserarea în text a unor proverbe și ziceri populare* care susțin ideile și concepțiile jurnalistului. Recursul la paremiologie vine să sprijine demersul argumentativ conferind culoare și farmec textului: „Leben und lehen lassen este un bun proverb german care se tâlcuiește: «Trăiește tu, dar lasă și pe altul să trăiască»” (Eminescu 1989: 72); „«Pe arborele tăcerii crește fructul ei, pacea» - zice un frumos proverb arab, care se aplică întrucâtva la atitudinea modestă de astăzi a presei române” (Eminescu 1989: 132).

Analizând maniera în care Eminescu își construiește articolele, G. Călinescu apreciază:

Scheletul articolului eminescian e mai cu seamă ideologic, el făcând parte dintr-un sistem politic ce se desfășură mereu, iar ceea ce în el pare pamflet e critica mânăuită cu o mare plastică verbală. Valoarea literară a acestor articole stă întâi de toate în chipul sfântos de a traduce fără multe neologisme, într-o limbă la îndemâna tuturor, marile abstracții. Darul acesta îl avea Maioreșcu. Însă Eminescu îl depășește în partea formală cu mult. El coboară până la vorba sătească și la proverb, scoate

pilde, face figuri cu o siguranță uimitoare. Niciodată nu s-au exprimat la noi idei generale cititorului de gazetă într-un chip care să dea fiecăruia iluzia că pricepe (Călinescu 1976: 558).

Exegetul subliniază în aceste rânduri una dintre calitățile stilului publicistic eminescian: capacitatea de exprimare a ideilor abstracte prin cuvinte simple, facilitând astfel accesul cititorilor la mesajul textelor. „Teoriile sunt înșirate pe ață băbește, sunt desfăcute în pilduri, prefăcute în teatru monologic, spuse în serios și luate-n răs, cu o invenție verbală, cu o proverbialitate neasemuite în care e ceva din Creangă și din Anton Pann, dar subtilizat, adus la complexitatea gândirii culte” (Călinescu 1976: 563).

Acuzat de colegii de breaslă pentru duritatea exprimării, Eminescu le răspunde acestora într-unul din articolele sale, publicat în paginile „Timpului”:

Nu alegem vorbele după cum îndulcesc sau înăspresc lucrul, ci după cum acopăr mai exact ideea noastră. Vorba nu e decât o unealtă pentru a exprima o gândire, un signal pe care-l dă unul pentru a trezi în capul celuilalt, identic aceeași idee, și când suntem aspri, nu vorbele, ci adevărul ce voim a-l spune e aspru (Eminescu 1985: 120-121).

2.4. Macro și micro-context

Analiza semiozei politice eminesciene nu poate face abstracție de cercetarea condițiilor istorice, sociale, economice și politice în orizontul cărora iau naștere articolele gazetarului. „Proza publicistică masivă a lui Eminescu poartă pecetea unui moment istorico-literar anumit” (Spiridon 2003: 52), iar acest lucru este oglindit atât de arhitectura tematică, cât și de nivelul expresiei jurnalistice. În aceste condiții, considerăm imperioasă o incursiune în macro și micro-contextul istoric al epocii care a generat textele.

Secolul al XIX-lea și în special cea de-a doua jumătate a acestuia reprezintă o etapă esențială în procesul istoric de constituire a statului român modern. Momentul revoluționar de la 1821, cu prefacerile politice care au urmat acestui eveniment, dar mai ales mișcările de la 1848, situate în contextul mai larg al încercărilor micilor state de a-și câștiga locul pe harta unei Europe moderne și independente, anunță o perioadă de mari transformări pe calea modernizării statului român. În cea de-a doua jumătate a secolului al XIX-lea, anii 1859 și 1877 se impun ca date de referință în istoria modernă a poporului român: primul este anul Miciei Uniri, în care Moldova și Țara Românească își unesc destinele ca urmare a dublei alegeri ca domn a lui Alexandru Ioan Cuza, iar 1877 marchează cucerirea independenței de stat pe câmpul de luptă.

Între momentul în care Principatele dobândesc o Constituție modernă, în 1866, și clipa obținerii și recunoașterii de către marile puteri a suveranității și independenței câștigate prin intrarea în războiul ruso-turc declanșat în 1877, se scurge un deceniu care poate fi considerat o etapă de pregătire a unui moment așteptat de secole: recunoașterea românilor ca popor liber, independent și european. Veacul al XIX-lea se caracterizează printr-o precipitare a fazelor dezvoltării istorice

și reducerea acestora la intervale foarte scurte pentru ritmul dezvoltării sociale și politice din țara noastră.

În mai puțin de 100 de ani Principatele române au trecut de la un capitalism primar, cum era înainte de 1821, 1829, la unul comercial, pentru ca la sfârșitul secolului să intre într-unul industrial [...] și, până în 1918, să ajungă la un capitalism organizat cu marea finanță pe de o parte și cu statul pe de alta. Astfel că de la 1829 la 1918 România «a ars» toate etapele evoluției sociale și economice capitaliste (Scurtu, Bulei 1990: 162).

Dacă în Occident fenomenele istorice cunosc o dezvoltare relativ îndelungată, îngăduind sedimentări și maturizări necesare, la noi arderea unor etape din dezvoltarea firească a condus la discrepanțe adânci între fondul autohton și formele preluate din afară.

2.5. Orizonturi ale receptării

În încercarea de a surprinde profilul spiritual al gazetarului Eminescu, exegeții au eludat de multe ori textul articolelor, fiind atrași mai degrabă de amănunte biografice sau de impactul unor formule-șoc (*antisemit, xenofob, naționalist, reacționar*) adoptate de-a gata și fără verificări în planul scrisului eminescian. Unii interpreți consideră că între eul poetic și eul gazetăresc fractura este atât de adâncă, încât putem vorbi de un nou Eminescu pe care ni-l relevă publicistica, departe de imaginea luciferică pe care ne-o oferă creația literară. Dincolo de diferențele de expresie și de conținut, justificabile în contextul apartenenței la domenii de cunoaștere diferite, creația literară și cea publicistică prezintă evidente elemente de continuitate, de interferențe tematice și de expresie, intuite de editorul creației eminesciene, Perpessicius, care declara profetic în 1972:

Istoricii literari și esteticienii vor stabili într-o bună zi cât de unitară a fost existența materială și sufletească a poetului, câtă prezență artistică și ideologică este în articolul său de ziar ca și în poema cea mai hieratică... (Perpessicius 1972: 47).

În acest sens, o analiză contrastivă a limbajului politic și a limbajului poetic eminescian ar oferi informații relevante privind spațiul de convergență al acestora, dar și specificul fiecăruia în parte.

Excerptarea unor fragmente din textul articolelor și coroborarea acestora cu diverse însemnări din manuscrise au condus la pervertirea imaginii jurnalistului Eminescu, prin anexarea unor etichete peiorative care s-au perpetuat de-a lungul timpului, împiedicând o relație autentică cu publicistica poetului. Judecățile de valoare oscilează între adulație și blam, conducând fie la fetișizarea sau supralicitarea publicisticii eminesciene, fie la contestarea vehementă a acesteia. Atât atitudinea adulatorie, encomiastică, cât și cea de denigrare, de tăgăduire a oricărei valori scrisului jurnalistic eminescian, se dovedesc la fel de periculoase, obliterated înțelegerea în marginea textului. „Eminescu nu are nevoie de apărarea nimănui și criticile la adresa sa, ca și laudele, nu sporesc și nu scad valoarea scrisului său”

(Vatamaniuc 2000: 12-15), iar erorile de interpretare, consideră eminescologul, se datorează în mare parte necunoașterii textului sau relei-credeințe a interpreților.

2.6. Finalitățile discursului publicistic eminescian

Identificarea intențiilor care au stat la baza discursului publicistic eminescian ține de domeniul speculațiilor atâta timp cât pierdem din vedere însemnările pe care le face jurnalistul însuși, atât în textul articolelor, cât, mai ales, în manuscrisele rămase ca semn al frământărilor și preocupărilor sale.

Care au fost rațiunile care au stat la baza opțiunii poetului pentru activitatea jurnalistică este o întrebare care a preocupat de-a lungul timpului pe cei care s-au aplecat asupra creațiilor sale. O astfel de interogație propune și Dan Mănuță într-un articol din „Cronica”:

Ce îl va fi atras totuși pe Eminescu în politică? Oare numai simpla și fireasca obligație a unei meserii, gazetăria, bine remunerată? Oare numai simpla pasiune pentru un domeniu atât de activ? Oare numai datoria de a se încadra cerințelor grupului de presiune care a fost Junimea? (Mănuță, 1990: 25).

Autorul articolului consideră că nu afinitatea sau adeziunea la ideologia unui grup l-au condus pe Eminescu spre jurnalistică, acest lucru fiind confirmat de polemica pe care Eminescu o poartă în paginile de ziar cu junimiștii și chiar cu liderii partidului conservator care sponsorizau apariția ziarului „Timpul”. Nu-l putem acuza pe jurnalistul Eminescu de părtinire, critica lui nefiind îngrădită de afinități politice și nici de rațiuni financiare. Afirmăția este întărită de Ioan Slavici, unul dintre puținii oameni care l-au cunoscut îndeaproape: „Eminescu nu era cruțător nici față cu membrii partidului când se nimerea ca ei să cadă în vreun păcat, ba era în stare să laude faptele bune și dacă erau săvârșite de adversari politici” (Slavici, 1998: 106).

Pașii jurnalistului au fost ghidați în primul rând de interesul față de schimbările timpului său, față de prefacerile prin care trecea societatea românească în pragul epocii moderne, și de nevoia de a da glas atitudinilor și credințelor care îl animau. Articolul de ziar devine pentru Eminescu spațiul de manifestare a profunde nemulțumiri față de „vârtejul jucăriilor politice”, un spațiu compensatoriu în care cuvântul cu rol cathartic macină mânia și revolta față de o lume în care „atât de multe lucruri nu erau cum trebuie să fie” (Slavici 1998: 106).

Guvernată de intențiile informative ale jurnalistului, publicistica ilustrează grija acestuia față de educarea opiniei publice. Prevalarea intențiilor informative este remarcată încă din etapa colaborării la „Curierul de Iași”, când, în singura foaie rămasă la dispoziția gazetarului, celelalte trei fiind destinate comunicatelor oficiale, Eminescu îngrămădește cronici teatrale, programe ale teatrelor ieșene, articole politice, recenzii, rezumatele unor conferințe susținute la Iași, studii de istorie, economie, lingvistică ș.a., din dorința de a oferi cititorilor cât mai multe date. Asumându-și responsabilitatea pentru partea literară și pentru pagina neoficială a gazetei, Eminescu „intenționa să facă din această secțiune a foii ieșene o publicație cu caracter enciclopedic, în care să fie reprezentate, chiar și într-un spațiu restrâns,

atât literatura, cât și viața politică și mișcarea culturală” (Vatamaniuc 1985: 108). Perioada „Timpul”, cea mai intensă din activitatea jurnalistică a lui Eminescu, marchează deplasarea interesului de pe evenimentele culturale pe cele de politică externă și internă, verbul gazetarului dovedindu-se necruțător cu oamenii politici, indiferent de ideologia pe care o împărtășesc aceștia. Lipsit de aspirații la funcții guvernamentale, Eminescu se angajează, prin natura meseriei pe care o practică, să prezinte și să comenteze evenimentele de pe scena politică internă și externă, oferind cititorilor informații documentate asupra realităților sociale, istorice, economice și politice ale timpului.

3. Concluzii

Valorificarea virtuților modelului hexadic în analiza semiozei publicisticii eminesciene favorizează la nivel metodologic procesul de re-contextualizare a limbajului jurnalistic, operând deschideri analitice inedite și împiedicând formularea unor judecăți de valoare procustiene, dincolo de litera textelor. Astfel, descrierea celor șase parametri ai hexadei (*jurnalist, direcții tematice, mijloace de semnificare, macro și micro-context, finalități discursive și orizonturi ale receptării*) configurează dinamica procesului de semnificare care stă la baza publicisticii eminesciene propunând o redimensionare a ansamblului semnificativ prin prisma efectelor pe care le generează relațiile din interiorul hexadei la nivelul semnificațiilor scrisului jurnalistic. Fără a epuiza analitic potențialul relațional al hexadei, am dorit să subliniem deschiderile pe care le permite un astfel de demers, în descrierea structurii și funcționalității semiozei publicisticii eminesciene, evitând formularea unor judecăți care exced litera textului.

Bibliografie

Surse :

- Eminescu 1980: Mihai Eminescu, *Opere*, vol. IX, București, Editura Academiei.
Eminescu 1989: Mihai Eminescu, *Opere*, vol. X, București, Editura Academiei.
Eminescu 1984: Mihai Eminescu, *Opere*, vol. XI, București, Editura Academiei.
Eminescu 1985: Mihai Eminescu, *Opere*, vol. XII, București, Editura Academiei.
Eminescu 1985: Mihai Eminescu, *Opere*, vol. XIII, București, Editura Academiei.

Literatura secundară :

- Călinescu 1976: G. Călinescu, *Opera lui Mihai Eminescu*, București, Editura Minerva.
Călinescu 1986: G. Călinescu, *Viața lui Mihai Eminescu*, București, Editura Minerva.
Ioan 2002: Petru Ioan, *Modelul hexadic în politologie*, Iași, Editura „Ștefan Lupașcu”.
Mănuță 1990: Dan Mănuță, *În vârtejul jucărilor politice*, în „Cronica”, 1990, nr. 13, p. 25.
Mănuță 2000: Dan Mănuță, *Publicistica politică eminesciană*, în „Convorbiri literare”, 2000, nr. 8, p. 28.
Oprea 1983: Al. Oprea, *În căutarea lui Eminescu gazetarul*, București, Editura Minerva.
Perpessicius 1983: Perpessicius, *Eminesciana*, Iași, Editura Junimea.

- Scurtu, Bulei 1990: Ioan Scurtu, Ion Bulei, *Democrația la români 1866–1938*, București, Editura Academiei.
- Slavici 1998: Ioan Slavici, *Amintiri: Eminescu, Creangă, Caragiale, Coșbuc, Maiorescu*, București, Editura Viitorul Românesc.
- Spiridon 2003: Monica Spiridon, *Eminescu. Proza jurnalistică*, București, Editura Curtea Veche.
- Vatamaniuc 1985: Dumitru Vatamaniuc, *Publicistica lui Eminescu 1870–1877*, Iași, Editura Junimea.
- Vatamaniuc 1996: Dumitru Vatamaniuc, *Publicistica lui Eminescu 1877–1883, 1888–1889*, București, Editura Minerva.
- Vatamaniuc 2000: Dumitru Vatamaniuc, *Eminescu la sfârșit de secol și început de mileniu*, în „Viața Românească”, 2000, nr. 1–2, p. 12–15.

Eminescu’s Journalistic Activity. A Hexadic Model of Situational Analysis

Our article advances a semiotic approach to Eminescu’s journalistic activity, by assuming at the methodological level the hexadic model of situational analysis, developed by the logician Petru Ioan. The choice for a semiotic analysis of Eminescu’s journalism – as a product of a historical and determined epoch, but also as a reflection of the journalist belief/vision on the realities of his time, is motivated, on one hand, by the methodological potential of semiotics that favors the interrelation of all parameters of communication situation and, on the other hand, by the necessity to correlate Eminescu’s journalistic language to the specificity of the time that generated it. As a fact of signification/resignification and communication through signs, Eminescu’s journalistic activity is suitable to a situational analysis to the extent that involves a set of relationships between the journalist and the articles’ receivers, is generated by a particular socio-historical context, uses particular techniques of signification and follows certain finalities.