Al treilea public

LUCIAN IONICĂ

Nivelul general al producției de tip cultural a suferit cel puțin două modificări după dispariția cenzurii politice în '89: pe de o parte a crescut cantitativ în mod semnificativ. Să amintim doar marele număr de titluri de cărți ce apar în fiecare an, numeroasele concerte, numărul mare de canale de televiziune, din România sau străine, etc. Pe de altă parte, există date care arată că nivelul general a scăzut, producțiile comerciale fiind cele care domină piața. Iar aici există un mecanism care se autoîntreține, s-ar putea vorbi chiar de un fel de „perpetuum mobile": publicul dorește un anumit gen de lucrări, iar faptul că i se dă ceea ce el așteaptă, îi întărește opțiunea – asta, spus foarte pe scurt.

Dacă înainte de 89, îndeosebi literatura oferea o anumită doză de libertate, în care oamenii găseau satisfacții intelectuale, astăzi există multe alte zone atractive, unele dintre ele chiar palpitante, unde este posibil să se manifeste propria personalitate: afacerile, cariera profesională (cu beneficiile ei), călătoriile sau, pur și simplu, „distracția", înțeleasă în fel și chip – doar este libertate acum.

Unul dintre „semnele" acestei situații este și pierderea influenței pe care au avut-o revistele literare. Tirajele lor s-au redus nu doar pentru că în general presa tipărită este în scădere, ci și pentru că au apărut alte subiecte mai captivante, cele politice, în primul rând.

Înainte de '90, publicul era mai pretențios, apariția vreunui roman cu oarecare aluzii crea senzație, devenea imediat subiect de discuții în societate, nu doar între scriitori. Tiraje de 50.000, sau chiar mai mari, erau insuficiente, trebuia să ai „pile" la librărie, iar cărțile căutate ajungeau să se vândă și la pachet cu altele, necăutate. Azi, o carte are succes dacă se vinde în 1.000 de exemplare. Este una dintre dovezile că piața culturală s-a diversificat foarte mult.

Ce s-ar putea face, de către cine și cu ce costuri, pentru a crește segmentul de public elevat, este o problemă complexă. Am să mă refer în continuare doar la un singur aspect al ei.

Desigur, curiozitatea și interesul pentru varii domenii extraprofesionale nu au dispărut, ele sunt satisfăcute în mare parte de fluxul imens de știri, multe redactate „senzaționalist", comentarii, fotografii și înregistrări video, ce vin necontenit pe internet. Oamenii din public, de fapt din

BDD-A32064 © 2019 Editura Mirton; Editura Amphora
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 18:37:15 UTC)

multitudinea de publicuri, îşi dezvoltă fiecare strategia sa personală pentru a se orienta în această avalanşă informaţională şi a găsi ceea ce doreşte.

Dacă publicul foarte divers încearcă să găsească soluţii pentru a ajunge la ceea ce îl interesează, oare cel care scrie – şi aici mă refer mai ales la autorii de studii şi eseuri cu caracter ştiinţific, îndeosebi din zona umanistă – nu ar fi de dorit să dezvolte şi ei strategii pentru a ajunge nu doar la un număr limitat de specialişti, ci şi dincolo de ei, la acele persoane care potenţial ar fi interesate de tematică, dar un limbaj tehnic sau o avalanşă de informaţii îi blochează? Ar fi un pas important pentru a deschide calea unor abordări multi şi interdisciplinare, termeni foarte la modă într-o vreme.

Răspunsul afirmativ se loveşte de o anumită realitate. În lumea academică, nu doar în România, ci şi în alte ţări, există o puternică presiune pentru a publica în reviste ISI şi BDI. Argumentul teoretic este valid: dacă aceste reviste acceptă spre publicare un articol, asta înseamnă o recunoaştere a valorii conţinutului său, respectiv a valorii autorului. Practica, însă, relativizează ceea ce pare de bun simţ, atunci când afli că pentru a publica, unele reviste cer bani, şi nu puţini. La fel, unele edituri. Astfel, ajungi să te întrebi, cum rămâne cu valoarea, în ce constă ea? Care mai sunt criteriile ei?

Apariţia unui volum gros, de sute de pagini, în format mare, reprezenta pentru autorul său un semn sigur al excelenţei în domeniul respectiv. Lăsând deoparte problema reală a cenzurii politice de la noi, înainte de '90, editurile aveau redactori, colaborau cu referenţi de specialitate, ceea ce valida valoarea unui text. Sigur, sistemul nu era perfect, avea şi slăbiciunile lui, dar asta nu anulează principiul. Astăzi, multe edituri nu mai au redactori, cel mult corectori. Există edituri care cer autorilor să respecte anumiţi parametri de tehnoredactare şi publică textul ca atare. Singura condiţie este să aibă banii necesari, din economii, din proiecte sau sponsorizări, iar la final autorul primeşte întreg tirajul.

Ce este de făcut? Cred că nu există decât un singur răspuns: să ne adaptăm la noua realitate. Tinerii sunt gata adaptaţi, ei s-au născut în această lume. Adaptarea se referă la cei formaţi înainte de apariţia internetului.

Pe de altă parte, cine mai are timp şi disponibilitatea de a citi volume de sute de pagini, dacă nu este vorba de beletristică? Doar specialiştii din domeniu, care domenii, prin dezvoltarea lor, se îngustează, reducându-se astfel şi numărul cititorilor potenţiali. Aici apare sincopa: o carte valoroasă, cu idei care ar putea interesa un public mai larg decât cel al specialiştilor, nu ajunge la el.

Strategia la care mă refer nu are în vedere cum să se obţină mai uşor punctajele administrative, cerute prin reglementări legale, uneori întocmite

BDD-A32064 © 2019 Editura Mirton; Editura Amphora
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 18:37:15 UTC)

aiurea, din varii interese sau pur şi simplu din nepricepere, ci la fenomenul real şi efectiv al comunicării, care nu implică neapărat o măsurare formală, dar al cărui rezultate pozitive pot fi observate în timp.

Se folosea într-o vreme sintagma „popularizare ştiinţifică". Ea ascundea un anume dispreţ pentru acele lucrări destinate „marelui public", pentru că prezentau uneori mai simplu, alteori doar simplist, subiecte ştiinţifice importante. Erau considerate fără valoare, de „vulgarizare", adresate unui public necunoscător. Asta poate şi din absenţa abilităţii de a realiza bine un astfel de demers. Liviu Ornea spunea recent despre fizicianul Carlo Rovelli: „Are acel dar rarisim de a prezenta accesibil teorii abstracte, simplificând fără să vulgarizeze şi fără să piardă semnificaţiile profunde – har pe care îl au, cred, numai cei îndelung familiarizaţi cu domeniul despre care scriu."[1] La fel, despre Nicolae Steinhardt, Episcopul Justinian Chira nota: „Deşi sfinţia sa era un erudit de înaltă ţinută, atunci când predica avea grijă să se facă înţeles de toată lumea, de toate categoriile de ascultători."[2]

Atunci când noile idei şi viziuni circulă, fiind înţelese de un cerc mai larg de persoane se face un pas important pentru susţinerea unui climat cultural confortabil, în care ignoranţa să nu domine.

În mod curent se face distincţia între *specialişti* şi *marele public*, dar pe lângă aceste două categorii, aflate oarecum în opoziţie, există şi o a treia categorie ce nu ar trebui uitată: *publicul elevat.*

[1] Liviu Ornea, Săgeata timpului, în *Observator cultural*, nr.974, 13-19 iunie 2019, p.17
[2] Nicolae Steinhardt, Jurnalul fericirii, Ed. Mănăstirii Rohia, Rohia, 2005, p.6

BDD-A32064 © 2019 Editura Mirton; Editura Amphora
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.142 (2026-11-14 18:37:15 UTC)