

EXISTĂ UN STIL PUBLICISTIC?

Ioana VID

(Universitatea de Vest din Timișoara)

În secolul al XIX-lea, în cultura noastră a înflorit studiul și practica retoricii, care urmăreau cultivarea unor bune deprinderi de utilizare a limbii în raport cu un anumit scop. Se răspândește acum concepția antică a celor trei stiluri: înalt, mediu și umil, dar se și deosebesc mai multe modalități de utilizare a limbii, pe domenii de activitate socio-culturală (bisericesc, oratoric, literar etc.). Trebuie precizat însă că asemenea departajări au avut un caracter nesistematic și că nu au fost urmate de studierea atentă a stilurilor respective¹.

O abordare științifică a chestiunii s-a produs abia în secolul al XX-lea, adică relativ târziu dacă avem în vedere existența efectivă mult mai veche a stilurilor noi, dar destul de promptă dacă ne gândim la momentul constituirii stilisticii ca disciplină. Cel căruia îi datorăm prima clasificare a stilurilor românești din perspectiva orientărilor moderne ale stilisticii a fost Iorgu Iordan, în 1954². Acesta a afirmat existența a șase stiluri: literar (sau artistic), științific (și tehnic), publicistic, oficial, oratoric și familiar. Autorul acestei clasificări precizează că, în vreme ce primele cinci sunt cu precădere scrise, ultimul este mai ales oral.

¹ Cf. Ileana Oancea, *Istoria stilisticii românești*, București, Editura Științifică și Enciclopedică, 1988.

² Iorgu Iordan, *Stilistica limbii române*, București, Editura Științifică și Enciclopedică, 1965.

Chestiunea este reluată la scurt timp de Coteanu, care acceptă trei stiluri considerate „fundamentale”: stilul literaturii artistice, stilul științific și stilul administrativ. Cum se vede, este negată existența stilului publicistic, concepție căreia i s-au raliat mulți alți stilisticieni români, dar care a avut parte și de contestări. Coteanu își precizează punctul de vedere, detaliind modelul stilistic enunțat anterior, prin admiterea mai multor niveluri de generalizare, al căror număr crește de la patru la cinci. Cea mai completă schemă elaborată de acest autor datează din 1973³; în această schemă se pornește de la sistemul general al limbii, numit de autor diasistem, pentru că el străbate toate manifestările sale concrete. Diasistemul are, pe o treaptă imediat inferioară, două câmpuri de concretizare, numite limbaj cultivat și limbaj popular. La rândul lor, acestea se concretizează, pe un nivel și mai coborât, în limbajul artistic și în mai multe limbaje nonartistice. Cel de-al patrulea nivel este rezervat varietăților prin care se concretizează nivelul al treilea. Mai exact, limbajul artistic poate lua fie forma poeziei, fie pe cea a prozei, pe când limbajele nonartistice se relevă ca limbaj standard și ca o succesiune nedeterminată de limbaje științifice, al căror număr este raportabil la acela al disciplinelor corespunzătoare.

Paul Miclău⁴ propune trei criterii de delimitare a stilurilor: criteriul socio-cultural, criteriul informațional și criteriul structural. Criteriul socio-cultural are în vedere apartenența socială a vorbitorilor care folosesc anumite procedee lingvistice în funcție de nevoile și de gradul lor de cultură. Potrivit acestui criteriu, se disting două mari grupuri de stiluri: stilurile limbii neliterare și stilurile limbii literare. Primele se folosesc de către vorbitorii necultivați; în grupul stilurilor neliterare, cele mai răspândite sunt stilul familiar, stilul vulgar și stilul argotic. Stilurile limbii literare se clasifică în două mari grupuri: cel al stilurilor limbii literare neartistice și cel al limbii beletristice, despărțite prin rolul lor (în comunicarea obișnuită respectiv în comunicarea estetică). Din grupul celor neartistice fac parte: stilul conversației îngrijite, stilul publicistic, stilul juridico-administrativ și stilul tehnico-științific. După criteriul informațional, stilurile sunt: spontane (familiar și cel vulgar) și stiluri nespontane. Conform criteriului structural, stilurile se împart în două mari grupuri: cel al stilurilor neîngrijite și cel al stilurilor îngrijite.

³ Ion Coteanu, *Stilistica funcțională a limbii române*, București, Editura Academiei, 1973.

⁴ Paul Miclău, *Stilurile limbii*, în *Tratat de lingvistică generală*, sub redacția lui Al. Graur, S. Stati, Lucia Wald, București, 1971.

Relativ apropiată de viziunea lui Coteanu este concepția lui Maneca. Pe baza unor riguroase investigații statistice, el admite existența următoarelor stiluri în româna contemporană: artistic, științific și colocvial. Cel dintâi are ca subdiviziuni: poezia, proza și publicistica, pe când formele stilului colocvial sunt monologul și dialogul.

Lidia Sfârlea⁵ distinge două variante fundamentale ale limbii române literare, și anume, varianta oficială și cea neoficială. Prima cuprinde o subvariantă administrativă și una științifică, pe când cea de-a doua se divide într-o subvariantă artistică (incluzând proza și poezia) și alta, neartistică, în componența căreia intră exprimarea familiară, cea telegrafică, cea epistolară și cea biblică. Așa cum se vede, autoarea menționată nu admite existența unui stil publicistic ori a unei variante corespunzătoare acestuia.

O versiune mai simplificată a schemei lui Coteanu propune Flora Șuteu⁶ care deduce din diasistem o variantă cultivată și una necultivată, fiecare dintre acestea comportând o varietate solemnă (adică nespontană, controlată), o varietate standard, în cadrul căreia s-ar produce osmoza între vorbirea academică și cea populară. O observație care se impune este aceea că, spre deosebire de alte limbi de cultură europene, româna nu cunoaște, în realitate, o asemenea componentă standard, deși ar fi foarte bine dacă lucrurile ar sta altfel. Vorbitorul nostru are un comportament lingvistic extrem de diferențiat, el fiind nevoit să-și adapteze modul de exprimare atât la interlocutori, cât și la diversele situații de comunicare, oscilând astfel nedorit între vorbirea populară, cea literară, argotică etc.

Tot printr-un model de tip arborescent gândește structura stilistică a limbii române literare și Paula Diaconescu⁷. Autoarea este de părere că limba (adică diasistemul din modelele anterioare) este utilizată în două variante fundamentale, și anume cea populară și cea cultă sau literară. Ambele pot fi exprimate oral sau scris. Varianta cultă, cea care interesează aici, cunoaște, în ipostaza ei orală, un stil oratoric, iar în ipostaza scrisă stilurile artistic, științific, administrativ și publicistic.

⁵ Lidia Sfârlea, *Stilul și obiectul stilisticii. Câteva opinii*, CL, XVI, 1971, nr. 1.

⁶ Flora Șuteu, Elisabeta Șoșa, *Dicționar ortografic al limbii române*, București, Editura Vestala, 1994.

⁷ Paula Diaconescu, *Structura stilistică a limbii române. Stilurile funcționale ale limbii române literare moderne*, în SCL, 1974, nr. 3.

Dumitru Irimia face o clasificare personală, combinând factorii lingvistici cu cei extralingvistici. În opinia sa, aspectul cult al limbajului scris dezvoltă patru stiluri funcționale: științific, beletristic, publicistic și juridico-administrativ.

După ce am încheiat trecerea în revistă a principalelor concepții privind structura stilistică a limbii noastre literare, putem observa că numărul stilurilor variază de la un autor la altul, ca și locul lor în ierarhiile elaborate. Doar două stiluri apar constant în toate clasificările luate în considerare, și anume stilul artistic și cel științific⁸. Stilul administrativ este deseori subordonat celui științific, iar cel publicistic (care constituie obiectul cercetării noastre) este considerat uneori o varietate a celui beletristic atunci când nu a fost de-a dreptul contestat pe considerentul că, în acest caz, se apelează la mijloace de expresie împrumutate din alte stiluri cu existență indubitabilă (artistic, științific, administrativ).

Înțelegem în sensul cel mai general, limba literară este instrumentul prin care se concretizează, există și se transmite cultura unei națiuni. De aceea, ea mai poartă numele de limbă de cultură sau de limbă a culturii. Necesitatea de a distinge, în cadrul ei, mai multe variante a pornit, desigur, de la o realitate indiscutabilă, adică de la evidența că aceste variante există într-adevăr. Chestiunea se complică însă în momentul în care ne propunem să aflăm care este rațiunea de a fi a acestor variante, numite *stiluri* sau, cu un termen ce ni se pare mai adecvat, *limbaje*. Pe o poziție similară se situează și Iorgu Iordan, care preferă pe *limbaj* lui *stil* și Ion Coteanu, care renunță la *stil* în favoarea lui *limbaj*. Ambii autori invocă în sprijinul lor faptul că termenul *stil* ar trebui rezervat pentru denumirea modului personal în care un scriitor sau un om de cultură își exprimă ideile și sentimentele.

Utilizarea termenului *limbaj* are și un alt avantaj, și anume pe acela de a retroceda termenului *stil* dreptul de a reveni la destinația sa originară, antică. Am arătat că și la noi teoria celor trei stiluri s-a bucurat în secolul al XIX-lea de trecere; ea a fost reluată, cu scopul declarat de a fi reactualizată, de către Ivănescu⁹. Această teorie afirmă existența a trei registre de exprimare, și anume: stilul înalt sau sublim, stilul mediu sau temperat și stilul simplu, vulgar sau umil. A cunoaște realitatea unor asemenea registre stilistice nu reprezintă o contestare a existenței limbajelor funcționale amintite anterior, ci o complinire a acestora.

⁸Cf. Al. Andriescu, *Stil și limbaj*, Iași, Editura Junimea, 1977.

⁹Gh. Ivănescu, *Istoria limbii române*, Iași, Editura Junimea, 1980.

Afirmația trebuie înțeleasă în sensul că, teoretic, dar, așa cum se va vedea, și practic, fiecare dintre limbajele funcționale comportă cele trei registre menționate. De pildă, în cadrul limbajului științific, este rațional să admitem că pot fi deosebite o variantă academică, prezentă în tratatele de specialitate, o variantă neutră, identificabilă în prelegerile universitare și o variantă de popularizare, specifică articolelor de propagare a cunoștințelor științifice. Etajări similare pot fi imaginate și chiar constatate și în cadrul celorlalte limbaje funcționale ale limbii române literare.

În opinia noastră, aceste limbaje sunt în număr de cinci: artistic, științific, administrativ-juridic, publicistic și religios. Dacă admitem că fiecare comportă trei niveluri stilistice înseamnă că, în ansamblu, româna literară posedă douăsprezece asemenea niveluri, de unde rezultă că cel care o utilizează are la dispoziție un larg și complex evantai al modalităților de exprimare, adecvat scopurilor comunicării. Utilizatorului nu-i rămâne decât s-o adapteze la receptor. În condițiile în care cele trei stiluri sunt invariabile (cel puțin din antichitate până în prezent), înseamnă că variabilitatea inventarului este determinată de mobilitatea limbajelor, care au evoluat, s-au modificat, au dispărut și s-au constituit într-un ritm propriu fiecărei culturi.

De exemplu, până în secolul al XIX-lea s-a vorbit despre un limbaj bisericesc, specific cărților de cult, comentariilor asupra acestora, predicilor și, în general, tuturor manifestărilor lingvistice cu caracter religios. Ulterior, când rolul prioritar al religiei în viața noastră spirituală a început să fie concurat de direcții laice, cum sunt arta ori știința, importanța limbajului în discuție a început să scadă, astfel încât învățații secolului al XX-lea nu l-au mai luat în considerare, aceasta și din motive ideologice, după 1989 stilul său a început să intereseze tot mai mult și caracteristicile lui să fie investigate atât sincronic cât și diacronic. Astăzi, când religia și-a redobândit rolul și locul cuvenite, existența acestui limbaj începe să fie din nou admisă.

În concluzie, admitem existența stilului publicistic și ne vom ocupa, în continuare de caracteristicile sale.

Stilul publicistic a cunoscut o evoluție spectaculoasă, ritmul său de schimbare fiind, fără îndoială, cel mai accelerat față de cel al altor stiluri. Aceasta este și explicația faptului că presa reprezintă un veritabil laborator, în care se experimentează și se verifică inovațiile lingvistice, adică împrumuturile și cuvintele derivate sau compuse pe teren românesc. O mare parte a neologismelor

care nu sunt de strictă specialitate au pătruns în limbă prin intermediul presei. Nu este mai puțin adevărat că această permeabilitate pronunțată față de inovația lingvistică a condus și la multe abuzuri, îndeosebi neologice, pe care Ion Luca Caragiale, de exemplu, le-a ridiculizat în scrierile sale.

Funcțiile presei determină categoric și modalitățile la care ea recurge. Se poate confirma că principalele funcții ale presei sunt comunicarea și persuadarea. Funcția comunicativă se realizează, în primul rând, grație caracterului său referențial deosebit de pronunțat. Am putea spune că limbajul presei este centrat pe realizarea funcției referențiale. Referentul său principal este chiar viața socială cu toată varietatea și complexitatea ei. Necesitatea de a-l informa pe cititor și pe ascultător, cât mai rapid și cât mai corect este dublată de o alta, și anume de necesitatea de a-l influența într-atât încât să-și modifice ideile, opiniile, comportamentul, în conformitate cu intențiile, dorințele și interesele grupului al cărui purtător de opinie este ziaristul.

Funcția referențială este dublată de funcția persuasivă care se bazează pe expresivitate și pe creativitate, ceea ce înseamnă accentuarea în limbaj a relației dintre partenerii actului comunicativ: emițătorul sau enunțiatorul cu funcția expresivă și receptorul sau destinatarul cu funcția conativă, după schema lui Roman Jakobson. Expresivitatea reprezintă pătrunderea, în grade diferite și în maniere diferite, a emițătorului în mesaj și, mai ales, exprimarea atitudinii sale de aprobare, de respingere față de conținutul mesajului propriu, în așa fel încât, să poată provoca și în receptor aceeași atitudine. Evident că efectul va fi cu atât mai puternic și, deci, cu atât mai eficient, cu cât puterea de convingere este mai mare. Și nu este deloc o întâmplare că printre factorii de persuasiune, alături de argumente, fapte, exemple, un rol deosebit revine punerii în text a acestora, textualizării lor, ceea ce înseamnă importanța limbajului în actul de persuasiune.

Într-adevăr poți fi mai convingător sau mai puțin convingător și prin felul cum te exprimi. Modul de exprimare este influențat și de receptor, de apartenența socială, culturală, politică a acestuia. A ști cui te adresezi este vital în jurnalistică, pentru că numai astfel vei putea să-ți adaptezi discursul la destinatar, să-i lași acestuia impresia că i te adresezi în mod special lui și numai lui, că el este cel vizat de mesajul tău și, într-un fel, favorizat de modul în care este redactat.

Conativitatea rezidă tocmai din orientarea mesajului către destinatar, cooptarea acestuia în mesaj, ca un veritabil „personaj“ al acestuia.

Stilul publicistic are un puternic caracter dialogic, în subtextul său atunci când această particularitate nu apare explicit la suprafața lui. Stilul jurnalistic este canalul prin care pătrund în limbă influențele care marchează profilul limbajului oral dominat de spontaneitate și de relaxarea normelor lingvistice.

Jurnalistul intră în contact cu cele mai diferite domenii de activitate, care se concretizează prin acțiuni/evenimente specifice (care vor deveni texte în media) și prin limbaje specifice. Cititorul ziarului/magazinului (ascultătorul radio-jurnalului) nu este obligat să fie jurist, chimist, medic, biolog, finanțist sau psiholog în același timp. De unde, rezultă necesitatea ca „jargonul“ fiecărei profesii să fie tradus într-un limbaj accesibil, la fel, limbajul străzii, argoul. Ceea ce nu înseamnă că în textul publicistic nu pot să apară, când este nevoie, termeni de specialitate sau termeni aparținând argoului. Cititorul nu așteaptă o metaforă în locul unei informații. De exemplu, enunțul: „La miting a participat o mare de oameni“, conține o metaforă al cărei conținut informațional este incert. În schimb, enunțul: „La miting au participat 3000 de oameni“, conține o informație. De aici nu rezultă că folosirea metaforelor sau a altor tropi este interzisă în textul jurnalistic.

Situată între cele două stiluri (stilul artistic și cel științific) exprimarea jurnalistică împrumută din valențele expresive ale celui dintâi și din rigoarea rece a limbajului științific, de foarte multe ori, îmbinându-le.

Este de notat că noțiunea de stil jurnalistic este destul de vagă, și datorită extensiei corelațiilor sale date de diversitatea cvasi-nelimitată a situațiilor reale pe care la reflectă media. Mărcii personalității autorului textului i se adaugă aceea a diferențelor dintre media. Din această perspectivă, există un stil de agenție, unul de televiziune, un stil radiofonic, un stil al presei tipărite, toate aceste variante având numeroase puncte de interferență. Două aserțiuni par a întruni consensul:

1. Stilul jurnalistic este o derivare (unii o numesc degradare) a stilului literar;
2. Există o anumită uniformizare stilistică care derivă din standardizarea produsului/textului mediatizat. Accentul se mută de la personalitatea semnatarului, la conținutul mesajului, de la cum se spune, la ce se spune.

Rigorile deadline-ului, ale limitelor de spațiu/timp și existența publicului heteroclit impun drept calități ale stilului publicistic: concizia, varietatea (care decurge în primul rând din varietatea realității; aceasta impune varietatea lexicală și de exprimare), accesibilitatea, claritatea, acuratețea.