

Capitolul 2

Virtuțile stilistice ale textului jurnalistic

Este foarte important să stabilim dintru început care sunt exigențele stilistice de bază ale unei scriituri jurnalistice corecte: *claritatea, concizia, credibilitatea, lizibilitatea, coerența, fluenta, adecvarea* etc. Vom exemplifica fiecare trăsătură în parte, nu fără a atrage atenția tinerilor dornici să practice meseria de ziarist că respectarea vigilență a unor reguli și interdicții nu asigură în mod obligatoriu unui text nici calitatea și nici puterea de convingere; totul depinde de stilul și profilul ziarului, de tema abordată, de stilul personal al autorului, tentat să încalce mereu niște reguli dacă dorește să fie o voce distinctă, să se bucure cu adevărat de recunoașterea și respectul confrăților.

Redacția unui ziar nu este o reunire întâmplătoare de oameni, ci o alăturare coerentă și bine structurată de zăriști, cu personalitatea, sensibilitatea, creativitatea și subiectivitatea lor. Ziarul nu este un implacabil „pat al lui Procust”, dar nici un spațiu tipografic aflat la bunul-plac al oricui, un loc al experimentului și al inspirației de moment. Dimpotrivă, în ciuda oricărui efort de originalitate, jurnalistul tânăr trebuie să deprindă și să respecte cerințele de bază, alfabetul scriiturii de presă.

2.1. Lizibilitatea

Când spui „articol de presă”, te gândești la simplicitatea lecturii, la un text pe înțelesul tuturor – pe scurt, te gândești să fie lizibil. Din păcate, lizibilitatea reprezintă un concept mult prea vag. Îl folosim și îl aducem în discuție câtă vreme el sintetizează o multitudine de cerințe stilistice și, în plus, reprezintă o trăsătură fundamentală a limbajului jurnalistic. Nu vom insista prea mult, deși s-au scris multe cărți și studii pe această temă atât de dragă lingviștilor și sociologilor specializați în analiza de conținut.

Relativ ușor de măsurat, lizibilitatea reprezintă ușurința cu care înțelegem un text. Altfel spus, cheia lizibilității stă în proporția dintre cuvintele facile și cele dificile de înțeles dintr-un text. Sociologia consacră mai multe liste și formule de calcul: Thorndike, Lorge, Dale, Chall etc. De pildă, Flesch măsoară lungimea medie a frazelor în număr de cuvinte, lungimea medie a cuvintelor în număr de litere, după care propune o anumită formulă matematică nu tocmai complicată. Un alt procedeu îl reprezintă „indicele de închidere” propus de Taylor, prin care se fixează gradul de redundanță al mesajului, adică excesul relativ de semne, raportat la ceea ce este strict necesar pentru a ajunge la aceeași cantitate de informație și pe care nu o mai putem suprima (stilul telegrafic, de pildă). Premisa, preluată din teoria informației, ar fi următoarea: „cu cât mesajul este mai redundant, cu atât este mai inteligibil” (A. Kientz, 1971, p. 52).

Cu titlu de exemplu, vom aminti câteva rezultate ale unor studii de măsurare a lizibilității. Dacă la un număr de 12 cuvinte dintr-o frază mesajul reținut de către cititor este de 100%, indicii de memorare scade dramatic (30%) când numărul cuvintelor se apropie de 40. O frază din 17 cuvinte pare să ofere un maximum teoretic admis pentru o memorare acceptabilă (de 70%) a mesajului. Pentru José de Broucker (1995, p. 102), de aici, rezultă câteva cerințe jurnalstice:

- Plasați mesajul principal în prima parte a frazei.
- Evitați propozițiile incidente prea mari (în medie, având 9,5 cuvinte).
- Suprimați la maximum redundanțele inutile.
- Recurgeți la imagini și la concret.
- Cu cât subiectul abordat de text este mai complicat, mai dificil, cu atât trebuie să respectați structura simplă: subiect – verb – complement.

Vom regăsi în jurnalism câteva dintre criteriile sociolingvisticilor de măsurare a lizibilității: numărul restrâns de cuvinte, scurtimea frazelor, gradul de redundanță (direct proporțional cu audiența). Din păcate – sau din fericire –, în presa scrisă, lizibilitatea nu funcționează după modelul sociologic și nici nu reprezintă o cerință ultimativă¹. În presă, lizibilitatea este un deziderat. Până la urmă, reușita unui text publicistic stă, pe de o parte, în noutatea și interesul provocat pentru lectură de un subiect și, pe de altă parte, în personalitatea ziaristului, în felul în care spune ce are de spus. Riscând o butadă, putem zice că lizibilitatea nu este neapărat o virtute, dar ilizibilitul (textul neclar și încâlcit) este cu siguranță un mare defect.

2.2. Claritatea. Când „bătaia se rarefiază”

Claritatea seamănă (dar nu se confundă) cu lizibilitatea – un concept mult mai larg, obținut printr-un cumul de procedee. La drept vorbind, nici claritatea nu e o noțiune suficient de bine definită, câtă vreme în spatele unei propoziții de o limezime impecabilă se pot ascunde inconsecvențe sau greșeli de logică, inerții de percepție. Să luăm de pildă propoziția „Afară plouă”. Corectă în aparență, afirmația este pleonastică – nu poate ploua decât afară (cu unele excepții, desigur).

Fără claritate, nici o altă virtute stilistică nu mai este posibilă. Iată de ce, după terminarea oricărui articol, trebuie să-l recitim atent și de mai multe ori. Tot timpul, neatenția sau inerțiile de limbaj îți pot juca feste. Nici măcar experiența sau știința de carte nu ne apără de greșeli imparable, de pleonasm sau de anacolut: „Bucureștii de altădată”, „ochi cu o privire tristă”, „o crimă macabră și oribilă” etc. Nu mai vorbim despre proasta utilizare a cuvintelor în absența unei atribuiri clare:

Cele două seri de Stufstock 3 au adus la Vama Veche aproape 100 000 de „salvatori” ai călăușilor de mare și ai arhitecturii pe orizontală, între clamaie de organizatori. Dar și 42 de artiști și trupe, circ pentru popor, transmis în direct la televizor (*Jurnalul național*, nr. 3637, p. 32).

Citind textul de mai sus, te întrebi de ce cuvântul *salvatori* este redat între ghilimele, ce înseamnă „căluși de mare”, „arhitectură pe orizontală” etc. Este clar că autorul mizează pe faptul că cititorul cunoaște deja că organizatorii festivalului au protestat de mai multă vreme împotriva construcțiilor înalte din zonă, construcții care afectează imaginea rustică a stațiunii. Chiar și așa, nu e limpede ce caută în această ecuație argumentativă „căluși de mare” sau de ce autorul contabilizează la grămadă cântăreții și trupele de artiști: 42. În principal, neclaritatea este generată de *echivoc*. Imprecizia decodării poate să provină din trei neglijențe de ordin gramatical, semantic și logic.

- *Gramatical*. Proasta gestionare a sintaxei duce la multe și nedorite derapaje semantice. Atragem atenția, mai ales, asupra folosirii neglijente a elementelor de legătură (conjunții, prepoziții, adverbe). Greșeala cea mai flagrantă este anacolutul: „Pe tata îl chema Tudor, dar el rareori dădea pe acasă” sau „Printre aceștia mă aflam și eu, scuzându-mi comoditatea, cu pregătirea fizică minimă”.

- **Semantic.** Cuvintele nu au aceeași forță semantică. Unele au nevoie de un determinant lămuritor (de exemplu, *a intra*). Altele își rezolvă insuficiența semantică prin context. Să comparăm: „Mergeam pe stradă, când, deodată, am intrat” și „M-am oprit în dreptul magazinului. Am intrat”. În absența unor repere contextuale puternice, echivocul se poate instala cu ușurință: „Sunt nouă în clasă” sau „Am un prieten de trei ani și vreau să mă căsătoresc cu el”. „De trei ani” poate să însemne: durată prieteniei, dar și vârsta prietenului. Dacă în limbajul oral asemenea neglijențe sunt permise, în scris, ele trădează carențe în instrucția școlară.

- **Abateri de la logică.** Aceste greșeli sunt cele mai periculoase. Ele vin dintr-o inerție a formulelor fixe sau dintr-o preluare neatentă a unor neglijențe proprii limbajului oral. De pildă, e greșit să scriem: „Fără să vreau, am văzut pe o bancă doi tineri certându-se pe o bancă”. Pe de o parte, este echivoc să precizăm: „pe o bancă”. Pe de altă parte, trebuie să reformulăm fraza, ba chiar să o separăm în propoziții distincte: „Doi tineri stăteau pe o bancă. Se certau de mama focului”. Mai trebuie apoi să eliminăm formula „fără să vreau”, câtă vreme nimeni nu-și propune să vadă doi tineri pe o bancă. În cel mai bun caz, formula „fără să vreau” se justifică în alt context semantic: „M-am oprit în fața vitrinei, admirând o rochie superbă. *Fără să vreau*, m-am trezit în magazin”. În acest caz, precizarea înlocuiește un întreg paragraf explicativ: atât de mult mi-a plăcut rochia, încât nici nu mi-am dat seama când am ajuns în fața vânzătoarei etc.

Extrem de înșelătoare, abaterile de la logica lăuntrică a observației sunt posibile oricând, ele provenind fie dintr-un exces de precizie („Pentru prima oară, mă simteam singur pe stradă”), fie din contradicția logică a amănuntelor: „Un om cu burta mare, îmbrăcat într-un palton gros, trecea strada” (burta mare nu se observă de sub palton; observația este posibilă doar vara).

42 de trupe și artiști, pe cele două scene, lângă care s-au adunat aproape 100 000 de spectatori. Vânzări record de băuturi, țigări și mâncare. Sute de minori beți, adormiți pe plajă. 60 de jandarmi care și-au asumat riscul de a fi înjurați pentru că aveau misiunea de a menține ordinea publică. Nici un caz grav pentru medicii voluntari prezenți în Vamă. „Băutură fără limite, sex fără limite. Chiar și la 4 metri în fața scenei. Ce să le facem?” ne-a rezumat situația un jandarm, pe la 2 dimineața. (*Jurnalul național*, nr. 3637, p. 32)

Trecem peste greșelile flagrante, în care se observă o proastă manipulare a cuvintelor („Bătaia s-a rarefiat”) și mai ales folosirea neinspirată a prepozițiilor, a elementelor de legătură. Atragem atenția în mod special

asupra neglijențelor de exprimare, preluate din stilul oral, adeseori lipsit de rigoare: „Am strâns toate lucrurile *despre* Spania”.

Chiar dacă în goana condeiului putem greși, nimeni nu ne împiedică să relectăm atent textul și să operăm corecțiile sau adăugirile clarificatoare. Când acest lucru nu este posibil, trebuie să reformulăm fraza, să operăm schimbări în topică, atenți fiind nu numai la echivoc, dar și la pleonasmul care se poate instaura fără alte semne avertizatoare (dezacord, cupuri etc.): „Stăteam în fața televizorului ca să privesc...”, „Am deschis ziarul ca să citesc...” etc.

În afară de echivoc, o altă sursă principală a neclarității o reprezintă dezacordul creat între *sensul figurat al cuvântului și contextul pragmatic, real al propoziției*. Deși lingviștii vorbesc de arbitraritatea semnului lingvistic, de faptul că nici un cuvânt nu semnifică prin el însuși, sensul fiind dat de vecinătatea celorlalte cuvinte, propoziții, fraze sau paragrafe, în realitate, lucrurile nu stau tocmai așa. Prin uz, prin forța de sugestie creată de o succesiune onomatopeică, cuvintele au câteodată propria individualitate semantică, adică pot sugera un sens, chiar dacă el ne e necunoscut: *hândrălau, hociorobos, a se panchioni, a se canoni* etc. Bine ar fi să alegem cuvintele cele mai puternice, dar să ținem cont și de contextul în care le folosim, de eventualele conotații – ironice, negative etc. –, care se potrivesc sau nu intențiilor noastre discursive.

Atunci când elaborăm un text, ne lăsăm duși de valul plăcut al inspirației. Se întâmplă uneori să ezităm în dreptul unui cuvânt – fie pentru a evita o asonanță neplăcută, fie negăsind cuvântul cel mai apropiat de ceea ce vrem noi să spunem. Ezităm deci între: *colț, ungher și cotlon*, alegându-l pe cel din urmă pentru sonoritatea sa puternică. Evităm să scriem: „A urcat sus, la ultimul etaj”, rușinați fiind de pleonasmul comis. Să fim însă rezonaibili și să acceptăm că nu toate abaterile de la normă (pleonasmul, spre exemplu) constituie un viciu; că, uneori, o succesiune de cuvinte mai mult sau mai puțin apropiate semantic poate avea efect expresiv, de întărire: „Era o noapte opacă, o beznă să-ți bagi degetele în ochi”.

Contează foarte mult în decizia noastră contextul semantic, stilul personal, intenția și scopul propus. Controlând textul după toate normele gramaticale și semantice în uz, riscăm să pierdem un lucru deosebit de important: prospețimea și forța evocării, puterea de a convinge.

2.3. Credibilitatea. „Avea patru mâini, nu două”

Luată în sine, orice afirmație este credibilă. Totul depinde până la urmă de context. Nu putem deci aprecia afirmația „Avea patru mâini” ca fiind lipsită

de credibilitate, câtă vreme o plasăm într-o vecinătate semantică lămuritoare și o transformăm într-o metaforă („Era harnică. Avea patru mâini, nu două”).

Pe de altă parte, este foarte ușor să ieși din real, din logica firească a lucrurilor. Un singur detaliu nepotrivit, o insistență sau o precizie exagerată creează același efect nedorit – incredibilul. De pildă, este suficient ca într-o pădure să întâlnim o fată îmbrăcată în alb și cu o coroană pe cap sau să observăm pe stradă un tânăr îmbrăcat elegant, cu cravată de mătase, cămașă impecabilă și cu... șlapi în picioare. Brusc, întreaga întâmplare devine bizară, ciudată, nefirească.

Depinde ce anume vrem să comunicăm prin scrisul nostru. Nu orice abatere de la credibilitate este blamabilă. Să ne gândim la *faptul divers* care trăiește tocmai prin ciudățenia unei întâmplări sau la un *reportaj* despre credințe și eresuri rurale, despre „vălva lupilor” sau despre blestemul căzut pe capul unei familii. În jurnalism, devine deficient doar incredibilul scăpat de sub control, rezultat dintr-o proastă sau inconsecventă gestionare a detaliilor. Dacă într-un reportaj de atmosferă (descrierea unei cofetării, de pildă) introducem, pe lângă elementele de decor specifice, apariția unui personaj ciudat (un bătrânel care stă în fața prăjiturii de mai mult timp, fără să se atingă de ea), deturnăm atenția cititorului spre bizarea întâmplării. Stărnind curiozitatea lectorului prin insistența cu care descriem bătrânelul, ne îndepărtăm de scopul inițial (descrierea cofetăriei) și am declanșat deja resorturile unei narațiuni pe care se cuvine să o ducem până la capăt, satisfăcând curiozitatea deja pomenită: *Cine este bătrânelul? De ce nu se atinge de prăjitură? La ce se gândește stând singur la masă?* etc.

A fi credibil înseamnă să fii coerent și să respecti premisa de la care pleci. Înseamnă ca mulțimea detaliilor surprinse să se potrivească într-un ansamblu supratextual sau, oricum, să nu ridice inutile semne de întrebare (*Cine?*, *Ce?*, *Cum?*), să nu genereze fără un scop anume ezitări de lectură, confuzii sau neclarități.

Alteori, credibilitatea se decide la nivelul observației în sine, ea respectând sau nu logica propriu-zisă a realității obiectuale. Este nefiresc, prin urmare, să trecem pe lângă un om și să știm ce anume gândește. Este la fel de nefiresc să-i facem un portret amplu și să nu ne rezumăm la o impresie dominantă, la o singură trăsătură fizic-vestimentară. Nu este normal ca, fiind într-un autobuz, să descriem în amănunt ceea ce vedem pe fereastră. La fel de nepotrivit (incredibil) este să zăbovim descriptiv pe detalii ambientale, în timp ce ne grăbim spre un loc anume.

Lipsa de experiență îi face pe debutanți să supraliciteze dramatismul unei scene (o cabină de teleferic defectă, suspendată deasupra unei prăpastii):

„Sunt în telecabină de ore înregi. Nimeni nu vorbește. Toți ne speriem și țipăm iarăși și iarăși. Fără rost ne calmăm. Frigul serii devine insuportabil, chiar dacă suntem închiși. Încercăm să deschidem ușa. Bărbatul cere ajutor, noi ne împingem cu toții. Ușa nu se deschide. Încercăm cu toții să ne gândim la o soluție” etc. Dincolo de unele greșeli grave de exprimare (anacolut, spre exemplu) sau de logică („fără rost ne calmăm”), vom observa efectele devastatoare ale neasumării discursului (*Cine vorbește?*, *Care este poziția naratorului în povestire?* etc.). Generalizarea discursului (*noi*), adică turistii din telecabină) pare să sporească dinamismul scenei, dar, în realitate, îi subminează credibilitatea, nefiind logic faptul ca naratorul să știe ce gândește și simți cei din jur. Mai corect și mai convingător este să scrii ceea ce vezi, ce simți sau ce auzi.

Greu observabile la o primă lectură, aceste defecte fac diferența dintre un profesionist al scrisului și un amator. A fi veridic nu înseamnă să respecti întocmai și la timp realitatea observată. Mai ales în genurile jurnalistice libere (reportaj, tabletă, cronică), expresivitatea textului este direct proporțională cu abaterea de la real, prin aglomerarea de personificări, metafore etc.

Când Cornel Nistorescu surprindea o zi geroasă de iarnă (*SLAST*, 1986, 18 ianuarie), nu imaginea în sine a străzii îl interesa, ci starea, senzația crâncenă de frig, de inconfort:

Vântul mârâie. Își bagă coada stufoasă pe sub uși [...]. În stație, stâlpii tropăie de frig. Un autobuz s-a așezat de-a curmezișul drumului și refuză să plece acasă [...]. Simți o ură cumplită, încât îți vine să pocnești pe primul om care trece pe lângă tine.

Teoretic vorbind, Cornel Nistorescu greșește apelând succesiv la același tip de expresivitate (personificarea). Procedând astfel, autorul obține ceva mult mai prețios: forța vizualizării, implicarea emoțional-senzorială a cititorului, gradul sporit de dramatism. Vizualizarea nu stă neapărat în detalii. Dimpotrivă, excesul de amănunte în descrierea unei străzi iarna (numărul mașinilor care trec pe stradă, mulțimea călătorilor din stație, gesturile pe care le fac etc.) nu numai că plictisește, dar poate să creeze o nedorită impresie de straniețate, de incredibil.

Cum spuneam, a fi veridic înseamnă să fii *coerent* pe toate planurile: semantic, gramatical, logic argumentativ. Credibilitatea este un efect, și nu un scop în sine. Dușmanul credibilității este, adeseori, *inconsecvența*, alăturarea întâmplătoare a unor detalii descriptive, trecerea necontrolată de

la figurativ la concret și invers (exemple: „Cu aripile sufletului larg deschise, intră în magazin”, „Atmosfera din cameră îmi apăsa umerii” etc.).

Observăm acest defect mai ales în gestionarea greșită a enumerării, când într-o succesiune de trăsături fizice strecurăm neatenți și o calitate morală sau un detaliu de comportament: „Avea pantofii lustruiți, cravata asortată la culoarea costumului și se purta ca un laș”. Atenție însă, putem amesteca registrele enumerării, cu condiția ca acest melanj să fie conștient, să se repete (semn indubitabil al intenționalității): „Era un tânăr înalt și molatic, filiform și plin de candoare” etc.

Prin urmare, nici o abatere de la normă nu e greșită în sine. Contează tipul de subiect (liric, dramatic, informativ), stilul autorului (ironic, de exemplu), premisa de la care pleacă (dorința de a caricaturiza), efectul scontat. Altfel spus, orice efect expresiv reprezintă o abatere de la normă, dar nu orice bălbăială, abatere sau încălcare a unei reguli atrage după sine expresivitatea.

În presă, hotărâtor este ceea ce vrei să spui, să comunici. De unde pleci și unde vrei să ajungi. Nepotrivirile generatoare de incredibil se pot insinua oricând în text. Ne gândim la situația în care ziaristul uită (nu respectă) premisa de la care a plecat – descrierea unei cofetării, a unui parc etc. În goana condeiului, e posibil ca ziaristul să insiste cu precădere pe propriile amintiri sau (în altă situație) pe detaliile urâte, mizere și neplăcute din încăpere. Autorul va inventaria harnic petele de mușgai de pe tavan, hârtiile și resturile alimentare de pe mese etc., dar, finalmente, cititorul va fi dezamăgit, negăsind aproape nici un detaliu care să evoce o cofetărie: vitrina cu prăjituri, mirosurile de zahăr vanilat și ciocolată, aglomerația de tineri și copii etc.

Ar fi o mare naivitate să se creadă că antidotul neverosimilului îl reprezintă stilul obiectiv și rece, consemnarea nudă a detaliilor. Obiectivitatea nu există ca atare în mod absolut nici măcar în imaginile foto sau televizate, cum demonstrează (dacă mai era cazul) întâmplarea provocată de un post francez de televiziune, care a difuzat un reportaj despre Marsilia – viața de zi cu zi a celebrului port mediteranean, pe fundalul unui cer înnoat, prevestitor de ploaie. Imaginile au stârnit ironia și chiar revolta localnicilor, aceștia fiind convinși că li se prezentau niște cadre trucate. Explicația e simplă: la Marsilia plouă extrem de rar – câteva zile pe an.

Dacă veridicitatea înseamnă putere de convingere (lucrurile sunt așa cum spun eu), firește că verosimilul nu se realizează de la sine, ci printr-un cumul de procedee: narative, descriptive, stilistice. Credibilitatea nu e un dat immanent al faptului de presă. Ea se obține cu atenție și efort, prin adaosul unor detalii, prin alăturarea unei secvențe narative capabile să explice cât de cât ciudătenia.

Spuneam că este incredibil ca, în pădure fiind, să întâlnim o fată îmbrăcată în rochie albă, cu o coroană pe cap. Lucrurile se lămuresc dacă, discutând cu fata, aflăm că a fugit de la nunta ei, că părinții voiau să o căsătorească silit cu un bătrânel senil și bogat. Chiar dacă este ireal să întâlnești la marginea unui sat o casă de schimb valutar, lucrurile se schimbă în clipa în care ne dăm seama că avem de-a face cu o povestire umoristică, cu o pățanie vădit inventată. Experiența și talentul te pot ajuta să faci credibil aproape orice text. Efortul este însă mult prea mare și bine ar fi ca ziaristul să evite din capul locului asemenea situații inconfortabile.

2.4. Concizia. „Tot ce se taie nu se fluieră”

Ziaristii cu experiență au grijă să-i avertizeze pe colegii mai tineri că *nu există text din care să nu poți tăia cel puțin jumătate*. Concizia (a vorbi mult în cât mai puține cuvinte) îmbracă felurite aspecte: rezumat, scris telegrafic etc. Să nu confundăm însă concizia cu stilul școlăresc. În funcție de subiect, de genul abordat, de stilul și de formatul publicației, orice text va fi supus unor constrângeri de dimensiune. Prin urmare, concizia funcționează în mod diferit: într-un fel în știre și în alt fel în reportaj.

În lumea presei circula următorul îndemn: *scrie gândindu-te că vei transmite textul din Australia pe banii tăi*. Ar fi o copilărie să ignorăm această cerință sau, dimpotrivă, să ne gândim tot timpul la ea, suspectându-ne scrisul de lungimi nepermise. Cum ar arăta un text redus doar la informația primară? Cât de clar și de convingător ar fi el? Nu cumva căștigând pe de o parte, pierdem grav pe de altă parte?

Un bun text jurnalistic este caracterizat prin echilibru și eficiență. Iată de ce, câteva elemente de atmosferă și de decor pot completa în mod fericit și convingător o informație oarecare. Chiar și un element de comentariu (în principiu, nepermis într-o știre) se dovedește a fi extrem de important: „Informația nu a fost confirmată de oficialități” sau „Reprezentantul Guvernului a refuzat să comenteze” etc.

Concizia ține de o bună și atentă utilizare a limbii. Expresiile tautologice, repetarea aceleiași idei, insistența, ticurile verbale, poncifele, elementele de legătură folosite excesiv – toate au menirea de a încălca textul, obturând semnificația și mesajul. Tânărul jurnalist nu trebuie să se lase tiranizat de această exigență. Este adevărat că plăcerea și avântul scrisului ne pot păcăli (paranteze descriptive sau portretistice, tentația unor comentarii supli-

mentare etc.), dar înțeles ar fi să lăsăm mai întâi ca textul să curgă până la sfârșit, apoi, la relectură, după un timp minim de detașare, să operăm corecturile și, mai ales, tăieturile care se impun. În cazul în care nu reușim acest lucru, să nu dramatizăm. Șeful de secție sau chiar un coleg poate să ne ajute, având de partea sa un plus de luciditate și de spirit critic.

„Tot ce se taie nu se fluieră”, zice un aforism nu tocmai academic. Important este ca fragmentele eliminate să nu afecteze nici expresivitatea, nici fluența stilistică sau ideatică a textului. Este o adevărată artă să tai fără să se simtă. De regulă, șefii au o plăcere diabolică să intervină în textul subordonaților. Așa se explică mulțimea conflictelor și a resentimentelor ce apar în cadrul unei secții – autorul se simte trădat („Nu se mai înțelege nimic, mi s-a tăiat partea cea mai frumoasă din text”, îți spui), în timp ce șeful oftează ostent („Iar trebuie să muncesc în locul vostru”).

Soră bună cu claritatea, concizia are aceiași dușmani. Unul dintre ei ar fi excesul de precizie. Teama de a nu fi crezut că știrea este reală îl face pe tânărul ziarist să includă în text un întreg pomelnic de nume și denumiri de instituții:

NATIONAL TV, TVR, PRO TV, PRIMA TV, OTV și rețelele de televiziune prin cablu SC LMD, Satelit SRL, SC Rural Media SRL și SC MEDIA SUD SRL au primit ieri sancțiuni din partea Consiliului Național al Audiovizualului. Dacă TVR1, Antena1, PRO TV, Prima TV și Național TV au primit doar somații pe motiv că au difuzat imagini cu artistul Gică Petrescu fără acordul acestuia, postului fraților Micula i s-a aplicat și o amendă de 100 de milioane de lei vechi. Potrivit CNA, în timpul principalelor buletine de știri de pe Național TV, au fost prezentate reportaje despre proprietățile terapeutice al apei minerale „Izvorul Minunilor”. În schimb, posturile locale SC Rural Media SRL și SC MEDIA SUD SRL au fost sancționate cu aceeași sumă, după ce au transmis programe cu conținut pornografic, necodat, înainte de ora 01.00” (*Cotidianul*, 13 ianuarie 2006, p. 24).

Având un titlu pe măsura articolului („CNA a pedepsit toate televiziunile”), textul de mai sus este o simplă înșiruire a unor date preluate de pe comunicatul CNA. Plicticos, plin de virgule și denumiri de firme, lipsit de concizie și fără o ierarhie clară a informației, articolul ar fi fost salvat dacă autorul se oprea la informația principală: „Postul de televiziune Național TV, aparținând fraților Micula, a fost amendat de CNA cu 100 de milioane de lei pentru publicitate mascată la o apă minerală produsă de aceiași frați”. La această scurtă știre, ziaristul putea adăuga un comentariu ironic, centrat pe ideea că amenda a fost împărțită frățește între cei doi

pauroși Micula, și astfel știrea s-ar fi transformat într-un *ecou*, câștigând în dinamism și semnificație.

Câteva sfaturi simple și lesne de urmat

- Folosiți cu măsură prescurtările numelor de instituții.
- Nu dați adresa completă a personajului sau a locului în care s-a întâmplat evenimentul. Nu e moral și nici eficient (pe de o parte, atentăm la intimitatea personajului; pe de alta, încărcăm inutil textul). Este suficient să amintiți un reper mai general: *colț cu..., lângă..., aproape de...*
- Gândiți-vă la ceea ce vreți să spuneți, nu la felul în care o veți face. Evitați perifrazele și vorbirea stufoasă, cu multe subordonate.
- Evitați psihologizarea: gânduri, sentimente, amintiri, constatări prelungi și tihnite.

2.5. Fluența. Ruda cea săracă

Strâns legată de credibilitate, fluența pare a fi ruda săracă a virtuților stilistice. Cei mai expuși lipsei de fluență sunt debutanții, tinerii care nu au încă exercițiul scrisului. Iată de ce nu vom insista asupra acestei probleme, convingși fiind că experiența le va fi tinerilor cel mai bun profesor. Ne vom opri totuși la o cauză mai importantă a lipsei de fluență – servențializarea discursului, trecerea brutală, inabilă și inconsecventă de la o afirmație (constatare) la alta. Vom aminti două situații care amenință grav curgerea firească a unui text.

1. Proasta gestionare a începutului – justificarea și explicațiile. Întrebările de bază ale textului – fie el jurnalistic sau narativ (*Cine ? , Ce ? , Unde ? , De ce ?*) – sunt tratate separat, ca un inventar, ca o bifare. Tot la proasta gestionare a începutului intră și atacul neclar, abundent, cu exces de informație, nu neapărat importantă:

La secțiunea seriale pe TV-ul românesc, coroana îi revine cu felicitări anului de producție 2003. Din cele 63 de „va urma” la care se pot uita românii în acest moment, 13 sunt produse acum doi ani, majoritatea în Statele Unite. Analizând situația pe perioade, mai mult de jumătate din serialele rulate la televiziunile autohtone, 36 la număr, au fost realizate în perioada 2000-2005. Anii '90 se țin desul de bine pe poziție, însă cu 24 de producții, dintre care mai mult de 50% filmate în zorii acestei perioade, când românii se dezmeticeau după Revoluție (*Cotidianul*, nr. 4385, p. 24).

Acest exemplu, luat la întâmplare, arată (dacă mai era nevoie) că imperfecțiunile stilistice se însoțesc, apar în cascadă: neclarități, lipsă de concizie, de fluiditate sau metonimii și personificări neizbutite: „va urma” (pentru telenovelă), „coronița anului de producție 2003” etc.

2. Apropierea inabilă, chiar ilogică, a două momente mult despărțite în timp și spațiu: „Am intrat în baie. Profesoara de română m-a scos la tablă” etc. Între cele două momente lipsește, în mod evident, o secvență extrem de importantă în logica a ceea ce am de povestit: „Am intrat în baie. Nu după mult timp, m-am îmbrăcat și m-am grăbit spre școală”.

*

Dacă ne gândim că textul jurnalistic se adresează unui cititor-tintă obosit și grăbit, devine limpede că scriitura de presă trebuie să fie simplă, clară și incitantă. În orice caz, cu mici și nesemnificative excepții, cititorul obișnuit nu va suporta fraza complicată, cu multe subordonate, afirmațiile generale și neatribuite, șaradele etc.:

Noua modalitate de acordare a indemnizației pentru creșterea copilului a alarmat zeci de mii de mămici aflate în plată. Chiar dacă a crescut un pic și va fi trimisă la domiciliu, actele solicitate și depunerea lor au creat mari probleme la acest început de an. Totodată, ministrul muncii a recunoscut că au apărut neînțelegeri la nivelul administrației [...]. Numai că, independent de ceea ce spunea Gheorghe Barbu, blocajul generat de lipsa de răspuns a angajatorilor riscă să blocheze acordarea indemnizațiilor pentru luna februarie, și asta dacă până atunci dosarul va fi depus. Așa că cea mai sigură cale rămâne cea prin care persoanele interesate să le depună personal (*Curentul*, nr. 3383, p. 6).

Cele trei defecte ale expresivității jurnalistice sunt: *poncifile*, *retorismul* și *enfaza* (abuz de elemente și figuri stilistice):

M. Tupan observa că studiul atent al literaturii române dezvăluie numeroși autori care își iau drept modele scriitorii cu potențialități comice sau inventate de semnatori. O condiție obligatorie în astfel de cazuri e aceea ca satirizații să aibă notorietate publică, sucely și excese, necesare portretizării. Și, cu cât acestea sunt mai evidente, cu atât opera ce le înglobează e mai atrăgătoare (*Meridian* 27, nr. 1, 2006, p. 15).

Vom evita greșelile de expresivitate cu o condiție: având încredere în frumusețea lucrurilor simple și clare.

Evitați neologismele. Motivul este foarte simplu: neologismele, cuvintele recent intrate în limbă sau cuvintele specializate excesiv generalizează și dau impresia de artificial. Nu este firesc ca într-un portret să vorbim despre „epiderma” sau „membrelor inferioare înalte” ale colegului de bancă. Nu este normal „să ne relaționăm” cu prietenii la discotecă. Chiar dacă ne putem „intersecta” cu cineva pe drum, bine este să evităm neologismul, câtă vreme avem la dispoziție verbul mult mai concret *a întâlni*. Expresivitatea sporește și prin alegerea acelor cuvinte care pot reda fibra lucrurilor, având o priză cât mai mare la concret. Să luăm aminte la ineptizabila forță a expresiilor populare: „umbă cu capul în traistă”, „prost de dă în gropi”, „umbă în dorul lelii”, „e zgărie-brânză”, „stă ca banii în punga săracului” etc. Des folosite și, prin urmare, având o redundanță sporită, aceste expresii rămân pe mai departe puternice, surprinzătoare și capabile să genereze efect expresiv. Lecția vorbirii populare este și o lecție jurnalistică: nu există trăire sau noțiune abstractă care să nu aibă un echivalent concret, o oglindire într-o situație familiară. Nu aceeași regulă se aplică într-un text de opinie sau într-un text despre bucuriile navigării pe internet, ale accesării chat-ului, sitului etc. Oricum, dragostea nu are *input* și nici nu oferim *feedback* unei scrisori. Doar ironic pot spune că „*mă implementez* cu o față pe bancă și îmi aranjez bogata *podoabă capilară*”.

Evitați structurile verbale impersonale. Aceste structuri verbale suferă de marele păcat al generalizării, fără a mai pomeni de un alt defect impardonabil: lipsa atribuirii. „A nu se șterge nasul la masă” este o exprimare artificială, pedantă și, finalmente, neclară, în ciuda tonului poruncitor. Pe bună dreptate, Caragiale a ironizat această neîmplicare și fugă de răspundere narativă. La fel, ziaristii au observat tembelismul anunțurilor de tipul: „Fustele se ridică între ora 10-12” sau „Se tăbăcesc cu pielea clientului”, sintagme care includ cu prisosință și echivocul, apropierea nedorite de sens etc. Ceva mai concesivi decât marele Caragiale, noi ne mulțumim a spune că, în avântul unei descrieri, putem folosi unele expresii impersonale, dar cu mare atenție și cuvenită măsură. Putem scrie o dată: „Pe stradă *se aud strigăte*”. Greșim însă atunci când, într-un text descriptiv, repetăm acest gen de expresii: „De la ferestre ni se fac semne cu mâna”, „În intersecții, se văd organele de ordine care fac greu situației” etc. Lipsa asumării sau a atribuirii duce invariabil la exprimare artificială, greoaie, neconvingătoare. Mai ales în

textele de opinie întâlnim asemenea formulări, pe care, în mod eronat, le considerăm a fi jurnalistice și le trecem îngăduitor cu vederea: „Se zice că a fi român înseamnă a fi poporul ultimei clipe. Avem pretenții la alții, dar când vine vorba despre noi devenim îngăduitori”. Din păcate, presa actuală adaugă vorbirii impersonale defectul aserțiunii generalizante cu atâta râvnă, încât noi, cititorii, nu mai percepem incorectitudinea unor formulări senzaționaliste de tipul: „Românii mor de foame” (chiar toți?), „Dispar femeile!” (chiar toate?) etc.

- Evitați structurile verbale pasive. Fără a insista prea mult asupra acestui aspect, trebuie să atragem atenția ziariștilor aflați la început de drum că, în ciuda unei aparente corectitudini, sunt greșite formulări de genul: „Gropile sunt săpate”, „Sunt palmuit”, „Au fost comise unele greșeli” etc.
- Evitați pronumele și adjectivele pronominale demonstrative de depărtare. Motivul acestei cerințe îl constituie lipsa de atribuire și senzația de nehotărâre. *Aia, acela* etc. dau exprimării un aspect neîngrijit, ca să nu mai vorbim despre neclaritatea adresării. Permise în stilul oral, acestea devin în scris indice al neîndemânării, al amatorismului jurnalistic: „Avea un păr frumos. Aialaltă o invidă”.
- Atenție la elementele de legătură. Abundența acestor elemente (*care, ceea ce, și* etc.) complică adeseori fraza, afectând claritatea comunicării. Presa l-a ironizat îndelung pe primarul Vanghelie: „Domnul care este”. Folosirea excesivă sau nepotrivită a pronumelui relativ *care* devine semn indubitabil al lipsei de instrucție intelectuală. O grijă aparte trebuie să acordăm conjuncției *dar*. De multe ori, nu este folosită cu valoare adversativă: „Dar cine te crezi tu?”. Sfatul nostru este să evităm această conjuncție (mai ales în textele descriptive și narative) și astfel vom fi la adăpost de greșeli de exprimare extrem de grave – anacolutul, de pildă: „Fusesse la mare, dar nu se vedea”.
- Evitați substantivarea verbelor. *Mâncatul, dansatul, cusutul* etc. dau impresia de neglijență, de limbaj vetust și lipsit de eleganță. Să nu fim comози în exprimare. Cu puțină străduință, vom găsi sintagma potrivită ideii pe care vrem să o exprimăm. Rareori se întâmplă ca substantivarea să aibă o valoare subtil ironică. Să ne amintim de celebra sintagmă atribuită lui C. Noica: „Aflatul în treabă la români”.
- Nu începeți fraza cu elemente de legătură (și totuși, chiar, dacă, ceea ce, dar etc.). Oricât vă veți strădui, nu veți scrie o frază corectă care să

înceapă cu *dar*. Abateră de la această regulă este posibilă numai în cazul unei licențe, a unei sublinieri dorite de către autor.

- Nu explicați. În descriere sau narațiune, sunt total neindicate sintagmele explicative: *pentru că, dat fiind faptul, căci, fiindcă* etc. Vom ajunge invariabil la pleonasm: „Am căscat pentru că mi-era somn”, „A murit pentru că l-a călcat un camion”. Trebuie să avem încredere în puterea propozițiilor de a se explica reciproc. Iată de ce, pentru a evita pleonasmul, trebuie să despărțim fraza în propoziții distincte: „A murit. Un camion a dat peste el” etc. Simpla alăturare a celor două afirmații este suficientă. Nuanțele explicative rămân neatinse, chiar și în absența unor formule de întărire. Sub aceeași interdicție stau justificările și parantezele explicative. Folosiți-le numai atunci când este absolută nevoie, când absența lor poate provoca neclarități grave. Oricum, mizați pe inteligența cititorului. Cu mici excepții, va înțelege tot ce este de înțeles. O altă variantă a explicației o reprezintă justificarea. Prin urmare, în reportaj sau anchetă (într-o structură epică oarecare), evitați amănuntele care să lumineze explicit circumstanțele, motivele acțiunii. Dacă am ajuns într-un loc, nu este cazul să mai precizăm că: „împinși de curiozitate, am poposit în Delta”.

- Evitați dialogul. Gestionarea corectă a dialogului nu stă la îndemâna oricui, el riscând să confere textului o nedorită teatralitate. Mai bine folosiți citatul, care oferă textului jurnalistic (reportaj, anchetă, portret etc.) un plus de autenticitate. Dialogul în sine nu este interzis, mai ales dacă urmărim să creăm un efect umoristic: „Vă rog, cum pot să ajung mai repede la spital?”. „Nimic mai simplu, domnule. Vă aruncați în fața unei mașini”.

- Nu folosiți corelativele decât în textele de opinie. În descriere, narațiune sau portret, corelativele (*nu e mai puțin adevărat, pe de altă parte, ar mai fi de adăugat* etc.) dau discursului un aer artificial, școlăresc, nepotrivit: „Pe de o parte, se poate spune că era o zi superbă. Pe de altă parte...”.

- Evitați succesiunea figurilor de stil, mai ales comparațiile sau metaforele. Aglomerate, figurile de stil își pierd din expresivitate. Devin artificiale și previzibile. În funcție de stilul autorului, această regulă suportă multiple corecții. Până la urmă, important este efectul, și nu calea de a ajunge la el. Și în acest caz, intervine legea alternanței.

- Atenție la semnele de punctuație. Trecând peste cazurile flagrante (virgula între subiect și predicat), foarte deranjant este excesul semnelor de punctuație. Un bun exemplu îl constituie punctele de suspensie – obositoare și, de

cele mai multe ori, inutile. Și mai grave ni se par invențiile în domenii – mulțimea semnelor de exclamație (de pildă: *!!!, ? ! ! ? ! !* sau *?? ?*).

- *Evitați ghilimelele.* Anunci când nu reproduci spusele cuiva, ghilimelele sunt inutile. Ele vor să sublinieze sensul figurat al unui cuvânt, dar, adeseori, acest sens este deductibil de context. Ghilimelele artificializează textul, îi dă un aspect obositor și neelegant. În alte situații, ghilimelele devin indicii textuali ai opiniei: „Democratul” Bănescu”.

- *Atenție la diferitele capcane semantice.* De pildă, *a aduce aportul e pleonastic. Vindicativ* înseamnă „răzbunător” și *salutar* înseamnă „salvator” etc.
- *Evitați poncifurile.* Limbajul jurnalistic uzează extrem de repede sensul anumitor cuvinte. Voit sau nu, se ajunge la un nedorit „limbaj de lemn”. Goana ziaristilor după adjective eclatante, dar și mimetismul lor verbal pot duce la o cumplită monotonie de limbaj: *megastar, superstar, galactici, atmosferă incendiară, stare conflictuală, descoperire macabră, aleșii poporului, a demarat în trombă* (oare ce înseamnă *trombă* ?), *a dat cu subsemnatul, culmea disperării* etc. Clișeele, locurile comune, șabloanele sau ticurile verbale dau un aspect prăfos și neglijent textului. Să luăm un exemplu la întâmplare :

Sedinta guvernului de ieri [precizare inutilă, n. n.] a fost onorată de prezența lui Traian Bănescu, prima din acest an, dar și una dintr-o lungă serie [sic !]. Premierul a fost nevoit să intre în pielea unui actor satisfacut de demersul prezidențial [metaforă forțată, n. n.], după ce *canalul de comunicare a fost scurtcircuitat* și purtătorul de cuvânt al executivului, Oana Marinescu, *a intervenit pe ultima sută de metri*, precizând că Traian Bănescu va onora de fapt o invitație adresată de guvern [neclar, n. n.]... Astfel, pe agenda de lucru comună se află îndeplinirea angajamentelor pentru aderarea la Uniunea Europeană la 1 ianuarie 2007, *implementarea de proiecte interne* și gripa aviară (*Curentul*, 13 ianuarie 2006, p. 2).

- *Folosiți cu măsură structurile dubitative.* Un text de presă afirmă răspicat ceea ce are de spus. „S-ar părea” nu este un bun început pentru o informație certă. Din fuga condeiului, putem nuanța (adeseori, inutil) : *oarecum, cumva, în bună măsură, cred, se poate spune* etc. Mai bine evităm această situație, chiar dacă dubitația poate fi câteodată un procedeu retoric, menit să preîntâmpine unele obiecții la adresa ziaristului.

Scriind sub presiunea timpului, în condiții nu tocmai ideale (zgomot, agitație, stres), ziaristul este pândit de greșeli la tot pasul – unele dintre ele

greu de acceptat. Să luăm un scurt exemplu oferit de *Jurnalul național* (nr. 3673, p. 3) :

Lecturând strategia salvării ziaristilor români, constatăm că celula de criză *este preocupată* de rezolvarea urgentă a situației. În *procesul* de investigare și documentare a cauzelor și a modului în care *s-a acționat pentru* răpirea ziaristilor români – Marie-Jeanne Ion, Sorin Mișcoci și Ovidiu Ohanezian – și a lui M. Munaf, cu cetățenie irakiană și americană, *s-au identificat* canalele de comunicare directă între Irak și România, gestionate de furnizori de servicii de comunicații și IT, alții decât operatorii naționali, care oferă servicii de telefonie pentru legături internaționale prin intermediul unor echipamente ce realizează trecerea de la *voice over IP* către rețelele fixe sau mobile de telefonie.

Neglijent și plin de erori jurnalistice, fără o idee clară și fără să impună măcar un cuvânt-cheie, textul de mai sus îndeamnă la câteva constatări :

- *proces* este, în acest caz, un cuvânt pretențios și inutil. Eliminarea lui nu modifică cu nimic mesajul textului (de altfel, stupid, greoi și fără țință) ;
- folosirea impersonalelor este o greșeală care duce la imprecizie și neclaritate ; de exemplu, *s-au identificat* (*Cine face acțiunea ? , Când ? , Cu ce ocazie ?*) ;
- gerunziul (*lecturând*) nu poate fi folosit în atacul unui text. Gerunziul exprimă o acțiune în curs de desfășurare, simultană cu altă acțiune. Or aici, gerunziul (ca prim cuvânt al atacului) exprimă o simultaneitate cu o acțiune exprimată înainte ca textul să înceapă ;
- folosirea verbului la diateza pasivă (*este preocupată*) nu e deloc dinamică și nu personalizează corect ;
- numele ziaristilor și precizarea cetățeniei lui Munaf încarcă inutil textul ;
- „s-a acționat pentru răpire” este o gafă impardonabilă, care modifică sensul afirmației ;
- *voice over IP*, „canal de comunicare”, „furnizori de servicii IT” etc. nu înseamnă nimic pentru cititorul neavizat.

Tinerii ziaști se amuză descoperind în textele altora stângăcii și gafe de exprimare. Lectura critică a confracilor este utilă și necesară. Cu o condiție însă : același simț critic să-l manifesti și față de propriile texte.

(1) José de Broucker (1995, p. 95) face o cuvenită legătură între lizibilitate și provocarea interesului pentru lectură, realizat prin corecta gestionare a unor elemente de scriitură. Iată câteva sfaturi:

- *Atenția să fie centrată pe mesajul esențial.* Contează ceea ce vrei să spui. Dacă se poate, fă-o cât mai simplu, respectând cerința: o frază, o idee, o informație. Sau: un singur text, un singur unghi de atac.
- *Crearea mai multor niveluri de lectură.* Pentru a aduce cititorul la al treilea nivel de lectură (lectura totală a textului), trebuie să ții cont și de celelalte niveluri: primul nivel atrage atenția (titluri, ilustrație, paginare etc.), iar al doilea provoacă și întreține interesul (șapou, atac, intertitluri etc.).
- *Provocarea interesului uman al mesajului.* În acest punct, apare legea proximității, conform căreia interesul pentru o informație este direct legat de preocupările cititorului (proximitate spațială, temporală, psihic-afectivă). Altfel spus, cu cât evenimentul este mai aproape de locul și timpul cititorului (tară, oraș, cartier, stradă), cu atât interesul este mai intens și motivația de lectură crește.

Capitolul 3

Tipuri de discurs jurnalistic

În ultimul timp, termenul *discurs* a căpătat întrebuințări dintre cele mai diferite, reeditând superba carieră a unui alt termen drag generației optzeciste: *text*, *textualism*, *texture*. Chiar și un simplu dicționar uzual (*Petit Robert*, 1978) consacră nenumărate accepții ale termenului *discurs*: „conversație”, „dialog”, „întrevedere”, „exercițiu oratoric în fața unor persoane”, „alocuțiune”, „conferință”, „expozeu”, „proclamație”, „speech”, „apologie”, „elogiu”, „panegiric”, „rechizitoriu”, „tratat” (*Discurs asupra metodei*, de R. Descartes), „orice enunț lingvistic observabil” etc.

Rezumându-ne fie și la enumerarea amalgamată de mai sus, vom observa că toate sinonimele *discursului* definesc o trăsătură esențială: *emisie verbală adresată unei persoane sau unei mulțimi concrete*. Tocmai acest lucru îndreptățește pe unii teoreticieni (Ducrot, 1984) să considere că orice discurs este argumentativ, de vreme ce este capabil să modifice – agresiv sau nu, declarat sau indirect – opinia, starea de spirit, valorile interlocutorului. Având un emițător și un receptor în carne și oase, plus un mesaj concret și lizibil, bazat pe un cod nemetaforic (neliterar), putem spune că...

...discursul este un eveniment, pentru că e produs de un anume subiect, într-un loc anume și un moment anume, adresându-se unui destinatar precis (J.-M. Adam, 1999, p. 16).

Privind lucrurile din această perspectivă pragmatică, pare de domeniul evidenței că, în viața de zi cu zi, toți suntem prinși (cu sau fără voie) într-o acțiune discursivă: povestim, descriem, portretizăm, învățăm pe alții, trimitem scrisori, acuzăm, ne cerem drepturile, ne exprimăm opiniile politice etc. La rândul lor, ziariștii ar trebui să fie niște campioni ai discursului.