

EMIȚĂTOR. RECEPTOR. TEXT LITERAR

Prof . drd. TĂNASE SIMONA
Școala cu clasele I – VIII „Ion Jalea” - Constanța

The given piece of work „Utterer. Receiver. Literary text”, sets to exemplify/illustrate the fact that literature is similar to a communication act. The writer, as the author of a message, becomes utterer, and the code he uses is the artistic language. The reader becomes the receiver of this message through reading, seen as „a process of revealing the meanings”.

Afterwards we wanted to puzzle out „the message” of the novel „Miss Romania” by Cezar Petrescu, following several levels of representation: denotation, connotation, myths, symbols.

Literature is, therefore, an artistic process of communication between the creator and the receiver.

Dacă ascensiunea modernității din ultimele două secole a determinat evoluția mijloacelor de conectare la societate, dar și de evadare din realitate, nu trebuie neglijat rolul literaturii, care rămâne cea mai expresivă modalitate de comunicare .

Este bine cunoscut faptul că orice act de comunicare presupune,, reversibilitatea mesajelor în cadrul relației care reunește două entități, chiar dacă mesajele nu sunt de același ordin.”¹ Aceasta implică existența unui *sens*, în funcție de abilitatea receptorului de a percepe semnalele, de nivelul său cultural – în eventualitatea unei decodificări a mesajului – de memoria sau chiar de imaginația sa, pentru a le interpreta .

John Fiske afirma că,, pentru viața noastră culturală, comunicarea este esențială, fără ea, cultura de orice tip ar muri . În consecință, studiul comunicării implică studierea culturii în care este integrată aceasta .”²

Conform concepției literare a lui Jean Rousset,,opera literară este, pentru artist, un instrument privilegiat de descoperire ” .³ Scriitorul nu scrie pentru,, a spune ceva, ci pentru a se spune ”, și pentru aceasta face apel la un cititor care să dețină abilitatea de a-i descifra mesajul .

Referindu-se la forța mass-mediei audiovizuale actuale, la gradul de emotivitate și de dramatizare al acesteia, a fost lansată întrebarea : *E posibil ca un om să devină pelerin fără a-și părăsi căminul ?* Răspunsul a fost unanim acceptat, da . Însă, același argument se află și la baza conceptului de creație literară . Chiar dacă ultimii ani au adus o distanțare voită, sau nu, de literatură, aceasta va reprezenta mereu o călătorie spirituală în timp și spațiu . Se poate vorbi astfel, de o comunicare artistică realizată între creator și receptor .

Pornind de la concepția potrivit căreia,, comunicarea este producție și schimb de semnificații ”, iar accentul se pune pe,, modul în care mesajele sau textele interacționează cu oamenii în scopul producerii de semnificație ”⁴, prin extrapolare, scriitorul, ca autor al unui *mesaj*, devine Emițător . Etapele creației sale reprezintă etape de receptare a realității și de filtrare a acesteia prin personalitatea și sensibilitatea sa . Codul ales de scriitor cuprinde limbajul și mijloacele specifice literaturii, iar forma este definitivată prin selecție și sinteză, și reprezintă, de fapt, esența actului de creație . Cititorul devine Receptor al mesajului prin lectură, privită ca,, proces de descoperire a semnificațiilor ”⁵ . Pătrunderea în profunzimea acestui mesaj depinde și de influența unor factori externi cum ar fi societatea, implicit nivelul cultural a acesteia .

¹ André de Peretti, Jean-André Legrand, Jean Boniface – *Tehnici de comunicare*, Editura Polirom, Iași, 2001

² John Fiske – *Introducere în științele comunicării*, Editura Polirom, Iași, 2003

³ Rousset, Jean – *Forme et Signification* , în volumul *Încercare de tipologie narativă .Punctul de vedere*, autor Jaap Lintvelt, Editura Univers, f.a.

⁴ John Fiske – *Introducere în științele comunicării*, Editura Polirom, Iași, 2003

⁵ Ibidem

Pornind de la modelul lui Jakobson, literatura se bazează pe funcția expresivă a actului de comunicare și mai puțin pe cea conativă . De multe ori scriitorul alege drept *cod* un grupaj de „semne” lesne perceptibile de Receptor .

Cezar Petrescu, în romanul său *Miss România*, a adoptat această manieră, însă uneori mesajul său este ușor încifrat . Înțelesurile pe care le generează trebuie separate de învelișul primar pentru a ajunge în profunzimea lor . Urmărind să realizeze o „Cronică românească a veacului XX ”, scriitorul a creat o operă vastă mai ales prin tematică, dovedindu-se un foarte bun sociolog, un cunoscător al mediilor și al claselor sociale românești pe o perioadă de aproape 50 de ani . Desfășurând în epocă și o amplă activitate gazetărească, și-a dezvoltat un ascuțit simț al realității, dar și o rafinată ironie împletită cu accente pamfletare, regăsite în multe creații literare . Pentru a da o notă de veridicitate și de autenticitate întâmplărilor și situațiilor prezentate, în romanul *Miss România* scriitorul apelează la elemente de intertextualitate precum articole de presă sau reclame .

Încercarea de a pătrunde în esența mesajului acestui roman, a determinat și descifrarea sensurilor profunde ale textului, urmărind mai multe niveluri de semnificare .

La nivelul denotației, Cezar Petrescu prezintă aspecte de viață din mediul rural și urban al anilor '30 .

Transgresând către nivelul conotației, descoperim valorile emoționale transmise de prozator : vanități inutile ca rezultat parvenirii – prin crearea personajului Filip Filipovici, ziarist – complexe ce nu pot fi depășite (d-ra Ortansa Protopopescu), naivitatea tinerei Margareta Căuș de care profită atât familia cât și societatea, precum și resemnarea ei în fața destinului convinsă fiind că fericirea nu durează .

Urmând nivelurile de semnificare stabilite de Roland Barthes, ajungem la cel al miturilor create de societate . Fiind un roman construit pe ironie, *Miss România* surprinde câteva „mituri” ale vremii, în prim-plan aflându-se feminitatea, promovată prin concursurile de frumusețe . Tipologia câștigătoarei este ironizată de Cezar Petrescu, iar unul dintre personajele masculine ale romanului le numește pe aceste tinere frumuseți

„ papagali ” și chiar le realizează un portret : „ Au glas, dar n-au pene decât la pălărie . Sunt colorați dar nu de Dumnezeu, ci vopsiți cu roș de buze < Ritz >, cu alifie de obraz

< Amoreta >, cu trandafiriul în pomeți < Carnation de Jeunesse – Lesquedieu >, cu negru de gene < Elizabeth Arden >, cu pupila dilatată de < Eclat de Veux – Vif Kair > ”.

Este creat mitul modern că tânăra câștigătoare a concursului de frumusețe devine garanta calității produselor carora le face reclamă, chiar dacă un le-a folosit în realitate . Inserarea acestor reclame în conținutul romanului facilitează perceperea realistă a societății începutului de secol XX .

Proiectul structuralismului, dezvoltat de Lévi-Strauss, urmărea să descopere „ cum dau oamenii sens lumii, și nu ce este lumea”, printr-o analiză profundă atât a limbajului cât și a existenței noastre culturale . Teoriile acestea aplicate la mass-media actuală pot fi utilizate și în cazul literaturii . Această analiză este construită pe sistemul opozițiilor binare desprinse din două surse : natura și societatea . Raportându-ne la romanul *Miss România*, și în special urmărind articolele de presă incluse în text, se desprind câteva opoziții majore :

S				O
O	↑	Societate : Individ	Frumos : Urât	M
C		Orgolii : Naivitate	Masculinitate : Feminitate	E
I		Educație : Ignoranță	Fericire : Resemnare	N
E		Natural : Caricatural	Faimă / Glorie : Decădere	E
T		Oraș : Sat	Ambiție : Indiferență	S
A		Artificialitate : Naturalețe	Valoare : Nonvaloare	C
TE				

Nivelul superior de analiză a mesajului artistic este cel simbolic, întrucât acesta dezvăluie intențiile reale ale scriitorului . Jakobson consideră că metafora și metonimia

„identifică modurile fundamentale prin care mesajele își performează funcția referențială” . Limbajul literaturii apelează frecvent la cele două componente, însă diferențiat : „metonimiile reprezintă modul predominant al romanului, iar metaforele sunt specifice poeziei” .⁶

Și romanul *Miss România* este construit pe un ansamblu de metonimii . Pentru prozator concursul de frumusețe reprezintă un pretext care-i permite să surprindă tarele societății și să creeze în mintea cititorului, a Receptorului, imagini de viață .

Maniera de prezentare a acestui eveniment dezvăluie superficialitatea caracterelor umane, disputele iscate între diferite publicații sau între persoane, pentru asumarea unor merite necuvenite . O altă metonimie ar fi portretul ziaristului Filip Filipovici devenit exponentul acelei categorii de gazetari lipsiți de scrupule, care au drept motto călăuzitor :

„Publicul înghite !” și fac orice pentru a scoate un articol reușit ce le-ar aduce faimă .

Prezentarea celor două publicații rivale constituie o altă metonimie . Între *Ilustrația colorată*, condusă de Filip Filipovici, și *Colorația ilustrată* există o veche dispută ce a pornit de la organizarea concursului de frumusețe . Scriitorul surprinde ridicolul situației : două publicații identice ca tematică, cu denumiri sinonime (ilustrația = colorația) însă concurente datorită orgoliilor gazetarilor .

Astfel, literatura creează și comunică semnificații, formează valori, influențează concepții și mentalități, devenind o oglindă a societății .

BIBLIOGRAFIE :

- [1] Fiske, John – *Introducere în științele comunicării*, Editura Polirom, Iași, 2003
- [2] Petrescu, Cezar – *Miss România*, Editura cartea Românească, București, 1970
- [3] Lintvelt, Jaap – *Încercare de tipologie narativă .Punctul de vedere*, Editura Univers, f.a.
- [4] Peretti, André de, Legrand, Jean-André, Boniface, Jean – *Tehnici de comunicare*, Editura Polirom, Iași, 2001

⁶ John Fiske – *Introducere în științele comunicării*, Editura Polirom, Iași, 2003