

**UNIVERSITATEA OVIDIUS DIN CONSTANȚA
ȘCOALA DOCTORALĂ DE ȘTIINȚE UMANISTE
DOMENIUL DE DOCTORAT: FILOLOGIE**

REZUMATUL TEZEI DE DOCTORAT

**PUBLICISTICA EMINESCIANĂ CA ILUSTRARE A
ARTEI ANTICE A ELOCINȚEI**

**STUDENT DOCTORAND,
BIANCA-VIRGINIA VANDACHEVICI (căs. IBADULA)**

**CONDUCĂTOR DE DOCTORAT
PROF. UNIV. DR. HABIL. MARINA CAP-BUN**

**COMISIA DE ÎNDRUMARE ȘI INTEGRITATE ACADEMICĂ
PREȘEDINTE: PROF. UNIV. DR. HABIL. MONICA VLAD
Universitatea Ovidius din Constanța**

**MEMBRI:
PROF. UNIV. DR. HABIL. IOAN MILICĂ
Universitatea Alexandru Ioan Cuza din Iași
CONF. UNIV. DR. HABIL. CLAUDIA TĂRNĂUCEANU
Universitatea Alexandru Ioan Cuza din IAȘI
CONF. UNIV. DR. ALINA BUZATU
Universitatea Ovidius din Constanța**

Constanța, 2025

CUPRINS

INTRODUCERE	7
I. RECEPTAREA CRITICĂ ȘI SPECIFICUL JURNALISMULUI ȘI JURNALISTULUI MIHAI EMINESCU	14
I.1. Mihai Eminescu: scurtă prezentare biografică	14
I.2. Perspective în receptarea critică a discursului publicistic eminescian, de-a lungul timpului	17
I. 2.1. Viziunea contemporanilor și prelungirile antebelice	17
I.2.2. Receptarea publicisticii eminesciene în perioada interbelică	20
I.2.3. Recontextualizări postbelice	27
I.2.4. Publicistica eminesciană și reverberațiile ei în prezent	40
I.3. Concluzii parțiale	56
II. ARTA ORATORICĂ – PERCEPȚII TEORETICE ASUPRA CONSTITUIRII UNUI DISCURS	57
II.1. Retorica	57
II.2. Reprezentanți ai oratoriei antice	64
II.3. Elocința și discursul	65
II.4. Triada <i>ethos, pathos</i> și <i>logos</i>	69
II.4.1. <i>Ethosul</i> : evidențierea în articolele eminesciene	70
II.4.2. <i>Pathosul</i> : ilustrarea în strategiile de presă ale lui Mihai Eminescu	74
II.4.3. <i>Logosul</i> în jurnalismul eminescian	80
II.5. Canoane ale retoricii clasice	96
II.6. Componentele discursului	103
II.6.1. Exordiul	103
II.6.2. Narațiunea	107

II.6.3. Argumentarea: confirmarea și respingerea	111
II.6.4. Perorația	115
II.7. Genuri retorice	122
II.8. Concluzii parțiale	123
III. VIZIUNEA EMINESCIANĂ ASUPRA UNEI PRESE MODERNE ROMÂNEȘTI	125
III.1. Subiectiv și obiectiv: tipologii ale presei în viziunea lui Mihai Eminescu și deontologia presei contemporane	125
III.2. Preocupările pentru limba română în articolele eminesciene	133
III.3. Hermeneutica textului publicistic eminescian – elemente retorice	137
III.3.1. Entimema și epicherema – instrumente retorice eminesciene	138
III.3.1.1. Entimema și epicherema în textele publicistice din perioada 1870-1877	140
III.3.1.2. Entimema și epicherema în textele publicistice din perioada 1877-1880	141
III.3.2. Citarea exactă și citarea argumentativă în publicistica lui Mihai Eminescu	143
III.3.2.1. Textele publicistice din perioada 1870-1877	143
III.3.2.2. Textele publicistice din perioada 1 noiembrie 1877-15 februarie 1880	149
III.3.2.3. Textele publicistice din perioada 17 februarie-31 decembrie 1880	154
III.3.3 Utilizarea tehnicii argumentative a diviziunii în publicistica eminesciană	159
III.3.3.1. Articolele din perioada 1870-1877	160
III.3.3.2. Folosirea diviziunii în articolele din perioada 1 noiembrie 1877-15 februarie 1880	165

III.3.3.3. Articolele din perioada 17 februarie-31 decembrie 1880	167
III.3.3.4. Articolele din perioada 1 ianuarie – 31 decembrie 1881	168
III.3.3.5. Articolele din perioada 1882-1883	169
III.3.4. Figuri interogative în articolele de presă ale jurnalistului Mihai Eminescu	170
III.3.4.1. <i>Pysma</i> – instrument retoric în publicistica eminesciană	170
III.3.4.1.1. Textele publicistice din perioada 1870-1877	171
III.3.4.1.2. Textele publicistice din perioada 1877-1880	171
III.3.4.1.3. Textele publicistice din perioada 17 februarie-31 decembrie 1880	172
III.3.4.1.4. Textele publicistice din perioada 1 ianuarie-31 decembrie 1881	174
III.3.4.1.5. Textele publicistice din perioada 1882-1883	177
III.3.4.2. <i>Ratiocinatio</i> în articolele eminesciene	178
III.3.4.2.1. Textele publicistice din perioada 1870-1877	179
III.3.4.2.2. Textele publicistice din perioada 1877-1880	182
III.3.4.3. Subiecția în construcția retorică eminesciană	184
III.3.4.3.1. Textele publicistice din perioada 1870-1877	185
III.3.4.3.2. Textele publicistice din perioada 1 noiembrie 1877-15 februarie 1880	187
III.3.4.3.3. Textele publicistice din perioada 17 februarie-31 decembrie 1880	189
III.3.4.3.4. Textele publicistice din perioada 1 ianuarie-31 decembrie 1881	191
III.3.4.3.5. Textele publicistice din perioada 1882-1883	192

III.3.4.4. Erotema în retorica presei eminesciene	193
III.3.4.4.1. Textele publicistice din perioada 1870-1877	194
III.3.4.4.2. Folosirea erotemei în textele publicistice din perioada 1877-1880	194
III.3.4.4.3. Textele publicistice din perioada 17 februarie-31 decembrie 1880	195
III.3.4.4.4. Textele publicistice din perioada 1 ianuarie-31 decembrie 1881	197
III.3.4.4.5. Textele publicistice din perioada 1882-1883	198
III.3.5. Oralitatea ca instrument retoric în elocința articolelor de presă eminesciene	199
III.3.6. Ironia și satirizarea ca figuri retorice ale limbajului jurnalistic eminescian	203
III.3.7. Clasificări ale stilului eminescian: între asianism și aticism, retorică și dialectică	210
III.3.8. Concluzii parțiale	221
IV. MARCUS TULLIUS CICERO – MODEL AL RETORICII PENTRU PUBLICISTICA EMINESCIANĂ	224
IV.1. Marcus Tullius Cicero: o scurtă biografie	224
IV.2. Evidențieri ale contactului lui Mihai Eminescu cu oratoria ciceroniană	226
IV.3. Fraza interogativă, dialogismul și fraza exclamativă în discursurile juridice ciceroniene și în publicistica eminesciană	231
IV.3.1. Marcus Tullius Cicero și Mihai Eminescu – studiu de caz asupra folosirii întrebărilor retorice în discursul judiciar și cel publicistic	234
IV.3.2. Studiu de caz asupra utilizării tehnicii oratorice a dialogismului de către Marcus Tullius Cicero și Mihai Eminescu	242
IV.3.3. Fraza exclamativă în pledoariile lui Marcus Tullius Cicero și articolele lui Mihai Eminescu	249
IV.4. Concluzii parțiale	253
CONCLUZII FINALE	255
BIBLIOGRAFIE	264

REZUMAT

Cuvinte cheie: *Mihai Eminescu, Cicero, elocință, retorică, publicistică*

Omul are drept har să instituie lumi cu ajutorul cuvântului creator, să fie demiurgul propriei sale istorii, culturi și arte. Prin puterea cuvântului creator, omul învinge timpul și devine nemuritor. Locuitorul cetății a manifestat dintotdeauna interes pentru socializare, dezvoltând limbajul primitiv și ridicând actul de comunicare la rang de artă, fiind apoi denumită oratorie și considerată știință. Elocința se desăvârșește în perioada antichității prin oratorii greci și latini, aceste culturi fiind puncte de referință pentru tot ceea ce înseamnă arta vorbitului, mai ales în domeniul discursului politic și cel juridic, în care principalul scop este convingerea auditoriului de o anumită idee printr-un cumul de emoție, argumente și estetică a limbajului. Pasiunea pentru cuvânt este ceea ce leagă creația eminesciană de știința elocinței și de valorile culturii naționale.

Teza de doctorat ***Publicistica eminesciană ca ilustrare a artei antice a elocinței*** are scopul de a ilustra tehnicile discursive utilizate de către gazetarul Mihai Eminescu și de a observa mecanismul de construcție a retoricii specifice articolelor sale de presă, prin care actul de comunicare persuadează și este destinat succesului. Dacă poezia eminesciană constituie corpusul literar prin excelență cercetat, în domeniul discursului publicistic paradigma critică nu a fost dezvoltată cu aceeași anvergură. Am ales această temă a elocinței ca artă și știință a cuvântului creator și a spiritului eminescian, deoarece publicistica reprezintă un domeniu vast, complex, care permite decelări de tehnici ale științei elocinței, valorificarea în bogăția de idei eminesciană a culturii textelor antichității romane și axiologii etnice și etice, anticipative pentru procesul de integrare europeană, desfășurat în spațiul românesc și în cultura românească.

Analiza mea are ca premisă ideea că în articolele de presă ale lui Mihai Eminescu există tehnici discursive, recunoscute în oratoria latină. Astfel, am identificat tehnici, mecanisme, instrumente sau similitudini oratorice în articolele de presă eminesciene, importate din marile texte ale antichității latine. Această similitudine se datorează și performanței firești a acelei epoci ca texte din antichitatea romană să fie editate în perioada în care Mihai Eminescu scrie în redacțiile ziarelor. Cu siguranță, aceste lecturi la care a avut acces au fost utilizate ca tipar în alcătuirea discursurilor, fapt căruia se datorează și succesul acestor articole, care au informat, dar și

impresionat cititorul. Teza mea cercetează modalitatea de construire a textelor din publicistica lui Mihai Eminescu. Această ipostază, cea de gazetar, îl înfățișează pe omul politic, precum și oratorul care, de la tribuna ziarului *Timpul*, în cea mai mare parte a activității sale, coboară din turnul de fildeș al scriitorului romantic și ajunge la inima fiecărui iubitor de patrie, prin luările sale de poziție, care îl deosebesc de ceilalți jurnaliști, prin ampla documentare a subiectelor despre care scrie, prin utilizarea unor tehnici discursive pe care le regăsim și astăzi în jurnalismul modern sau în manualele de specialitate.

Valorile istoriei naționale, credința în neam și în Dumnezeu, dreptul românilor de a fi uniți, lupta împotriva corupției, toleranța românilor față de cei care aleg drept patrie pământul românesc sunt numai câteva dintre temele mari care constituie corpusul gândirii politice eminesciene și care clasifică publicistica eminesciană, respectând și reinterpretând exigențele artei elocinței.

Elocința este o artă și o știință, cu teoretizări multiple și complexe, dar cu o particularitate care o aseamănă cu literatura: are ca material de creație cuvântul. Mihai Eminescu stăpânește această știință și înzestrarea poetică excepțională este dublată de acuitatea simțirii specificului spațiului politic românesc. Astfel, articolele din publicistica eminesciană relevă o altă dimensiune impresionantă a creației eminesciene – deși mult mai puțin cunoscută de către public și studiată de către cercetătorii români – dubla sa ancorare: în antichitatea latină, prin profunda cunoaștere a științei elocinței, dar și în contemporaneitate, prin aceeași profundă cunoaștere a realității publice și politice românești. Articolele eminesciene se încadrează în genul epidictic, deoarece sunt centrate pe prezent, susțin valori perene, se adresează publicului larg și principalul lor argument este amplificarea retorică.

Pe lângă faptul că Mihai Eminescu urmărește informarea publicului și argumentarea opiniilor sale care dezbat subiectele politice de mare interes în epocă, prin construcția argumentării, gazetarul creează, în paginile sale, adevărate forme de artă a discursului public. Din binomul genial poet-gazetar, am ales ca subiect de studiu publicistica eminesciană, care fixează, astfel, ipostaza profetică a autorului ei în cultura română, în istoria neamului românesc, dar și în spațiul publicistic – și implicit politic – românesc, deoarece, prin jurnalistica sa, Mihai Eminescu este contemporan cu noi.

Prin analizarea tehnicilor discursului jurnalistic în publicistica eminesciană, am demonstrat statutul de jurnalist civic al lui Mihai Eminescu, care își orientează în această direcție construirea articolelor sale și mesajele acestora. Una dintre ipotezele lucrării este aceea că retorica lui Mihai

Eminescu este orientată pragmatic și implică *ethosul* comunicării: un jurnalism civic, responsabil, practicat în interes public și care satirizează lipsa de implicare a autorităților, condamnând asuprirea națională și practicile demagogice în viața politică. Mai mult decât atât: poezia eminesciană relevă sufletul romantic al poetului, ancorat în curentul literar și în tehnicile de creație specifice, dar textele publicistice eminesciene trimit direct la omul implicat în societate, confruntat cu problemele existențiale și politice, la tiparul oratorului. Astfel, în publicistică, regăsim portretul minții poetului.

Mihai Eminescu nu a fost un știvist, dar a scris texte cu rolul de a persuadea. A fost unul dintre primii ziariști cu adevărat profesioniști de la noi și a practicat gazetăria cu pasiune și cu responsabilitate. Putea să nu cunoască elementele de oratorie latină și tot le-ar fi intuit și ar fi atins obiectivele de performanță jurnalistică: informare, convingere, delectare. Dintre acestea, cele mai importante sunt pentru Mihai Eminescu primele două, deoarece la delectare nu ajung decât oamenii cu un puternic bagaj cultural care trăiesc bucuria estetică, așa cum o desprind din arhitectura stilistică și care are rolul de a crea și de a stimula plăcerea lecturii.

Discursul publicistic eminescian își asumă conștient bagajul cultural. În cultura europeană a secolului al XIX-lea, dacă un gazetar voia să impresioneze, nu o putea face decât apelând la recuzita performanței artei oratorice române. Obiectivele jurnalismului, pe care Mihai Eminescu și le-a asumat, cereau cunoașterea paradigmei artei oratorice.

Punctele de vedere și demonstrațiile bine nuanțate despre fiecare subiect dezbătut, fie că este vorba despre politică externă, despre politică internă, despre multietnicitate (articolele despre Dobrogea, în special), despre istoria țării, despre economie ori despre politicile de învățământ și apărarea limbii naționale în fața influențelor străine, construiesc imaginea unui ziarist care, în epoca sa, vedea în presă imaginea unei instituții de informare obiectivă a cititorilor privind informațiile pe care le relatează sau le dezvăluie în analizele întreprinse.

Cercetând publicistica gazetarului Mihai Eminescu, am constatat actualitatea discursului jurnalistic, cu referire atât la contextul geopolitic al anexărilor teritoriale cu care suntem contemporani, economic și social, cât, mai ales, în ceea ce privește tehnicile de construire a comunicării jurnalistice. Limbajul ușor accesibil al articolelor sale este evident, gazetarul însuflând cititorilor săi același spirit național, dar și viziunea europeană, modernă, de care avea atâta nevoie spațiul nostru cultural.

Ca metodă de lucru am ales cercetarea calitativă cu relevarea caracteristicilor limbajului (analiza de conținut, analiza discursului, etnografia comunicării), înțelegerea semnificațiilor unor texte (studiul de caz, istoria de viață, metode hermeneutice) studiul comparativ și investigația, având ca scop principal verificarea modalității în care textele publicistice eminesciene internalizează arta antică a elocinței.

În primul capitol al lucrării, intitulat ***Receptarea critică și specificul jurnalismului și jurnalistului Mihai Eminescu***, am inserat o scurtă biografie a lui Mihai Eminescu, urmată de un studiu de caz despre perspectivele critice exprimate diacronic față de jurnalistica eminesciană, delimitând exegeza de specialitate în patru secțiuni: *Viziunea contemporanilor și prelungirile antebelice*, *Receptarea publicisticii eminesciene în perioada interbelică*, *Recontextualizări postbelice* și *Publicistica eminesciană și reverberațiile ei în prezent*. Contestată de unii, repusă la locul cuvenit de alții, publicistica eminesciană a primit de-a lungul timpului diverse etichete pe care le-am analizat, apoi le-am susținut sau demontat, în funcție de context. Dacă la început unele studii critice privind articolele de ziar ale lui Mihai Eminescu interpretau abordările jurnalistului prin filtrul naționalist, antisemit sau extremist, fără a lua în calcul și contextul, cu trecerea timpului și analiza profundă a conținutului, publicistica eminesciană cunoaște o nouă și complexă analiză care vine și completează portretul geniului eminescian. Cu ușurință se poate argumenta viziunea politică obiectivă, patriotică și cu deschidere spre modernitatea civilizației europene a jurnalistului Mihai Eminescu.

Principala metodă pe care am utilizat-o este cea a analizei de tip comparativ, având la bază realizarea unor comparații prin care am ilustrat elementele comune, dar și pe cele care se diferențiază, nuanțând spațiul de frontieră pe care lucrarea l-a surprins și în care și-a construit și demonstrat ipotezele. Astfel, prin aplicarea acestei metode, am abordat corpusul de studii critice în specialitatea publicisticii eminesciene și am realizat o amplă comparație între ideile exprimate în studiile realizate până acum. De asemenea, am evidențiat, prin corpusul critic selectat, modalitățile prin care a fost examinată, până în prezent, publicistica lui Mihai Eminescu și am adus completări asupra unor analize deja întreprinse, demonstrând că există studii care pot constitui o bază promițătoare de dezvoltare a viitoarelor cercetări.

În cel de al doilea capitol, pe care l-am denumit ***Arta oratorică – percepții teoretice asupra constituirii unui discurs***, am evidențiat care sunt principalele componente de construcție a discursului în antichitate. Astfel, am realizat o prezentare sintetică a conceptelor *retorică*,

elocvență și *discurs*, am identificat caracteristicile conceptelor de *ethos*, *pathos* și *logos* în texte publicistice eminesciene, aplicând grila de analiză a celor trei oratori ai antichității: Platon, Aristotel și Marcus Tullius Cicero, care definesc în termeni diferiți această triadă. De asemenea, am prezentat la nivel teoretic și am exemplificat cu texte eminesciene cele patru componente principale, constitutive ale discursului: exordiul, narațiunea, argumentarea cu cele două forme ale sale – confirmarea și respingerea – și perorația. Analiza pe care am realizat-o în cadrul acestui capitol se fundamentează pe teoretizările despre structura discursului ale specialiștilor în arta elocinței, precum cei ai antichității: Marcus Tullius Cicero și Marcus Fabius Quintilian și cei din perioada modernă și contemporană, precum: Ioan Piuariu-Molnar, Dimitrie Gusti, Pierre Guiraud, Vasile Florescu, Petre Gheorghe Bârlea, Vistian Goia, M. Meyer și Alexandru Țiclea. În urma analizei realizate, în ceea ce privește activitatea de jurnalist a lui Mihai Eminescu, am demonstrat faptul că tiparul articolelor de presă eminesciene evidențiază avatarul oratoric al discursului inspirat și apropiat de structura retoricii discursive antice. Se observă, în componența construcției jurnalistice a subiectelor dezbătute de către Mihai Eminescu, existența celor trei elemente de bază ale discursului: *ethosul*, *pathosul* și *logosul*. De asemenea, am constatat faptul că articolele eminesciene de referință prezintă, în structura lor, părțile componente ale unui discurs: exordiul, narațiunea, argumentarea cu cele două forme, confirmarea și respingerea, folosite combinate sau individual, și perorația. Utilizarea acestora arată rigoarea jurnalistică a lui Mihai Eminescu, urmărirea atentă a finalităților misiunii de jurnalist: convingerea publicului și formarea unei opinii în rândul cititorilor săi. De asemenea, osmoza tiparelor oratoriei clasice cu structura oratoriei romantice, în care documentarea de nivel enciclopedic este particularizată de *pathos*, face ca arta elocinței să dobândească splendoarea gândirii românești, ridicând statutul de jurnalist la nivel internațional, prin prezentarea preponderent deliberativă a unor subiecte care vizează atât politica internă, cât și pe cea externă, într-o perioadă tumultuoasă din istoria României și chiar a celei internaționale.

În al treilea capitol, *Viziunea eminesciană asupra unei prese moderne românești*, am analizat percepția lui Mihai Eminescu despre ceea ce înseamnă jurnalismul și informarea obiectivă, despre importanța folosirii corecte a limbii române, mai ales în spațiul public, de către gazete, și am identificat stilul oratoric în care îl putem încadra pe poetul-gazetar. Studiul de caz cu privire la investigarea prezenței tehnicilor de construcție a discursului publicistic eminescian a identificat și analizat modul în care sunt utilizate *entimema*, *epicherema*, citarea exactă, citarea argumentativă,

figurile divizării, *pysma*, *ratiocinatio*, subiecția, *erotema*, tezaurul paremiologic, satira și ironia, în structura retorică a publicisticii eminesciene. Articolele pe care le-am selectat fac parte din activitatea jurnalistică desfășurată în perioada cuprinsă între 1870 și 1883 în care există colaborări ale gazetarului cu publicațiile: *Albina*, *Familia*, *Federațiunea*, *Convorbiri literare*, *Curierul de Iași* și *Timpul*. Astfel, articolele analizate în cadrul acestei secțiuni cuprind cinci perioade. Din intervalul de timp 1870-1877, am analizat articolele: *O scriere critică*, *Domnului Dumitru Brătianu*, *Francia* [„Între păreri...”], *Austro-Ungaria* [„În 26 iunie (8 iulie) a avut loc...”], *Turcia* [În 3/15 iulie s-au ținut...], *De pe câmpul de război* [Până în momentul de față ...], *Turcia* [Diplomația cu mersul de culbec...], *Universitatea din Cernăuți* [Primim din partea...], *Periodul al doilea...*, *Arma la picior*, *Netăgăduit că istoria...*, *Se vorbește că în consiliul...*, *O telegramă a agenției Havas...*, *Repertoriul nostru teatral*, *Apărătorul legii și Tipografia națională*, *Războiul oriental* [„Știrile aduse... ”], *Influența austriacă asupra românilor din Principate*, *A începe cu stereotipul*, *Să facem un congres...*, *Poarta au comunicat...*, *Ecuilibrul*, *Revista Teatrală* [Joi în 25 noiembrie...]. Din perioada 1877-1880, am cercetat articolele: *Franța* [„Ca și confrății lor...”], *Astronomia corpurilor cerești*, *Situația din Franța*, *De câte ori s-a făcut în parlamentul nostru...*, *Basarabia*, *Ziar nou* [„Vineri 14(26) aprilie au apărut... ”], „Românul” în numărul de vineri..., „Românul” combate ideile emise de noi..., *Originea românilor*, *Contestarea alegerii d-lui Maiorescu*, „Presa” reproduce... În numărul nostru de vineri... Ca la noi la nimenea, „Românul” află că..., *Arboroasa* [„În «Neue Freie Presse» ne-a întâmpinat... ”], *Icoane vechi și icoane nouă*, *În sfârșit vedem limpede...*, *Dorobanții*, *Nou A-B-C-DAR românesc de Vasile Petri*. Din perioada 17 februarie-31 decembrie 1880, am selectat articolele: *Ziarul „Românul” se ocupă...*, *N-ar fi greu de polemizat...*, *Un poco più di luce...*, *Cu greu se va găsi...*, „Le Nord”, *ziar de încredere...* și *O literatură întreagă*, *Ziarul „Românul”, cu o solitudine paternă...* și *Unul din argumentele cele mai obicinuite...*, *N-ar fi greu de polemizat...*, „Românul” de la 25 februarie, *Abdicarea d-lui C. A. Rosetti*, *Studii asupra situației Aparține tradițiilor*, *Există o seamă de spirite*, *Austro-Ungaria și naționalitățile*, *Una din nenorocirile acestei țări...*, *Ne pare bine...*, *Există o seamă de spirite...*, *În urma încărcării programelor...*. Din perioada 1 ianuarie-31 decembrie 1881, am studiat tehnicile retorice din articolele: *Între variile acușări...*, *Erodot al „Românului” continuă...*, *Bizantinii de la „Românul”...*, *D. Vernescu a interpellat...*, *Într-un articol cu mult prea lung...*, *Are haz „Românul” cu lecțiile ...*, *Adevărul că în decursul...*, *Teoria noastră...*, *Se zice ...nu afirmăm...*, *Între acușările...*. Din perioada 1882-1883, am analizat prezența elementelor de retorică

eminesciană folosite în articolele: *Un D. Kogălniceanu publică...*, *Un cabinet nou*, „*Națiunea*” constată..., „*Românul*” promițându-ne programul nou.

Constatările pe care le-am făcut în urma analizării elementelor retorice din publicistica eminesciană sunt că Mihai Eminescu își cristalizează tipologia retorică a construcției jurnalistice în prima perioadă, 1870-1877, când experimentează mai multe tehnici retorice precum *entimema*, *epicherema*, citarea exactă, citarea argumentativă, figurile divizării, *pysma*, *rationatio*, subiecția, *erotema*, ironia și tezaurul paremiologic, care, pe parcurs, nu mai sunt folosite în aceeași măsură copleșitoare ca la început, preferându-se dinamizarea articolelor prin folosirea unor tehnici specifice precum *pysma*, subiecția, *erotema* și figurile diviziunii. Am analizat, de asemenea, modul în care Mihai Eminescu își maturizează și rafinează stilul oratoric, selectează cu mare atenție subiectele pe care le analizează, iar tonul critic, specific gazetarului în primii săi ani de muncă, devine unul temperat, mult mai bine argumentat și oferă o clară și realistă imagine a problemelor cu care se confruntă societatea românească. Astfel, am argumentat că există în jurnalistică eminesciană, ca și în poezie, fenomenul de scuturare de podoabe, în accepția lui Tudor Vianu, care consideră că „poetul ajunge la simplitate prin scuturarea îmbelșugatelor podoabe stilistice ale tinereții.”¹ Tehnicile oratorice folosite de către Mihai Eminescu asimilează fervoarea credinței în puterea cuvântului de a sancționa nedreptatea, corupția, parvenitismul și de a institui încrederea în respectarea legilor și a schimbului etic, în promovarea unei politici naționale favorabile cetățenilor țării.

Discursul jurnalistic al lui Mihai Eminescu denotă o adecvată utilizare a limbii române. Am analizat argumentarea strălucită prin diverse procedee inserate în cadrul articolelor, atât oratorice, cât și stilistice, și dorința de educare a publicului său, paginile de ziar ale lui Mihai Eminescu îndeplinind funcțiile fundamentale ale discursului publicistic: de a informa și a persuadea cititorul.

În ceea ce privește definirea stilului jurnalistic, am remarcat că Mihai Eminescu este mai apropiat de curentul aticist, decât de cel asianic, ceea ce îl încadrează în rândul oratorului dialectician, deoarece își construiește discursul cu mare atenție la logica ideilor expuse, la adecvarea argumentelor și la susținerea tuturor acestor elemente printr-un limbaj și printr-un stil care demonstrează o foarte bună cunoaștere a limbii române. De asemenea, având în vedere întrepătrunderea pe alocuri a celor două curente retorice, asianism și aticism, pot spune că Mihai

¹ Tudor Vianu, „Scuturarea podoabelor”, în *op. cit.*, pp. 63-64.

Eminescu poate fi clasificat ca un apropiat al noii orientări create de către Cicero, rhodianismul, regulile acestui nou stil fiind cele care contribuie la evoluția clasicismului și romantismului european.

În cel de-al patrulea capitol, ***Marcus Tullius Cicero – model al retoricii pentru publicistica eminesciană*** am folosit metode de cercetare calitativă precum studiul de caz și studiul comparativ, aplicând o grilă de analiză care vizează elementele structural similare ale discursurilor celor doi scriitori: Marcus Tullius Cicero și Mihai Eminescu. Am cercetat și argumentat faptul că Marcus Tullius Cicero a constituit un reper important pentru Mihai Eminescu, din punctul de vedere al teoriei retoricii. În acest sens, pe de-o parte am realizat un studiu de caz privind evocarea directă a oratorului antic în opera și notițele jurnalistului, pe de altă parte, am analizat pledoariile lui Marcus Tullius Cicero, susținute în fața judecătorilor, și articolele de presă scrise de Mihai Eminescu, evidențiind tehnicile comune de construcție a discursului, folosite de către cele două personalități pentru a persuadea auditoriul. Obiectivul central a fost argumentarea faptului că atât oratorul Marcus Tullius Cicero, cât și jurnalistul Mihai Eminescu folosesc aceleași procedee oratorice precum întrebările retorice, fraza interogativă pentru a crea dialogism și fraza exclamativă. Studiul de caz tratează o parte dintre articolele eminesciene sub aspectul unor pledoarii cu nuanță juridică în care am argumentat ideea că mijloacele oratorice folosite de către jurnalistul Mihai Eminescu sunt asemănătoare cu cele ale modelului său în arta elocinței, Marcus Tullius Cicero. Astfel, textele ciceroniene pe baza cărora am întocmit această analiza sunt: *În apărarea lui Roscius din Ameria, Verine – Despre statui și Despre torturi* – și *Pentru Archias*. În ceea ce privește articolele de presă ale lui Mihai Eminescu, analiza cuprinde textele: *O scriere critică, Să facem un congres, Ecuilibrul, Francia, Flori stilistice din ziarele românești, Influența austriacă asupra românilor din principate, De-o seamă de vreme..., Anexarea Dobrogei, Proiectul domnului Conta asupra instrucțiunii [1], Venim încă o dată asupra scrisorii, Studii exegetice asupra unei parabole care lipsește în Sfînta-Scriptură și Deziluzii și dezamăgiri*. O altă concluzie este că, atât în discursurile lui Marcus Tullius Cicero, cât și în articolele din publicistica lui Mihai Eminescu, sunt prezente cele patru componente esențiale ale discursului antic: exordiul, narațiunea, argumentarea (confirmația și respingerea) și perorația. Am constatat că există similitudini între discursurile juridice ale lui Marcus Tullius Cicero – *În apărarea lui Roscius din Ameria, Verine (Despre statui și Despre torturi)* și *Pentru Archias* – și articolele de presă ale lui Mihai Eminescu – *O scriere critică, Să facem un congres, Ecuilibrul, Francia, Flori stilistice din ziarele românești, Influența*

austriacă asupra românilor din principate, De-o seamă de vreme..., Anexarea Dobrogei, Proiectul domnului Conta asupra instrucțiunii [1], Venim încă o dată asupra scrisorii, Studii exegetice asupra unei parabole care lipsește în Sfînta-Scriptură și Deziluzii și dezamăgiri – în ceea ce privește modul de construcție, reprezentat de tehnicile oratorice de persuadare a publicului. Am identificat aceleași tehnici folosite în elaborarea articolelor sale, pe care le găsim prezente în pledoariile avocatului Marcus Tullius Cicero precum fraza interogativă și construcțiile retorice, tehnica dialogismului și fraza exclamativă. Oratorul Marcus Tullius Cicero și gazetarul Mihai Eminescu, deși aparținând unor epoci diferite, reunesc în texte diverse ca subiecte, dar asemănătoare ca valorificare a tehnicilor retorice, valori și principii care stau la baza civilizației omenești, susținute prin forța gândului și a cuvântului. Între asemănări am identificat probitatea morală, deconspirarea abuzurilor și a nedreptăților cunoscute, cercetate, probate prin fapte și prin documente. De asemenea, am remarcat tonul ironic, sarcastic și acid, la care se adaugă multitudinea domeniilor din care provin analogiile sau argumentele, dovedind atât vasta cultură, intensă documentare, cât și stăpânirea perfectă a materialului lexical.

Cu privire la discursul publicistic și valoarea sa culturală, estetică, istorică, lingvistică și socială, am evidențiat că, în articolele de ziar, Mihai Eminescu a realizat o cronică reală a mentalității și a realității politice a epocii sale, bazată pe relatarea obiectivă a evenimentelor și a primit aprecieri din partea unor personalități emblematice ale culturii.

Discursul jurnalistic al lui Mihai Eminescu este pentru presa epocii un reper de viziune europeană și simbioză etnică. Textul publicistic eminescian dezvoltă problematici precum cea a reintegrării Dobrogei în spațiul granițelor românești, într-o manieră ce ilustrează o dimensiune europeană a gândirii eminesciene expuse în paginile ziarului *Timpul*, nu doar prin modalitățile de prezentare a subiectelor tratate și a tehnicilor de retorică și oratorie prin care Mihai Eminescu demontează dezinformările jurnalistice și politice, ci și prin felul în care ghidează către scopuri bine definite și documentează fiecare rând al articolelor sale din surse vaste precum presa europeană sau documente istorice. De asemenea, am argumentat că discursul publicistic despre Dobrogea orientează cititorul către imaginea democratică a Europei, către o integrare culturală a minorităților etnice și respectarea specificităților culturale pe care le comportă fiecare populație de pe cuprinsul provinciei dobrogene.

Tehnicile oratorice folosite asimilează fervoarea credinței în puterea condeiului de a sancționa nedreptatea, corupția, parvenitismul și de a institui încrederea în respectarea legilor și a schimbului etic, în promovarea unei politici naționale favorabile cetățenilor țării.

Mihai Eminescu se impune ca un model de jurnalist militant, vizionar și moralmente integru. Presa a fost pentru el nu doar un vehicul de informare, ci un instrument de apărare a valorilor naționale și de consolidare a identității românești. Stilul său publicistic – riguros documentat, pasionat și adesea polemic – reflectă o conștiință politică matură și un profund atașament față de destinul istoric al poporului român. Astfel, activitatea sa jurnalistică trebuie recunoscută drept o valorificare și o continuare a culturii și a elocinței antice.