

Dan S. Stoica
Universitatea „Al. I. Cuza”, Iași
Facultatea de Litere
Departamentul de Jurnalism și Științe ale Comunicării
&
Seminarul de Logică discursivă, Teoria argumentării și
Retică, Facultatea de Filosofie

Despre adevărul pur și simplu

*Motto: Adevărul pur și simplu nu este niciodată pur și-i arareori simplu
Oscar Wilde*

Prin natura viziunii strategice pe care se întemeiază construcția academică din care fac parte, poziția celui care predă Relații Publice este undeva, pe graniță, între orientarea către profesiunea „privilegiată” – cea de jurnalist – și orientarea către profesiunea în spațiul căreia se găsesc partenerii incontestabili ai jurnaliștilor, PR-ul. Această strategie îi permite absolventului care alege o carieră în jurnalism să înțeleagă cine este, ce vrea și „cum funcționează” partenerul său privilegiat, PR-istul, iar celui care alege o carieră în Relații Publice îi oferă cunoștințe despre partenerul său privilegiat, jurnalistul. Studenții noștri descoperă pe parcursul studiilor că reprezentanții celor două profesii sînt condamnați la cooperare, chiar dacă „menajul” lor este unul extrem de dificil. De peste tot auzim expresia aceleiași spaimă – „ne manipulează!” – provocate cînd de jurnaliști, cînd de PR-iști. Ceea ce este în discuție, evident, este raportarea la adevăr. Viitorul jurnalist învață că nu trebuie să accepte compromisuri, în vreme ce viitorului PR-ist i se spune drept: că nu avem acces la adevărul absolut, că noi, oamenii, ne croim viața prin negocierea adevărilor de care avem nevoie (adevărul dialectic rămîne singurul la îndemîna noastră!), că rigiditatea extremă, adică refuzul compromisului, face existența imposibilă și că, deci, trebuie să accepți să faci compromisuri fără a te compromite (să știi cu cine, cînd, pe ce temă, pînă unde poți avansa în acest gen de negociere).

Eu predau PR.

Dificultatea majoră a celui aflat într-o asemenea situație vine din necesarele re poziționări față de adevăr pe care trebuie să le propună studenților. De aici, un constant interes pentru studierea acestei chestiuni (a se vedea și Stoica, 2006). Mă bucură – la nivel spiritual, desigur – să regăsesc prin notele mele de lectură confirmări venind de la nume importante ale științelor din aria comunicării. Mă întristează – nu peste măsură, însă – atunci cînd mă văd taxat drept „*ce grand immoraliste*” de către colegi de breaslă imobilizați în viziuni statice, deprinse printr-o încadrare fără rest în corectitudinea politică a zilelor noastre. Pentru a păstra o notă de optimism, voi evoca aici doar o poziție dintre cele care o susțin pe a mea: pregătindu-și o expunere asupra conceptului de *mediere*, Jean-Marie Klinkenberg aduce în discuție modelul semiotic cu patru termeni.

Plecînd de la careul logic, el propune careul semiotic, ca model pentru studiul opozițiilor semiotice. Careul semiotic este descris ca model universal și dinamic, capabil să permită rafinarea sensibilă a descrierilor rapide și/sau statice ale diferitelor universuri semiotice. Astfel, în pan axiologic, nu vom mai avea doar opoziția *adevăr* vs. *minciună*, pentru că vom găsi și conceptul de *non-adevăr*, cum ar fi eroarea, și pe acela de *non-minciună*, ca în cazul glumei (Cf. Klinkenberg, 2004: p. 151).

Aș vrea însă să folosesc aici un alt exemplu propus de autorul mai sus invocat și anume cea care pleacă de la sistemul social al prescripțiilor și interdicțiilor. În catehismul anteconciliar, ne spune Klinkenberg, opoziția era clară și fixă: *permis* vs. *strict interzis*. Careul semiotic, situat la un nivel înalt de abstractizare, reușește să ilustreze fenomene complexe și mai ales concrete, situate la nivel discursiv: astfel, vom găsi – pe lângă *permis* și *strict interzis* – *non-permis* și *non-interzis*. Pusă sub o astfel de lumină, interacțiunea socială se cantonează în zona respirabilului.

Alte poziționări prin raport la adevăr

„Jur să spun tot adevărul și să nu ascund nimic din cele ce știu!”. Parcă așa sună jurămîntul pe care îl depun cei chemați în instanțele judecătorești. Sună constrîngător, dacă ne situăm în planul mai general al societății, în ansamblu.

Există și cugetări – din diverse culturi – care tratează despre acest subiect: toate converg către aceeași concluzie: existența socială ar fi imposibilă dacă ne-am dezvălui unii altora toate adevărurile, fără să ascundem nimic din cele ce știm... Cum evităm haosul social? Evitînd să ne spunem chiar tot adevărul. Este o vorbă care zice că omul învață în doi ani să vorbească și tot restul vieții învață să tacă. Să nu mai zic despre apostrofarea cu ironicul „dacă tăceai, filosof rămîneai”. Toate fac trimitere la un comportament social menit să ne asigure buna conviețuire cu semenii noștri. Pe cîți nu i-am auzit spunînd „știu că am cutare defect, dar nu-mi place să mi-o spună altul”?! Aș putea acum, în acest punct al dezvoltării acestui studiu, să-l provoc pe ascultător/cititor cu întrebarea „ce nu v-ar conveni să auziți despre Dumneavoastră în acest moment și în acest spațiu?”.

Cert este că, în societățile care țin de civilizația de tip european, un individ bine crescut este un individ care se abține de la a spune chiar tot ce știe, indiferent de context. Rămîn, desigur, ceilalți, cei care dau buzna cu adevăruri de care nici nu e sigur c-ar avea cineva nevoie, care preferă să creeze situații jenante decît să renunțe la a spune ceea ce știu, cei care pun în discuție orice și pe oricine, oricînd, declanșînd adesea stări de stupoare, de enervare, de jenă, de revoltă, pentru simplul motiv că s-au abătut de la regulile jocului social. Să ne amintim din teoria perspectivei dramaturgice asupra comunicării (cf. N. Goodman, care-l invocă pe Goffman) faptul că persoana își joacă rolul – mai bine sau mai puțin bine – în situația dată, asumîndu-și un anumit statut, tocmai pentru că are siguranța că i se acceptă rolul respectiv și că i se protejează prin reguli „spatele scenei”, culisele. Dacă se elimină culisele, cu tot ce se întîmplă acolo, jocul este compromis. Între spațiul public și cel privat este o linie de demarcație – convențională – pe care ar trebui s-o remarce și s-o respecte toată lumea. În spațiul privat își găsește individul resursele

pentru a-și interpreta bine rolurile care-i revin în spațiul public. Dacă spațiul privat este încălcat sau măcar diminuat, pregătirea rolurilor pentru spațiul public va fi precară și toată lumea va avea de suferit.

De altfel, facînd apel la altă teorie, găsim că nici măcar ceea ce este prezentat drept maxime ale conversației nu este dat ca interdicție foarte strictă. Grice (Cf. Grice, 1989: pp. 22-40) spune – în descrierea *principiului cooperativ* – cam așa: că trebuie să faci în așa fel încît contribuția ta să fie potrivită cu contextul. Urmărind categorii asemănătoare cu categoriile kantiene, Paul Grice rafinează discuția pe cantitate, calitate, modalitate și relație. Or, problema care ne preocupă – cea a adevărului – ține de categoria calității. Mai aflăm tot din lucrarea la care facem referință faptul că unele maxime pot fi urmate mai strict, iar altele, cumva mai lax, în scopul major al adecvării discursului la contextul în care el este produs. Aplicată la problema noastră, indicația – interpretată în spiritul degajat din lectura lucrării lui Grice – ar fi să faci în așa fel încît intervenția ta să fie atît de adevărată pe cît o cere contextul¹. Și eu aș continua: nu MAI adevărată de-atît! O cunoaștere enciclopedică adecvată, incluzînd o percepție corectă a „riturilor de interacțiune” (cum le numește Goffman) ale culturii în care se produce discursul, dă posibilitatea unei alegeri convenabile (cu înțelesul de „ceea ce ține de conveniență”) între ce se poate spune și ce s-ar cere evitat.

Găsim, însă, în societățile timpului nostru, oameni gata să facă sacrificiul eroic de a spune și ce nu se cuvine, cînd nu se cuvine, cui nu se cuvine, uneori, în forme în care nu se cuvine. Aceștia sînt, în majoritatea cazurilor, jurnaliștii. Prin chiar esența profesiei lui, jurnalistul este eroul care-și sacrifică imaginea socială prin gestul mereu repetat de „a da publicității”² tot ceea ce află. Se pare că deviza americanilor, care spune că „un individ informat este un pas înainte către democrație” este valabilă, iar jurnalistul nu are cum scăpa comandamentului esențial al profesiei lui.

Să vedem cum stă PR-istul din acest punct de vedere. Voi pleca – așa cum fac adesea – de la o întîmplare. Citeam, în Franța, într-un ziar local, despre istoria unui fost jurnalist, foarte cunoscut și preciat printre confrăți. Am aflat că, după mai bine de 30 de ani de jurnalism, respectivul s-a gîndit la o schimbare de carieră și a trecut „de partea cealaltă a baricadei”, devenind PR-ist (*communicant en relations publiques*, cum spun francezii). I se lua un interviu cu această ocazie, iar întrebarea viza aflarea unor detalii privind schimbarea de profunzime a fostului jurnalist. Răspunsul lui era: „Je dois maintenant me former au secret” (în rom.: „acum trebuie să învăț să țin un secret”). Mi-am spus că nu-i este deloc ușor individului în chestiune să opereze o modificare de atitudine de 180°. După ce, vreme de mai bine de 30 de ani, ai făcut public tot ce aflai, acum, ca PR-ist, cum afli ceva, întîi taci. Trebuie să fie apășător!...

¹ „Make your conversational contribution such as required, at the stage at which it occurs, by the accepted purpose or direction of the talk exchange in which you are engaged” („Adu-ți contribuția conversațională așa cum este cerut, în momentul în care are loc, urmînd scopul acceptat sau direcția acceptată a schimbului verbal în care ești angajat” – trad. D.S.), op. cit., p. 26.

² Am ales acest joc de cuvinte pentru a mă întoarce la o mai veche preocupare de-a mea: aceea de a mă răzvrăti împotriva preluării termenului englezesc *publicity* cu traducerea deloc inspirată de *publicitate*.

Dar, aici vom găsi o nouă opoziție care plasează de o parte și de alta a unei bariere virtuale pe profesioniștii din cele două domenii ale discursului public: jurnalistul spune imediat tuturor membrilor audienței sale, PR-istul tace. De data aceasta, vom avea de privit chestiunea raportării la adevărul cunoscut prin prisma mecanismelor responsabilității sociale, așa cum acționează ele în interiorul fiecăreia din cele două profesii. Responsabilitatea socială a jurnalistului este se construiește pe principiul perpetuei căutări a adevărului, în scopul dezvăluirii acestuia, al împărtășirii lui cu membrii comunității. Ce va face individul cu adevărul care i s-a dezvăluit e treaba fiecăruia, dar accesul la adevăr este un drept democratic și jurnalistul are responsabilitatea de a-l asigura pentru toți deopotrivă. Responsabilitatea socială a PR-istului este aceea de a păstra echilibru și armonie în spațiul pe care-l controlează discursiv, spre profitul – înainte de toate! – al organizației cu care are contract, dar avînd permanent în atenție și binele comunității în sînul căreia își duce viața organizația respectivă. De aceea, pentru el, vpr exista adevăruri necesare (care trebuie spuse), adevăruri nenesesare (care ar putea, în egală măsură, să fie spuse sau nu) și adevăruri inutile (pe care e mai bine să le știe cît mai puțină lume). Așa se explică de ce fostul jurnalist francez trebuia să învețe să țină secrete. Secretul acestei profesii este bazat pe ... secret.

PR-istul ține secret, pentru a face prelucrarea convenită a informațiilor dobîndite. Cînd spun „prelucrare convenită”, mă refer la analiza discursului perceput (purtător al informației noi) și la neobosita muncă de simulare pe care o face neîncetat. Contextualizînd cele receptate, PR-istul extrage toate sensurile purtate de discurs. Desigur, într-o astfel de analiză, contează și ce e spus, și cum e spus, și în ce context a fost spus ceea ce s-a spus. Nu trebuie scăpat din vedere nici verbalul (supus unei riguroase analize pragmalingvistice și pragmastilistice), nici paraverbalul și nici nonverbalul. Odată extrase informațiile semantice (în sens extins), se trece la determinarea publicurilor-țintă. Așa cum o spune teoria (a pertinentei, mai ales!), termeni-cheie, idei centrale pot fi de interes pentru diverse publicuri, or segmentarea publicului în publicuri-țintă se va face pornind tocmai de la ceea ce are relevanță prin raport la temă și la ceea ce putem determina drept caracteristic pentru grupuri din întreaga populație la care am avea acces. Avînd aceste determinări, PR-istul trece la simulare, adică la construirea de scenarii, în care el apare dezvăluind (ceva sau totul) cîte unui public-țintă. Pe baza simulării, el își va putea face o idee despre cum va fi percepută informația nouă și ce va declanșa la receptor. Dacă în urma acestui exercițiu rezultă că efectul ar fi nefast pentru binele organizației cu care are contract, PR-istul va revedea scenariul: poate e mai bine să nu spună tot, să nu spună tot de la început, să nu spună tot de la început oricum, să nu spună totul de la început oricum oricui etc. Avînd permanent în vedere ideea promovării și protejării imaginii organizației pentru care lucrează, relaționistul va gîndi atent la ce, cînd, cum, cui poate să spună, fără ca prin aceasta să se abată de la binele comunității. Responsabilitatea socială corporativă (vestitul CSR!) rămîne o îndatorire de prim ordin a acestui specialist. Adesea se dovedește că ceea ce relaționistul alege să nu spună (ori să nu spună oricînd, oricui, oricum etc.) nu face parte din informația vitală pentru comunitatea în sînul căreia activează organizația. Este evident că responsabilitatea socială a PR-istului, ca specialist, este cvasi-totalmente coextensivă cu responsabilitatea socială corporativă (CSR), drept care interesele urmărite

în discursul de PR nu trebuie să fie dintre cele care subminează interesele comunității. Cu toate acestea, știm cu toții că transparența totală nu este de bun gust și nici nu este realmente profitabilă cuiva dintre cei de bună credință. Relaționistul va putea alege să nu dezvăluie adevărurile inutile și să aleagă cui, când, cum și cât să spună din adevăruri neneesare (dacă se decide totuși să le spună). Scriam undeva (Stoica, 2004) că activitatea de Relații Publice trebuie să se facă într-o notă de transparență bine mimată³. Patru ani mai târziu, în cartea sa, *Vocile puterii*, Adriana Săftoiu – care nu mă citise – dădea răspuns întrebării „Cât de transparent poate să fie purtătorul de cuvânt?”. Răspunsul era: „Atît cît îi dă voie postul” (Săftoiu, 2007). Îmi găseam confirmarea, independentă, venind de la un profesionist incontestabil al domeniului.

„It takes two to tango”

Pentru a nu lăsa impresia unei expuneri *pro domo*, în care jurnalismul iese mai rău decît comunicarea de Relații Publice, revin la o teorie doar vag evocată în cele de mai sus. Este vorba despre teoria feței sociale, construită de Erving Goffman (Goffman, 1974). Pentru a evita parafrazări care ar risca să răpească din claritate construcției invocate, voi relua, în traducerea realizată de studenți de la Jurnalism, în orele de Curs practic de franceză, cîteva pasaje din cartea lui Goffman.

„Termenul *față* poate fi definit drept valoarea socială pozitivă revendicată efectiv de o persoană prin linia de acțiune pe care ceilalți o presupun adoptată de această persoană în timpul unui contact. *Fața* este o imagine a eu-lui conturată potrivit unor atribute sociale dovedite de cineva, și totodată împărțite de ceilalți”.

Și:

„Un individ *își păstrează fața* atunci cînd linia de acțiune pe care o urmează arată o imagine de sine consistentă, adică bazată pe judecățile și indicațiile venite de la ceilalți participanți, și confirmată de ceea ce dau la iveală elementele impersonale ale situației. Este evident acum că *fața* nu se află înlăuntrul sau la suprafața posesorului ei, ci că ea este răspîndită în fluxul evenimentelor întîlnirii, și nu se manifestă decît atunci cînd participanții caută să descifreze în aceste evenimente aprecierile exprimate cu acest prilej.

Linia de acțiune a unei persoane față de alte persoane este în general de natură legitimă și instituționalizată. Într-un contact, orice interactant, ale cărui atribute personale sînt cunoscute sau vizibile, poate crede că este normal și justificat din punct de vedere moral să fie ajutat *să-și păstreze o anumită față*. Avînd în vedere atributele sale și natura convențională a întîlnirii, liniile de acțiune, deci și *fețele* pe care și le poate alege, sînt puține la număr”.

³ „Fake only disappoints when found out” spunea un personaj dintr-un serial englezesc, comentînd pe marginea falsurilor în pictură („Falsul dezamăgește doar dacă este descoperit”, trad. D.S.)

Dar :

„Pe deasupra, posedarea câtorva atribute cunoscute îl face pe individ capabil să aibă multe alte fețe. Rareori ceilalți participanți sînt conștienți de natura acestor atribute, cu excepția situației în care presupusul lor posesor se discreditează cumva, în mod deschis, prin faptele sale. În acel moment, fiecare devine conștient și consideră că persoana în chestiune s-a prefăcut în mod voit că are acele atribute.

Prin urmare, chiar și atunci cînd grija de *a-și păstra fața* concentrează atenția asupra activității în curs de desfășurare, este nevoie, pentru a reuși, să ținem seama de locul pe care îl ocupăm în lumea socială în general. O persoană care reușește să-și *păstreze fața* în situația în curs de desfășurare este cineva care, în trecut, s-a abținut de la unele acte cărora i-ar fi fost greu să le facă față mai tîrziu. [...] În societatea noastră, ca și în alte cîteva, expresia “a pierde fața” înseamnă, se pare, a face figură proastă, a face figură jalnică sau a lăsa capul în jos. Expresia “a salva fața” se pare că se referă la procesul prin care o persoană reușește să dea celorlalți impresia că ea nu și-a pierdut fața.

[...] În orice loc al societății, este de așteptat ca, în codul social, să existe un acord privind limitele pînă la care cineva poate ajunge pentru a-și *salva fața*. Atunci cînd cineva își asumă o imagine de sine care se exprimă prin *fața* pe care o prezintă, se socotește că acel cineva trebuie să i se conformeze. În diferite feluri și în diferite societăți, el trebuie să dovedească amor-propriu, să refuze anumite acțiuni care sînt deasupra condiției sale sau sub ea, și să se silească să săvîrșească alte acțiuni, chiar dacă ele îl costă mult. Din momentul cînd a pătruns într-o situație unde primește o anumită *față* pe care trebuie s-o păstreze, o persoană își ia răspunderea de a supraveghea fluxul evenimentelor ce se produc în situația respectivă. Ea trebuie să se asigure de menținerea unei anumite *ordini expresive*, ordine ce reglementează fluxul evenimentelor, importante sau minore, în așa fel încît tot ce pare că exprimă aceste evenimente să fie compatibil cu *fața* prezentată de persoana din situația dată”.

Sînt definite, după cum se vede, obiecte sociale și situații. Atenți la definițiile date de Goffman, ne dăm seama că, pe baza lor, putem recunoaște în concretul existenței diferite momente cînd unele persoane își pierd fața. Am văzut, de pildă, că cineva care vrea să urmeze un anumit parcurs în viață trebuie să-i asume proiectul din timp și să se rețină de la anumite conduite și acțiuni care ar deveni incompatibile cu fața pe care ar vrea s-o reclame mai tîrziu. Or, știm că adesea acest lucru este ignorat chiar de cei care revendică o față onorabilă.

Aici intervine jurnalistul: el pune în discuție cazurile acelor persoane care nu reușesc să se conformeze feței pe care ar vrea ca lumea să le-o recunoască. Uneori este vorba despre întîmplări din trecut, alteori este vorba despre comportamente din prezent, dar întotdeauna este vorba despre incompatibilitatea persoanei cu fața pe care o reclamă în rolul public asumat.

Vedem, aşadar, că nu este vina jurnalistului când adevăruri jenante sînt date publicităţii despre cîte o persoană publică. Este mai degrabă vina persoanei în cauză: vina de a-şi lua un rol pentru care fie nu s-a pregătit, fie nu e potrivit. Fără îndoială că avem în vedere aici doar cazurile în care dezvăluirea este corect documentată şi dusă cu profesionalism pînă la capăt. În aceste situaţii, e limpede că lumea trebuie informată, iar răspunderea pentru încălcarea spaţiului privat nu mai este a jurnalistului, ci a persoanei care-şi pierde faţa, pentru că a încercat să traseze linia de demarcaţie dintre privat şi public în altă parte decît acolo unde aceasta era în mod natural plasată. Se vede, de aici, că situaţiile incerte sînt cele care atrag atenţia jurnaliştilor profesionişti. Aceştia anchetează şi dezvăluie adevăruri adesea incomode, ceea ce duce la pierderea feţei de către cei vizaţi. Acolo unde oamenii obişnuïţi, aparţinînd altor profesii, s-ar putea face că nu observă, mai mult pentru a nu-l determina pe vinovat să-şi piardă faţa, jurnalistul este cel pe care contează toţi: el va lasă delicateţea deoparte şi va face dezvăluiri incomode, cu riscuri şi de o parte şi de alta. Este ca un rău necesar: se strică echilibrul, se strică liniştea şi armonia, dar se curăţă locul şi se dă o şansă abordărilor corecte, larg acceptate de comunitate. Atenţie, deci! Jurnalistul nu dansează singur. Îi trebuie întotdeauna un vinovat!

Concluzie parţială

Mă gîndesc deja că s-ar putea să mai revin asupra chestiunii poziţionării faţă de adevăr a reprezentanţilor celor două profesii, de aceea nu mă grăbesc să trag o concluzie sau cîteva concluzii finale. Sînt concluzii de parcurs.

După ce am văzut că jurnalistul urmăreşte adevărul faptelor, în vreme ce PR-istul este preocupat de adevărul negociat prin discurs (Stoica 2006), mai vedem că există şi o altă opoziţie: jurnalistul ajuns în posesia adevărului se grăbeşte să-l facă cunoscut tuturor, în vreme ce relaţionistul începe prin a tăcea. Munca lui începe cu păstrarea secretelor şi continuă cu sortarea adevărilor pe care a ajuns să le afle şi cu sortarea publicurilor către care va alege să le trimită sau nu, într-o formă sau alta, la un moment dat sau altul... Comandamentul prim al jurnalistului este acela de a ţine comunitatea informată. Comandamentul prim al specialistului în Relaţii Publice este acela de a adecva discursul la publicul vizat, întru menţinerea armoniei generale.

La o privire atentă, ne dăm seama că reprezentanţii celor două profesii se găsesc, din punct de vedere social, în raport de complementaritate, aşa cum reiese şi din construcţia planurilor de învăţămînt în limitele cărora funcţionez ca formator. E vorba despre echilibru.

Referințe

Bratich, Jack Z., „Regime-of-Truth Change”, in *Cultural Studies <=>Critical Methodologies*, v. 4/2004, pp. 237-241.

Goffman, Erving, *Les rites d'interaction*, Paris, Minuit, 1974 ; orig. engl. *Interaction ritual*, 1967

Grice, Paul, „Logic and conversation”, in Paul Grice, *Studies in the way of words*, Cambridge, MA, Harvard U. P. , 1989, pp. 22-40

Klinkenberg, Jean-Marie, *Inițiere în semiotica generală*, Iași, Institutul European, 2004. (Traducere din limba franceză de Marina Mureșanu-Ionescu, după originalul *Précis de sémiotique générale*, Bruxelles, De Boeck, 1996)

Săftoiu, Adriana, *Vocile puterii. De vorbă cu purtătorii de cuvânt*, București, Editura Trei, 2007

Stoica, Dan, *Comunicare publică. Relații publice*, Iași, Editura Universității „Al. I. Cuza”, 2004.

Stoica, Dan, „Opoziții conceptuale cu valoare operatorie”, in *Analele Științifice ale Universității „Al. I. Cuza”, din Iași*, Secțiunea Filozofie, tom LII-LIII (2005-2006), pp. 210-219.

Publicat in:

Delia Cristina Balaban și Ioan Hosu (coordonatori), *PR Trend. Societate și comunicare*, București, Tritonic, 2009, pp. 124-135.